

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**  
**Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social**

**Rodrigo Daniel Levoti Portari**

**O trágico, o futebol e o erotismo: a presença de  
uma tríade temática nas capas dos jornais  
populares do Brasil e Portugal**

**Belo Horizonte**  
**Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG**  
**2013**

**Rodrigo Daniel Levoti Portari**

**O trágico, o futebol e o erotismo: a presença de  
uma tríade temática nas capas dos jornais  
populares do Brasil e Portugal**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação  
em Comunicação Social da Faculdade de Filosofia  
e Ciências Humanas da Universidade Federal de  
Minas Gerais como requisito parcial para obtenção  
do título de doutor em Comunicação Social

**Área de Concentração:** Comunicação e  
Sociabilidade Contemporânea

**Linha de Pesquisa:** Textualidades Midiáticas

**Orientador:** Paulo Bernardo Vaz

**Belo Horizonte**  
**Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG**  
**2013**

301.16 Portari, Rodrigo  
P842t O trágico, o futebol e o erotismo [manuscrito] : a  
2003 presença de uma tríade temática nas capas dos jornais  
populares do Brasil e Portugal / Rodrigo Portari. - 2013.  
266 f. : il.  
Orientador: Paulo Vaz.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Minas  
Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.

1. Super Notícia (Jornal) – Teses. 2. Jornal de Notícias –  
Teses. 3. Comunicação – Teses. 4. Comunicação de massa –  
Teses. 5. Jornais - Teses. 6. Jornais – Capas – Teses.  
7. Violência - Teses. I. Vaz, Paulo Bernardo, 1949- II.  
Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de  
Filosofia e Ciências Humanas. III. Título.



**Universidade Federal de Minas Gerais**  
**Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas**  
**Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social**

Tese intitulada "O trágico, o futebol e o erotismo: a presença de uma tríade temática nas capas dos jornais populares do Brasil e Portugal", de autoria de Rodrigo Daniel Levoti Portari, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

---

Prof. Dr. Paulo Bernardo Vaz - orientador  
UFMG

---

Prof. Dr. Márcio Souza Gonçalves  
UERJ

---

Prof. Dr. Mozair Salomão  
PUC-Minas

---

Prof. Dr. Bruno Souza Leal  
UFMG

---

Prof. Dr. Elton Antunes  
UFMG

---

Prof. André Brasil  
Coordenador(a) do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social  
PPGCOM/UFMG

Data de aprovação: Belo Horizonte, de ..... de 20....

## DEDICATÓRIA

À minha mãe Lília Portari (*in memorian*);

A meu pai Sérgio Portari (*in memorian*);

À minha esposa Aureliane Moreira Oliveira;

Às minhas filhas Thallita e Estela;

A meu irmão Sérgio Portari Jr.;

A meu sobrinho Sérgio Portari Neto.

## AGRADECIMENTOS

Talvez para um doutorando a página mais difícil de ser escrita ao longo de seus estudos seja essa. O medo de cometer injustiças ou esquecer alguém importante na caminhada que culmina com a apresentação de sua tese faz com que antes de iniciar os agradecimentos, a reflexão seja longa. Por isso, de antemão, desculpo-me com aqueles que, por um mero acaso, não estiverem citados aqui. Garanto que não é proposital.

O primeiro agradecimento vai a Deus que me proporcionou a chance de chegar até aqui mesmo diante de tantas dificuldades pelas quais enfrentei ao longo dos últimos anos. Agradeço a meus pais Sérgio e Lília que, mesmo não estando mais presentes na vida material, certamente me acompanham passo a passo em suas vidas espirituais.

Agradeço ao meu orientador Paulo B. Vaz que, mesmo sem me conhecer antes do processo seletivo, aceitou orientar meu projeto de pesquisa e proporcionou todas as condições para que ele se materializasse e, mais que isso, proporcionou-me experiências de vida únicas durante o período em que estivemos juntos nessa pesquisa. Da mesma forma, agradeço a todo corpo docente do PPGCOM da UFMG. Todos deram suas substanciais colaborações no desenvolver da pesquisa e foram fundamentais para que pudesse chegar à sua conclusão. Agradeço à professora Ana Gruszinsky que tão gentilmente me recebeu e colaborou para o andamento da pesquisa durante minha estada em Porto Alegre por meio do PROCAD UFMG/UFRGS/UFSC/Unisinos.

Estendo meus agradecimentos ainda à Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) que me deu todas as condições para que pudesse frequentar disciplinas do doutorado e às valiosas reuniões do Gris e Gris-Press durante o desenvolvimento da pesquisa.

Agradeço ainda aos bons amigos que fiz durante o curso, em especial ao Carlos Jáuregui, Eliziane Lara e Ricardo Duarte, que acompanharam muito de minhas inquietações sobre a pesquisa e, mais que isso, apresentaram sugestões e reflexões ao longo de nossas conversas. Também ao amigo Narcio Rodrigues por todo incentivo.

E, propositadamente, por último, agradeço à minha família: meu irmão Sérgio e sua esposa Luciani, meu sobrinho Sérgio Neto, às minhas filhas Thallita e Estela que nos momentos mais tensos me fizeram sorrir e, especialmente, à mincalcalcha companheira de “estresses”, “dúvidas” e “incertezas” que permearam essa trajetória desde o mestrado, minha esposa Aureliane. Sem seu apoio, não estaria, neste momento, encerrando esses agradecimentos.

“A violência travestida faz seu trottoir...”

Engenheiros do Hawaii

## RESUMO

A presente pesquisa tem como foco principal o jornalismo popular e os temas recorrentes em suas capas: o trágico, o futebol e o erotismo. Juntos esses temas articulam o que chamamos de tríade temática e são responsáveis por apresentar reconstruções de mundo para seus leitores. A fim de estabelecer como esse fenômeno se dá no âmbito do jornalismo popular e verificar encontros e distanciamentos entre os temas e suas representações para os países de língua portuguesa, elegeu-se dois jornais populares para um estudo comparativo, sendo o jornal Super Notícia, de Belo Horizonte, e o Jornal de Notícias, de Porto (Portugal).

**Palavras-chaves:** jornal popular; capa de jornal; violência e morte; Super Notícia; Jornal de Notícias.

## **ABSTRACT**

This research has focused primarily on popular journalism and the recurring themes on their covers: the tragic, football and eroticism. Together these themes articulate what we call thematic triad and are responsible for presenting reconstructions world for their readers. In order to establish how this phenomenon occurs in the context of popular journalism and check dates and distances between the subjects and their representations to the Portuguese-speaking countries, was elected two popular newspapers for a comparative study, with the Super Notícia, of Belo Horizonte, and the Jornal de Notícias, of Porto (Portugal).

**Keywords:** popular newspaper; coverpage; violence and death; Super Notícia; Jornal de Notícias.

## Sumário

Introdução .....	1
1 - O que nos mostra o <i>Super Notícia</i> e <i>Jornal de Notícias</i> ? .....	4
1.1 - Procedimentos Metodológicos.....	6
1.1.1 - Composição da tríade temática na capa do SN e JN.....	15
1.2 - O mundo do leitor segundo o <i>Super Notícia</i> .....	20
1.3 - O <i>Jornal de Notícias</i> e sua representação do mundo para os leitores.....	31
1.4 - SN x JN: o popular do Brasil e o popular de Portugal .....	44
2 - Textos e imagens no jornalismo impresso .....	58
2.1 - O uso das cores no Design Gráfico.....	68
2.1.1 - A economia de sinais no repertório cromático do SN e JN .....	73
2.2 - As imagens nas capas dos jornais populares.....	84
2.3 - Formas textuais na capa .....	88
3 - O trágico e o jornalismo popular .....	95
3.1 – O trágico e a morte em suas várias representações .....	103
3.2 – O trágico no contemporâneo .....	119
3.3 - O trágico no jornalismo Popular .....	128
3.4 - O que faz do trágico um acontecimento jornalístico?.....	141
3.4.1 – O trágico nos valores-notícia.....	152
3.4.2 – Jornalismo popular e o agendamento .....	158
3.5 - Representações do trágico na primeira página do SN e JN .....	163
3.5.1 - O trágico apresentado pela violência .....	167
3.5.2 - O trágico apresentado pela morte.....	173
3.5.3 - As imagens da tragédia na primeira página .....	180
4 - Futebol: a efervescência dos corpos vivos na capa.....	189
4.1 - O futebol e o ambiente trágico no jornalismo popular.....	192
4.2 - Tensões visuais do futebol na primeira página .....	194
4.3 - Totens e arquétipos na representação futebolística.....	199
4.3.1 - O uso das cores totêmicas .....	204
4.4 - O arquétipo na capa do JN.....	207
4.5 - A isenção cromática pretendida pelo JN.....	212
5 – Erotismo: a efervescência do leitor na capa .....	215
5.1 – A presença de Dionísio .....	222
5.2 – Culto ao corpo e a sexualidade na capa.....	226

5.3 – Apresentações fotográficas do erotismo.....	232
5.4 – O texto e o erotismo .....	239
Considerações Finais.....	245
Referências Bibliográficas .....	248

## Lista de Figuras

Figura1 - Ilustração do autor .....	9
Figura 2 - Reprodução (SILVA, 2005, p.91).....	10
Figura 3 - Reprodução (LAREQUI, 1994, p.79) .....	10
Figura 4 – Exemplo de Centro de Impacto Visual .....	11
Figura 5 – Exemplo de Centro de Impacto Visual no SN .....	13
Figura 6. Exemplo do C.I.V no JN de 15.12.2012.....	14
Figura 7 – Exemplo de exposição de temas nas chamadas de capa .....	19
Figura 8 - Super Notícia de 2.1.2012 .....	22
Figura 9 - Super Notícia de 3.2.2012 .....	22
Figura 10 - Super Notícia de 4.3.2012 .....	22
Figura 11 - Super Notícia de 5.4.2012 .....	22
Figura 12 - Super Notícia de 6.5.2012 .....	22
Figura 13 - Super Notícia de 7.6.2012 .....	22
Figura 14 - Super Notícia de 8.7.2012 .....	22
Figura 15 - Super Notícia de 4.10.2012 .....	24
Figura 16 - Super Notícia de 5.10.2012 .....	24
Figura 17 - Super Notícia de 6.10.2012 .....	24
Figura 18 - Super Notícia de 7.10.2012 .....	24
Figura 19 - Super Notícia de 8.10.2012 .....	24
Figura 20 - Super Notícia de 9.10.2012 .....	24
Figura 21 - Super Notícia de 10.10.2012 .....	24
Figura 22 - Super Notícia de 3.10.2012 .....	27
Figura 23 - C.I.V na capa do Super Notícia .....	28
Figura 24 - Super Notícia de 7.6.2012 .....	29
Figura 25 - Jornal de Notícias de 7.5.2011 .....	33
Figura 26- Jornal de Notícias de 7.5.2012 .....	33
Figura 27 - Jornal de Notícias de 3.6.2011 .....	33
Figura 28 - Jornal de Notícias de 3.6.2012 .....	33
Figura 29 - Jornal de Notícias de 09.10.2011 .....	35
Figura 30 - Jornal de Notícias de 10.10.2011 .....	35
Figura 31 - Jornal de Notícias de 11.10.2011 .....	35
Figura 32 - Jornal de Notícias de 12.10.2011 .....	35
Figura 33 - Jornal de Notícias de 13.10.2011 .....	35
Figura 34 - Jornal de Notícias de 14.10.2011 .....	35
Figura 35 - Jornal de Notícias de 15.10.2011 .....	35
Figura 36 - Detalhes das capas mostram corpos erotizados.....	37
Figura 37 - Jornal de Notícias de 13.10.2011 .....	38
Figura 38 - Jornal de Notícias de 5.11.2011 .....	39
Figura 39 - Jornal de Notícias de 6.11.2011 .....	39
Figura 40 - Jornal de Notícias de 7.11.2011 .....	39
Figura 41 - Jornal de Notícias de 8.11.2011 .....	40
Figura 42 - Jornal de Notícias de 9.11.2011 .....	40
Figura 43 - Jornal de Notícias de 10.11.2011 .....	40
Figura 44 - Jornal de Notícias de 11.11.2011 .....	40

Figura 45 - C.I.V na capa do JN .....	42
Figura 46 - Possíveis caminhos de leitura a partir do CIV na capa do JN .....	43
Figura 47 - Detalhe da capa do Jornal de Notícias .....	46
Figura 48 – Jornal de Notícias de 8.11.11 .....	48
Figura 49. Detalhe ampliado do Jornal de Notícias de 8.11.11.....	49
Figura 50 – Tensionamentos entre esporte e trágico no Jornal de Notícias.....	51
Figura 51. Super Notícia de 13.02.2012 .....	51
Figura 52 – Super Notícia 23.11.11 .....	52
Figura 53 - Tensões entre o trágico e o não trágico no Super Notícia .....	53
Figura 54 - Capas do SN de 28.1.2013; 9.2.2013 e 25.9.2009.....	55
Figura 55 - Capas do JN de 21.07.2012; 21.08.2012 e 28.06.2011 .....	56
Figura 56 – Jornal de Notícias de 12.09.11 e 31.05.12 .....	63
Figura 57 – Super Notícia de 3.10.11 e 1.05.2012 .....	63
Figura 58 – Capas de 2 de junho de 2012 .....	64
Figura 59 – Edições de 29 de maio de 2012.....	65
Figura 60 – Distribuição geométrica no Layout das capas .....	67
Figura 61 – Super Notícia de 1. 04.01.11; 07.01.11 e 15.01.11 .....	73
Figura 62 – Detalhe de 3.01.2011 e 6.01.2011 .....	76
Figura 63- Detalhe de 8.01.2011 e 15.jan.2011 .....	77
Figura 64 – Detalhes de 24.01.2011; 27.jan.2011 e 28.jan.2011 .....	77
Figura 65 – Super Notícia 13.01.2011 .....	78
Figura 66 – Detalhes de 4.01.2011 e 10.jan.2011.....	78
Figura 67 – Detalhes de 19.01.2011 e 26.01.2011.....	79
Figura 68 – Detalhes de 20.01.2011 e 7.01.2011.....	79
Figura 69 – Detalhe de 2.01.11 .....	80
Figura 70 – Detalhe de 4.01.2011 .....	80
Figura 71 – Detalhe de 6.01.2011 .....	80
Figura 72 – Detalhe de 8.01.2011 .....	80
Figura 73 – Detalhe de 11.01.2011 .....	80
Figura 74- Detalhe de 12.01.2011.....	80
Figura 75– Detalhe de 16.01.2011 .....	80
Figura 76 – Detalhe de 18.01.2011 .....	80
Figura 77 – Detalhe de 21.01.2011 .....	80
Figura 78 – Detalhe de 15.01.11 .....	80
Figura 79 – Detalhes de 17.jan.2011 e 31.jan.2011.....	81
Figura 80 – Detalhes de 3.jan.2011; 17.jan.2011; 22.jan.2011 e 28.jan.2011.....	82
Figura81: Nova Paleta de Cores do Super Notícia.....	82
Figura 82 - Detalhe da capa do SN de 5.10.11; 18.10.11 e 6.12.11 .....	84
Figura 83. Detalhe da capa do JN de 3.09.1; 4.12.11 e 23.12.11 .....	84
Figura 84 – SN de 3.06.2012 e JN de 18.02.2012.....	87
Figura 85 - Super Notícia -0 4.12.2009.....	90
Figura 86 – Super Notícia - 28.12.2009 .....	90
Figura 87 – Super Notícia - 21.12.2009.....	90
Figura 88 – Jornal de Notícias - 10.07.2012 / 28.12.2012 / 8.4.2012 .....	90
Figura 89 – Super Notícias.....	93

Figura 90 – Super Notícias.....	93
Figura 91 – Super Notícias.....	93
Figura 92 – Jornal de Notícias - 8.04.2012 .....	94
Figura 93 – Jornal de Notícias - 8.10.2012 .....	94
Figura 94 – Jornal de Notícias - 20.10.2012 .....	94
Figura 95. “A Morte não perdoa nem bispo nem nobre” .....	100
Figura 96 - Detalhe da dança macabra de Guyot Merchant, La Danse Macabre, 1485 .....	101
Figura 97 - Paul Delaroché. Louise Vernet sur son lit de mort. 1845.....	102
Figura 98. A crucificação de Pedro. Michelangelo Caravaggio (1600-1601).....	106
Figura 99. São Sebastião (1473). Sandro Boticelli (1445-1510). .....	107
Figura 100. Saturno Devorando Seu Filho. Goya. 1819-1823. ....	108
Figura 101. Melancolia I, de Albrecht Dürer. 1514 .....	110
Figura 102. Dona Morte (1996). Maurício de Sousa .....	115
Figura 103. O Dia em que a Dona Morte perdeu a lista. (SOUSA, 2005, p.2) .....	116
Figura 104. Detalhe da dança macabra de Guyot Merchant, La Danse Macabre, 1485.....	117
Figura 105. Dona Morte (reprodução).....	118
Figura 106. Três Idades da Mulher e da Morte de Hans Baldung.....	118
Figura 107. Liber Chronicum de Hartmann Schedel (séc. XV).....	118
Figura 108. Dança Macabra In: Répresentations diverses de la mort.(Patrick Pollefey) .....	118
Figura 109. Super Notícia (8/11/11) FONTE – Jornal Super Notícia.....	120
Figura 110. Super Notícia (9/11/11) FONTE – Jornal Super Notícia.....	120
Figura 111. Jornal de Notícias (8/11/11).....	120
Figura 112. Jornal de Notícias (9/11/11).....	120
Figura 113. Reprodução da capa do jornal <i>Notícias Populares</i> .....	131
Figura 114. Notícias Populares.....	132
Figura 115. Jornal de Notícias .....	132
Figura 116. Super Notícia .....	132
Figura 117. Jornal de Notícias – 6/11/2011 .....	133
Figura 118. Super Notícias - 21/01/2012 .....	133
Figura 120. Super Notícia – 9.11. 2011 - FONTE – Jornal Super Notícia .....	139
Figura 121. Jornal de Notícias – 9.11.2011- FONTE – Jornal de Notícias.....	139
Figura 122. Super Notícia – 07.10.2011 .....	148
Figura 123. Jornal de Notícias – 07.10.2011 .....	148
Figura 124. Super Notícia 18.05.2012 .....	154
Figura 125. Jornal de Notícias 18.05.2012 .....	154
Figura 126. Super Notícia - 24 e 25.10.2012 .....	160
Figura 127. Super Notícia –26 e 27.10.2012 .....	160
Figura 128. Jornal de Notícias 27.01.2012 .....	164
Figura 129. Jornal de Notícias 01.06.2012 .....	164
Figura 130. Super Notícia 27.01.2012 .....	165
Figura 131. Super Notícia 01.06.2012 .....	165
Figura 132. Jornal de Notícias – 29.01.2013 .....	169
Figura 133. Jornal de Notícias – 10.02.2013 .....	169
Figura 134. Super Notícia – 12.03.2013 .....	169
Figura 135. Super Notícia – 20.03.2013 .....	169

Figura 136. Jornal de Notícias -13.02.2012 .....	176
Figura 137. Super Notícia – 13.02.2012 .....	176
Figura 138. Super Notícia – 1.12.12 .....	178
Figura 139. Super Notícia – 20.0.2012 .....	178
Figura 140. Jornal de Notícias – 20.08.2012 .....	179
Figura 141. Jornal de Notícias – 9.06.2011 .....	179
Figura 142. Super Notícia – 8.3.2012 .....	179
Figura 143. Jornal de Notícias - 4.01.2012 .....	182
Figura 144. Jornal de Notícias - 4.02.2012 .....	182
Figura 145. Jornal de Notícias - 26.02.2012 .....	182
Figura 146. Jornal de Notícias - 8.02.2012 .....	183
Figura 147. Super Notícia - 6.11.2012 .....	184
Figura 148. Super Notícia - 10.11.2012 .....	184
Figura 149. Super Notícia - 6.05.2012 .....	184
Figura 150. Super Notícia - 23.08.2012 .....	184
Figura 151. Super Notícia - 06.11.2012 .....	186
Figura 152.. Hércules do Teatro Pompeu.....	193
Figura 153. Detalhes do Jornal de Notícias 21.2.2012; 27.02.2012; 23.05.2012 .....	193
Figura 154. Detalhes do Super Notícia - 13.12.2012; 22.11.2012; 29.11.2012 .....	194
Figura 155. Super Notícia .....	196
Figura 156. Jornal de Notícias – 9.3.2012 .....	196
Figura 157. – Escudo do Clube Atlético Mineiro e Galo, mascote da equipe .....	201
Figura 158. – Escudo do América – M e “Coelho”, mascote do clube .....	201
Figura 159. Escudo do Cruzeiro e “Raposa”, mascote do clube .....	202
Figura 160. “Galo” como sinônimo de Atlético.....	202
Figura 161. “Raposa” no lugar de Cruzeiro .....	202
Figura 162. Coelho em substituição a América-MG.....	202
Figura 163. Símbolos totêmicos no Super Notícia .....	202
Figura 164. Uniforme do Cruzeiro Esporte Clube .....	204
Figura 165. Uniforme do Atlético Mineiro .....	204
Figura 166. Uniforme do América Mineiro .....	204
Figura 167. Detalhes da Capa do Super Notícia .....	206
Figura 168. Super Notícia – 13.05.2012 .....	207
Figura 169. Detalhes da capa do Jornal de Notícias.....	209
Figura 170. Detalhe da capa do Jornal de Notícias .....	211
Figura 171. Escudo e uniforme principal do F.C. Porto e do Sporting Braga .....	212
Figura 172. Escudo e uniformes do Sporting Portugal e do Benfica .....	212
Figura 173 - Manchete anunciando a vitória do F.C. Porto em 4.5.2012 .....	213
Figura 174. - Manchete do dia 10.4.12 e detalhe da capa de 4.4.12 .....	213
Figura 175 - Rio Nu, Edição 1.144 de 30.06.1909 .....	216
Figura 176 - Rio Nu, Edição 1290 de 26.11.1910 .....	216
Figura 177 - Rio Nu, Edição 1.364 de 16.08.1911 .....	216
Figura 178 - Rio Nu, Edição 1290 de 09.04.1913 .....	216
Figura 179 - Galeria Uffizi – Firenze. <i>Os quatro cavaleiros do Apocalipse, 1498.</i> Dürer .....	218
Figura 180 - Jornal de Notícias 29.06.2011 .....	219

Figura 181 - Super Notícias 10.11.2012 .....	219
Figura 182. Detalhes do Super Notícia de 12.01.13 e 19.01.13 .....	224
Figura 183. Detalhes do JN de 19.12.12 e 17.11.12 .....	224
Figura 184. Playboy, Dezembro/2012 e Janeiro/2013; Revista Sexy, Dezembro/2012 e Janeiro/2013 .....	226
Figura 185. Super Notícia, 22.03.2012 .....	227
Figura 186. - RUGENDAS, Johann Moritz. COSTUMES DE RIO JANEIRO. Domínio Público .....	228
Figura 187 - Rio Nu. 30.01.1909 .....	228
Figura 188. Detalhes do JN de 5.11.2011; 06.12.2011 e 17.11.2012 .....	236
Figura 189. Detalhes do SN de 6.12.2011; 12.06.2012 e 25.01.2012 .....	236
Figura 190 - Jornal de Notícias. 27.03.2012 e Super Notícia. 27.03.2012 .....	242

## Introdução

O impresso tem encontrado no jornalismo popular uma alternativa para continuar com sua subsistência em um contexto onde se é constatada, anualmente, diminuição do volume nas tiragens. Com baixo custo no preço de capa, formato *tabloide* que é facilmente transportado e folheado, somados aos temas escolhidos minuciosamente para fisgar a atenção do leitor, essa ramificação do fazer jornalístico tem sido responsável por garantir a um volume cada vez mais crescente de tiragens e de público.

Esse fato é facilmente perceptível a partir da verificação dos números apresentados na tiragem dessas publicações: sempre superam a casa das centenas de milhares e, não raro, superam o número de cópias impressas diariamente dos chamados jornais de “referência”, ou seja, aqueles em que normalmente assuntos como política ou economia predominam em suas capas, além de serem apresentados em um formato maior que os encontrados nos populares.

Considerados verdadeiros fenômenos de vendagem e tiragem, os jornais populares têm crescido cada vez mais a sua participação no mercado do impresso justamente por alcançarem o “gosto popular”. Nesse aspecto, verifica-se a recorrência de temas que estão presentes edição após edição em suas capas: o trágico – apresentado enquanto atos de violência e morte -; o esporte e o erotismo. Esse último simbolizado, em sua maioria, por mulheres em conotações altamente sexuais.

A repetida presença desses temas nas capas dos jornais populares é chamada por nós de *tríade temática*<sup>1</sup> que refletem um modo de fazer típico do jornalismo popular. De todos esses temas, sobressai-se a presença do trágico, em especial pela frequência de manchetes de capa remetendo à violência e à morte, assuntos marcadamente considerados negativos por simbolizarem a degradação do humano e que, diante de sua presença, podem provocar um estado de melancolia e separação.

É a partir da presença do trágico e de sua noticiabilidade que se constrói essa pesquisa. Entendido no senso comum como sinônimo de violência e morte, o trágico tem lugar cativo nas capas dos jornais populares, que utilizam esse tema como “valor-notícia” de excelência e não se intimida ao provocar superexposição às mais variadas

---

<sup>1</sup> O Capítulo 1.1.1 é totalmente dedicado à fundamentação e análise da *tríade temática* bem como a seus possíveis desdobramentos e materializações nas capas dos jornais populares.

atrocidades registradas no cotidiano e que, muitas vezes, sequer ganham a atenção da mídia de referência. Ao adotar esse expediente, como o trágico passa a dialogar com o esporte e o erotismo em sua primeira página, uma vez que todos esses temas encontram-se à disposição dos olhos dos leitores, bastando que mude a direção do olhar para estar em contato com os outros temas e, não raro, há uma invasão de espaços de um tema sobre o outro? A questão nos motivou a aprofundar a atenção a fim de entender como, então, se daria a reconstrução de mundo proposta pelo jornal popular, considerando que, por se tratarem de publicações com grande circulação, esses jornais estariam apresentando a um público cada vez maior sua percepção do contexto onde tanto a publicação como leitores encontram-se inseridos.

Dessas reflexões, chegamos a outro questionamento: esse expediente notado nos jornais populares brasileiros encontraria alguma semelhança com outro país ocidental onde também se faz presente publicações de cunho popular? Motivados por essa provocação, buscamos publicações que pudessem ser observadas por suas semelhanças e encontramos, no Brasil, o jornal *Super Notícia*, considerado o de maior tiragem do país, e em Portugal, o *Jornal de Notícias*, que em 2011 aparecia como o de maior tiragem daquele país. Em comum temos o fato de ambos estarem fora dos principais polos de produção midiática de seus países, serem de língua portuguesa, em formato tabloide e se ocuparem em suas capas de manchetes que comportavam a *tríade temática*. Diante de tantas similaridades, elegemos a publicação portuguesa e a brasileira como objetos de estudo acerca dessa forma de fazer jornalismo. Assim, foi possível partir para questões que norteiam a pesquisa, tais como: Como o cotidiano é reconstruído para os leitores dos jornais populares na tríade temática que se repete em suas capas? Há uma linguagem em comum dos jornais populares na forma como a morte – como parte do eixo trágico do cotidiano - é relatada? Quais são os pontos de aproximação verbais e não verbais dos jornais populares no que tange ao tratamento do trágico em suas capas?

A partir dessas perguntas, estruturamos nossa pesquisa em cinco capítulos, cada um com objetivo de contribuir na visão que pretendemos lançar sobre o trágico. Assim, a pesquisa distribui-se pelo seguinte percurso:

O Capítulo 1 faz uma apresentação dos jornais objetos dessa pesquisa, assim como traz os procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento das análises articuladas ao longo dos cinco capítulos que compõem essa tese. Apresentamos nesse capítulo o Centro de Impacto Visual – utilizado nas articulações presentes no

âmbito do *design* gráfico das capas e também as concepções da tríade temática e sua fundamentação teórica. Partimos desde o início para uma demonstração de como os mundos dos leitores são recontados pelas publicações e suas articulações com os elementos da tríade, ou seja, temas que se repetem e se consolidam nas primeiras páginas do jornalismo popular.

Já o Capítulo 2 é dedicado ao dispositivo, ou seja, à materialidade do jornal popular. Apresenta-se ali técnicas de composição de *layout* e a materialização de cores, imagens e textos nas capas dos jornais para que possamos, separadamente, apresentar como cada elemento atua na composição dessas publicações..

É a partir do Capítulo 3 e em seus subcapítulos que concentramos o estudo sobre a *tríade temática*. Partimos do estudo do trágico e suas representações na capa dos jornais, enfocando principalmente nas leituras ofertadas pelas publicações sobre o assunto, bem como as questões que permeiam o trágico enquanto acontecimento, valor-notícia e agendamento provocado por sua presença constante nas capas..

O Capítulo 4 concentra-se no estudo do esporte, mais especificamente o futebol, como elemento atuante na composição da tríade temática. Desdobramos o assunto por categorias de representação: fotografias, o totemismo e o arquétipo presentes nesse noticiário e o uso das cores para se noticiar o futebol.

O Capítulo 5, por fim, concentra-se no Erotismo, terceiro elemento explorado na pesquisa como parte da tríade temática. Pautados em autores como Maffesoli, Bataille e Marcuse, faz-se as articulações entre a presença de corpos em poses que sugerem a conotação erótico-sexual e suas formas de materialização.

Após os cinco capítulos, tecemos as considerações finais a fim de articular todos elementos presentes na tríade temática e seus usos por parte do jornalismo popular seja no Brasil ou em Portugal.

## **1 - O que nos mostra o *Super Notícia* e *Jornal de Notícias*?**

Se há uma palavra que permeia o vocabulário de leitores de jornais populares é o termo “trágico”. É comum, no dia a dia, pessoas dizerem que “aconteceu uma tragédia” ou o antigo bordão “seria cômico se não fosse trágico” para delimitar várias das situações vividas no decorrer dos dias, seja em casa ou no trabalho.

Porém, dos mais variados usos que o termo possa permitir um deles caminha bem próximo à seguinte definição: o trágico enquanto sinônimo de violência e de morte. Quando esses temas figuram na mídia normalmente são oriundos da violência urbana ou de fenômenos naturais cuja participação do homem, normalmente, se dá como vítima: ou é vitimado pela ação de outra pessoa ou por conta de ventanias, frio, calor, chuvas intensas e uma série de outros fenômenos que geram acontecimentos de morte e que são destacados no jornalismo.

Podemos apontar que “trágico” normalmente vem associado a notícias voltadas para essa concepção que passam a fazer parte do cotidiano de leitores quando em contato com a notícia, seja em casa, nas ruas ou no trabalho. O jornalismo popular se encarrega de uma forma muito particular de colocar a violência e a morte no cotidiano de seus leitores, já que esses acontecimentos figuram com grande frequência em suas capas e, muitas vezes, são o destaque principal das edições. Basta estar diante da capa para ter seu olhar “sequestrado” pelas manchetes, normalmente grafadas em letras garrafais e acompanhadas de cores ou fotos para chamar ao máximo a atenção desses leitores.

Acompanhando esse “trágico” registrado nas ruas, o jornal popular ainda traz outros dois assuntos repetidamente em suas capas: o erotismo e o futebol. O primeiro é representado pela presença de celebridades ou subcelebridades na primeira página, normalmente com o uso de fotografias em poses erótico-sexuais e acompanhadas de informações factuais que “justifiquem” suas presenças, com grande predileção pelas mulheres em detrimento à figura masculina. Seja por causa de um “novo *affair*”, por participar de um programa televisivo ou por estrelar capas de revistas masculinas, esses corpos têm lugar garantido nas primeiras páginas.

Fechando a composição do que chamamos de *Tríade Temática*<sup>2</sup> temos a presença do esporte, em especial do futebol, considerado a grande paixão nacional e, portanto, digno de destaque diário. Assim como os corpos erotizados, atletas, mascotes, escudos e manchetes sobre o assunto tem lugar cativo na capa. Juntos, o trágico, o erotismo e o futebol acabam por fazer parte do cotidiano do leitor do jornal popular e, nessa repetição, é como se fosse possível antecipar a edição do dia seguinte já sabendo que esses temas estarão presentes logo na capa. Esse tipo de expediente é observado de forma clara nos dois jornais objetos dessa pesquisa: o brasileiro *Super Notícias (SN)* e o lusitano *Jornal de Notícias (JN)*. Ambos, em seus respectivos países, adotam procedimentos semelhantes na confecção de suas edições, o que nos permite observar em detalhes como se dá a representação dessas sociedades por meio da leitura de suas capas sem que precisemos detalhar como as figuras do trágico, do futebol e do erotismo são tratadas em cada uma dessas culturas.

A repetição da tríade temática na capa desses jornais passa a integrar de forma natural o “modo de vida” dos leitores e o contato diário com essas notícias garantem que sensações sejam despertadas pela composição da capa, seja a excitação ou a dor, dependendo do conteúdo e o contexto de recepção. A presença dos jornais no espaço urbano, seja nas bancas de revistas, com os vendedores na esquina ou mesmo nas mãos de outros leitores em um ônibus coletivo ou no local de trabalho, faz dos jornais populares importantes dispositivos de criação e (re)criação de narrativas inseridas no espaço público de seus leitores.

Por meio da articulação entre as manchetes, imagens e cores, somadas a estratégias mercadológicas de venda, os jornais se estabelecem como palco da sociedade e, nesse ponto, a repetição contínua da tríade temática permite-nos observar as publicações com uma visão mais aprofundada dos discursos e narrativas constituídas nas primeiras páginas. Considerando a capa a mais publicitária das páginas das publicações, é de se esperar que o produto ofertado atinja expectativas de um público-alvo definido por sua natureza como popular. Essa delimitação se dá desde o valor cobrado por cada exemplar até à linguagem textual, fotográfica e visual.

É na capa que se materializa boa parte das intencionalidades dos editores e ao propor o encontro das temáticas nesse espaço, o jornal pode provocar um misto de

---

<sup>2</sup> O conceito da Tríade Temática, com seus pressupostos teóricos e formatação serão explicados de forma detalhada no Capítulo 3.

sensações, seja a efervescência de corpos seminus, a dor por uma morte ou a euforia pela vitória do time de futebol favorito<sup>3</sup>.

Partindo de Paul Ricoeur, onde temos várias vozes de “autores” e vários leitores “projetados” podemos inferir a existência de mundos distintos para autores e leitores, permitindo-nos delinear qual seria o mundo imaginado por essas publicações para seus leitores. Inclui-se também o contexto de veiculação dessas publicações assim como o ambiente cultural, sendo que nesse ponto temos aproximações a serem consideradas entre Brasil e Portugal: países de língua portuguesa, ocidentais, de maioria católica, tendo o futebol como esporte predileto de suas populações e ambos envolvidos em problemas de segurança e criminalidade parecidos. A partir dessas constatações, é necessário entender os “mundos” preparados para seus leitores até que possamos tensionar as aproximações e distanciamentos detectados no âmbito do jornalismo popular em ambos os países.

### **1.1 - Procedimentos Metodológicos**

Para se chegar às análises propostas, partimos inicialmente da observação empírica do *corpus*, que se iniciou ainda no ano de 2011, período que dedicamos a acompanhar diariamente as publicações para avaliar o comportamento dos jornais *SN* e *JN* no decorrer dos dias. Inicialmente agrupamos em nossa análise empírica outros dois jornais populares a fim de promovermos recortes que poderiam ser testados para os procedimentos de análises propostos. Desta forma, durante um período de 30 dias também seguimos as publicações *Aqui!*, também editada em Belo Horizonte pelo grupo Estado e em Portugal seguimos o jornal *Correio da Manhã*, também considerada publicação popular daquele país.

Após o período de coleta preliminar das publicações, optamos pelo recorte específico no *SN* e no *JN* por estes apresentarem características semelhantes e que seriam válidas para a construção das análises: o fato de serem de língua portuguesa, à época serem os de maior tiragem em seus respectivos países, estarem sediados fora do

---

<sup>3</sup> Cabe aqui ressaltar que as sensações despertadas nos leitores podem ser as mais variadas possíveis: há quem possa se excitar com a notícia de uma morte violenta, da mesma forma que um torcedor pode sentir deprimido ao ler sobre a derrota de sua equipe. Como não partiremos para estudos de recepção, é preciso deixar claro que as sensações propostas nesta pesquisa se dão de forma projetada, ou seja, possíveis sensações que podem ser despertadas nos leitores dependendo da forma como o conteúdo será recebido.

principal eixo de publicação midiática de seus países e por detectarmos que a Tríade Temática se fazia presente diariamente em suas capas.

Essa seleção resultou no início do trabalho de coleta de suas capas por meio de suas páginas oficiais na Internet e também pelo portal *Newseum.org*, que diariamente disponibiliza as primeiras páginas dos jornais de todos os continentes para leitura e download por parte de seus usuários. A coleta dos jornais foi iniciada em maio de 2011, sendo que o término se deu em 31 de dezembro de 2012, totalizando 20 meses de material coletado, ou seja, 600 capas de cada uma das publicações, totalizando 1.200 primeiras páginas para serem utilizadas nas análises.

O primeiro passo para selecionar as análises nesse vasto material foi delimitar quais capas participariam do escopo de análise e por meio da seleção de períodos pré-determinados para entender como se dá a reconstrução do trágico por meio de suas capas. Para isso, realizamos duas formas de amostragem: a primeira de uma “semana corrida”, ou seja, iniciando a coleta numa edição de segunda-feira de um mês aleatório e seguindo suas capas até ao domingo, totalizando os sete dias da semana. O outro procedimento para análises foi pautado numa “semana construída”, escolhendo uma edição aleatoriamente de um dia da semana e seguindo a progressão nos meses subsequentes, por exemplo: iniciando a coleta numa segunda-feira do mês de março, a edição de terça-feira seria recolhida do mês de abril, a de quarta-feira do mês de maio, e assim por diante até totalizarmos outras sete edições.

Dessa forma, do total de 1.200 capas à disposição da pesquisa, recortamos esse número a 28 primeiras páginas, sendo 50% desse número correspondente a cada uma das publicações.

A partir desse recorte, desdobramos em outros procedimentos necessários às análises das capas, uma vez que nossos objetivos pretendiam pesquisar como texto, imagens, cores e diagramação atuavam no processo de noticiabilidade do trágico e de suas tensões com o futebol e erotismo. Para atender às necessidades da pesquisa adotamos, então, a análise de discurso tendo como autor de base Mikhail Bakhtin; para análise de imagens e suas relações “verbo-visuais” será adotada a perspectiva de Gonzalo Abril, que tem como finalidade entender as diversas relações e leituras possíveis por meio das interações entre o que se vê e o que se lê.

Em relação aos aspectos culturais envolvendo a relação do trágico enquanto violência e morte adotamos a Semiótica Russa, que tem como autor de base Ivan Bystrina e também em Ana Lúcia Enne, para quem o sensacionalismo no jornalismo faz

parte de um processo cultural. Por meio das análises dos contextos culturais, a escola russa de semiótica produziu vasto material durante os encontros de verão das escolas de Tartú-Moscou que dão conta das relações entre o homem e o contexto onde ele está inserido, levando em consideração aspectos que vão desde a localização geográfica à religião. Com esse aparato é possível provocar as aproximações necessárias entre as sociedades brasileira e portuguesa, que atendem a um conjunto de pré-requisitos já demonstrados anteriormente, sendo que o essencial para o entendimento da relação entre o leitor e os conteúdos da Tríade Temática está o fato de ambos os países estarem localizados no Ocidente e, portanto, carregarem marcas culturais muito próximas. Some-se a isso o fato do Brasil ter sido colonizado em sua grande maioria por portugueses, o que reforça ainda mais o laço de proximidade entre ambos os países.

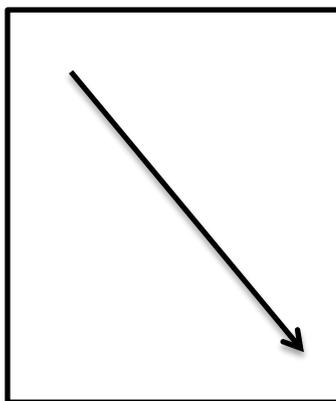
Já o conceito de Tríade Temática parte do modelo praxiológico da comunicação adotado por Louis Quéré, que pressupõe que toda forma de comunicação carrega intencionalidades e espera uma resposta de seus interlocutores. Dessa forma, consideramos o leitor como parte ativa na recepção de conteúdos, contribuindo para a nossa premissa de que sua percepção do cotidiano pode ser interferida pelas narrativas apresentadas diariamente pelas capas dos jornais populares. Assim, ao confeccionar as primeiras páginas das publicações, enxergamos a comunicação do jornal como uma forma de “*tentativa*” de se aproximar de seus leitores.

Para explorar as relações entre violência e morte, erotismo e futebol no âmbito da primeira página, é necessário também voltar as atenções para o *design* gráfico das páginas, já que é no âmbito da composição onde editores estabelecem possíveis percursos para o olhar do leitor. Esse é um desafio que tem motivado várias pesquisas no âmbito do *design* por não haver padrões fixos de leitura para as páginas, o que torna a composição um dos principais desafios na edição do impresso.

São várias teorias para tentar entender como o olhar irá ‘varrer’ a página quando o leitor se depara com a página escrita. Qual elemento é o primeiro a ser percebido e qual é a área de menor atração para os olhos são questões fundamentais para garantir o sucesso na transmissão da mensagem.

A primeira vertente teórica parte da concepção ocidental de leitura. Textos escritos são lidos da esquerda para direita e de cima para baixo, salvo países orientais que tem sentidos de leitura totalmente diferentes, partindo de baixo para cima e da

direita para a esquerda<sup>4</sup>. Aceitando que a influência da leitura de textos escritos irá atuar na percepção das páginas, autores como SILVA (2007) e LAREQUI (1994) apontam que a leitura das páginas de jornal segue esse modelo já enraizado nas mentes humanas. Essa proposição inicial de leitura aconteceria da seguinte forma:



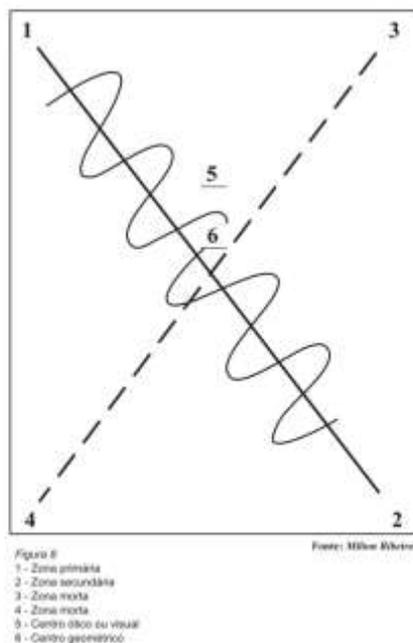
**Figura1 - Ilustração do autor**

Assim, de acordo com C. Arnold (1965) o canto superior esquerdo seria a zona de maior atenção visual, portal de entrada do leitor na página, que faria um caminho até à zona de saída no canto inferior direito. Em contrapartida, o canto superior direito seria a zona “terciária” de atenção, enquanto o quadrante inferior esquerda fica relegado ao “status” de menor atração visual. Rafael Silva (2007), porém, faz uma adaptação do modelo tradicional de leitura. Partindo de considerações de Fayga Ostrower, para quem o olho percorreria um caminho em forma de “S” na página, ele propõe que a leitura dos impressos também ocorreria da mesma forma. Mais que isso, o autor ainda indica que a existência de um centro ótico que não coincide com o centro geométrico da composição da página, localizado acima deste último: “a altura do centro ótico varia de acordo com a dimensão da peça impressa, obedecendo à relação de proporcionalidade entre largura e altura” (SILVA, 2007, p.89).

A existência deste centro ótico, para o autor, já apresenta indicações suficientes para que os *designers* pudessem concentrar a informação mais importante justamente neste ponto, como nos mostra a figura a seguir:

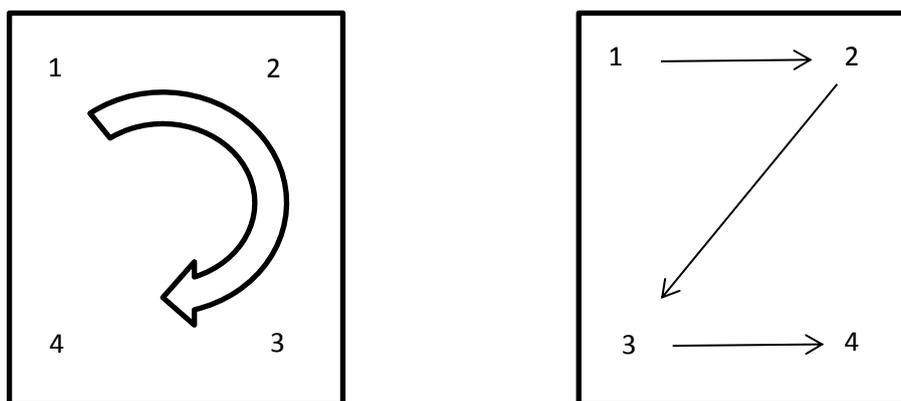
---

<sup>4</sup> Esse “modelo” de leitura oriental tem ganhado destaque entre os jovens brasileiros com a popularização dos “mangás” no país. Muitas versões traduzidas e mesmo algumas criações totalmente brasileiras são lidas seguindo o modelo oriental da direita para esquerda e de cima para baixo. Para saber se essa popularização dos mangás, no futuro, irá resultar em alteração na percepção visual dos leitores de jornal, deverá ser tema de futuras pesquisas de recepção a serem desenvolvidas ainda em longo prazo.



**Figura 2 - Reprodução (SILVA, 2005, p.91)**

LAREQUI (1994) apresenta uma nova proposta para essa configuração visual. Em sua avaliação, há dois sentidos possíveis de leitura: o sentido horário, como de um relógio, ou em formato de “Z”:



**Figura 3 - Reprodução (LAREQUI, 1994, p.79)**

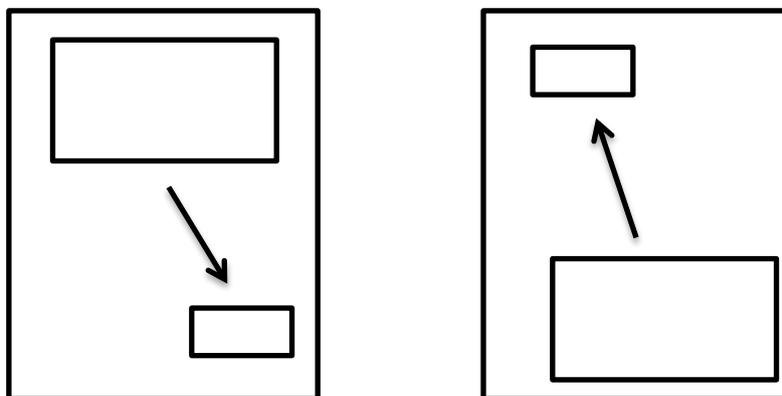
O autor defende que as duas formas garantem uma lógica de leitura já estabelecida nos receptores de impressos, como ocorrem em livros e demais publicações de texto impressas. A primeira forma (figura à esquerda) apresenta que “o tour visual é feito na mesma direção que rotação do sentido horário. Este primeiro tipo poderia ser

chamado de ‘círculo de leitura’ ou ‘envolvente’<sup>5</sup> [tradução nossa] (LAREQUI, 1994, p.79) e a página pode ser desenvolvida de acordo com as áreas de “importância”.

Para a segunda proposta, o autor afirma que a página se divide em duas metades, o que proporcionaria um caminhar dos olhos em “Z”. No entanto, as duas formulações priorizam o canto superior esquerdo como ponto inicial de leitura.

Já Mario Garcia (1990) apresenta uma proposta diferenciada para discutir o caminho de leitura na página. Utilizando dados do *Eye-Trac Research*, onde um equipamento semelhante a um óculos que rastreia, em tempo real, os movimentos dos olhos das pessoas que se submetem ao teste, ele propõe que nas páginas existem sempre um Centro de Impacto Visual (C.I.V)<sup>6</sup>. A partir destas análises, foi constatado que o primeiro local para onde os leitores dirigem seus olhares é para a fotografia, independente de cor. Na sequência, “...após olhar a foto principal primeiro, os leitores normalmente são atraídos pela cor na página – em todo o resto ou pontual – mesmo que isso signifique mover por toda a página”<sup>7</sup>(GARCIA, 1990, p.123).

O autor propõe que as páginas tenham sempre um C.I.V e para não deixar as páginas estáticas, é possível criar tensionamentos entre elementos que guiem o olhar do receptor da maneira como o *designer* desejar:



**Figura 4 – Exemplo de Centro de Impacto Visual**

As ilustrações demonstram a utilização de duas formas distintas de C.I.V. para dar dinamismo à página, fazendo com que a composição deixe de ser estática ou monótona. Para GARCIA (1990), a existência dos pontos de impacto deixa o leitor sem

<sup>5</sup> *el recorrido visual se hace en el mismo sentido que el giro de las agujas del reloj. Este primer tipo podría denominarse de 'lectura circular' o 'envolvente'.*

<sup>6</sup> No original: Center of Visual Impact (C.V.I)

<sup>7</sup> ...after visiting the main photo first, readers usually were attracted to the color on the page – process or spot – even if it meant moving the fold.

saber como irá ser o caminho a ser percorrido na página de forma antecipada. “Por isso, ele pode ser atraído por uma zona de primeira página em primeiro lugar, a partir do qual ele pode prosseguir. Ele pode mover-se de cima para baixo e da esquerda para a direita (a ordem de preferência), mas também se move de baixo para cima e da direita para a esquerda”<sup>8</sup> [tradução nossa] (GARCIA, 1990, p.138-139)

O *designer* teria liberdade para propor os caminhos que achar melhor e mais interessante, tomando o cuidado para que o C.I.V não se isole do restante da capa. Diante das perspectivas, autores como RUIZ (2002) e ITULE & FINBERG (1990) parecem caminhar para uma solução que atenda a um “meio termo” entre as duas concepções de leitura da página. ITULE & FINBERG destacam que independente da forma como os olhos irão ler a página, é preciso haver um elemento visual dominante para assegurar que as notícias mais importantes serão lidas. Esse elemento tanto pode ser uma foto, espaços em brancos, cores, boxes, entre outros recursos tipográficos. E os autores ainda completam que “mais do que um elemento pode ser usado na página, porém, apenas um deve ser o dominante. Se o elemento visual dominante é horizontal, um elemento vertical deve ser usado em outro local da página para manter o equilíbrio e o contraste. Elementos visuais devem ser usados como tipos, em várias formas e tamanhos”. [tradução nossa] (ITULE & FINBERG, 1990, p.45)

Já RUIZ (2002) afirma que as teorias devem aprender a conviver, pois, para ele, uma conciliação entre os dois formatos de percepção é impossível. O autor afirma ser irrefutável a proposição de ARNOLD (1965) de haver um sentido de leitura pré-fixado, mas também não descarta a existência de pontos da página responsáveis por chamar a atenção e mesmo criar a tensão visual necessária para o movimento do olhar.

Essa última proposição atende melhor aos requisitos esperados para a primeira página de um jornal impresso. O sentido de leitura pré-fixado na cultura ocidental não pode ser desconsiderado principalmente pela formação cultural presente desde os primeiros dias de vida. E os pontos de atração, como fotos e cores em capas de jornais também influem e interferem na percepção visual dos leitores. Cada página seria um caso diferente a ser analisado. Dependendo do desenho gráfico atribuído à publicação, hora poderemos ter centros de impacto em capas pôster ou naquelas onde grandes fotos seduzem mais visualmente que os próprios textos escritos. Também haverá casos onde a

---

<sup>8</sup> “Consequently, he may be attracted to one area of the front page first, from which he may proceed. He may move from top to bottom and left to right (the preferred order) but will also move from bottom to top and right to left”.

leitura se dará da esquerda para direita, especialmente naqueles onde a foto está situada no chamado “ponto de entrada”, no canto superior esquerdo da página. Por isso, não descartaremos nenhum dos caminhos propostos pelos autores para o percurso do olhar do leitor, e iremos utilizar aquele que for mais adequado conforme o desenho da página a ser analisada, realizando as devidas explicações e fundamentações que motivam cada escolha caso a caso.

Outro fator que não pode ser desconsiderado nos jornais investigados é o formato utilizado por essas publicações. O tabloide, para GARCIA (1990, p.214), permite maior exploração destes elementos gráficos, fazendo de suas capas tanto no formato de “revista”, onde há uma ênfase na fotografia ou nas ilustrações, ou produzindo seu desenho como um jornal regular, com várias manchetes, fotos e ilustrações dividindo o espaço. Todos os recursos gráficos disponíveis para os jornais fazem deste um dispositivo “para ler e para ver” (GRUSZINSKY, 2007, p.145), uma vez que “a leitura não consiste na análise visual de todos elementos gráficos que figuram na página impressa, e a Gestalt, anteriormente apresentada, alinha-se a essa perspectiva”. (GRUSZINSKY, 2007, p.144)

Tanto o *SN* como o *JN* fazem uso do C.I.V em suas capas, tornando-as mais atraentes e aproximando os elementos do trágico ao esporte e ao erotismo:



Figura 5 – Exemplo de Centro de Impacto Visual no SN

As setas indicativas na figura acima demonstram três possíveis tensões provocadas pelo C.I.V, tomando como ponto de entrada a figura maior e à direita de Andrea de Andrade que dialoga diretamente com a imagem de Ronaldinho Gaúcho no

topo da página e com a fotografia da devastação provocada pelo furacão Sandy, nos Estados Unidos. Em todos os caminhos o olhar do leitor vai se encontrar com a tragédia e é impossível ignorar a manchete principal “*Mata pai, tia e põe fogo na ex*”, grafada em letras garrafais e acompanhada de um fundo cromático vermelho. A construção do diagrama da página é facilitada pelo formato reduzido de tabloide, condensando em espaço menor todas as informações e permitindo que o olhar do leitor percorra mais facilmente a capa em busca das informações.

Procedimento semelhante é encontrado em edições do JN. Com o mesmo formato de publicação e utilizando vários elementos da linguagem gráfica, é comum encontrar no jornal tensões visuais geradas a partir do Centro de Impacto Visual com a utilização de imagens de tamanhos diferentes que criam uma dinâmica de leitura ao se estar diante da página. O percurso do olho no momento da leitura da página provoca também o encontro e aproximação dos elementos da tríade temática. É como se fosse impossível não estar diante do trágico ou do esporte e do erotismo:



Figura 6. Exemplo do C.I.V no JN de 15.12.2012.

Pelo menos duas tensões podem ser estabelecidas a partir das imagens publicadas na capa. Se o ponto de entrada for o canto superior direito, onde uma bela modelo encara o leitor, a tensão visual o levará para a fotografia maior no canto inferior esquerdo. Ali temos a imagem de uma avenida acompanhada da manchete “*Atropelamento mortal e fuga em passadeira*” provocando a aproximação quase que imediata entre o erotismo e o trágico. Se considerarmos que o impacto visual é iniciado

pela foto maior, além do caminho que se encontra com a modelo, temos ainda a possibilidade de passar o olhar pelo noticiário esportivo antes de alcançarmos o erotismo. A disposição de elementos tais como fotografias, linhas, espaços em branco e cores na capa atuam de forma direta na aproximação entre as manchetes que compõem a Tríade Temática.

O caminho percorrido pelo olhar do leitor sugerido na composição das capas dos tabloides, somado à temática recorrente e a todos os elementos gráficos e textuais da página nos permite traçar inferências de como se dá a construção do mundo sugerida pelos jornais a seus leitores.

É por meio desse aparato teórico, somado à seleção de um número viável de capas dos jornais *Super Notícia* e *Jornal de Notícias* é que procederemos, a partir desse ponto, as análises necessárias para a nossa compreensão de como se dá a reconstrução do mundo por meio dos leitores brasileiros e portugueses quando estão diante de jornais populares em seus países.

### **1.1.1 - Composição da tríade temática na capa do SN e JN**

Para que possamos entender como se dá a existência dos elementos do que chamamos de tríade temática, é preciso destacar quais aparatos teóricos sustentam essa proposição que utilizaremos durante a pesquisa para discutir a presença do trágico, do erotismo e do futebol nas capas dos jornais populares. Mais do que apenas estratégias mercadológicas, a existência dessa tríade se dá no âmbito comunicacional a fim de transmitir mensagens e atuar na percepção de mundo dos leitores.

Nessa perspectiva, em pesquisa voltada ao jornalismo popular desenvolvida primeiramente pelo professor Ricardo Duarte Gomes da Silva (2007)<sup>9</sup>, da Universidade Federal de Viçosa, da qual passamos a integrar como pesquisador desde 2011, estabeleceu-se o enfoque no aspecto comunicacional da capa dessas publicações.

Partindo inicialmente da análise do SN e “*Meia Hora de Notícias*”, do Rio de Janeiro, que apresenta características totalmente identificáveis como jornal popular, “com o objetivo de identificar os desdobramentos da questão – o como e o porquê da

---

<sup>9</sup> As pesquisas foram iniciadas pelo professor ainda em 2007 com o estudo do espetacular e o sensacional nas capas do jornal “Meia Hora”. Posteriormente, influenciado pelos estudos do Grupo de Pesquisas em Imagem e Sociabilidade (GRIS/UFMG), foi publicado artigo completo no 1º Colóquio Internacional Imagem e Sociabilidade da UFMG, depois no Intercom Sudeste e resumos nos Simpósios de Iniciação Científica da UFV.

existência do comunicacional na capa desses jornais – nosso recorte ainda preliminar se deu pela perspectiva pragmática da comunicação”. (DUARTE, PORTARI, 2011)

Ao observarmos as publicações por meio do “*como*” ocorre a comunicação entre elas e seus leitores, os elementos nos levaram a uma *comunicação possível* ou *tentativa*, com recorrência nos encaixes argumentativos que nos mostraram indícios enquadrados pelas mesmas editorias, seja na tipografia, *design* do *layout* da capa ou na seleção das imagens para ilustrar suas capas. Por meio dessa verificação, chamamos a recorrências dos elementos e editorias em suas primeiras páginas de *tríade temática*, que consiste na repetição sucessiva de temáticas comuns às capas dos jornais populares:

Observamos o movimento recorrente das mesmas seções, dos mesmos temas, em encaixes argumentativos dentro dos módulos informacionais. Essa estrutura denota uma intenção de comunicação como tentativa de relação com o leitor, nisso a primeira página do periódico funciona como um espaço de constituição e organização da relação. As figuras, atreladas a um sentimento no campo do sensível, reforçam valores e revelam traços culturais da sociedade: as figuras femininas ao sentimento de “erotismo”; as figuras masculinas ao sentimento heroico e viril dos jogadores de futebol; as figuras do policial e dos suspeitos presos ao sentimento do risível, do sarcástico, da “justiça” (ou como disse certa vez Muniz Sodré, do “grotesco”). (DUARTE; PORTARI, 2011, p.4)

Partindo das verificações alcançadas por meio dessa primeira experiência com o jornalismo popular e a observância que os três temas constituintes da tríade temática ocultam o que John Dewey (1991) chama de “significado ideal”<sup>10</sup>, verificamos a necessidade de aprofundamento nos estudos, buscando as raízes históricas para a recorrência dos temas nas capas e, mais que isso, quais as significações culturais que a presença do trágico, esportes e erotismo podem provocar nos leitores que estão diante de suas capas em uma banca, em casa ou mesmo quando, acidentalmente, olham para a capa do jornal nas ruas durante um trajeto de transporte coletivo entre sua casa e o trabalho.

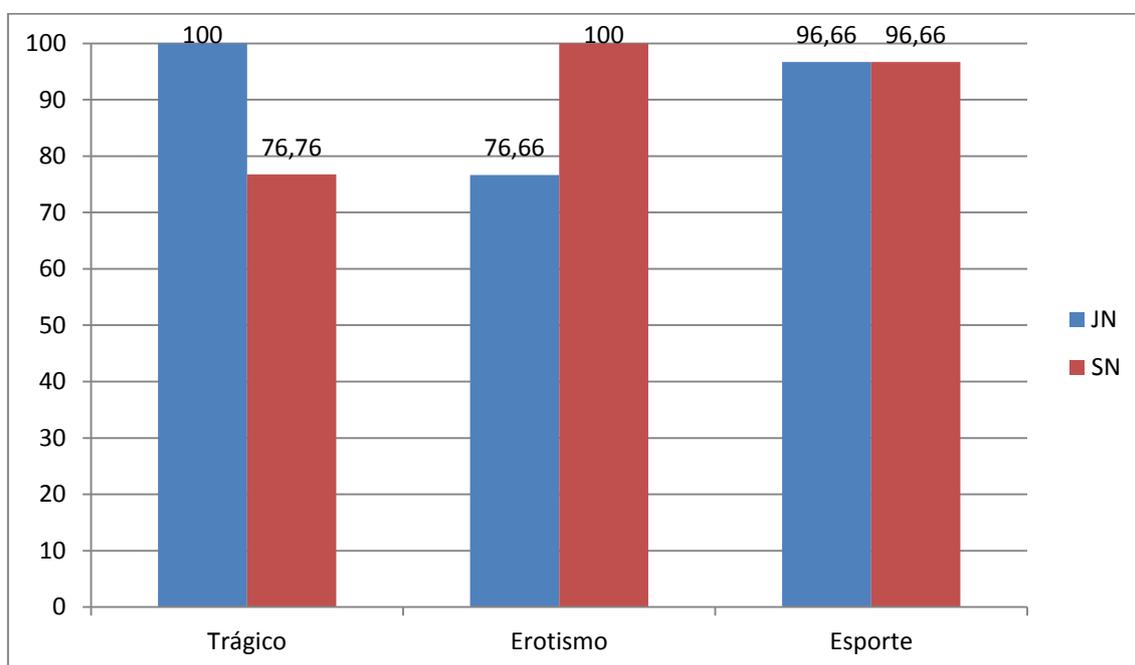
A fim de levar a questão mais a fundo e ao desenvolver a presente pesquisa, surgiu-se outro questionamento: as temáticas do jornalismo popular são recorrentes apenas no Brasil ou podemos verificar sua existência em outros continentes. Provocados

---

<sup>10</sup> Entendemos por “significação ideal” aquela que nos aproxima da experiência primária no sentido de John Dewey: as significações que nos fazem saber algo em sua essência, sobre as idéias por trás das coisas dadas e vistas de modo imediato e sem reflexão. O sujeito alcança a “significação ideal” através da sua experiência com outras experiências primárias, que já se encontram desenvolvidas em torno dos objetos no mundo.

por esse questionamento, optou-se o recorte pelo *SN* e *JN* pelas características já mencionadas anteriormente.

Notamos que a tríade temática se faz presente tanto na publicação brasileira como na portuguesa, como podemos observar nos seguintes resultados obtidos por meio, inicialmente, da observação empírica e, posteriormente, por meio da quantificação dos resultados. Para se chegar aos números que nos apresentam uma tríade temática composta pelas tragédias (marcadamente tomadas como noticiário policial), esportes (com grande predominância do futebol) e do erotismo (com homens e mulheres seminus) nas capas, adotamos o seguinte recorte: “construímos” 30 dias da publicação a partir de dias alternativos. Iniciando pela edição do dia 1 de maio de 2011 (data em que o *corpus* da pesquisa foi definido), seguido pela edição de 2 de junho de 2011, 3 de julho de 2011, 4 de agosto de 2011 e assim, sucessivamente, entre o mês de maio de 2011 e março de 2013, até ao total de 30 edições de ambas as publicações, totalizando 60 capas a serem analisadas. Para chegar-se à tabela consideramos a frequência com que os assuntos da tríade temática se verificam nas capas<sup>11</sup>. Com esses dados em mãos chegamos aos seguintes totais apresentados no gráfico a seguir:



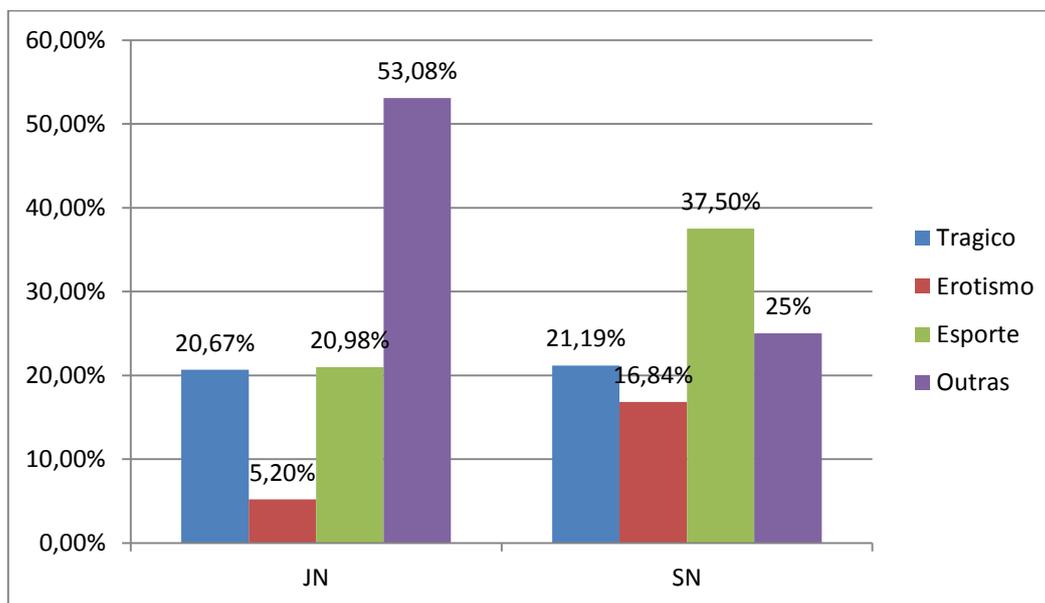
**Gráfico 1 – Amostragem da presença da tríade temática nas capas do JN e SN em %**

<sup>11</sup> Optamos por esse recorte pelo fato de que, normalmente, erotismo e esporte vêm em manchetes únicas, acompanhadas de foto, e a discrepância entre a comparação desses assuntos com o trágico ou com outras editorias, como política ou cultura, seria grande, uma vez que essas editorias comumente apresentam duas ou três pequenas chamadas na capa, sem fotos, a fim de garantir a “continuidade da vida cotidiana” (MARTINS, 2011, p.95)

A frequência dos elementos da tríade temática nas capas dos jornais demonstra certo grau de repetição dos temas em suas capas, chamando atenção para dois dados que se revelam interessantes: no jornal de Portugal o trágico se fez presente nas 30 edições analisadas, enquanto que o *SN*, para nossa surpresa, demonstrou um percentual menor da presença de violência e morte em suas primeiras páginas. Da mesma forma, o erotismo se fez presente em todas as capas da publicação brasileira. A igualdade na porcentagem no que tange à presença do esporte na capa também revela comportamentos editoriais similares entre as duas publicações.

Para além da frequência dos elementos da tríade temática na capa dos jornais, optamos ainda observar qual a predominância desses temas entre todas as manchetes publicadas diariamente pelos jornais, já que é preciso conservar a normalidade do cotidiano. Dessa forma assuntos de outras editorias<sup>12</sup> se farão presentes, seja política, cultura, entretenimento, entre outras. A partir dessa observação, chegamos às seguintes proporções de manchetes publicadas nas capas:

**Índices de incidência de chamadas na capa por editoria**



**Gráfico 2 – Índice de incidência de chamadas na capa por editoria**

<sup>12</sup> Para fins de análise, enquadrámos os números relativos à tríade temática, considerando como “tragédia” apenas manchetes que envolvam violência/morte; erotismo apenas manchetes que tenham marcadamente a presença do erotismo; e como esporte qualquer tipo de modalidade esportiva noticiada em capa. Os demais temas de editorias, como polícia (onde temos prisões, júris, etc.), política, entre outros, foram englobados sob a legenda de “outros” em nosso gráfico.

Ao analisarmos o percentual de presença dos temas da tríade temática em relação a chamadas de outras editoriais, lança-se uma luz diferenciada em nosso grau de análise. Isso porque, a priori, o *JN* traria uma gama muito maior de assuntos variados do que os elementos ligados à própria tríade, porém, a presença certa dos temas da tríade nas capas de ambas as publicações, somado ao fato de que elas se apresentam quase sempre como manchetes principais em suas capas, justificam a diferença nos números obtidos. Para uma manchete principal, com ou sem foto, somam-se outras quatro ou cinco de assuntos variados, como podemos observar na capa do *JN* a seguir:

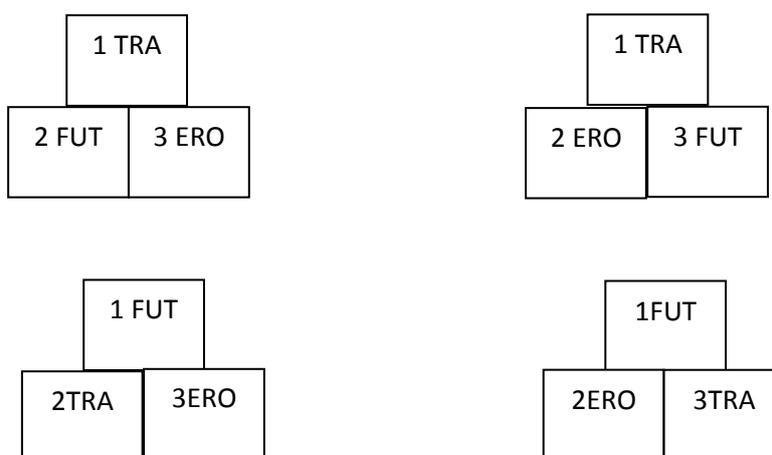


Figura 7 – Exemplo de exposição de temas nas chamadas de capa

Apenas a título de ilustração, a figura demonstra o porquê da disparidade entre o percentual de chamadas sobre o trágico, erotismo ou esporte em relação às demais editoriais. No caso em tela, para uma chamada acerca de violência, temos outras 10 (uma entrevista e nove outros assuntos) diferenciados, demonstrando como a proporção é apresentada na capa do jornal. Mesmo por esse viés, é possível demarcar a presença do trágico de forma clara e precisa no cotidiano dos leitores. A partir dos dados obtidos pela Tabela 1, onde se demonstra a frequência da tríade temática nas capas dos jornais populares, temos que “na repetição, lidamos com um “curto-circuito” espaço-temporal que confere todo o seu peso à concretude do vivido social”. (MAFFESOLI, 1984, p.83)

É por meio desse artifício que verificamos como a concretude do vivido social constrói-se o cotidiano dos leitores, vende-se pela primeira página o mundo em mosaico, em retalhos, onde a tríade sempre se mostra presente de forma intensa: por mais que tente se escapar dela, o simples “olhar” para a capa do exemplar já o “captura”.

Se por um lado temos a repetição verificada e também a presença incontestes desses elementos no jornalismo popular, temos o seguinte diagrama de representações que sistematiza as variadas maneiras de como o trágico, o esporte e o erotismo surgem nas primeiras páginas dos jornais:



São a partir dessas considerações acerca da *tríade temática* e suas apresentações no jornalismo popular que partiremos para as análises do jornal popular. Os procedimentos metodológicos apresentados nos permitem desdobrar cada um dos conceitos de forma mais aprofundada a fim de entender como a somatória de violência e morte (materializadas como trágico), erotismo e futebol atuam no processo de produção do jornal popular e garantem a eles os títulos de líderes de venda, seja no Brasil ou em Portugal.

## 1.2 - O mundo do leitor segundo o *Super Notícia*

Situado em Belo Horizonte e considerado o de maior tiragem diária segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), o jornal *Super Notícia* traz características marcadamente populares em seu preço de capa, textos, cores e imagens, além da Tríade Temática em suas edições.

Fora do principal polo de produção midiática no Brasil – situado no eixo Rio-São Paulo – e com circulação mais restrita em relação a publicações como Folha de

S.Paulo ou o jornal O Globo, o *SN* tem suas atenções voltadas especialmente para um noticiário “bairrista”, raramente dispendendo espaços em sua página para eventos de relevância nacional, internacional ou mesmo que ultrapassem os limites geográficos da região metropolitana de Belo Horizonte. No espaço das páginas do jornal, temos conflitos e soluções que interessam diretamente a todos os leitores, tornando-se local de passagem do privado para o público, ancorando os indivíduos no grupo social (Tétu, 1997).

Vendido nas esquinas, em bancas de jornal e revistas, padarias e bares, o jornal não oferta a seus leitores a “assinatura” diária, obrigando o leitor a uma participação ativa para encontrar o conteúdo da publicação: quem quiser ler o *SN* deve comprar ou no mínimo pegar emprestado um exemplar. Editores e jornalistas já levam em consideração o contexto onde as notícias circularão e projetam os leitores<sup>13</sup> que estarão diante de seu noticiário, permitindo tecer narrativas com a devida preocupação na escolha de cores, palavras e imagens que atendam ao contrato de comunicação pré-estabelecido. Aí estão em jogo a credibilidade que parte da organização interna da publicação bem como do universo cultural de referência e como as reconstruções propostas poderão operar e serem percebidas pelo seu leitor em seu universo cultural. Parte-se para a reconstrução de mundos por meio das publicações valendo-se de temas comuns ao universo popular. Trágico, esportes e erotismo, materializados nas capas, são facilmente identificáveis e reconhecíveis e podem fazer parte das conversas do dia a dia travadas em casa, no trabalho ou durante uma cerveja gelada num dos bares da capital.

Ao comprar o jornal, o leitor leva para dentro de seu contexto diário o trágico, materializado nas mortes e tragédias, inserindo uma “dose” a mais de sensações em seu cotidiano. Da mesma forma ele também leva a efervescência dos atletas e dos corpos erotizados, adicionando sensações extras a seu cotidiano.

Para que possamos aprofundar nas narrativas construídas pelo *SN* no dia a dia, propomos uma observação em suas capas durante uma semana de duas formas: a

---

<sup>13</sup> Vale lembrar, nesse ponto, que a projeção de quais serão esses leitores não significa que, necessariamente, apenas aquele nicho de leitor terá contato com a publicação ou será seu comprador. Porém, não podemos desconsiderar a importância do público-alvo projetado por editores e pela empresa. Essas escolhas interferem na construção da capa, como observamos durante pesquisa de mestrado (PORTARI, 2009). Márcia Franz Amaral (2004) também observa como se dá esse processo de antecipação tanto pela publicação quanto do leitor: “Por antecipação, o jornal projeta um leitor e estabelece suas estratégias com base nele. Por sua vez, o leitor também projeta um jornal e imagina o que a publicação deve dizer e como deve dizer. Tanto o emissor quanto o destinatário atribuem lugares a si mesmo e um ao outro e constroem imagens de seu próprio lugar e do lugar do outro. Ou seja, o emissor antecipa as representações do receptor e com a antevisão do imaginário do outro, funda estratégias de discurso. Trata-se de uma antecipação das relações de sentido (AMARAL, 2004, p.84)

primeira em dias “construídos” por edições aleatórias de meses subsequentes seguindo o ordenamento da semana, partindo de segunda e chegando até ao domingo. A segunda forma foi a de recortar os sete dias da semana “seguidos”, ou seja, uma semana fechada dentro de um determinado mês selecionado dentro o período que compõe o *corpus* da pesquisa. Assim, para a primeira situação, foram selecionadas as seguintes capas do *SN*:



Figura 8 - Super Notícia de 2.1.2012

Figura 9 - Super Notícia de 3.2.2012

Figura 10 - Super Notícia de 4.3.2012

Figura 11 - Super Notícia de 5.4.2012

Figura 12 - Super Notícia de 6.5.2012

Figura 13 - Super Notícia de 7.6.2012

Figura 14 - Super Notícia de 8.7.2012

Basta uma simples leitura para notar a repetição mesmo em capas aleatórias com a tríade explícita e destacando o trágico: as duas oportunidades onde não foi o “assunto do dia” se deram em datas subsequentes às rodadas dos campeonatos de futebol. As equipes de maior torcida do futebol mineiro, Cruzeiro e Atlético Mineiro, são destacadas em manchetes que acompanham fotos e cor de fundo que remete diretamente às equipes: o azul e o preto<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Retomaremos o tema das cores nos capítulos 2.2 e 4.4.

Nas demais datas é o trágico que toma conta do local destinado ao “prato do dia”. A morte, mesmo quando noticiada, não é a preocupação principal, mas a dinâmica em que ela ocorre: estrangulamento, cochilo ao volante, capotamento, facadas ou na perseguição policial. O erotismo também se encontra nas capas aleatórias em trajes íntimos, de gala e no seminú. Numa amostragem, temos o seguinte quadro:

<b>Dia</b>	<b>Tema</b>	<b>Manchete</b>	<b>Cor</b>	<b>Fotografia?</b>
2/01	Morte	Morta a facadas na noite da virada	Preto	Não
3/02	Morte	Polícia caça empresário que matou a mulher	Preto	Sim
4/03	Esporte	Cruzeiro vence a 4ª seguida e pressiona os rivais	Azul	Sim
5/04	Morte	Assaltante estrangulado em motel	Vermelho	Sim
6/05	Morte	Motorista bêbado capota carro e mata jovem	Preto	Sim
7/06	Esporte	Sem Ronaldinho Galo empata	Preto	Não
8/07	Morte	Tragédia em um cochilo	Preto	Sim

**Tabela 1 – Manchetes principais por edição**

A sistematização das manchetes principais nos revela a predileção pela morte, que só é interrompida pelo esporte em dias que sucedem as rodadas dos campeonatos Mineiro e Brasileiro. A economia cromática também é claramente manifesta, sendo o preto a cor que acompanha normalmente morte e do luto, o vermelho reservado apenas à manchete onde o personagem principal é um assaltante. No esporte temos o uso de cores totêmicas: o azul para a manchete do Cruzeiro e o preto para o Atlético Mineiro. Invariavelmente o jornal confirma a existência da tríade temática em suas capas.

Ao propor, dia após dia, reconstruções de mundo muito semelhantes, o jornal entra num eixo cíclico e provoca um “eterno retorno do mesmo” (MAFFESOLI, 1984). O mundo construído pela publicação e ofertado ao leitor gira em movimento de rotação, seu eixo é contínuo e incessante, sem que haja avanços: independente de qual situação o leitor se encontre, ele sempre estará diante da tríade temática. É como se a dinâmica da vida ordinária pudesse ser sistematizada e observada apenas por esse viés. Mesmo por força do contrato de leitura proposto antecipadamente, quem lê habitualmente o jornal está diante de um *fatum* inexplicável: a dinâmica e a certeza da morte, mesmo com

motivos para vibrar com o seu time de futebol favorito ou se deliciar com as curvas das modelos que se oferecem para os leitores.

Porém, quando nos atentamos para as narrativas, para as histórias que se tecem acerca desses acontecimentos, observamos que, menos que falar da morte, essas narrativas têm seu foco e estruturam seus relatos contando outros acontecimentos, como, por exemplo, as histórias das vidas dos que morreram, a dor dos que ficam, o descaso das autoridades, a descrição da circunstância que levou à perda da vida, as investigações sobre as possíveis causas, aspectos mais gerais que situam os óbitos em quadros explicativos mais amplos, como a situação dos hospitais, o tráfico de drogas, etc. (LEAL, 2012, p.91)

Até mesmo a publicidade e os brindes ofertados pelo jornal por meio de promoções e cupons impressos provoca essa situação, já que, para fazer jus ao prêmio ofertado é preciso colecionar dezenas de selos, implicando forçosamente na compra do jornal e, por consequência, mais contato com a tríade temática. A regularidade da presença da tríade no âmbito do *SN* pode ser verificada também nas edições em sequência no período entre os dias 1 de 7 de outubro de 2012:



Figura 15 - Super Notícia de 4.10.2012  
 Figura 16 - Super Notícia de 5.10.2012  
 Figura 17 - Super Notícia de 6.10.2012  
 Figura 18 - Super Notícia de 7.10.2012  
 Figura 19 - Super Notícia de 8.10.2012  
 Figura 20 - Super Notícia de 9.10.2012  
 Figura 21 - Super Notícia de 10.10.2012

O leitor que acompanhou o jornal dia após dia nessa semana, mesmo em se tratando de uma semana que antecedeu a disputa eleitoral municipal em 2012, teve em seu repertório os seguintes assuntos e manchetes principais:

<b>Dia</b>	<b>Tema</b>	<b>Manchete</b>	<b>Cor</b>	<b>Fotografia?</b>
1/10	Morte	Mulher é morta e dilacerada por cães	Azul	Não
2/10	Violência e Morte	Requintes de Crueldade	Vermelho	Não
3/10	Violência e Morte	Motorista morre em assalto a busão	Preto	Não
4/10	Morte	Comício termina em morte	Azul	Não
5/10	Violência	Polícia captura Roni Peixoto	Vermelho	Sim
6/10	Violência	Três sequestros assustam mineiros	Preto	Não
7/10	Esporte	Galo faz 6 a 0 com show de R49	Verde	Sim

**Tabela 2 – Manchetes principais por edição**

Apesar da iminência das eleições a política só aparece na manchete principal associada ao assassinato de um candidato a vereador em pleno comício. Da mesma forma, o erotismo não ganha o *status* de assunto do dia na capa em nenhuma oportunidade, mas se mantém presente no tensionamento com a morte e violência. Textualmente, o mundo apresentado é dominado pelo trágico, tendo apenas o final de semana para um alívio com o esporte destacado, como se o leitor precisasse também descansar sua mente.

O expediente do jornal em privilegiar o trágico e a morte se repete. Seja para o leitor esporádico, que compra o jornal uma vez por mês, seja para o habitual, que segue a publicação dia após dia, mudam-se os personagens, mas as dinâmicas temáticas permanecem as mesmas. Não há praticamente um dia sequer onde morte e efervescência não se encontrem. O jornal alerta e diz em alto e bom som: esse é o mundo em que você vive e é nele que você está inserido. Junto com a morte está a euforia do futebol e o erotismo das mulheres.

Essa reconstrução do cotidiano atinge a todos, uma vez que as leituras podem até mesmo ser involuntárias, como destaca Gonzalo Abril (2007) ao afirmar que os textos verbo-visuais podem ser percebidos mesmo com o simples passar por essas páginas diante de uma banca ou por uma lixeira. A percepção é sempre ativa e a compreensão dessas informações faz parte do processo natural de decodificação do mundo. As capas do *SN* se assemelham as páginas de Internet, hipertextuais por natureza. Diferentes

assuntos são ligados uns aos outros por meio da invasão de espaço: o corpo erotizado se encontra com a morte, o assaltante que se encontra com o atleta do futebol, o erotismo e o futebol que dialogam entre si pelo posicionamento desses elementos no *layout*. É o que Abril destaca ser uma fragmentação funcional e modular, de estrutura não linear para antecipação de práticas e hábitos de recepção na própria estrutura dos conteúdos visuais. Trata-se de um “ecossistema textual que se forma a certos *formatos psicotécnicos*”, onde é possível “o controle de atenção do leitor e o manejo da eficácia perceptiva e estética de fornecer o prazer visual que se prima sobre outras possíveis regras colocadas no discurso”<sup>15</sup> (ABRIL, 2007, p.100 – tradução nossa, grifo do autor).

Para reforçar essa leitura temos a economia de sinais cromáticos percebidos pelo simples confrontar das primeiras páginas aqui apresentadas. Morte e violência carregam o vermelho e o preto e, esporadicamente, o azul, condicionado às imagens e outras manchetes a serem dispostas na capa. O esporte é representado pelo verde ou pelas cores das principais equipes mineiras, enquanto o erotismo é sempre cercado pelo amarelo com tarja rosa. Essa profusão de cores, fotografias e textos apresentam um mundo cíclico sem uma grande narrativa e com o noticiário esgotando em si mesmo. “A fragilidade das coisas, o sabor amargo do nada, o drama da sobrevivência, eis todas as coisas que tecem a melancolia já mencionada e que, ao mesmo tempo, impedem o nivelamento imposto pela ideologia da felicidade”. (MAFFESOLI, 1984, p.94) As sensações esgotam-se em si na capa do jornal: pode estar na felicidade ofertada no futebol – seja na vitória ou na derrota do adversário -, nos corpos prontos para serem consumidos, ou mesmo diante da morte. A narrativa tecida na capa do jornal é começo, meio e fim. Não é preciso abrir as páginas internas para dar conta desse cenário. É dispensável a leitura dos textos para se enquadrar no mundo construído pelo jornal, ou seja, o mundo de repetição.

Some-se a isso o percurso do olhar do leitor ao ler a capa de um jornal. Ele é traçado por meio de várias estratégias para guiar a leitura mesmo que ela aconteça inconscientemente. O C.I.V permite-nos avaliar qual seria uma das narrativas propostas. Retomemos como exemplo a figura do dia 3 de outubro de 2012:

---

<sup>15</sup> No original: “a un ecosistema textual que se conforma a ciertos *formatos psicotécnicos* [...] el control de la atención del lector, e manejo de la eficacia perceptiva y estética y el suministro de placer visual priman sobre otras posibles reglas de puesta en discurso”.



Figura 22 - Super Notícia de 3.10.2012

A organização da página é essencialmente horizontal, com blocos retangulares no topo e rodapé e retângulos verticais ao centro. No quadrante superior temos a manchete principal: “*Motorista morre em assalto a busão*”. O jornal, em seu ato de fala, procura se aproximar do universo do leitor ao qual se dirige e busca palavras que fazem parte do repertório de seu leitor imaginado. Estando em Belo Horizonte e dirigindo-se a camadas populares, não é de se estranhar que a palavra *busão* seja utilizada como sinônimo de transporte coletivo. “Na realidade, toda palavra comporta duas faces. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede de alguém, como pelo fato de que se dirige para alguém. [...] Através da palavra, defino-me em relação ao outro, isto é, em última análise, em relação à coletividade” (BAKHTIN, 1992, p. 113).

O texto retoma a dinâmica de como o motorista encontrou a morte, se ocupando de como ela ocorreu do que do ato de morrer em si. À esteira de Susan Sontag (2003), para quem se deveria olhar para a fotografia de um crime ou crueldade para refletir e reagir sobre a questão, o mesmo poderia ser esperado por parte de quem lê a manchete. Mas, a reação é adversa a essa expectativa e “suscita, na verdade, um interesse lascivo” (SONTAG, 2003, p.80). Esse interesse lascivo leva à compra do jornal e faz com que o bloco de texto horizontal em conjunto com a cor do luto (preto) produza sentidos para quem está “diante da dor dos outros” (SONTAG, 2003).

Porém, como se dá a leitura da página por meio do olhar dos receptores? Conforme o C.I.V, uma das estratégias para guiar o olhar é criar pontos de tensão na página. Conforme GARCIA (1993) a fotografia principal é o primeiro elemento a

chamar a atenção do olhar em uma página. Somente após passar por ela o olho procura os *boxes* coloridos e se voltar a outros detalhes do *layout*.

Há uma tensão visual estabelecida na capa do *SN* onde o ponto de entrada seria a imagem da modelo Samanta Gomes, representada maior do que qualquer outra imagem da capa. Some-se a isso a pose provocante: pernas cruzadas ao ar, olhar de conquista direcionado para o leitor. O contraste da pele branca com a roupa preta e batom vermelho dão a tônica erótico-sexual proposta pela imagem. Após “entrar” pela fotografia da mulher, o leitor direcionaria então seu olhar para outros aspectos da página, começando pelos fundos coloridos. Levando em consideração o tamanho da manchete da tragédia em relação às outras manchetes – inclusive a do esporte – é de se esperar que o olhar salte da mulher fatal para o trágico, seguindo este movimento:



Figura 23 - C.I.V na capa do Super Notícias

Erotismo e trágico se encontram na dualidade da efervescência do erotismo com a negatividade da morte e colocam o leitor num caminho onde o contexto sugerido é o do cotejamento dos opostos: vida e morte. No meio do caminho, a vibração dos corpos atléticos dos esportistas. Esse encontro entre os elementos da tríade desperta o interesse lascivo e pode atuar na atração do leitor pelo jornal. Desta forma, o tensionamento verbovisual proposto pela capa produz significado, derrama sensações, entre elas, a

oposição entre a excitação do sexo e a dor da morte. “Nenhuma leitura minimamente organizada é desprovida de significação espacial ou temporal. Mesmo que nos elementos de uma página impressa, por exemplo, não haja preocupação com a criação de relações de hierarquia, subordinação, agrupamento, identificação, complementaridade, etc., o sentido tradicional de leitura (da esquerda para a direita e do alto para baixo) valoriza mais algumas áreas do que outras”. (GUIMARÃES, 2003, p.109)

Esse tensionamento passa a ser uma estratégia constante do *SN* para atrair diariamente seus leitores. As válvulas de escape para essa tensão seriam, na capa, a propaganda política ao rodapé da página que dá conta de uma pesquisa onde um candidato a prefeito afirma estar rumo ao primeiro lugar e, no âmbito jornalístico, outras duas manchetes confirmam que o cotidiano é cercado pelo trágico: “*Cachorro é estuprado e torturado até a morte*” e “*Empresário espiava as funcionárias no banheiro*”.

Tensionamentos semelhantes também se verificam quando a foto principal está ligada diretamente ao trágico, como podemos observar na retomada da figura abaixo:



Figura 24 - Super Notícias de 7.6.2012

Apesar de a página ter um estilo misto entre retângulos verticais e horizontais, o ponto de entrada seria a fotografia do caminhão destruído. A morte está ali presente

mesmo sem estar retratada com o corpo do motorista. Mas sabe-se, pela leitura da manchete, o destino fatal ao qual o cochilo o levou. Sendo a fotografia o elemento que mais chama a atenção do leitor na capa de um jornal, tendo ainda o erotismo logo abaixo da imagem do caminhão parcialmente destruído, mais uma vez o encontro entre o trágico e o erotismo se concretiza.

Dessa vez, no entanto, temos o trágico como porta de entrada, enquanto o erotismo aparece como ponto de escape em conjunto com o futebol. “*Tragédia em um cochilo*” dialoga diretamente com a “*Gata mal-humorada*” de Letícia Spiller ao mesmo tempo em que concorre com o “*Cruzeiro fora do G-4*”. Nesse caso, o cotidiano é representado na coexistência entre a tragédia e as manchetes esgotam suas informações em si mesmas.

O trágico também se esgota em si com a certeza de que, no próximo dia, ele estará novamente presente para saltar aos olhos dos leitores da publicação. Não há tempo para uma grande narrativa, apenas espaço para histórias entrecortadas, que terminam muitas vezes apenas na leitura da capa. Os mortos, seus nomes e quem eram, podem ser deixados de lado caso o leitor não disponha de vontade ou tempo de abrir o jornal, procurar a página certa e tirar alguns minutos para a leitura do texto. Não há “gênesis” ou “apocalipse”.

Esse ecossistema textual apresentado pela capa do *SN* onde os assuntos estão todos juntos e misturados permite que se olhe a partir de uma perspectiva mais ampla que se refere a seu modo de citar e se expandir numa rede ligada ao contexto sociocultural onde estão inseridos os leitores. São essas características discursivas presentes na forma como o jornal traz suas notícias e apresenta o mundo ao leitor, onde se detecta traços de reconstrução do cotidiano por meio de suas escolhas editoriais: um mundo onde marcadamente predomina o trágico, e isso o desperta. Manchetes, fotografias e cores não estão isoladas na capa, mas dialogam diretamente entre si e com aqueles que as olham. Quem lê ou simplesmente vê a capa do *SN* não escapa dessa realidade. Mesmo não se dando conta é envolto no contexto apresentado pelo jornal, constituindo assim sua percepção da vida ordinária presente na capital de Minas Gerais.

Essa é a tônica de mundo representada pelo *SN*: um mundo onde a finalidade dos temas se esgota em si mesma. Não há tempo – nem espaço – para que essas histórias possam fluir. Elas devem começar e se encerrar em seu próprio curso, que começa na primeira linha da página e termina exatamente na última letra da mesma página. Mesmo que a leitura seja feita de forma não linear, mesmo que o olhar possa ter a liberdade de

passar por fotografias, fundos coloridos, desviar sua atenção para o homem que está ao lado no ônibus ou ser interrompido pelo chamamento de uma esposa, marido ou filho, a narrativa composta na primeira página deve necessariamente se esgotar em si. “A vida e a morte, o sagrado e o profano, os céus e os infernos, o alto e o baixo, o princípio e o fim, o interior e o exterior, o belo e o feio, o mundo físico, vegetal, animal, humano e divino, tudo se enlaça e se mistura num abraço aglutinante”. (GONÇALVES, 2009, p.24)

É na repetição do trágico, na crise de finalidade, na dor da morte, pela euforia e êxtase que temos a construção do mundo do leitor por meio da capa do jornal. Um mundo sem tempo de se refletir o fato de estarmos diante da morte do outro, marcado pela abundância de sensações e pelo afastamento do leitor daquele que, um dia, em sua morte, se tornou um acontecimento jornalístico. Isso é o que nos diz, diariamente, o *SN*.

### **1.3 - O *Jornal de Notícias* e sua representação do mundo para os leitores**

O jornalismo em Portugal teve início ainda no século XVI com a publicação de folhas noticiosas e *occasionnels*, acompanhando a tendência do que se passava no restante da Europa, como bem destaca Sousa (2000). As primeiras folhas noticiosas só foram surgir, de fato, no século XVII.

Do mesmo modo, tal como aconteceu noutros países da Europa, o século XVII trouxe a Portugal a novidade do jornalismo periódico. O seu primeiro indício foi a publicação ocasional de duas relações pluritemáticas de notícias, em 1626 e 1628, mas, em 1641, graças à necessidade de propagandear a Restauração da Independência, começou a circular no país o primeiro jornal periódico português: a *Gazeta*. (SOUSA, 2000, p.2)

O segundo jornal a circular regularmente naquele país só surgiu em 1663, com o nome de *Mercúrio Português* e com o claro objetivo de relatar, por meio de crônicas noticiosas, os fatos acerca da Guerra da Restauração. Em seu princípio os jornais eram escritos por pessoas sem formação, mas que dispunham de conhecimento e tempo para redigir informações a serem publicadas, situação que prevaleceu até o Século XIX, quando os primeiros profissionais de imprensa começaram a surgir no país

E foi justamente neste século que os jornais noticiosos começaram a circular em Portugal, dentre eles destacam-se o *Diário de Notícias* (1864), *Diário Popular* (1866) e a publicação à qual centramos nossas atenções: o *Jornal de Notícias* (1866).

Sua primeira edição é datada de 2 de junho de 1888 e tornou-se o jornal de maior expansão em Portugal, especialmente após a revolução de 25 de abril de 1974

ocorrida no país. Claramente defensor da região norte do país, a publicação sempre manteve sua sede na cidade do Porto, desde a primeira edição até à atualidade, sendo que por diversas vezes figurou como o jornal de maior tiragem daquele país, quebrando recordes e barreiras de números no que tange à tiragem diária. Para se manter ao longo de mais de um século de existência, manteve um perfil de aproximação com seus leitores, seja por meio da oferta de brindes ou por concursos culturais e campeonatos esportivos, com o intuito de mobilizar a sociedade e reforçar a sua marca junto aos leitores portugueses<sup>16</sup>.

O *JN* é editado na cidade do Porto, em Portugal, tem 125 anos de fundação e de acordo com a página da Internet da publicação e é editado pelo grupo Controlinveste Media<sup>17</sup>. Com tiragem média de 111 mil exemplares diários, de acordo com dados colhidos pela Associação Portuguesa de Controlo de Tiragem (APCT), já foi jornal de maior venda no país, porém, foi ultrapassado por seu principal concorrente, o também jornal popular *Correio da Manhã*, que conta com tiragem média de 120 mil exemplares diários. Os números são expressivos para o país, sendo que o preço de capa é de €0,90 de segunda a sexta, com um pequeno acréscimo aos domingos, quando é comercializado a €1,30. Outra semelhança com o *SN* é o fato de também não estar situado no principal polo produtor de mídia daquele país, a capital Lisboa.

O *JN* traz em suas edições um perfil marcadamente de jornal popular, porém, ao longo do desenvolvimento da pesquisa seu comportamento “popular” no que diz respeito às manchetes principais foi se alterando. Ao iniciar o período de observação empírica, no ano de 2011, a publicação trazia diariamente como manchete principal o trágico ou o esporte, escolhas editoriais semelhantes ao que ocorre ao *SN*. Ao longo do ano de 2012 o jornal começa a optar por um recorte mais voltado às questões que envolvem a crise econômica pela qual o país está passando, centrando sua preocupação para questões de salários, demissões, a *troika* e os atos praticados pelo governo português.

A mudança de comportamento do jornal pode ser verificada nas imagens a seguir, onde é possível perceber como elementos que compõem a tríade temática nem

---

<sup>16</sup> Para mais informações acerca do Jornal de Notícias, consulte: Jornal de Notícias. In Infopédia [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. [Consult. 2013-10-11]. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$jornal-de-noticias](http://www.infopedia.pt/$jornal-de-noticias)>.

<sup>17</sup> O grupo Controlinveste Media é também o proprietário do jornal de referência Diário de Notícias e do jornal esportivo O Jogo, além de editar revistas como Volta ao Mundo e Evasões. O grupo ainda tem investimentos na área de esportes, marketing, publicidade, telecomunicações, produção de conteúdos multimídias, dentre outras atividades.

sempre se materializam em suas capas. Apesar da inversão temática nas manchetes principais, o trágico se mantém presente.



Figura 25 - Jornal de Notícias de 7.5.2011  
Figura 26- Jornal de Notícias de 7.5.2012



Figura 27 - Jornal de Notícias de 3.6.2011  
Figura 28 - Jornal de Notícias de 3.6.2012

Mesmo com essa alteração no comportamento, o trágico não deixou de estar presente em sua capa, porém, o erotismo perdeu espaço se comparado às edições de 2011. Em contrapartida, o esporte, em especial o futebol, manteve seu lugar cativo na capa da publicação, garantindo presença constante durante todo o período de análise. Raras foram as datas em que, por motivos especiais, o jornal deixou de dedicar espaço ao noticiário esportivo.

Em uma aproximação entre o modo de editoração dos jornais populares portugueses e brasileiros seria possível dizer que o *JN* estaria para o *SN* assim como o *Correio da Manhã* estaria para o *Meia Hora de Notícias*, publicado diariamente no

estado do Rio de Janeiro. Por esse motivo nosso recorte se voltou para as publicações não situadas no principal eixo midiático dos países, a fim de elucidar como as publicações igualmente importantes em outros eixos contribuem para a reconstrução do contexto sociocultural onde seus leitores estão inseridos.

Considerando o contexto de publicação do jornal temos processos semelhantes no que tange à escolha das temáticas e formas de se editar o jornal também em Portugal, com antecipação dos leitores por parte dos editores e a confrontação entre mundos ofertados pela publicação e os mundos do leitor em si.

A influência do contexto onde a publicação está inserida é tamanha que a mudança na orientação editorial mostra ser o problema da crise financeira uma preocupação constante dos portugueses e, por consequência, da publicação. Porém, essa alteração refletiu diretamente numa queda de sua vendagem, deixando o posto de líder que ocupava no ano de 2011 para ser o segundo lugar em 2012 e nos primeiros meses de 2013.

Independentemente das questões mercadológicas é possível perceber que o jornal carrega consigo características de publicações populares e, dessa forma, optamos por dois recortes do jornal para identificar quais são as percepções do cotidiano ofertadas por ele a suas centenas de milhares de leitores diariamente. Dadas às circunstâncias, optamos por observar a publicação por dois recortes temporais: uma semana no ano de 2011, no mês de outubro, e outra semana do mesmo mês no ano seguinte. Dessa forma, será possível adentrarmos as variações de comportamento da publicação e ainda verificar a observação de Gonzalo Abril (2007) de que sendo parte de um contexto social, o jornal tende a materializar em suas páginas um ecossistema cultural que vai refletir necessariamente em seu discurso e, portanto, na narrativa construída pelos editores para seus leitores. A partir dessa observação, apresentam-se as seguintes capas compreendidas entre os dias 9 e 17 de outubro de 2011:



Figura 29 - Jornal de Notícias de 09.10.2011

Figura 30 - Jornal de Notícias de 10.10.2011

Figura 31 - Jornal de Notícias de 11.10.2011

Figura 32 - Jornal de Notícias de 12.10.2011

Figura 33 - Jornal de Notícias de 13.10.2011

Figura 34 - Jornal de Notícias de 14.10.2011

Figura 35 - Jornal de Notícias de 15.10.2011

As manchetes principais apresentadas pelo jornal demonstram uma pequena variação de temas quanto a seu conteúdo, porém, sem prejuízo para a materialização da

tríade temática. Independente da manchete principal, a morte está ali dentre os acontecimentos que merecem distinção na página.

<b>Dia</b>	<b>Tema</b>	<b>Manchete</b>	<b>Cor</b>	<b>Fotografia?</b>
9/10	Morte	Milagre no IP6: mãe morre e cesariana salva bebê	Sem fundo	Não
10/10	Violência	Prata salva família de ourives	Sem fundo	Não
11/10	Violência	5 jovens espancados por 5 polícias à paisana	Sem fundo	Não
12/10	Economia	IVA ameaça 54 mil cafés e restaurantes	Sem fundo	Não
13/10	Economia	260 mil pensões cortadas	Sem fundo	Não
14/10	Economia	Orçamento do Estado para 2012	Vermelho	Sim
15/10	Economia	Hospital pagou a médico 644 mil euros num ano	Sem fundo	Não

**Tabela 4 – Manchetes principais por edição do Jornal de Notícias**

Há certo equilíbrio na distribuição ao longo da semana do tema que comporá a manchete principal do jornal. Dos sete dias separados, violência e morte é o prato do dia em três oportunidades subsequentes, enquanto os demais dias giram em torno de economia e política. Percebe-se, na manchete principal, uma predileção pelo fundo neutro, porém, a cor continua presente em outros *boxes* pelas páginas, delimitando áreas e temas dentro de seus “quadrados”. Da mesma forma, somente em uma oportunidade temos a presença de uma imagem fotográfica acompanhando a manchete principal do jornal. Em contrapartida, o erotismo se faz presente em todos os sete dias recortados, com a presença especialmente de mulheres em roupas íntimas. Apenas em uma oportunidade o erotismo é atribuído à figura masculina, no caso, o jogador Simão Sabrosa, destaque pela publicação por usar um sapato da marca Prada de €580, preço considerado alto para os padrões europeus:



Figura 36 - Detalhes das capas mostram corpos erotizados

O erotismo surge na capa na forma de celebridades, aproveitando-se do destaque midiático dessas mulheres para “justificar” sua presença. Corpos semicobertos nas mulheres e um bom terno para o homem indicam como é o tratamento dado pela publicação a esses corpos. O apelo sexual é evidente, reforçando o movimento intenso de “festa” (BATTAILE, 1987) simbolizada pelo eixo vivo e quente das imagens dos corpos. Todas as modelos, a exemplo do *SN*, se oferecem aos leitores e estão prontas para serem desnudas – ou desnudo como no caso de Sabrosa – pelo imaginário de quem lê a capa. É o fetiche em poder consumir esses corpos sem a culpa da traição. Sendo o sexo como uma transgressão à morte, esses corpos nos apresentam a confirmação de que a normalidade do mundo tende a continuar mesmo diante de tantas tragédias.

O trágico, por sua vez, materializa-se principalmente por meio das manchetes e está presente na diagramação em meio a uma coletânea de acontecimentos que se desenrolam no dia a dia dos portugueses: seja por meio de um “*Milagre na IP6: mãe morre e cesariana salva o bebê*”; ou por uma “*Prata salva família de ourives*”; e ainda em manchetes como “*5 jovens espancados por 5 polícias a paisana*”, “*Jovem*

*encontrado morto em lar depois de conhecer castigo*”, “Dois mortos e cinco feridos graves em despiste na A25”, a anomia da violência está materializada nessas capas.

A presença das notícias do esporte nessa composição reforça ainda mais a tentativa de se eliminar a sensação de crise, de melancolia, de predomínio do trágico sobre qualquer outro acontecimento diário. Sempre delimitado com a cor laranja, basta apenas ver a capa, mesmo sem dispensar toda atenção em sua leitura, para visualizar as tensões propostas. Fotos, cores e textos, juntos, dão mostras de como esse cotidiano é midiaticizado pela publicação, sempre levando em consideração as projeções de quem seria o leitor a desfrutar dessa capa.

Maffesoli afirma que “existe realmente uma antinomia entre o cotidiano e o imaginário” (MAFFESOLI, 1984, p.20), e o paradoxo é evidenciado pela primeira página: não podemos afirmar com total certeza como se desenrola o cotidiano da cidade do Porto ou de Portugal, mas podemos imaginar por meio das capas como se estabelece a vida ordinária dos leitores por meio dos acontecimentos ofertados à nossa leitura. Um exemplo de como esse mundo pode vir a ser reconstruído no olhar lançado às capas, podemos retomar a figura do dia 13 de outubro:



Figura 37 - Jornal de Notícias de 13.10.2011

A composição da capa pode sugerir dois caminhos de leitura levando em consideração a disposição de uma foto maior com outra menor, que cria uma tensão visual onde o olho tende a, primeiro, passar pelas imagens fotográficas para depois buscar cores e textos. Num primeiro sentido de leitura teríamos o caminho iniciando do erotismo e buscando o trágico acidente na rodovia, simbolizado na ilustração com a seta na cor roxa. Outro movimento dinâmico dado às proporções das imagens seria o do caminho contrário, iniciando pela tragédia e buscando o erotismo no alto da página. Independente do caminho seguido, o trágico e o erótico se encontram, estabelecem relações e coabitam um mesmo espaço. Duas transgressões disputam a atenção do leitor: a morte e o sexo. O esporte, situado ao canto inferior direito na cor laranja, entraria para a segunda etapa de percepções da capa do jornal por meio das cores. A junção e o diálogo da tríade ocorrem pelas estratégias compositivas adotadas nas capas do jornal.

Ao longo do período de coleta da amostragem do *corpus* percebemos uma mudança no movimento do jornal português quanto às manchetes principais em suas capas, que passou a privilegiar mais aspectos da crise econômica e financeira do país e da Europa. Mesmo nessa mudança o trágico ainda se manteve presente entre os fatos cotidianos, estabelecendo sua presença na vida ordinária diariamente na primeira página.



Figura 38 - Jornal de Notícias de 5.11.2011

Figura 39 - Jornal de Notícias de 6.11.2011

Figura 40 - Jornal de Notícias de 7.11.2011



Figura 41 - Jornal de Notícias de 8.11.2011  
 Figura 42 - Jornal de Notícias de 9.11.2011  
 Figura 43 - Jornal de Notícias de 10.11.2011  
 Figura 44 - Jornal de Notícias de 11.11.2011

Na semana de 5 a 11 de novembro de 2011, temos as seguintes principais manchetes no JN:

Dia	Tema	Manchete	Cor	Fotografia?
5/11	Economia	Cada português deve 20 mil euros	Sem fundo	Ilustração
6/11	Economia	Negócios da saúde de vento em popa	Sem fundo	Não
7/11	Polícia	GNR detidos por corrupção com chineses	Sem fundo	Não
8/11	Política	Governo corta 1165 freguesias	Sem fundo	Não
9/11	Economia	Despejos facilitados na habitação social	Sem fundo	Não
10/11	Economia	Estamos a comer menos bife	Sem fundo	Sim
11/11	Morte	Mãe andou com o cadáver do filho sete dias no carro	Cinza	Não

Tabela 5 – Manchetes principais por edição do Jornal de Notícias

Por outro lado, mesmo com a predominância desses temas nas manchetes principais e praticamente a presença de apenas três corpos que remetem ao imaginário

do erotismo nas capas, violência e morte se mantêm presentes em manchetes como: “Foi de Gaias a Oeiras matar o marido da amante”; “Agredidas e insultadas por pedirem faturas”; “Andava a apanhar cogumelos e achou um cadáver” (5/11); “Irmã de Hulk raptada no Brasil”; “Pegou fogo a casa com os pais dentro depois de os agredir” (06/11); “Morreu eletrocutado enquanto roubava cobre com o pai” (07/11); “Homicídios e roubos de ouro disparam no primeiro semestre”; “Desempregado acusado de queimar olhos ao enteadado” (08/11); “Queda de eucalipto mata soldado” (09/11); “Levava filha a escola e morreu num choque em cadeia”; “Empregado do café impede rapto de miúda de 15 anos” (10/11) e “Usou a internet para abusar de 75 raparigas” (11/11).

A mudança do trágico de assunto principal para manchetes que compõem a normalidade do jornal não implicou em seu apagamento, mas sim, em alguns casos, em maior presença desse elemento na capa frente a outros assuntos. No *JN* em todas as edições, com raríssimas exceções, apenas duas em todo o período de análise<sup>18</sup>, o trágico está presente em sua capa, seja por meio de manchetes ou mesmo por fotografias.

...ao privilegiar a notícia fatural como seu principal “produto à venda”, o jornalismo adotou princípios redacionais gerais típicos do realismo, como a clareza, a precisão, a objetividade narrativa e a concisão. No entanto, a adoção do realismo como parâmetro para as narrativas jornalísticas não apagou outras tradições estéticas, como às vezes a leitura de algumas obras sugere. O privilégio do lead em relação ao nariz de cera, por exemplo, não impediu que uma tradição das notícias de interesse humano se constituísse ou mesmo que os *fait divers* se mantivessem vinculados também aos parâmetros do melodrama. Da mesma forma, a exploração das emoções, das sensações em manchetes e histórias se manteve, apesar do risco de serem vistos sob a pecha do sensacionalismo. Ao contrário do realismo, o melodrama e o sensacionalismo, porém, não têm formas tão definidas. (LEAL, 2012, p.95)

As manchetes e chamadas do *JN* tendem a deixar de lado esse tom do realismo, deixando a tão desejada “objetividade” do texto ao utilizar a primeira pessoa do plural e a provocar a sensação ao descrever em suas manchetes os acontecimentos com certa riqueza de detalhes, como se conversasse num bate-papo em um café com o leitor. Assim “*Estamos a comer menos bife*” ou “*Mãe andou com o cadáver do filho sete dias no carro*” relatam abertamente os problemas encontrados em seu contexto de publicação e convidam o leitor para dentro desse mundo, inserindo-o diretamente nas discussões travadas pela capa a fim de fidelizá-lo.

<sup>18</sup> As exceções foram verificadas por ocasião da conquista do título de campeão português pela equipe do Porto e no protesto de portugueses contra a intervenção da troika no estado, oportunidades em que o *JN* circulou com capas monotemáticas.

O leitor é chamado para o interior do jornal e a diagramação mais ordenada coloca cada seção e cada manchete dentro de seu ‘quadrado’, ou seja, a organização temática e editorial coloca o leitor diante de um mundo mais organizado que o apresentado pelo SN, onde fotos recortadas e até manchetes extravasam seus limites, sejam cromáticos ou de fios, para alcançar outros assuntos, “misturando” seções, editoriais e, mais que isso, sugerindo leituras conjuntas entre os elementos da tríade temática.

Voltemos novamente à figura do dia 11 de novembro, única da semana escolhida que traz como manchete principal elementos do trágico:



Figura 45 - C.I.V na capa do JN

É possível inferir pelo menos três caminhos distintos para o olhar partindo sempre da maior fotografia. Podemos estabelecer tensões entre a foto maior, da manchete “*Mourinho dos pássaros é da Póvoa e não para de somar prêmios*” e a imagem da mulher/celebridade ao alto da página; ou dessa imagem para a fotografia de “*Anocas precisa de ajuda para combater tumor*” e ainda um passeio para “*Rosa Mota: A melhor de sempre a correr maratona*”, esta escrita igualmente em caixa alta assim como a de Mourinho dos Pássaros. Dos três caminhos a serem seguidos, dois deles

passam o olhar pelas fontes vermelhas da notícia do trágico/morte da mãe que andou com o cadáver do filho, enquanto o terceiro caminho coloca o leitor diante de mais uma tragédia: o câncer de uma criança que precisa de ajuda para vencer a doença. Não há saída para o leitor: ou ele se encontra com a morte definitiva ou com a sua iminência materializada na doença do câncer. Nesse percurso, como que para lembra-lo de sua condição de “vivo” perante o trágico, temos a publicidade de “Camping Show”, divulgando um evento realizado naquele país que tem a finalidade de apresentar “*motor home*” para quem deseja viver uma vida de aventuras levando a sua própria casa sobre quatro rodas.

O trágico ainda é reforçado para o pequeno texto de chamada, que dá detalhes sobre a manchete principal: “*Mulher pediu a amigo para ajuda-la a queimar o recém-nascido. Acabou por ser denunciada*”. Mesmo que o leitor não tivesse a intenção de passar por essa notícia seu olhar é sequestrado pelo *box* cinza e tipografia vermelha atravessada nas quatro colunas da capa, de fora a fora e em formato de “L” invertido. Essa opção editorial demonstra que, apesar de centrar suas preocupações no momento factual vivido por Portugal onde as finanças não andam bem, o jornal não perde suas características de “dialogar” com o seu leitor projetado. O mesmo ocorre em outras situações como a capa de 5 de novembro, onde apesar da manchete principal dar conta da dívida de cada português, a morte é figurada na manchete “*A estranha morte de Leandro aos 23 dias: Mirta e Álvaro falam em negligência no caso de seu filho bebê*”.



Figura 46 - Possíveis caminhos de leitura a partir do CIV na capa do JN

Diante do quadro que se apresenta, apesar do deslocamento do tema da manchete principal, a morte e a violência estão presentes nas capas de diversas formas e, mais que isso, participando ativamente da construção da narrativa jornalística acerca de Portugal para seus leitores: mesmo com a crise econômica, demissões, queda de salários, o trágico, o erotismo e o esporte continuam a fazer parte da vida desses leitores. Nesse ponto, a crise econômica é passageira e pode acabar quando o país se recuperar financeiramente, porém, a repetição, o eterno retorno e o movimento circular dos temas nas capas do *JN* não mudam. Mais uma vez estabelece-se a crise da narrativa, a falta de uma história que se completa. Sem um gênese ou um apocalipse, o leitor é atraído para essa teia noticiosa onde o grotesco, a violência, morte e tragédias cada vez mais fazem parte de sua percepção de mundo. “... o *grotesco* é voraz e corrosivo. Nada nele se salva, nem mesmo o absoluto” (MARTINS, 2011, p.225). Assim como no Brasil, o leitor português também se encontra diante de um misto de sensações provocadas pelo noticiário, onde o *pathos* se sobressai cada vez mais como regime de primeira ordem no imaginário coletivo desses leitores.

#### **1.4 - SN x JN: o popular do Brasil e o popular de Portugal**

Moisés de Lemos Martins apresenta a seguinte constatação do momento atual da modernidade: o *pathos* é trágico e o *ethos* é grotesco, invertendo a “hierarquia de valores, rebaixa os valores tradicionais, fazendo equivaler todas as categorias – impõe o relativismo, ou seja, o ‘politeísmo de valores’ (Weber) contra o dogmatismo do dever-ser”. (MARTINS, 2011, p.226). No desenho desse quadro, o *ethos* é governado pelo *pathos*, impondo-se uma “ética da estética”.

Trágico e grotesco se unem, guiam a percepção do mundo e, sendo a mídia o lugar de fala de si mesmo e reflexos da materialidade cultural da sociedade (FRANÇA, 2012), é natural que também no âmbito do jornalismo impresso essas constatações se revelem ao olhar dos leitores. São a partir dessas considerações que podemos articular e tensionar os jornais populares *SN* e *JN*, considerando-se que o contexto cultural onde ambos estão inseridos carregam pontos de convergência: ocidente, língua portuguesa e países predominantemente católicos, o que pode interferir diretamente na forma como as publicações lidam com seus mortos.

Se por um lado há quem diga ter havido um afastamento da morte do cotidiano das pessoas, por outro a mídia inverte esse papel, levando os mortos diretamente para a

casa dos leitores. A presença constante desse tema nas capas nos mostra isso e faz com que os leitores, diariamente, estejam em contato com ela.

Sendo o *pathos* o regime da atualidade, os jornais despertam sensações nos leitores. Essa é uma característica do jornalismo popular e *SN* e *JN* demonstram, dia após dia, estarem inseridos numa linguagem muito próxima no que tange à reconstrução do mundo em suas capas: a repetição da tríade temática leitor diante de um labirinto onde todo caminho o coloca diante da morte, do erotismo e do futebol.

Violência e morte são assuntos naturalmente tidos como negativos e a simples menção a um assalto ou homicídio já carrega essa condição por se opor à luta pela preservação da vida. A criação de textos culturais para tentar eternizar-se<sup>19</sup> faz com que a vida seja considerada positiva acima de qualquer outra condição.

Quando se fala em morte dificilmente se tem no assunto a “objetividade” pedida pelo realismo. A palavra desperta emoções, a “sensação” encontrada no naturalismo e, assim, e carrega consigo o status de ser notícia “quente” para o jornalismo. Carregando um “valor-notícia” primordial, a sua inserção na capa é esperada, porém, na confecção do jornal, é preciso articulá-la com elementos “vivos” e “quentes” representados pelo esporte ou pelos corpos erotizados. O contraponto à morte é dado pela representação da vitalidade total dos corpos, no desempenho esportivo ou no prazer do erotismo sugerido pelas modelos.

Adotando esta perspectiva de tensionamento as sensações no jornal são potencializadas: assuntos que provocam interesse e curiosidade e, juntos, oferecem “encantamentos frente ao desencantamento do mundo, [...] o fantástico seria acompanhado de outras formas narrativas” (ENNE, 2007, p.78) dentre as quais a autora destaca o melodrama e o horror.

Tradicionalmente as capas são espaços privilegiados onde se nota maior preocupação editorial em sua confecção especialmente pela função publicitária que assume de se destacar entre tantas outras publicações para despertar a atenção dos leitores. É natural que haja uma simplificação da compreensão do mundo ao se produzir essas páginas a fim de garantir uma leitura facilitada para seus receptores:

---

<sup>19</sup> Nesse ponto ressalte-se o trabalho efetivo elaborado pelas religiões no sentido de dar a chance da “salvação” e da “vida eterna aos fiéis”

Se a mídia for priorizada enquanto aparato sócio-técnico (instância de determinação), isso nos leva a minimizar a intervenção dos interlocutores, abandonando o processo comunicativo. Desta forma, seria reduzida a apreensão da dinâmica de produção de sentidos, fechando a compreensão da extensa “prosa” do mundo que acontece paralelamente à intervenção dos meios de comunicação, marcada por eles ou à sua revelia. (ANTUNES; VAZ, 2011, p.43)

Entendemos haver uma preocupação editorial em fazer com que elementos de caráter eminentemente negativo – mortes, roubos, furtos, estupros, entre outros – não causem estranheza imediata em seus leitores, mas que, pelo contrário, os atraia. De acordo com BYSTRINA (1996) os textos culturais são binários, polares e assimétricos. Para solucionar o problema da assimetria do código, o autor propõe pelo menos três estratégias: a identificação, a negação e a inversão. Se as sensações são potencializadas na junção dos elementos da tríade, teríamos então uma identificação entre os temas: no tensionamento, ambos se potencializam e o resultado se reflete no sucesso do jornalismo popular.

O olhar do leitor, ao caminhar pelos diversos elementos da capa, salta de uma notícia a outra de forma que o trágico ganha contornos distintos. É o que notamos ao observar as leituras possíveis a partir da capa dos jornais. Retomando detalhe da Figura 47, temos:



Figura 47 - Detalhe da capa do Jornal de Notícias

Na perspectiva de RICOEUR (1996), ECO (2002) e FARRÉ (2004) os textos trazem incompletudes que permitem preencher espaços vazios de sentido. Na imagem

acima, as lacunas nos permitem traçar a leitura de “comemoração” pela reabertura das investigações, mas, em nível mais profundo, a vibração do jogador também assume outros papéis.

Gonzalo ABRIL (2007) afirma que os textos – incluindo imagens – ultrapassam seus limites semântico-simbólicos, e é o que podemos observar com a figura do jogador da equipe do F.C Sporting. Num primeiro nível de leitura temos a figura do jogador facilmente identificável pelo uniforme que veste e pela situação também apresentada pelos textos verbais. No segundo momento, identificamos o jogador como autor do gol que levou a equipe do Sporting à vitória, transformando-o em um ídolo momentâneo da torcida portuguesa dado à importância de seu feito naquela partida, assumindo um papel de euforia, efervescência para os leitores.

A terceira etapa de análise nos leva a um nível mais profundo, onde a vibração deixa de ser a do gol marcado e passa a ser a opinião do jornal (e talvez de seus leitores) pela reabertura do caso Maddie. A retomada das investigações, que apresentaram desdobramentos cerca de 40 dias depois com a notícia da possibilidade da garota ainda estar viva, seria motivo suficiente para a imprensa portuguesa comemorar, já que este caso foi, internacionalmente, uma das grandes marcas negativas da polícia judiciária de Portugal que não solucionou o misterioso desaparecimento.

O expediente de tensionar o futebol com notícias de violência e morte em suas capas é recorrente nas edições do jornal que chegam a ser até mais explícita ao provocar a relação entre morte e futebol, como podemos observar na seguinte imagem do jogador Cristiano Ronaldo em oposição a uma manchete relativa a homicídio:



Figura 48 – Jornal de Notícias de 8.11.11

Fonte: Jornal de Notícias

A tríade temática está explícita na capa. Identificamos duas notícias que se ligam diretamente ao trágico e grotesco<sup>20</sup> da manchete (“*Matou o pai pelo póquer*”) e ao barroco (a fotografia em “*Mandou assaltar empresário rival*”). Ao mesmo tempo, acima, uma notícia de entretenimento seguida de destaque para o noticiário esportivo (“*Ronaldo responde a raio laser*”). Há um tensionamento entre as manchetes negativas que trazem violência e morte, concorrendo-as imediatamente com a figura da atriz de TV e com Cristiano Ronaldo.

Na imagem do jogador temos um extravasamento que deixa o quadro alaranjado, desalinha-se do texto, para que o dedo médio, erguido, alcance outra notícia sobre homicídio. O extravasamento da foto (e do jogador), somado à semelhança das cores entre o texto e a mão, pode provocar outra leitura da manchete “*Matou o pai por causa do póquer*”, potencializando as sensações provocadas naturalmente pela morte e pelo

<sup>20</sup> Conforme MARTINS, trágico, grotesco e barroco caminham sempre juntos, porém, um sempre se destacará mais que o outro.

futebol: o gesto obsceno representa um texto visual que se liga ao texto verbal do trágico e permite outras leituras. Gonzalo Abril (2007) fala sobre a dependência da *mirada* para compreensão das imagens, e assumindo também a perspectiva de Paulo Bernardo Vaz de que “imagens podem ser lidas, interpretadas por todo e qualquer leitor, em qualquer nível” (VAZ, 2010, p.190), a forma de olhar para a página, para a imagem em consonância com os demais elementos, permite fazer inferências a ela. “O leitor menos informado estaria apto a ver, interpretar e fazer suas próprias inferências? Acreditamos que sim, pois suas vivências é que o capacitam para a leitura e interpretação dessa e qualquer outra representação à sua própria percepção, com o impacto que lhe for próprio”. (VAZ, 2010, p.195)

O gesto obsceno de Ronaldo alcança o trágico e o grotesco, provocando a identificação entre a morte e a euforia do espetáculo futebolístico.



Figura 49. Detalhe ampliado do Jornal de Notícias de 8.11.11

Num primeiro momento de decodificação do texto visual temos a *pessoa* de Cristiano Ronaldo, atleta, figura conhecida em Portugal e considerado um dos mais belos jogadores portugueses estrelando campanhas publicitárias naquele país. A identificação é rápida e imediata e leva a um segundo nível.

No segundo momento temos o *ídolo* Cristiano Ronaldo, considerado um dos melhores jogadores contemporâneos, estrela da seleção portuguesa e de sua equipe, o Real Madrid, da Espanha. A identificação se dá pelo uniforme da seleção, traje ligado

ao mundo futebolístico. Mais ainda, é o retrato do êxtase, da efervescência, tensionado com a morte através do gesto do jogador. A tensão reafirma que o espetáculo futebolístico convive diretamente com o trágico, divide espaço na crise contemporânea. Maffesoli (1984) ao falar da melancolia onde êxtase e trágico coabitam, salienta:

Embora pareça uma grande banalidade, convém dizer que o que chamamos de trágico é um misto onde a vida diária se consolida, um vaivém de brilhos e tristezas, de efervescências e dores, cujo objetivo consiste em lembrar que nossa vida consciente ou afetiva é regulada pelo limite. A felicidade dos bens e dos sentidos é breve, seu preço é alto e, uma vez conseguida, pesa com toda gravidade, inscrevendo-se na repetição e evocando sua ultrapassagem. Toda a melancolia gerada por essa tensão encontra-se resumida na palavra trágico. (MAFFESOLI, 1984, p.97)

A utilização do ídolo do futebol praticando um gesto obscuro provoca a efervescência em seus leitores que se liga diretamente ao choque do parricídio trazido pelo texto da manchete.

No terceiro momento, ele deixa de ser reconhecido como pessoa e ídolo e passa a representar, simbolicamente, o *leitor do jornal*. A mão que extravasa o limite das cores e da manchete até alcançar o trágico pode ser entendida como o reflexo da reação do leitor que, assustado com o parricídio, reage abruptamente àquela situação. A imagem deixa de se ligar ao esporte para unir ao trágico e, mais, responder a manchete com um gesto onde o receptor vê o seu desabafo materializar-se na foto do jogador enviando uma mensagem diretamente ao assassino.

A construção da imagem representa o eixo vivo, positivo, êxtase, simulacro da realização do real possível, em consonância com a morte (negativa) tensiona o leitor para um mundo onde a coexistência de ambos é inevitável e potencializada. É uma linguagem que demonstra ser recorrente em várias edições do jornal, como observamos a seguir:



Figura 50 – Tensionamentos entre esporte e trágico no Jornal de Notícias

A utilização do futebol como contraponto da violência e morte é uma das formas encontradas pelo jornal para cotejar os assuntos no diagrama da página. No *SN*, fotografias dialogam entre si e convidam o leitor a assumir que as tragédias são elementos naturais do cotidiano de seus leitores.

São leituras propostas pelo jornal a serem inferidas pelos seus leitores, considerando a incompletude dos textos que permitem a produção de relações, estabelecendo conflitos e tensões acerca das mensagens propostas por meio das zonas visuais do *design* da capa do *SN*. Temos uma trajetória a percorrer com os olhos que nos permite esse estabelecimento de tensões e neutralizações diante da exposição das notícias:



Figura 51. Super Notícia de 13.02.2012

Um dos caminhos de leitura a ser seguido pode se iniciar pela imagem da cantora norte-americana morta no dia anterior e, somada à fotografia, a cor preta permite que logo no primeiro contato o anúncio da morte seja dado. Ao prosseguir pela página o leitor encontra o futebol, efervescência absoluta, relacionando a morte com um eixo vivo e, em seguida, o leitor encontra com a mulher “*da cor do pecado*”, com o sentido de leitura pousando próximo à genitália da modelo, outro eixo vivo da capa.

A tensão é estabelecida por esse desenho, sendo que outras três manchetes sobre morte estão situadas naquelas que são chamadas as zonas “mortas” da página: o quadrante superior direito e o inferior esquerdo. Note-se, ainda que ao noticiar que três pessoas mortas foram encontradas em lote vago, o jornal utiliza a cor amarela com caracteres em preto, estratégia para atrair o olhar do receptor. Porém, nos principais eixos estabelecidos na diagramação, o encontro de vida e morte se estabelece, e o futebol e o corpo seminu atuam completam o processo de potencialização do trágico na capa como um chamariz para o leitor.

Esta estratégia também é verificada em outras capas do jornal, como na edição do dia 23/11/2011:



Figura 52 – Super Notícias 23.11.11

A repetição dos contos é evidente e salta aos olhos dos leitores. Para além da manchete principal, o trágico está presente na manchete “*Preso acusado de estuprar e matar estudante*”, abaixo de “*Bem desinibida*” e abaixo do braço da mulher. Estupro e morte carregam o trágico e o grotesco e coabitam o espaço com a excitação e efervescência da jovem que, em posição erótica, seduz o leitor. A mão ultrapassa sua manchete e encontra com a “barbárie”.

Estabelecida a tensão, a moça, o futebol e outras notícias “secundárias” e anúncios figuram ali o espaço da passagem que trazem a sensação de normalidade na vida do jornal e de seus leitores. A imagem da jovem também assume posturas para o leitor: sua própria representação (as manchetes colocam-na apenas como um objeto de conquista); a de *affair* do jogador Neymar; e representa a jovem indefesa, que poderia ter sido estuprada e morta. Seus braços simulam estar encostados numa parede, e podem sugerir que ela tenta se defender, mas que é mais fraca que a tragédia que, com a sua mão esquerda, ela alcança na capa do jornal. Se o futebol não está presente em imagem ou em forma de notícia nesta ocasião, está figurado com o nome do atacante Neymar, jovem jogador da equipe do Barcelona e da Seleção Brasileira e que carrega consigo todo o *status* de ídolo tal como Cristiano Ronaldo em Portugal. Nessa representação, seus valores simbólicos são “emprestados” para seu *affair* desinibido.

Essa recorrência de tensionamentos pode ser verificada em diversos outros exemplos que ilustraremos a seguir, porém, acreditamos que para fins de análise, já desdobramos o suficiente as tensões produzidas pela publicação:



Figura 53 - Tensões entre o trágico e o não trágico no Super Notícia

O *design* da página atua de forma a conduzir o olhar do receptor para uma perspectiva onde violência e morte se tensionam com o erotismo e o futebol.

Há de se destacar que os chamados Valores-Notícia podem influenciar a decisão editorial dos jornais em estampar tragédias diariamente em suas capas. Se violência e morte são valores notícia fundamentais para o jornalismo, tal como observa Nelson Traquina e também assinalam Paulo Bernardo Vaz, Elton Antunes e Bruno Leal (2011), a presença de celebridades e subcelebridades em fotografias de teor erótico também parece se estabelecer, para o jornalismo popular, como um valor-notícia fundamental de suas capas.

É o encontro de Eros e Tântos no ambiente da primeira página, da morte enquanto noticiário negativo com a efervescência e positividade estabelecida pelo erotismo e sexualidade: só se deseja o corpo, só se imagina em situações erótico-sexuais com essas mulheres quem está vivo. O erotismo se encontra com o trágico e, juntos, podem potencializar a atenção e atração do leitor por essas publicações.

Para MARTINS (2011) ao dar conta dos crimes, catástrofes e mortes sob os mais variados aspectos, os jornais parecem tentar eximir o humano de sua culpa, como se todos os males fossem tão apenas provocados por forças divinas. Por outro lado, a composição da tríade estabelecendo a presença quase que diária do esporte e do erotismo vem para dar aos leitores a sensação de normalidade de seus cotidianos. O jornal apresenta todos esses conteúdos em um espaço limitado à centimetragem das páginas dos tabloides como dissessem para seus leitores: vejam que, apesar das desgraças diárias, a vida continua em seu ritmo e em sua normalidade. É como se as tragédias e as mortes que tanto interessam a esse leitor não os atingissem. O indivíduo, assim, é tranquilizado “de que o fim existe, mas, midiaticado, o leitor não está ao alcance da morte e, assim, o Outro, aquele que está lá fora, nas ruas, morre no lugar do leitor, seja num acidente de carro ou numa troca de tiros dentro de uma favela”. (PORTARI, 2009, p.49)

Nesse aspecto, uma característica marcante do *SN* ao produzir o encontro entre erotismo e tragédia está no fato das imagens das celebridades se destacarem e, muitas vezes, alcançarem o noticiário da morte e violência, produzindo de imediato uma relação de leitura entre os dois conteúdos, mesmo que de forma involuntária:



Figura 54 - Capas do SN de 28.1.2013; 9.2.2013 e 25.9.2009

As três imagens ilustram uma das formas de encontro do trágico com o erotismo na capa da publicação brasileira. Seja na tragédia de Santa Maria (RS) em janeiro de 2013 que culminou na morte de 240 pessoas em uma boate, no fato de um garoto misteriosamente cair da janela de um prédio ou um veículo descontrolado que atinge um pedestre, as imagens eróticas estão ali, extrapolando o espaço normalmente destinado a elas para alcançar o outro noticiário. Tântatos faz o seu “serviço” de levar as almas para o outro mundo. Eros, por sua vez, desperta o leitor. Um misto de leituras – e sentimentos – pode invadir quem lê a capa. Marcela Farré (2004) afirma que o noticiário oferece mundos possíveis, assim como Paul Ricoeur nos dá conta da incompletude dos textos, onde lacunas são preenchidas pelo repertório e conhecimento prévios dos leitores.

Já Michel de Certeau (1984) destaca que a forma como se descreve e se reproduz o cotidiano interfere na maneira de ser das pessoas e nos modos de atuar no mundo. As capas do *SN* refletiriam aquilo que seria “o mais possível cotidiano. Dado este entendimento, seria importante questionar o tipo de identidade narrativa que sobre a nossa sociedade é construída pelos *media*” (MARTINS, 2011, p.128).

O questionamento levantado por Martins merece um olhar plural já que estratégias semelhantes são encontradas no *JN*. Mesmo que de forma diferenciada, as fotografias que remetem ao erotismo dialogam com as tragédias em suas capas, como podemos observar nos exemplos a seguir:



Figura 55 - Capas do JN de 21.07.2012; 21.08.2012 e 28.06.2011

Belas mulheres, belos corpos e o olhar constantemente encarando o leitor são características que se repetem com grande frequência na publicação. A ligação entre essas figuras e o trágico se concretiza sob um aspecto diferente na publicação. Como se observa nas três capas do jornal, a manchete principal que dá conta de violência e morte não é acompanhada por fotografias: “Mãe vendia as três filhas para sexo”, “Bebê perdido por 37 horas numa horta” e “Calor mata menino fechado no carro do pai”. A tensão entre as belas mulheres e o trágico se dará por meio do C.I.V, onde é estabelecida uma tensão entre as imagens superiores (menores) com as inferiores (maiores). Mesmo que as imagens maiores não tragam o conteúdo do trágico, é inevitável que, no deslocamento do olhar, o leitor não se depare com as letras garrafais do trágico anunciado textualmente.

Dessa forma, não é preciso que o *JN* extrapole as imagens das celebridades para fora de seus espaços delimitados para que alcancem o trágico. É por meio da estratégia compositiva que o leitor será forçado a chegar até lá e, posteriormente, no caminho percorrido de leitura da página, as cores e a composição vão ainda valorizar a presença do esporte, garantindo que, de uma forma ou outra, o leitor acesse a tríade temática ao estar diante da página, mesmo que seja de forma inconsciente.

O erotismo assume o papel de também promover a efervescência do leitor contribuindo também para leituras do trágico por leitores de Belo Horizonte ou da cidade do Porto.

Se estivermos diante de um regime de crise, seja de finalidade ou de grandes narrativas o tensionamento entre esses elementos podem garantir mais atração de

leitores ou ainda ofertar a possibilidade de se projetar para aqueles corpos ativos e consumíveis e absorver a morte como parte integrante de seu cotidiano.

Os caminhos de leitura das capas apresentados nesse capítulo demonstram a presença do regime do *pathos* por meio do trágico no âmbito do jornalismo popular ocidental. Há quase uma linguagem em comum entre as publicações de modo que a apreensão de mundo do leitor brasileiro seja parecida com a do leitor português. Mesmo com o grave problema econômico enfrentado pela Europa no início da década de 2010, o que força o *JN* a mudar seu posicionamento para dar conta da demanda de seus leitores, a morte e a violência continuam a figurar em suas capas de forma destacada, colocando seus leitores diante de um quadro onde tudo que acontece não parece ser obra dos próprios humanos, mas de forças inexplicáveis. A morte raramente é notícia por si só, com as publicações se ocupando especialmente de dar conta da forma como ela ocorreu ou materializando-a sob a insígnia do acaso: um cochilo ao volante, um acidente imprevisível, uma tragédia na rodovia.

A partir dessas constatações, vamos iniciar nosso percurso para entendermos como se dá todo o processo de construção desse noticiário e quais são as bases teóricas que regem o aparecimento do trágico, materializado na violência e morte, assim como das representações do erotismo e do futebol no âmbito do impresso. Assim, partiremos para a decodificação do uso de textos e imagens no jornal popular para que possamos nos aprofundar na tríade temática, detalhando passo a passo o que está por trás das articulações da confecção das capas desses jornais.

## 2 - Textos e imagens no jornalismo impresso

Principal objeto deste estudo, a capa dos jornais é um ambiente sincrético onde há uma polifonia de diversos elementos que, juntos, constituem seu visual. Textos, fotos, legendas, cores, espaços em branco, colunas, logomarca do jornal e anúncios publicitários figuram no diagrama retangular do papel para, juntos levarem informação a seus receptores.

A primeira página dos impressos é, sem dúvida nenhuma, responsável pela maior atenção no momento de sua produção e editoração. Além de ser o cartão de visitas da publicação a capa tem a missão de sistematizar e hierarquizar as informações para o leitor, permitindo ter, em poucos minutos, conhecimento de quais teriam sido os principais acontecimentos do dia anterior segundo aquela publicação. Conforme ROCHA (2011):

Amparados em Verón (2005) compreendemos a capa como mais que um espaço de manchetes, textos e imagens. Ela tem ainda um papel decisivo na relação emissor – receptor, ela pode “mostrar de um modo simultaneamente condensado e preciso a natureza do contrato” (p.221) que se pretende estabelecer nessa visada informacional. (ROCHA, 2011, p.3)

Nesse contrato estabelecido com o leitor, a primeira página tem um viés publicitário, como veremos logo adiante (SILVA, 2007). Ela deve ser pensada e planejada com intuito de se destacar entre dezenas de outras publicações com as quais vai dividir espaço em bancas de revista. Este é um dos motivos para receber tratamento diferenciado, sendo, normalmente, a última a ser elaborada e com *design*<sup>21</sup> diferenciado das páginas internas, incluindo caracteres tipográficos maiores nas manchetes, mais cores e fotos escolhidas meticulosamente nesse processo. Nesse aspecto, a questão do dispositivo midiático se sobressai, uma vez que é a sua concepção e ordenação que estará no centro das atenções deste capítulo, em consonância com o conteúdo presente nele. Partimos da concepção de ANTUNES e VAZ (2011) que demonstram que a mídia, enquanto dispositivo midiático, ela articula:

---

<sup>21</sup>A expressão *design gráfico* pode carregar consigo interpretações diversas. Adotamos nessa tese a concepção de GRUSZYNSKI (2002) que utiliza o termo “*em um sentido mais estrito, como produção de objetos gráficos relacionados à indústria gráfica, ainda que não de modo exclusivo*” (GRUSZYNSKI, 2002, p.13). Todas as vezes que remetermos à essa expressão, estaremos utilizando-a sob esta definição.

1) uma forma específica de manifestação material dos discursos, de formatação de textos; 2) um processo de produção de significação, de estruturação de sentido; 3) uma maneira de modelar e ordenar os processos de interação; e 4) um procedimento de transmissão e difusão de materiais significantes. Em termos metodológicos, tais aspectos podem ser tomados em diferentes facetas, dependendo do recorte proposto... (ANTUNES; VAZ, 2011, p.47)

A capa carrega várias destas facetas, já que discursos se materializam, textos são formatados, há produção de sentido em todas as mensagens que figuram ali da mesma forma em que ela modela processos de interação e, ainda, é responsável por difusão de conteúdos significantes. Toda a manifestação deste dispositivo midiático está ligada diretamente com seus aspectos visuais, com o desenho e tratamento dado às informações impressas, responsáveis por atuar na reconstrução do cotidiano dos leitores que consomem essa mídia.

Ainda sobre o suporte da página, VAZ (2012) destaca vários procedimentos adotados por leitores antes de começarem, definitivamente, a leitura do conteúdo:

...o leitor manipula, sopesa, reconhece e valoriza toda essa materialidade para selecionar aquilo que se lhe apresenta como adequado para ver, ler e especular. Sua atenção se prende a formato, textura, brilho, coloração do papel, ao contraste da tinta, preto e branco ou policromia. No impresso nota-se a imposição da verticalidade das páginas em jornais e revistas, que desafia projetistas gráficos e editores na transposição para telas de computadores em seus formatos mais ou menos horizontalizados. (VAZ, 2012, p.182)

Da escolha da fonte ao cotejamento de cores e fotografias, há mensagens transmitidas a serem decodificadas pelos leitores. De acordo com GRUSZYNSKI (2011), tomando como ponto de partida FROST (2003), “jornais e revistas são um poderoso mix de textos e imagens articulados de modo a capturar a atenção do leitor e prendê-la, tornando a experiência de leitura aprazível” (GRUSZYNSKI, 2011, p.3).

Dada à importância que a configuração visual da página tem para a produção de sentido, é o *layout* definido pela publicação que vai auxiliar na produção das tensões entre o trágico e o não trágico no diagrama da página.

A autora ainda destaca que “os diferentes leiautes contemporâneos reivindicam, na mensagem, a intervenção e a contribuição ativa do designer na produção de sentido” (GRUSZYNSKI, 2008, p. 13) destacando ainda que o leiaute “associa-se ao compromisso de comunicar, visando obter determinadas respostas e efeitos do público ao qual se dirige” (\_\_\_\_\_, 2008, p.11). Nesse mesmo sentido, SILVA (2007) e RIBEIRO (2009) concordam que a construção da página é carregada de intencionalidade e que não

podemos desconsiderar essa dinâmica das artes gráficas quando nos propomos a analisar capas de jornal:

O *layout* da página impressa é o processo primário que impulsiona essa dinâmica. Carregado de intencionalidade e de códigos léxicos específicos, tem por finalidade básica cativar o leitor. É na etapa do *design* da página que os recursos técnicos das Artes Gráficas e do *marketing* publicitário são utilizados para seduzir o leitor. É a força do grafismo e sua carga de intencionalidade traduzida em poder de sedução que vai determinar as regras básicas que constroem o jornal diário. Nessa ponte é que o objeto concretiza seu discurso formal. Códigos, símbolos e signos específicos formam a síntese da página impressa. (SILVA, 2007, p.42)

RIBEIRO (2009), afirma haver uma preocupação em garantir uma interação entre veículo e receptor por meio do planejamento visual:

O design de jornais, atualmente campo de produção bastante específico, tem sido feito não apenas orientado por certo senso de organização e hierarquização, mas também por uma tentativa de melhorar a interação entre texto e leitor. O design funcionalista, e especialmente ele, desenvolveu uma visão da programação visual que, nas palavras de Lupton (2006, p.63), tem a função, entre outras, de “ajudar os leitores a *não precisar ler*”. (RIBEIRO, 2009, p.4).

A autora segue à esteira de FERREIRA JUNIOR (2003), quem afirma que é preciso ter “noção de que o suporte da linguagem não é neutro e pode ser um elemento do alfabeto visual da página impressa” (FERREIRA JUNIOR, 2003, p.15).

Por não ser um suporte neutro no processo comunicacional e visando a proporcionar a interação com seu leitor, os jornais apresentam paginações pensando naquele leitor que estará diante da publicação. Ao longo das edições sucessivas, tanto projeto editorial gráfico como leitores vão se moldando mutuamente, até chegar a um consenso de linguagem:

Evidentemente, o projeto editorial supõe uma articulação com a proposta comercial, que irá tensionar interesses e princípios nem sempre convergentes no âmbito das organizações midiáticas. Interessa-nos destacar que todos esses aspectos vão sendo definidos com base em uma ideia de leitor que vai se constituindo a partir das decisões tomadas ao longo do desenvolvimento do projeto e negociada/reiterada a partir das edições periódicas. (GRUSZYNSKI, 2011, p.3)

Assim, continua a autora, “a capa, portanto, atua como um convite para a compra do periódico, uma provocação para pegar a publicação na banca e interessar-se pelo seu conteúdo” (GRUSZYNSKI, 2011, p.3) enquanto o miolo do jornal é

responsável por ofertar informações para o consumo. COLLARO (2000) afirma que “a preocupação da diagramação clássica é, basicamente, com o leitor” (COLLARO, 2000, p.6), reforçando a preocupação que as empresas jornalísticas tem em adequar seu visual e *design* para atender à demanda de seus leitores.

Temos então o leitor no centro das atenções da publicação ao promover o desenho de sua página, é preciso, portanto, observar como se dá essa organização morfológica entre elementos verbais e não verbais em seus arranjos para que se possa entender como as tensões são criadas pelo jornal que nos leva a caminhos sugeridos para leitura dos receptores assim que estão diante da capa dos jornais populares *SN* e *JN*.

A evolução da linguagem visual nas capas de jornais teve influências de distintas vanguardas artísticas, como nos relatam autores como SILVA (2007), GRUSZYNSKI (2007; 2008), KOPP (2004); KRESS e VAN LEEUWEN (1996), HURLBURT (1993); DROSTE (1992), GARCIA (1993), LOCKWOOD (1992), entre outros pesquisadores do *design* de jornal. A influência das escolas de arte também são percebidas no design de impressos, especialmente do Futurismo Italiano, ArtDecó, Art Nouveau, Dadaísmo, Surrealismo, Bauhaus, mas a maior parte dessa influência vem do Cubismo. Essa última escola tem como característica a exploração de formas geométricas, que estão imbricadas de tal forma no *design* visual de impressos que a sua primeira percepção está justamente no formato do jornal: standard (retângulo) ou tabloide (quadrado)<sup>22</sup>, por exemplo.

GRUSZYNSKI (2007; 2008) atribui também grande importância à Bauhaus no desenvolvimento do design gráfico moderno. “Seus princípios eram: a assimetria; o uso positivo do espaço em branco; uso de cores visando a objetivos definidos; contraste, e espaços sem interesse, para obter equilíbrio visual” (GRUSZYNSKI, 2007, p.41).

O desenho arquitetônico está presente dentro de um *grid*<sup>23</sup>, espaço em branco próprio para receber o conteúdo a ser noticiado na edição. A partir desse diagrama, são estabelecidos todos os elementos gráficos que irão compor a página do impresso, resultando no estabelecimento de tensões e modos de “ler” o mundo. O desafio atual

---

<sup>22</sup> O formato *standard* é utilizado principalmente pelos jornais “de referência” brasileiros, como Estado de Minas, Folha de S. Paulo, O Globo, entre outros. Sua área útil de impressão é 50cmx30cm. Já os tabloides é o formato adotado especialmente pelos jornais populares, correspondendo a um quadrado com a metade da dimensão do *standard*. No entanto, há uma tendência futura do jornalismo de referência passar a adotar o formato tabloide por razões econômicas.

<sup>23</sup> O *grid* foi criado pela Escola Suíça, “que estabeleceu o Estilo Internacional, baseado em arranjos gráficos sustentados por um sistema de diagrama (*grid system*) e formas minimalistas”. (GRUSZYNSKI, 2002, p.12). Ainda neste capítulo retomaremos o conceito de *grid* e suas especificidades.

para *designers* das páginas é o de manter padrões de leituras que se adaptem a uma nova linguagem cada vez mais exigida pelos leitores. VAZ (2012) observa que os aspectos compositivos do impresso ainda continuam sendo os “guias” para os desenhadores de páginas na atualidade, mesmo em ambientes totalmente digitalizados:

A manutenção da verticalidade, a disposição dos vários elementos em clara hierarquia (mesmo com a incorporação das muitas possibilidades de *links* na página eletrônica), a obediência a padrões de distribuição de textos, imagens e brancos nos espaços de margens e entrelinhas, entre palavras e letras, tudo isso tem sido incorporado e obedecido rigorosamente pelos *designers gráficos*. A página impressa não só permanece como padrão, mas os *designers* têm voltado para as expressões gráficas cada vez mais remotas, indo buscar na idade média, na antiguidade e na pré-história aquilo que julgam recuperável e aplicável em suas “novas” propostas. (VAZ, 2012, p.187)

A página de jornal é recheada com diversos elementos que irão atuar na produção de sentido do leitor, contribuindo para a (re)construção do cotidiano daqueles que estão diante da publicação. O *design* tem três objetivos principais: atrair a atenção dos leitores, hierarquizar e organizar as informações contidas no interior do jornal e criar a identidade visual do jornal. “O princípio de edição é simples: o dispositivo do layout deve ajudar os leitores a ver primeiro a agenda dos editores para a página e, em seguida, mover de forma eficiente as histórias de interesse pessoal”<sup>24</sup>. [tradução nossa] (GARCIA, 1993, p.16)

Textos, imagens e cores são dispostos na capa de forma a comunicar rapidamente com os leitores. A capa, por não ter estrutura fixa, pode variar em sua concepção de um dia para o outro, aparentando sempre estar reciclada. Assim, tenta-se eliminar a sensação de que um dia não é igual ao outro, trazendo a ideia de que nem sempre “*o conto é sempre o mesmo*”, como afirma MARTINS (2011).

A tipografia também inclui a utilização de outros elementos presentes no *design* das páginas impressas como linhas, ilustrações, espaços em brancos, selos e cores<sup>25</sup> utilizados para auxiliar a legibilidade e atrair os leitores.

Concomitante às ilustrações, é preciso também ressaltar os espaços em branco<sup>26</sup> dos jornais. Sua utilização oferta a criação de contraste na leitura, fundamental para melhor percepção dos elementos disponíveis na capa.

<sup>24</sup> “The editing principle is simple: layout devices should help readers first see the editors agenda for a page and then move efficiently to stories of personal interest”. (GARCIA, 1993, p.16)

<sup>25</sup> Sobre as cores trataremos no próximo capítulo de forma mais aprofundada para atender às necessidades da pesquisa acerca dos objetos desta investigação.

Por excelência a própria estrutura do *grid* já prevê espaços em branco entre as colunas a serem utilizadas em sua estrutura. Empiricamente<sup>27</sup>, podemos observar como o uso dos espaços em branco se dá em ambos os jornais:



Figura 56 – Jornal de Notícias de 12.09.11 e 31.05.12



Figura 57 – Super Notícia de 3.10.11 e 1.05.2012

<sup>26</sup> Estamos utilizando a definição de SILVA (1985) para espaços em branco. O autor entende como branco “todos os espaços e a disposição do arranjo tipográfico” e como preto “o grafismo impresso, não havendo qualquer distinção entre as cores tanto do suporte branco quanto da linha impressa utilizada”. (SILVA, 1985, p.32)

<sup>27</sup> Neste mesmo capítulo fazemos uma análise quantitativa dos elementos gráficos das páginas, onde é possível perceber a diferença no uso do espaço branco em cada um dos jornais.

É notório o uso de espaços em branco com mais generosidade no *JN* que no *SN*, o que carrega também características do contexto de publicação dos jornais. O *SN* se apresenta mais “carregado” de cores, provavelmente refletindo o interesse do brasileiro por cores vivas e contrastantes.

A hierarquização de conteúdo proposto como função primeira da diagramação do leiaute no jornalismo, nos jornais populares, apesar de existirem, aponta para um caminho mais livre em contraposição aos jornais tidos como ‘de referência’ ou que se pretendem fazer como formadores de opinião de determinados nichos econômicos brasileiros e portugueses.

O fato de uma imagem não se ater aos limites da linha dá ao leitor essa liberdade, fazendo com que as notícias interajam no mundo da mesma forma que pessoas se interagem diariamente. Assim, um fato não é e não pode ser lido isoladamente do outro, uma vez que a “Máquina do Mundo”<sup>28</sup> continua a funcionar independente de notícias trágicas, de fatos esportivos ou da sugestão sexual. Esses três temas convivem no cotidiano das pessoas tanto em casa como nas ruas, como demonstram as imagens abaixo:



Figura 58 – Capas de 2 de junho de 2012

<sup>28</sup> Fazemos referência aqui ao poema de Carlos Drummond de Andrade intitulado “A Máquina do Mundo”, publicado à página 300 em ANDRADE, Carlos Drummond. Nova Reunião. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1985.



Figura 59 – Edições de 29 de maio de 2012

Apesar do estudo comparado entre jornalismo popular e de referência não ser o objetivo da pesquisa, não poderíamos deixar de trazer a comparação acima para demonstrar como o jornalismo de referência “enquadra” ou “engessa” seus conteúdos, como se cada uma das notícias fossem independentes uma das outras e não tivessem ocorrido no dia anterior. O jornalismo popular oferece essa liberdade aos *designers* ao preparar a edição, e passa a ser interessante observarmos o cotejamento destas informações mesmo que pertençam a distintas editorias.

Assim, se como afirmam Howard & Itule, “a organização do jornal envolve a forma como ele estará se apresentando fisicamente dia a pós dia”<sup>29</sup> (1990, p.25), a utilização de espaços brancos e linhas tanto na publicação brasileira como na portuguesa ocorre de forma a propor aos leitores possibilidades de leituras para além daquela que está explicitada num primeiro olhar direcionado para a capa.

Todos os elementos serão dispostos no *grid* de acordo com a intencionalidade do jornal em trazer as informações em uma dada sequência e o formato do papel também irá influenciar nesse quesito. Dissemos anteriormente que tanto o *SN* como o *JN* são publicados em formato de tabloide, ou seja, tem dimensões reduzidas quando se comparadas a outras publicações do formato *standard*. A escolha deste formato irá

<sup>29</sup> The organization of a newspaper involves how it is physically put together and presented day after day.

influenciar diretamente no número de colunas a serem adotadas pelos jornais, o que irá influenciar diretamente na forma com a capa será percebida pelo leitor.

O formato também traz algumas vantagens para as publicações que optam por ele: o leitor tem mais facilidade em manuseá-lo, uma vez que as dimensões reduzidas ajudam tanto na leitura como em seu transporte nas mãos; tem potencial publicitário alto, já que por não haver dobras como no formato *standard* é certo que a publicidade estará mais visível aos leitores; oferta maior possibilidade de *design* por parte dos diagramadores; e também pode conter cadernos em seu interior, o que não é tão comum neste formato. A principal desvantagem está na relação de “descrédito” que o formato ainda carrega devido às dimensões reduzidas.

A criação do visual da capa do jornal, desta forma, fica livre para seus planejadores gráficos, lembrando ser essa uma tarefa conjunta, envolvendo pelo menos o designer e o editor do jornal. Há pelo menos duas formas de se fazer esse planejamento: a mecânica (modular), onde os elementos são dispostos uniformemente pelos diagramas da página, como se estivessem em uma “fôrma” de bolo; ou a orgânica, onde imagens e textos deixam de estar totalmente “estabelecidos” pela maneira metódica das colunas e módulos e podem extravasar limites, mais usual nos jornais populares, como discutiremos mais adiante. Independente da maneira como a página se apresentará, as capas podem apresentar dois alinhamentos predominantes em suas programações visuais: horizontal e vertical, sendo o segundo atribuído, normalmente, à “*elegância e dignidade*” (GARCIA, 1993, p.127).

A organização visual pode ser verificada em cada capa por meio das estruturas geométricas globais e individuais, que atuam na percepção dos leitores. Ao se fazer uma estruturação dos conteúdos dispostos na capa, é possível perceber qual orientação estará predominando na capa, através da distribuição das formas geométricas do *layout*.

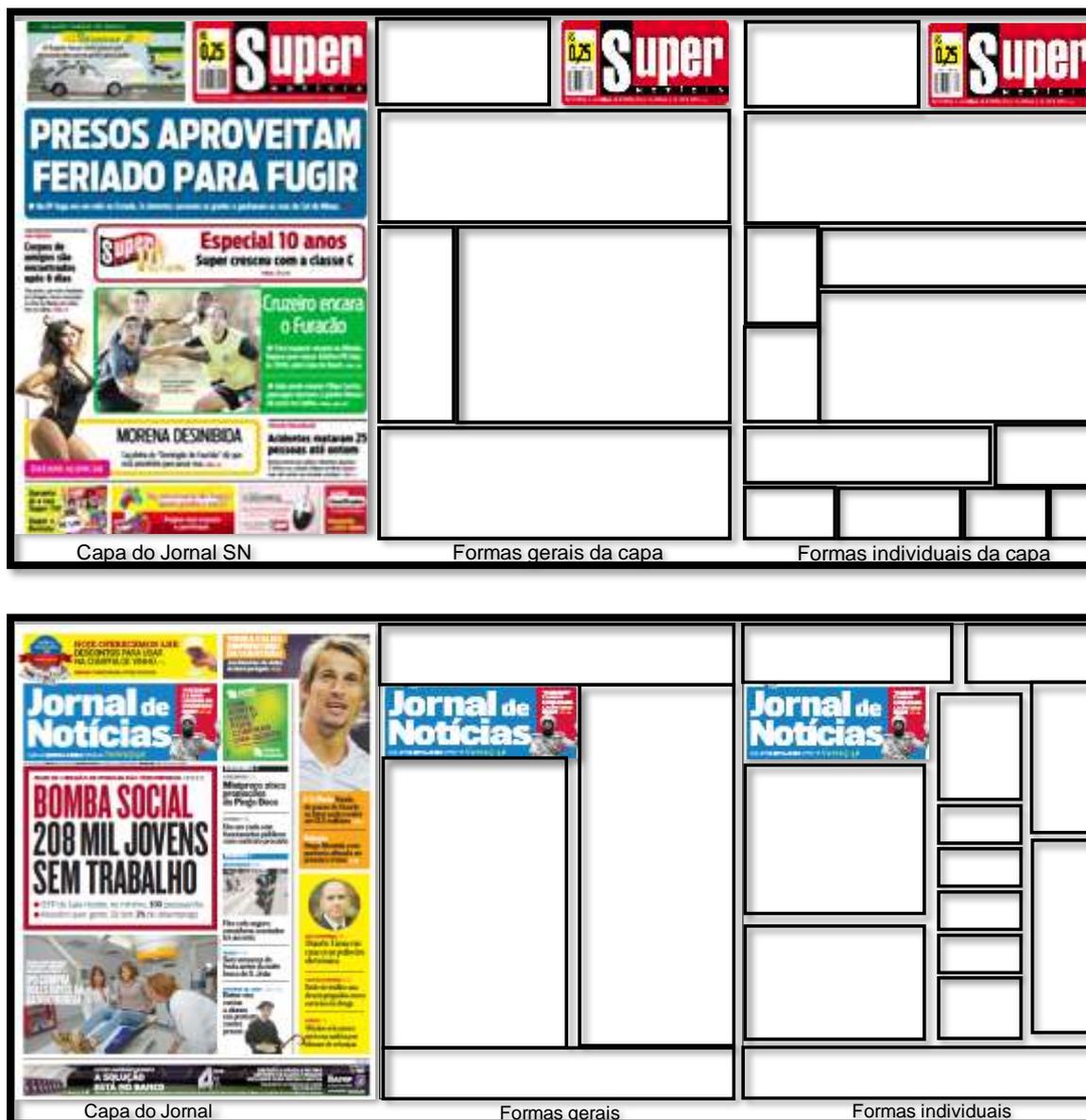


Figura 60 – Distribuição geométrica no Layout das capas

Percebe-se uma tensão visual entre retângulos verticais e horizontais, responsável por gerar a sensação de estabilidade e equilíbrio da página. A *Gestalt* contribui para esta configuração, permitindo que a percepção das formas horizontais traga a sensação de estabilidade para o leitor. O formato modular permite que o editor trabalhe com um número fixo de colunas em que o obrigue a repetir o mesmo desenho em cada uma das páginas, seja da capa ou do miolo do jornal. Desta forma, aspectos como legibilidade e leiturabilidade da página podem ser enfatizados de acordo com o conteúdo a ser noticiado. Há de se ressaltar também que, neste sistema abre-se o espaço para melhor posicionamento da publicidade, valorizando as empresas responsáveis por garantir parte da renda que mantém as empresas jornalísticas.

Ao apresentar esse sistema, GARCIA (1993) destaca as seguintes vantagens: ordem, clareza e simplicidade; facilidade do leitor em acompanhar os textos; textos na horizontal exigem menos esforço para leitura; a composição da página é menos caótica; e a composição da página é facilitada (GARCIA, 1993, p.96). GRUSZYNSKI (2007) destaca que “esse diagrama, dependendo do projeto, poderá delimitar o design de várias páginas similares em uma publicação. Um projeto gráfico define os elementos essenciais da identidade visual do impresso, como a mancha – área ocupada pela impressão que é definida no diagrama – e a possibilidade de utilização de elementos gráficos e seu arranjo recomendado”. (GRUSZYNSKI, 2007, p.154)

Os exemplos ilustraram como a utilização dos eixos horizontal e vertical são importantes na composição da página, bem como a percepção pode ser alterada quando se observa a página de forma individualizada ou de forma generalizada. Para nos permitir ter mais segurança sobre qual é o modelo mais utilizado pelas publicações de maneira geral, é importante que façamos algumas análises quantitativas permitindo um olhar “macro” para as publicações.

Para dar dinamismo à página e propor um caminho do olhar do leitor pelos seus vários elementos, da tipografia às imagens, das cores à informação, o *designer* pode estabelecer Centros de Impacto Visual (GARCIA, 1993), conduzindo a uma leitura ativa do conteúdo que pode, também, influenciar na ordem de recepção das mensagens para além do sentido ocidental proposto por SILVA (2007) da esquerda para direita e de cima para baixo.

Ainda no âmbito da composição dos jornais temos a presença das cores, que são utilizadas tanto para chamar atenção como também para transmitir informação aos leitores.

## **2.1 - O uso das cores no Design Gráfico**

Cores desempenham importante papel para o jornalismo impresso. Enquanto elemento tipográfico, ela garante aos jornais a chance de atrair mais a atenção do leitor e, mais que isso, seduzi-lo por meio de sua utilização. Para além dessa função, as cores também carregam informações, como nos assegura GUIMARÃES (2002, 2003), responsáveis até mesmo, de acordo com o autor, antecipar a informação a ser consumida no jornal.

No desenvolvimento do *design* gráfico moderno, as cores começaram a ser utilizada na década de 1960, porém, a evolução técnica permitiu que a partir de 1980 os jornais adotassem as cores de forma definitiva, assegurando presença de fotos coloridas em suas páginas e, mais que isso, colorizando os elementos tipográficos presentes na área de mancha do jornal<sup>30</sup>. Muitas obras consultadas nos demonstram especial preocupação dos *designers* quanto à qualidade da cor e não quanto às significações atribuídas à elas, como podemos observar em WONG (1987), HUTT&JAMES (1989), GARCIA (1990), LAREQUI (1994), entre outras obras. Porém, a questão técnica não será enfatizada, uma vez que, para o recorte proposto, nos interessa os usos e funções das cores nas capas do que a própria questão técnica em si.

Mario Garcia adverte que o uso da cor, se não for bem feito, não trará resultados positivos para o meio de comunicação. A preocupação quanto ao bom uso da cor no âmbito do design se dá também pela importância da identidade atribuída ao jornal ou peça gráfica por meio dos recursos cromáticos. FUENTES (2006) observa que “ninguém pode negar a importância da cor em alguns planos de imagem corporativa, ou na hora de estabelecer sistemas de codificação, sem mencionar os sistemas de sinalização convencionais” (FUENTES, 2006, p.76).

Por esse motivo, a preocupação quanto às questões físicas da cor permeiam de sobremaneira a preocupação dos responsáveis pelo desenho de peças impressas e também dos responsáveis por sua impressão. Mas no âmbito simbólico, o olhar se guia para a utilização de determinada cor relacionada a determinado conteúdo, e assim, Lupton e Phillips (2008) afirmam haver papel específico para as cores na composição jornalística:

A cor pode exprimir uma atmosfera, descrever uma realidade ou codificar uma informação. Palavras como “sombrio”, “pardo” e “brilhante” traz à mente um clima de cores e uma paleta de relações. Os designers usam a cor para fazer com que algumas coisas destaquem (sinais de advertência, por exemplo) e outras desapareçam (camuflagem). A cor serve para diferenciar e conectar, ressaltar e esconder. (LUPTON, PHILLIPS, 2008, p. 71 *apud* FETTER, 2011, p.58).

O uso utilitário da cor perpassa pela questão cultural e de conhecimento, obrigando o receptor a ter um saber prévio para compreender a mensagem cromática.

---

<sup>30</sup> Os avanços técnicos e dificuldades ao longo dos anos para impressão de jornais a cores já foram alvos de diversas publicações, como GARCIA (1990), LOCKWOOD (1993), LAREQUI (1994), RUIZ (2002), entre outros. Por esta razão, não iremos discutir o assunto na tese e limitaremos nosso recorte aos aspectos de interesse para análise de nosso objeto.

Em um semáforo, por exemplo, é preciso ter a compreensão dos sinais luminosos indicando parada obrigatória, passagem liberada ou atenção, todos os frutos de um repertório cromático já instituído na cultura desde os primeiros anos da infância, ou, nas palavras de Harry Pross (1989), passam a fazer parte das experiências *pré-predicativas* do homem. Neste sentido, a utilização da cor para diferentes papéis – de sinais de advertência à mídia em geral - são reforçados por GUIMARÃES (2003) que apontam funções do uso das cores no âmbito comunicacional:

[...] uma que compreende as sintaxes e as relações taxionômicas, cujos princípios de organização são paradigmáticos, como organizar, chamar a atenção, destacar, criar planos de percepção, hierarquizar informações, direcionar a leitura, etc., e outra que compreende as relações semânticas, como ambientizar, simbolizar, conotar ou denotar. (GUIMARÃES, 2003, p.29)

Para se chegar nesse uso simbólico das cores enquanto elemento de hierarquia, de direcionamento de leitura, é preciso atenção para o uso das cores, evitando dissonâncias de sentido entre forma e conteúdo. Para não incorrer em erros na utilização das cores, RUIZ (2002) elenca o que chama de “*princípios gerais para o uso da cor*”:

1) Nos casos em que existam duas ou mais cores na página, a de maior intensidade se deve empregar para destacar a informação ou a parte da informação mais importante [...] 2) se devem usar cores relacionadas entre si para ressaltar as diferenças; 3) é melhor usar uma paleta de cores limitada. Não se trata de impressionar, e sim de comunicar; 4) não é conveniente mesclar em uma mesma página ou em um mesmo gráfico cores de tom pastel com cores vibrantes, porque cria a sensação de ordem; 5) pela mesma razão do ponto anterior, não é conveniente mesclar cores frias com cores quentes<sup>31</sup>; [tradução nossa] (RUIZ, 2002, p.99).

Dentre as demais considerações do autor sobre o bom uso da cor incluem orientações sobre cores complementares e a necessidade de não utilizar cores de pouco contraste. Em um dos tópicos o autor chega a determinar que a tipografia dos textos *sempre* deva ser em preto, alegando que o uso de outras cores pode prejudicar a legibilidade do conteúdo.

---

<sup>31</sup> 1) en el caso de que existan dos o más colores en la página, el de mayor intensidad se debe emplear para destacar la información o la parte de la información más importante [...]; 2) se deben usar colores relacionados entre sí para mostrar las conexiones entre bloque informativos y colores no relacionados entre sí para subrayar las diferencias; 3) es mejor usar una paleta de colores limitada. No se trata de impresionar, sino de comunicar; 4) no es conveniente mezclar en una misma página o en un mismo gráfico colores pastel con colores vibrantes, porque crea sensación de desorden; 5) por la misma razón que en el punto anterior, no es conveniente mezclar colores fríos con colores cálidos;

LAREQUI (1994) também alerta para o bom uso de cores nas páginas do impresso, apontando inclusive uma tabela de “legibilidade” das cores na mídia impressa, tamanha é a preocupação em garantir que as cores não interfiram na legibilidade. O autor ainda destaca:

Além disso, a utilização da cor nos jornais se manifesta de duas formas: o uso intencional e o uso da cor natural. O primeiro se refere à presença da cor devido à intervenção do diagramador ou designer, que aplicou pigmentos a fim de criar um destaque óptico ou simplesmente atingir a beleza dos elementos visuais sobre a página. [...] A utilização da cor natural refere-se à cor que reproduz fielmente a realidade sobre as páginas do jornal.<sup>32</sup> [tradução nossa] (LAREQUI, 1994, p.158)

Em busca de uma harmonia cromática que não atrapalhe a leitura dos jornais, SOUSA (2001) afirma que as cores podem explorar ideia de tranquilidade e quietude quando bem utilizadas, valendo-se dos contrastes entre cores complementares quentes e suaves. “Já a harmonia de cores frias, como os azuis, possibilita a exploração da ideia de frieza”. (SOUSA, 2001, p.459). GARCIA (1990) destaca que a utilização de cores vai agir também no ponto de entrada do leitor na página, já que a atração por cores e fotografias coloridas pôde ser detectada por meio de pesquisa científica realizada pelo *Eye-Trac Institute*<sup>33</sup>. Conforme o autor, “em páginas visualizadas em grandes telas coloridas, fotos e manchetes costumam ser os pontos dominantes de entrada, independentemente das telas”<sup>34</sup>. (GARCIA, 1990, p.123). Jesús Ruiz enfatiza a importância da cor na percepção da página e adverte aos *designers* sobre a legibilidade, a exemplo SOUSA (2001), LAREQUI (1994) entre outros:

Além disso, ainda de acordo com Garcia, os leitores tendem a associar formas mais coloridas. Por exemplo, dados dois círculos e um quadrado, se um círculo e quadrado é azul e o outro círculo é vermelho, o leitor tende a associar duas formas diferentes mas com a mesma cor antes que as formas fazer iguais mas de cor diferente. De modo que quando o designer coloca duas cores iguais em dois lugares diferentes na página, o leitor tenta se conectar. Por isso, é importante ter cuidado com o uso de blocos de cores idênticas de informações que nada têm a ver um com o outro.<sup>35</sup> [tradução nossa] (RUIZ, 2002, p.100)

<sup>32</sup> Pero además, el uso del color en la prensa diaria se manifiesta de dos forma: uso del color intencional y uso del color natural. El primero se refiere a la presencia del color debido a la intervención del diagramador o diseñador, quien aplica los pigmentos con la finalidad de crear algún resalte óptico o simplemente para lograr la belleza de los elementos visuales en las páginas. [...] El uso del color natural se refiere al color que reproduce fielmente la realidad en las páginas de un diario.

<sup>33</sup> Acerca desta pesquisa e do ponto de entrada do leitor na página, leia o Capítulo 3.7. Sugerimos também a leitura de GARCIA (1990), LAREQUI (1994) e RUIZ (2002) que também exploram o assunto.

<sup>34</sup> on pages displaying large color screens over text, photos and headlines remain the dominant points of entry regardless of the screens

<sup>35</sup> Por otro lado, y siempre según García, los lectores tendían a asociar más colores que formas. Por ejemplo, dados dos círculos y un cuadrado, si un círculo y el cuadrado son azules y el otro círculo es rojo,

Ampliando a discussão sobre o cromatismo enquanto elemento tipográfico do meio impresso, Jorge Pedro Sousa (2001) traz também abordagem que pretende discutir cor para além dos aspectos funcionais até então apresentados. O autor afirma que, no *design* gráfico ela pode auxiliar na composição da harmonia da página, chamar atenção dos leitores, mas, mais importante do que esse uso instrumental ou estético, a cor carrega sentidos em função da orientação cultural onde os leitores estão inseridos.

A cor permite atrair a atenção, mas também é um agente conferidor de sentido, em função do contexto e da cultura. Por exemplo, se um fotojornalista pretende fazer uma feature photo em que exalte a alegria das crianças não deve procurar crianças vestidas de negro ou locais escuros, mas sim crianças vestidas com cores vivas e locais multicoloridos. (SOUSA, 2001, p.458)

É a partir deste viés, onde a cor atua também na produção de sentido de acordo com o contexto cultural onde está inserida, que Luciano Guimarães (2003; 2004) aponta a necessidade de enxergar as cores no contexto informacional, apontando a interação promovida entre a publicação e o repertório cultural dos leitores por meio das informações cromáticas. Assim, para além da questão técnica e estética na composição das capas, as cores vão dialogar com o conteúdo e, até certo ponto, inserir novas significações em repertórios e imaginários dos leitores.

Como destaca SILVEIRA (2010), “não há como pensar a cor de maneira isolada” (p.36), indicando já as influências de contexto e cultura nessa questão. Ao relacionar a cor com o design, a autora vai mais longe e, partindo das premissas piercianas afirma: “Como nos apropriamos do universo semiótico para nos comunicar, o processo de percepção cromática contribui efetivamente para a construção dos códigos e passa assim a ter agregados em si os significados” (SILVEIRA, 2010, p.41), e acrescenta: “da mesma forma que a comunicação e a cultura, o design se apropria dos códigos constituintes da linguagem, algumas vezes materializando significados, promovendo a comunicação...” (SILVEIRA, 2010, p.42) apontando para um uso comum das cores e do design gráfico: a materialização de significados presentes no contexto cultural da emissão.

A pesquisa da utilização da cor enquanto produtora de sentido e não apenas como elemento de contraste ou atração mercadológica por parte da mídia impressa

---

el lector tiende a asociar las dos formas distintas pero con el mismo color antes que las do formas iguales pero con distinto color. De tal manera que cuando el diseñador coloca dos colores iguales en dos lugares distintos de la página, el lector intenta conectarlos. Por lo tanto es importante tener cuidado con la utilización de colores idénticos en bloques informativos que nada tienen que ver entre sí.

ainda dá seus primeiros passos no âmbito brasileiro. Ao observarmos nosso objeto empírico, jornais populares do Brasil e Portugal, voltamos também a nossa atenção a esse aspecto informacional das cores nas capas.

Nesse sentido, para que possamos conduzir as futuras análises da tese, no primeiro momento é preciso observar o objeto e identificar a sistematização de cores utilizadas de forma padrão em suas páginas. Se o *design* veio para hierarquizar informações, é de se esperar que haja um repertório pré-definido para editoriais ou assuntos que figuram nas capas dos jornais. Tensionadas com a *tríade temática*, as cores também “falam” com seus leitores. Em especial, nos tabloides populares, seu uso é mais intenso do que em relação aos jornais “de referência”. Retomando expressão de Mário Garcia (1990, p.209), se o *layout* de um jornal é uma “sinfonia”, onde todos elementos devem estar afinados e tocando em uníssono, os desenho dos tabloides “são uma rumba”.

### 2.1.1 - A economia de sinais no repertório cromático do SN e JN

As capas do jornal *SN* trazem características que se repetem diariamente e reforçam sua identidade visual. Dentre essas características é possível destacar o formato de tabloide, a presença de uma grande manchete, fotos e o uso de cores como fundo de seu noticiário, como demonstram as figuras a seguir:



Figura 61 – Super Notícia de 1. 04.01.11; 07.01.11 e 15.01.11

A sustentação da *tríade temática* também é outra marca registrada do *SN* e, concomitantemente percebe-se uma preocupação editorial com as cores utilizadas. Ao acompanhar por 30 dias da publicação, verifica-se a criação de um repertório de cores

segundo um padrão de repetição utilizado por seus editores e designers gráficos, sendo ele:

**Preto** – notícias relacionadas à morte, com texto em branco para criar o efeito de “negativo”;

**Vermelho** - notícias relacionadas à violência ou editoria de polícia, com textos em branco;

**Azul escuro** – também notícias relacionadas à violência ou morte, porém, com menor frequência do que preto e vermelho. Normalmente o fundo azul escuro vem acompanhado de texto em amarelo;

**Azul claro** – cor presente com frequência na capa do jornal, porém, utilizada para as mais variadas editorias, de cotidiano a polícia;

**Verde** – utilizado para noticiário esportivo;

**Amarelo e rosa** – utilizado como cor no noticiário envolvendo mulheres, muitas delas trajando apenas biquíni e sempre em posição sensual ou sexual;

Ao sistematizar o esquema de cores percebe-se que a presença cromática na capa não se dá para reforçar fatores sinestésicos ou estéticos, mas sim com intenção de organizar e transmitir também a informação, o que faz da cor parte integrante do processo comunicacional. GUIMARÃES aponta que:

Considera-se a cor como informação todas as vezes que sua aplicação é responsável por organizar e hierarquizar informações ou lhes atribuir significado, seja sua atuação individual e autônoma, ou integrada e dependente de outros elementos do texto visual em que foi aplicada (GUIMARÃES, 2004, p.53)

Ainda, conforme o autor, outro importante passo a ser avaliado no ato de investigação das cores na mídia é enquanto a intencionalidade do emissor em seu uso. Tornar a informação mais ou menos credível pode, intencionalmente, fazer parte dos objetivos daquele gesto de informação, mas pode também ser resultado de uma composição visual não intencional, por sua vez descuidada e até mesmo irresponsável. Se intencional, o julgamento se volta para a própria intenção, e conseqüentemente, para o autor ou emissor, já que o uso da cor-informação será considerado correto na sua formulação. No caso contrário, o julgamento se volta mais para a mensagem, considerada sua incorreção no uso da cor-informação, independentemente de o resultado da composição visual ser positivo ou negativo, segundo a deontologia do receptor crítico, o que depende do compartilhamento ou não do ponto de vista moral,

ético e repertorial entre o emissor e o receptor daquela informação. (GUIMARÃES, 2004, p.52-53)

Pode-se afirmar que as cores na capa do *SN* são utilizadas de forma intencional e demonstra preocupação do jornal em sua utilização para estabelecer ou reforçar a ligação com seus leitores.

Nessa composição cromática estabelecida pelo *SN*, percebe-se um equilíbrio entre o uso do vermelho e do preto na capa, sendo que as cores figuram em 1.04 e 15.01 respectivamente, enquanto outras seis edições têm como cor-informação principal (acompanhando a manchete de capa) o azul (sendo em apenas uma oportunidade o azul claro). Não temos intenção de fechar significados para as cores utilizadas pelo jornal, mas a predileção pelo vermelho e preto pode ser compreendida pela natureza do noticiário – violência física e morte em todas elas – e pela associação natural ocorrida entre essas temáticas e cores, como bem observa GUIMARÃES (2003), ao destacar que, por razões culturais, no ocidente, o vermelho normalmente é associado à violência ou paixão, e o preto é utilizado especialmente no luto.

A cor preta representa também escuridão, cor da noite e remonta às experiências que estão presentes no próprio instinto humano de sobrevivência. Harry PROSS (1987) destaca as experiências pré-predicativas, ou seja, aquelas que são assimiladas pelo ser humano ainda quando praticamente não se tem uma consciência plenamente desenvolvida.

As experiências pré-predicativas também são responsáveis por interferir diretamente na percepção do mundo e, em consequência, na percepção da mídia. Por carregarmos as experiências inconscientemente, agregamos valores culturais às representações visuais, remetendo-nos às experiências pré-predicativas: “*Essas representações nos fazem reviver as experiências primárias específicas do gênero humano*” (PROSS, 1987, p.48, *apud* PORTARI, 2009, p.18)

Uma dessas experiências, por exemplo, faz com que a escuridão (logo, a cor preta), seja associada a uma experiência negativa.

As experiências primárias de claro e escuro, dentro e fora, acima e abaixo determinam o modo como o sujeito experimenta, conhece e se comunica. Sem elas, o sujeito não pode experimentar nada, nem conhecer, nem comunicar nada. Elas determinam, de antemão, seu comportamento social, muito antes que sejam aplicadas conscientemente categorias estéticas e éticas. [Tradução nossa] (PROSS, 1987, p.53)

Temos em BYSTRINA (1996, p.4) que textos culturais são binários, polares e assimétricos, e as cores podem ser interpretadas nesses parâmetros de acordo com o repertório dos leitores. Para ilustrar a forte carga cultural presente nas cores escuras no repertório dos receptores, podemos nos valer do exemplo de Pross ao imaginar uma situação cotidiana como uma mãe que embala um neném em seu colo para que ele durma. Enquanto a criança não dorme, a mãe permanece com a luz de um abajur aceso, acolhendo a criança até que ela caia em sono profundo. Assim que a criança dorme, ela é colocada em seu berço e a luz do abajur apagada. Ao acordar a noite, a criança chora assustada por causa da escuridão. Temos, nesse exemplo, uma experiência pré-predicativa onde a luz – e a oposição claro x escuro, por consequência - é associada ao calor e a proteção materna, além do domínio visual do espaço onde o bebê se encontra. Em contrapartida, a escuridão é associada à cama fria e a falta de domínio visual. A claridade é assumida como positiva e a escuridão como negativa. Em contrapartida, a cor preta, representante da escuridão, é utilizada para simbolizar o luto, a tristeza ou os olhos que não enxergarão mais a claridade<sup>36</sup>.

No *SN*, a utilização da cor preta se concentra especialmente em notícias onde há a “presença” da morte, compartilhando com seus receptores um repertório previamente fixado em suas memórias, como demonstram as figuras abaixo.



Figura 62 – Detalhe de 3.01.2011 e 6.01.2011

<sup>36</sup> Um exemplo da forma como essa associação está presente no repertório cultural, podemos citar a música de Renato Teixeira, intitulada “Sina de Violeiro”: “*uma cegueira triste certo dia, nos olhos calmos de meu pai entrou. Varreu as cores do seu pensamento, ele deitou na cama e nunca mais falou*”.



Figura 63- Detalhe de 8.01.2011 e 15.jan.2011

Ao estarem diante da primeira página, terão de forma antecipada a temática da manchete, antecipando a presença da morte na capa. As exceções da utilização da cor preta com essa temática acontecem nas edições dos dias 24, 27 e 28 de janeiro, onde a cor preta deixa de se ligar diretamente à morte, mas continua conectada com noticiário policial.



Figura 64 – Detalhes de 24.01.2011; 27.jan.2011 e 28.jan.2011

A utilização da cor proveniente de um repertório para outra finalidade pode provocar confusão quanto à interpretação do leitor em relação à cor-informação, trazendo problemas de leitura apontados por GUIMARÃES (2000).

...a cor contribui na formação da informação e, muitas vezes, é ela que organiza ou contextualiza o conjunto ou cria a predisposição do leitor para receber aquele exato conteúdo. Uma cor que não esteja de acordo com a informação trazida pelos outros elementos verbais e não-verbais pode tornar a informação da capa ambígua (o que é um resultado prejudicial à comunicação) ou causar estranhamento no leitor, que procurará um outro sentido para a cor. (GUIMARÃES, 2000, p.130)

Porém, o preto também é utilizado como cor principal quando a manchete remete à equipe de futebol do Atlético Mineiro, demonstrando que o contexto da informação textual também está diretamente cotejado com o bom uso da cor-informação. Assim, ao falar de vitórias ou derrotas da equipe, o jornal a utiliza para

promover uma identificação com os torcedores atleticanos – no que chamamos no capítulo de cores “totêmicas” - e não mais para anunciar morte ou luto.

Mas essa sistematização das cores na capa para “antecipar” a informação também pode incorrer problemas no momento dessa comunicação. Como no caso da imagem a seguir, onde a morte de uma mulher deixa de ser anunciada com o “preto” para assumir outra cor de fundo, provavelmente devido à necessidade de se criar contraste adequado para a página:



Figura 65 – Super Notícia 13.01.2011

A informação cromática pode confundir o leitor, já que a cor azul, em Belo Horizonte, é mais reconhecida pelo time de futebol Cruzeiro Esporte Clube do que ligada diretamente a um fato negativo<sup>37</sup>. Uma das possíveis explicações para esta escolha cromática em detrimento do preto pode estar no fato de que, desta vez, a morte não foi atribuída a uma ação criminosa ou policial, mas sim a um acidente natural, onde uma árvore cai em cima de uma mulher que caminhava no parque municipal. Curiosamente, em edições anteriores a esse fato, essa mesma tonalidade de azul esteve associada ao noticiário policial:



Figura 66 – Detalhes de 4.01.2011 e 10.jan.2011

<sup>37</sup> A relação entre as cores e o noticiário esportivo será discutida de forma aprofundada no Capítulo 5.

O estranhamento pela escolha do azul é provocado pelas próprias edições anteriores do jornal, que utiliza o vermelho para esta temática:



Figura 67 – Detalhes de 19.01.2011 e 26.01.2011



Figura 68 – Detalhes de 20.01.2011 e 7.01.2011

A escolha do vermelho como cor-informação para o noticiário policial pode se dar por várias razões. Podemos observar que esta cor pode carregar vários significados dependendo do contexto onde está inserida. Tanto poder ser atribuída ao amor como ao ódio, à violência ou ao desejo. Por estar disposta em jornal popular, e dada à herança de seus antecessores chamados pejorativamente de “sensacionalistas”, o vermelho pode estar associado à violência por remeter automaticamente ao sangue. Na tonalidade utilizada pelo jornal, a cor assume um tom de “sangue vivo” ou sangue “recém-derramado”, que é diferente do “sangue morto”, que é escuro e opaco. GUIMARÃES (2003) já alertava que a simples variação de matiz ou contraste da cor pode alterar seu significado dentro do contexto em que ela atua. Podemos inferir, nesse caso, ser a

informação antecipada pela cor de que temos diante de nós uma informação onde exista algum tipo de violência.

Outra cor frequente nas capas é o azul claro, utilizado como fundo para matérias de editorias variadas. Devido à necessidade de se criar matizes de cores que se complementam e não provoquem estranhamento em seus leitores, o jornal também inclui em algumas ocasiões o noticiário policial nessa cor de fundo. Na observação, porém, indica-nos que quando *box* com essa tonalidade de azul é utilizado, trata-se de matérias secundárias para o jornal, sempre abaixo da manchete principal que carrega outra cor-informação.



Figura 69 – Detalhe de 2.01.11  
 Figura 70 – Detalhe de 4.01.2011  
 Figura 71 – Detalhe de 6.01.2011



Figura 72 – Detalhe de 8.01.2011  
 Figura 73 – Detalhe de 11.01.2011  
 Figura 74- Detalhe de 12.01.2011



Figura 75– Detalhe de 16.01.2011  
 Figura 76 – Detalhe de 18.01.2011  
 Figura 77 – Detalhe de 21.01.2011  
 Figura 78 – Detalhe de 15.01.11

Podemos apontar, após a observação das figuras e das capas como um todo, que essas notícias não são o chamado “prato do dia” ou manchete principal. Interessante

notar que a notícia, quando acompanhada da cor azul claro, quase sempre carrega uma imagem fotográfica, ao contrário das cores utilizadas como manchete principal.

A escolha da tonalidade da cor, também serve para atenuar a saturação das cores da manchete, seja o preto, o vermelho ou o azul escuro. Figuram ainda como cor-informação na capa do *SN* o verde, o amarelo e o rosa. A primeira é utilizada para notícias esportivas, especialmente o futebol, remetendo diretamente à cor dos gramados:



Figura 79 – Detalhes de 17.jan.2011 e 31.jan.2011

Apesar de retomar os gramados, as cores podem gerar – a princípio – outro problema: em Minas Gerais as três principais equipes de futebol são Cruzeiro (camisa azul), Atlético Mineiro (camisa preta e branca) e o América-MG (camisa verde)<sup>38</sup>. A utilização do verde no noticiário pode gerar a mesma dificuldade enfrentada pela mídia televisiva com a ascensão da equipe do São Caetano no início dos anos 2000. Conhecido por “Azulão”, a equipe trouxe problemas para o noticiário que utilizava dessa cor como fundo em suas apresentações (GUIMARÃES, 2002). Porém, quando o jornal não tem como manchete principal as equipes de Belo Horizonte, ou quando vai tratar de outros esportes que eventualmente figuram em suas capas – caso do vôlei, basquete, atletismo, etc. – essa é a cor escolhida para identificar tanto na capa como nas páginas internas o noticiário esportivo.

Por último temos a combinação amarelo e rosa que acompanham fotos e notícias envolvendo os *sex symbols* da capa, como cores intimamente ligadas à sensualidade e à forte conotação sexual.

<sup>38</sup> O assunto está detalhado no Capítulo 4.2 onde apresentamos, além do escudos das equipes, seus uniformes oficiais e cores associadas a elas.



Figura 80 – Detalhes de 3.jan.2011; 17.jan.2011; 22.jan.2011 e 28.jan.2011

O rosa é a cor atribuída ao universo feminino e, portanto, sua escolha condiz com os padrões esperados da cultura ocidental. Já a combinação com o amarelo pode deixar em aberto a sua interpretação, seja por razões estéticas ou por remeter diretamente à riqueza (cor do ouro), numa associação considerada tipicamente masculina que associa a conquista de belas mulheres (as garotas e atrizes das fotos) à condição financeira. Ao expor e sistematizar o uso de cores na capa *SN* pretende-se entender como a publicação utiliza, intencionalmente, das cores para comunicar. Chama à atenção a utilização de um repertório que parece ser previamente compartilhado por seus leitores a fim de sistematizar a leitura da capa e, mais do que isso, garantir que não haja uma ruptura na rotina de leitura do jornal. Ao observamos o projeto gráfico apresentado pelo próprio jornal, verifica-se a identificação das cores a serem utilizadas com as seções internas do jornal, que foi “cadernizado” cromaticamente da seguinte forma:



Figura81: Nova Paleta de Cores do Super Notícia

Fonte: Especial de cara nova, 2009, in: GUEDES (2010)

De acordo com a pesquisa desenvolvida por Maria Rita Guedes, o jornal apresenta dessa forma seu repertório cromático:

...o vermelho é a cor principal de todo o jornal, ele aparece na capa e nas páginas da seção “Atualidades”. A nova paleta de cores do *Super Notícia* do caderno de “Atualidades” traz como cores principais: preto, vermelho e bege. O caderno “Variedades”, que traz notícias do mundo das celebridades, horóscopo, resumo de novela e fofocas das estrelas, é identificado no seu cabeçalho em rosa. A paleta traz ainda o azul, o preto, o laranja e bege como cores principais. Nas páginas de “Esportes”, o verde passa a ser a cor dominante, tendo ainda o preto, o laranja e o vermelho. As cores secundárias para todos os cadernos são amarelo e azul (em tons claros). (GUEDES, 2010, p.93)

O jornal, ao tornar público para os leitores seu repertório cromático, já trata as cores dentro de um aspecto de “economia de sinais”, balizando o repertório do leitor. Mas o que a capa nos apresenta, tanto nos exemplos acima como nos demais usos da cor é uma linguagem diferenciada das cores nas capas, reforçando aspectos publicitários e mercadológicos que essas páginas carregam. Para além do aspecto funcional, as cores carregam informações, conteúdos a serem ‘lidos’ e compreendidos no âmbito do jornalismo, ultrapassando a questão técnica de sua utilização nos impressos.

É possível perceber que a criação de um repertório cromático por parte do *SN* é uma das estratégias de inserção do jornal no mundo do leitor. Acostumados ao noticiário, o jornal estabelece padrões que antecipam a informação. O próprio jornal responsabiliza-se em reforçar esse repertório cromático, trazendo aquilo que Vicente Romano destaca como uma economia de sinais na comunicação.

Na imprensa, o que conta é a apresentação visual dos conteúdos, que são estruturados de forma a predeterminarem as modalidades perceptivas, bem como aquilo que pode conhecer-se e interpretar-se. E é de esperar que assim continue, enquanto persista a relação direta entre a apresentação como captação visual e as bases comerciais do meio impresso. Quanto maior a tiragem, tanto mais atrativa a apresentação e tanto mais curtos os enunciados. A redução deve-se, em todos os meios, à economia de sinais. (ROMANO, 2008, p.12)

Delimita-se um determinado número de sinais que são utilizados periodicamente no processo comunicacional sem que haja uma ampliação destes códigos e qualquer alteração pode prejudicar o processo de recepção. Ao comprar o jornal, antes mesmo de partir para a leitura dos textos, por meio das cores e fotos, o leitor já pode inferir antecipadamente de que se trata cada uma das manchetes.

## 2.2 - As imagens nas capas dos jornais populares

Páginas carregadas de textos não são mais habituais no jornalismo contemporâneo, às vezes se limitando a publicações como Diários Oficiais. Um dos motivos para essa mudança foi a concorrência estabelecida com a chegada da televisão, que trouxe imagens agregadas à informação, forçando os jornais a buscarem novas alternativas para competirem com a tela.

Como relata Finberg e Itule (1989), as primeiras ilustrações relacionadas ao conteúdo escrito foram utilizadas pelo jornal “New York World”, de propriedade de Joseph Pulitzer, trazendo rostos de figuras políticas em suas publicações. A consequência foi o aumento na tiragem e vendagem do jornal. Para surtir o efeito desejado, é preciso estar atento quanto ao uso da ilustração nos jornais. FUENTES (2006, 83) alerta que se não for bem utilizada, a ilustração não traz benefícios.

Ainda hoje, mesmo com recursos gráficos praticamente infinitos ofertados por *softwares* e um gigantesco banco de dados à disposição na Internet, os jornais populares ainda utilizam elementos ilustrativos em suas capas:



Figura 82 - Detalhe da capa do SN de 5.10.11; 18.10.11 e 6.12.11



Figura 83. Detalhe da capa do JN de 3.09.1; 4.12.11 e 23.12.11

Ambos os jornais se valem das figuras para agregar valor informativo à suas capas. O *SN* utiliza as ilustrações para agregar conteúdo à informação de que aquelas pessoas estão sendo procuradas pela polícia, para ilustrar comemorativamente os jogos Pan-Americanos e como símbolo da equipe do Atlético Mineiro, se valendo da mascote do time de futebol. O *JN* utiliza ilustrações também de forma a atrair seus leitores. A primeira à esquerda traz uma caricatura para remeter a Vítor Gaspar. Ao centro, as ilustrações criam organogramas como uma espécie de mapa onde a beleza pode ser encontrada e, à direita, uma ilustração de matéria relacionada ao Natal.

Os elementos devem agir em harmonia, agregando forma e conteúdo na composição visual, sem prejuízos para uma ou outra face da página jornalística.

Poderíamos falar de uma infinidade de princípios que podem ser aplicados ao design dos jornais, mas vamos resumi-los à soma de todos aqueles que, em nossa opinião, resultam de qualquer ponto de vista fundamental: contraste, equilíbrio, simplicidade, organização, ordem e uniformidade ou continuidade gráfica.<sup>39</sup> [tradução nossa] (LAREQUI, 1994, p.39)

Diante desses princípios de organização, tem especial importância para o jornalismo a fotografia. Seja por atrair o olhar ou constituir parte da narrativa jornalística, as fotografias têm importante papel no jornalismo popular. A fotografia ganhou espaço no território da mídia impressa com os avanços tecnológicos que permitiram sua impressão com qualidade, além de tornar mais fácil o trabalho de edição de imagens.

Para a capa do jornal o uso da fotografia extrapola o limite do informacional para chegar ao mercadológico, o que justifica, em parte, a predileção por determinados ângulos fotográficos no jornal, ampliando a capacidade de alcançar os leitores. As publicações populares, como o *SN* e o *JN*, seguem essa tendência. Devido ao tamanho reduzido das páginas as imagens são pontualmente escolhidas para atrair diretamente seus leitores.

FUENTES (2006, p.85) determina dois principais usos das fotografias no âmbito do jornalismo impresso: registro documental ou ilustração fotográfica. A primeira forma está ligada ao conceito de que jornais são fontes de informação de tempos remotos, e as fotografias fornecem detalhes incapazes de serem identificados nos textos escritos. Aqui também se enquadram as imagens dos acontecimentos jornalísticos.

---

<sup>39</sup> Podríamos hablar de un sinfín de principios que pueden ser aplicables al diseño periodístico, pero vamos a resumir-los a los que, en nuestra opinión, resultan desde cualquier punto de vista fundamentales: contraste, equilibrio, sencillez, organización, orden y homogeneidad o continuidad gráfica

Já no âmbito ilustrativo o uso mais comum se dá por meio das fotos de arquivo, especialmente de pessoas. Quando não se tem uma imagem atualizada do personagem central da matéria, é comum busca-la em outras ocasiões onde a figura esteve presente para ilustrar a reportagem. Da mesma forma, podemos observar em algumas circunstâncias a utilização de imagens ilustrativas para dar apelo estético a determinado assunto, porém, no âmbito do jornalismo diário e em suas capas, essa utilização com caráter “plástico” é raramente encontrada.

O uso da fotografia permite atribuir credibilidade ao jornal, fazendo com que a imagem passe ter “tão importante quanto o texto, manchetes e outras grandes unidades gráficas”<sup>40</sup> [tradução nossa](LAREQUI, 1994, p.117). Além disso, a fotografia assume um caráter interacional a partir do momento em que ela, exibida ao leitor, convida-o a pensar, refletir e compreender a imagem. Somado ao texto, seja de manchete, da própria notícia ou da legenda, a imagem fotográfica traz a sensação para o leitor de onipresença, tanto da mídia quanto da própria pessoa quem lê que passa a ser “testemunha” ocular do fato:

Assim, segundo Morin, a função inicial da imagem é representativa, é tornar presente o ausente, ou atingi-lo de algum modo em sua própria materialidade, e essa função é exercida desde o início em uma prática essencialmente mágica. Tal função, bastante conhecida e já exaustivamente estudada, não constitui, no entanto, uma característica apenas arcaica da imagem ou mesmo uma função apenas das imagens em âmbitos de culto. Ao contrário, sabe-se que esse potencial enfeitiçador da imagem é amplamente usado em nossos dias pela televisão, pelo cinema, pela internet, pela publicidade, pela moda. (CONTRERA; BAITELLO JUNIOR, 2004, p. 3)

Esse potencial “enfeitiçador” faz parte do processo produtivo do jornalismo popular, principalmente pelo público-alvo dessas publicações. Por estarmos em um mundo onde o referencial passa a ser o visual e não o textual, como bem pontuam ANTUNES e VAZ (2006), a imagem cresce em importância no *design* à proporção que o número de “letrados” é menor. As imagens são intencionais e a construção do sentido se dá “de forma a levar o olhar do leitor a uma interpretação do fato ou do momento registrado tal como o desejado pela publicação” (PORTARI, 2009, p.15). Para isso, é necessário que o desenho da página também esteja adequado. Essa preocupação existe, já que “a colocação de uma fotografia na página determina como o leitor vai olhar para

---

<sup>40</sup> la misma importancia que el texto, los titulares y otras unidades principales del grafismo

a foto e como ele irá percorrer o restante da página” [tradução nossa]<sup>41</sup> (GARCIA, 1990, p.235).

A leitura das imagens fotográficas e suas relações com as demais notícias que competem o espaço na página vai depender do percurso visual do leitor na página e, mais ainda, da composição conjunta de texto verbal e não-verbal no diagrama. O encontro entre imagem e texto é importante para a compreensão da reconstrução de sentido por parte dos leitores, como demonstramos no Capítulo 1.

RUIZ afirma que “a fotografia, infográfico ou ilustração não deve separar o bloco composto pelo título e subtítulo, se existir, e o início do texto” [tradução nossa]<sup>42</sup> (RUIZ, 2002, p.84), e, em outro momento, ratifica: “devem ser agrupadas as fotos relacionadas entre si e separadas aquelas que não estejam relacionadas” [tradução nossa]<sup>43</sup> (RUIZ, 2002, p.85).

Se há a preocupação da utilização ordenada da fotografia para haver ancoragem com a manchete a que compete, veremos que no jornalismo popular os projetos gráficos permitem que imagens extrapolem seus limites para alcançar outros conteúdos “alheios” à sua existência, como podemos observar em algumas capas dos populares *SN* e *JN*:



Figura 84 – SN de 3.06.2012 e JN de 18.02.2012

O *SN* faz com que a imagem da modelo e apresentadora Sabrina Sato extrapole “sua” manchete “*Passado Triste*” para invadir, literalmente, a fotografia da partida de

<sup>41</sup> the placement of a photograph on the page determines how reader will look at the photo and how they will move through the rest of that page

<sup>42</sup> la fotografía, infográfico o ilustración no debería separar el bloque compuesto por el título, y el subtítulo si lo hubiera, del inicio del texto”

<sup>43</sup> hay que agrupar todo lo posible las fotos relacionadas entre sí y separar las que no están relacionadas

futebol relacionada à manchete “*América 100% líder com goleada*”. Enquanto o *JN* aproxima a foto de um homem taxado como “*Monstro de Beja*” que se enforcou na cadeia com outro conteúdo não relacionado à sua morte que diz “*Escravizou a mulher durante 44 anos*”.

Nos dois casos, a utilização da fotografia foge aos preceitos dos jornais “de referência” para assumir outras conotações e outras funções na página. O tensionamento visual entre imagens de diferentes notícias com elementos textuais ocorre gradativamente, conforme os olhos do leitor percorrem a página. Esse convite para interpretação das imagens, para Baitello Junior, se deve à independência com que atualmente as imagens técnicas<sup>44</sup> adquiriram em relação aos homens, onde temos um “mundo da imagem” que tenta seduzir seus eleitores, sendo a primeira vitória das imagens a própria superfície, de onde muitos dos leitores não passam devido ao “padecimento dos olhos”. (BAITELLO JUNIOR, 2004, p.3)

Se há níveis de profundidade a serem explorados, as imagens se oferecem a serem decifradas e compreendidas. Uma a uma, a seu modo, oferece detalhes e indícios que, em consonância com os textos, ajudam na reconstrução do mundo, já que “toda imagem conta uma história” (HUTT & JAMES, 1989, p.121). Cada imagem ou ilustração, ao ser exposta na capa, atua na produção de sentido e, dessa forma, a sua utilização atua também na construção de mundos possíveis ofertados pelos jornais.

### **2.3 - Formas textuais na capa**

A ponte que provoca a aproximação entre morte no jornal e leitor se dá também pelo texto escrito (assim como se dá pelas imagens, cores e diagramação). No texto são recriados mundos possíveis (FARRÉ, 2004) ou também o “mundo do texto” (RICOEUR, 2002), além de ser também ponto de interação entre as publicações e o leitor por meio da enunciação, “produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, este pode ser substituído pelo representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor” (BAKHTIN, 1997, p.114).

---

<sup>44</sup> Adotamos o conceito de imagens técnicas tal como é tratado por Vilém Flusser (2002, 2009): o de imagens produzidas por aparelhos tecnológicos, como a máquina fotográfica ou as câmeras de vídeo.. Martins (2011) também utiliza o termo de imagens técnicas com essa mesma finalidade, destacando que a digitalização provocou uma mudança de paradigma do *sun-bolé*, que é união, para o *dia-bolé*, que é separação.

Uma das características do jornalismo popular é a tentativa de se aproximar do leitor de forma direta, para isso, muitas expressões da chamada língua coloquial aparecem com frequência em suas composições textuais, tecendo pontos de encontro como seu leitor de modo a atender as expectativas tratadas no contrato de leitura estabelecido entre as partes.

Sabe-se há muito que as manchetes merecem cuidado e tratamento especiais. Exposta em bancas de jornal e dividindo a atenção dos leitores, é preciso estratégias compositivas para se destacar entre as demais. São comuns nessas publicações as metáforas populares, discurso dúbio e até malícia no tratamento das informações, especialmente nos conteúdos relativos à tríade temática: o erotismo, o trágico e o esporte: “A rigor, o gosto e o interesse do leitor determinam, diariamente, a construção da manchete” (DIAS, 1996, p.62). De posicionamento semelhante, inspirada em Eliseo Verón, Flávia Silva Miranda (2009) destaca que o contrato de leitura estabelecido entre o jornalismo popular apresenta características diferentes nas “maneiras de dizer”, que conferem “distinção a elas e faz com que haja identificação por parte dos leitores” (MIRANDA, 2009, p.50). É de se esperar comportamentos semelhantes, porém formas diferentes de nominar o trágico entre as publicações, mesmo havendo aproximações dessa “forma” em muitas situações. Destaca-se ainda Mouillaud para quem o jornalismo impresso leva em consideração a postura dos leitores seja em relação ao tempo quanto ao espaço e, portanto, toda construção textual supõe a existência de outro, “e a escrita é marcada por estratégias que pretendem conquistar a atenção dele”. (MIRANDA, 2009, p.45). O leitor é imaginado, projetado pelo autor, que tenta alcançá-lo da melhor forma possível, especialmente nas capas dos jornais. A não nominação das pessoas comuns envolvidas nas tragédias, a qualificação por meio de substantivos ou adjetivos para enquadrá-los em determinadas situações, fariam parte do possível interesse do leitor por aquela publicação. A violência, a morte e o trágico se materializam nas publicações, sempre com a morte como uma espécie de limiar da notícia. Ela nem sempre é o enfoque principal do conteúdo noticioso, mas sim a forma como ela surge, se desdobra e se reflete na sociedade.

A escolha do vocabulário e expressões materializa a presença do trágico ao mesmo tempo em que, presentes nas outras manchetes<sup>45</sup>, contribuem no processo de inserção do elemento morte como parte integrante do cotidiano desses leitores.

---

<sup>45</sup> As abordagens textuais relativas ao esporte e ao erotismo serão tratadas de forma mais ampliada e aprofundada nos Capítulos 3.2.3 e 3.3.3, respectivamente.



Figura 85 - Super Notícias - 04.12.2009

Figura 86 - Super Notícias - 28.12.2009

Figura 87 - Super Notícias - 21.12.2009

Frases como “*Brasil pega Portugal na 1ª fase*” (Fig.50), “*Os gostosões do ano*” (Fig.51) ou “*Mata a cunhada e fica pelado*” (Fig.52) mostram a tendência do jornal a reproduzir termos comuns no vocabulário oral em detrimento ao que dizem os manuais de redação de outras publicações onde é pregado o uso do português mais “formal” em textos ou manchetes. Há de se destacar o efeito de palavras como “mata”, “morto” ou mesmo “assassinado”, termos comuns e já esperado por seus leitores. Se por um lado a morte poderia causar repulsa, por outro, ela desperta o interesse lascivo desse leitor, que compra o jornal.

Verificam-se no *JN* situações semelhantes na escolha das palavras para noticiar a morte e a violência. O jornal aproxima-se de seus leitores em Portugal de modo semelhante ao que ocorre no Brasil:



Figura 88 - Jornal de Notícias - 10.07.2012 / 28.12.2012 / 8.4.2012

Palavras como “abate” e “matar” estabelece uma ponte onde o jornal pode se aproximar de seus leitores por meio delas, ou seja, o modo de construção do mundo do texto por meio das enunciações selecionadas. O tratamento dado à informação tem

como preocupação principal atingir o leitor projetado pela publicação, com clara preocupação dos editores em atender aos efeitos esperados por seus receptores no ato de leitura, já que “o tratamento é a maneira de fazer, o modo pelo qual o sujeito informador decide transpor em linguagem (e também iconicamente, caso possa recorrer à imagem) os fatos selecionados, em função do alvo predeterminado, com o efeito que escolheu produzir”. (CHARAUDEAU, 2006, p.38)

Sabe-se há muito que a forma de construção das narrativas irá interferir diretamente na interpretação textual, remontando às questões propostas por Ricoeur ao destacar a existência de um mundo do texto e outro do leitor. O autor do “mundo do texto”, jornalistas e editores, não consegue interferir diretamente na forma como o mundo do leitor será estabelecido. Porém, pode sugerir caminhos para essa leitura, engajando ambos em um processo de transação no qual, a priori, o discurso do jornal é tomado como “retrato do real” por ser considerado uma testemunha ocular dos fatos e um interpelador de seu público e da sociedade. A analogia ao espelho tão comum ao âmbito jornalístico mostra uma narrativa a ser interpretada e compreendida de distintas maneiras e as escolhas textuais para narrar os acontecimentos por meio das manchetes de capa são parte integrante desse procedimento.

A utilização dos verbos matar e morrer e suas variantes como “mata”, “morto”, “morre”, “morrido”, tão caro ao jornalismo popular, auxilia na contextualização do jornal com o mundo em que se projeta estar inserido o seu leitor. Além disso, percebem-se outras formas de indicação do que o jornal está a dizer a seus leitores seja por meio de termos como “ex-presidiário”, “mulher”, “tio”, “mãe”, “jovem”, “adolescente”, “deputado”, “família”, “namorada”, “cunhado”; seja pela forma como se desenvolve a ação “a tiro”, “atirada ao lixo”, “por causa do namorado”, “escreve detalhes”, entre outros.

O jornal mostra que todas essas mortes estão acessíveis a seus leitores, “disponíveis a todos, cujas histórias particulares indicam os pormenores da situação, um mapa dos perigos do mundo. São mortes próximas ou, mais propriamente, *aproximadas*, com estratégias que permitem zonas de contato e interseção com a vida de todo dia” (ANTUNES 2012, p.62). Some-se a esses elementos a forma de disposição dessas manchetes em suas capas: o *SN* utiliza com certa frequência a caixa alta e o itálico em suas manchetes principais, o *JN*, por sua vez, adota um procedimento mais sóbrio nesse aspecto. Mesmo com fontes em tamanho menor ao relatar o trágico, a publicação

portuguesa tem assegurada essa presença em sua capa. Por outro lado, o *SN* “grita” mais que o *JN* quando se trata de narrar tragédias.

No contrato comunicacional estabelecido entre ambos as expressões e a narrativa criada pelos curtos textos que compõem as manchetes estão intimamente ligadas ao modo com que esse locutor percebe ou compreende o seu público, utilizando para isso expressões que presumidamente terão compreensões e respostas mais ativas a seu desejo de comunicar (BAKHTIN, 1997, p.324). Ao endereçar seu texto o jornal acredita que esse vocabulário será compartilhado por todos sem restrição, o que reforça a linha de “jornal popular” e provoca a imersão dos leitores nesse processo interacional e uma reação responsiva.

Imersos nos conteúdos e já partilhando de alguma experiência anterior com suas capas, o leitor do *SN* e *JN* já esperam encontrar a morte e a violência materializada em suas capas das mais diferentes formas. É como se já houvesse, de antemão, uma identificação prévia das publicações com seus leitores, um acordo tácito no contrato onde a tríade temática figura livremente, por mais que em alguma edição ou outra, algum de seus temas não esteja presente. As narrativas das capas, no entanto, não trazem qualquer tipo de aprofundamento em suas construções provocando uma estabilização em qualquer situação: a morte acontece em si mesmo na própria manchete, como se ela se bastasse por si só.

...qualquer sinuosidade é aplainada por um gesto que não quer saber de nós, que nos enquadra na indiferença. Esses pequenos fragmentos de histórias que não se desenvolveram compõem, aos poucos, outra história incompleta e incessante: morremos, trágica e acidentalmente, todos os dias. Indiferenciados, somos destinados ao esquecimento, ao anonimato, à cova escura da categoria: mulher, mortos, jovem, corpos, homem, namorado, expropriados de qualquer qualidade singular. Somos apenas genericamente lembrados e somos, simultaneamente, esquecidos. (LEAL, 2012, p.101)

A apresentação da morte e da violência pelos textos assume características próprias no jornalismo popular. Nas narrativas propostas pelos jornais, a morte pode ser apresentada de formas variadas, porém, com certo apelo à oralidade. Para além das variações de verbo e utilização de substantivos e adjetivos para nomear os agentes integrantes dessa morte, outra forma de aproximação é o fato de algumas situações serem retratadas em tom cômico, propiciando uma irreverência mesmo em situações onde a morte é noticiada.



**Figura 89 – Super Notícias**

**Figura 90 – Super Notícias**

**Figura 91 – Super Notícias**

Ao optar por detalhes inusitados dos fatos, o jornal recorre ao cômico para atrair o leitor e, de certa forma, abrandar a morte. Situações como “ficar pelado” após um homicídio, procurar um “*programa fatal*” (numa clara referência a um acontecimento relacionado à prostituição) ou ainda detalhar que a vítima pagou a cerveja antes de ser morta faz com que o tom inusitado da manchete destoe o primeiro impacto provocado pela notícia. É o que Danilo Angrimani (1995) afirma ser a morte “cômica” no jornal.

Há várias mortes no jornal sensacionalista: morte “punitiva”, “cômica”, “pitoresca”, “sádica”, “casual”. Nenhuma delas se relaciona com a morte dos filmes e seriados de TV, que é esvaziada pela linguagem sígnica. A morte, representada nos seriados, passa por um processo de pasteurização que elimina todo o impacto traumático. A morte dos filmes de TV é “digestiva”, descaracterizada, anódina. No jornal a sensação, a morte é apresentada em linguagem-clichê, obedecendo a algumas variações. (ANGRIMANI, 1995, p.116)

Transportando a “sensação” da morte para o jornal através dos elementos cômicos, retomando as manchetes de morte das figuras, temos:

**Figura 89:** “*Mata a cunhada e fica pelado*” (manchete) / “*Após matar aposentada a facadas, em Guaxupé, homem saiu nu pelo corredor do prédio, chutando vidros das portas*” (linha fina)

**Figura 90:** “*Programa fatal*” (manchete) / “*Jardineiro xinga prostitutas e tenta fazer sexo à força, mas, durante briga, uma delas o corta no pescoço e passa o carro em cima dele até à morte*” (linha fina).

**Figura 91:** “*Paga cerveja depois é morto*” (manchete) / “*Lavrador foi alvo de quatro rapazes e uma moça de 15 anos, que se passaram por amigos para assassiná-lo*” (linha fina).

Interessante perceber que, apesar de ser um jornal “de sensação”, o *SN* desenvolve uma linguagem diferente à que era adotada pelo *Notícias Populares*, jornal mais conhecido deste ramo no Brasil. Enquanto o *NP* optava por títulos como “*Broxa torra o pênis na tomada*” ou “*Pegou chave e levou na tarraqueta*”, o jornal desenvolve outros artifícios para aproximar a escrita com a fala. Ao dizer “...*fica pelado*” o jornal opta por trazer em sua manchete uma construção que faz com que o emissor perca a “austeridade” atribuída ao jornalismo e passe a ser uma espécie de “fofoqueiro” para o leitor. Em seguida, na linha fina, retoma os aspectos linguísticos esperados na publicação impressa ao dizer que “...*homem saiu nu pelo corredor*”. Ainda na linha fina, a sequência do relato, intercalado por vírgulas, retoma a forma como um caso é contado de forma oral, com pausas para respiração. O mesmo ocorre nas duas manchetes subsequentes: “*Programa fatal*” é uma clara e aberta ironia, enquanto “*Paga a cerveja e é morto*” ironiza a “conta” paga pelo lavrador assassinado. Expedientes parecidos são encontrados também na publicação portuguesa:



Figura 92 – Jornal de Notícias - 8.04.2012

Figura 93 – Jornal de Notícias - 8.10.2012

Figura 94 – Jornal de Notícias - 20.10.2012

Diante de tantas formas de se morrer e noticiar esses acontecimentos, é esperado que o jornal utilizasse expedientes diferenciados para contar os fatos. É o que se percebe nas manchetes “*Médico de 57 anos cai sobre a frigideira e morre sozinho em casa*”; “*Homem nu morto na mata do Alvalade*”; e “*Marido ciumento esfaqueou o homem errado*”. Ao contar detalhes da dinâmica dessas mortes de forma a provocar o riso, ou pelo menos a ironia, as publicações provocam o que Muniz Sodré e Raquel Paiva caracterizam por “*riso cruel*”, suscitado pela aproximação imediata da mídia com seu público, privilegiando a ótica do grotesco. Para o autor, a exposição de situações tidas como hilárias, mesmo que à custa da degradação do Outro, é uma fórmula fácil e comum para conquistar audiência, um recurso universalmente utilizável nas mais variadas esferas midiáticas.

...antigos objetos de indignação (miséria, opressão, falta de solidariedade, descaso dos poderes públicos, etc.) recaem na indiferença generalizada. [...]

não se medem palavras e pode-se rir de tudo – do sofrimento, da dominação, da brutalidade, do ridículo alheio – como se fosse passada a mensagem sub-reptícia de que nada de humano pode se esperar do Outro e de que a seriedade indignada não leva a parte alguma. (SODRÉ; PAIVA, 2002, p.132)

Nos casos em questão, a própria manchete trava uma narrativa com começo, meio e fim, micronarrativas ao estilo de “*tweets*”<sup>46</sup> que limitam mensagens a 150 caracteres. Salvo a necessidade (ou curiosidade) de saber detalhes, a dinâmica do acontecimento jornalístico está toda apresentada nessas manchetes. A morte passa a ser engraçada, cômica, como um *sitcom* apresentado aos leitores para que estes se identifiquem com o testemunho do jornal. A publicação se vale de uma técnica que chega próximo à piada, apesar de não apelar para palavras jocosas. O grotesco torna-se a palavra de ordem, sobressaindo-se mesmo à própria morte. Não é dela que se fala, mas de como ela ocorre. Toda a retórica do trágico, do grotesco, da violência e da morte é utilizada para se confortar com a degradação alheia. “...a morte cômica procura “afrouxar” a vigilância do superego e tem a intenção de descontraír o leitor. [...] Quanto maior for a “economia psíquica”, mais divertida será a piada. [...] O caminho escolhido pelo jornal sensacionalista para fazer as pessoas rirem da morte é o da caricatura, a busca da situação ridícula”. (ANGRIMANI, 1995, p.118-119)

O apelo ao cômico nas manchetes faz com que a morte nem precise ser “engraçada” (se é que se pode dizer que existam mortes engraçadas). Ao reconstruir o acontecimento por meio da leitura do texto das manchetes as cenas ganham aspectos grotescos com requintes de humor para acontecimentos trágicos. Transforma-se o fato bruto com intencionalidade, tornando visível facetas das tragédias de modo a atender a expectativa daquele leitor e garantir uma variação ao noticiar dezenas de mortes que ocorrem nas áreas de cobertura dessas publicações. A comicidade das mortes vem desde as antigas tragédias gregas. Porém, na contemporaneidade, seu apelo cômico sofre uma inversão de valores. Ao sugerir situações ridículas recria-se para os leitores um mundo onde a violência não é tão violenta e a morte pode até ser engraçada e menos trágica.

### 3 - O trágico e o jornalismo popular

---

<sup>46</sup> Tweet é o nome dada em mensagens postadas na rede social Twitter que limita todos os textos postados ao número máximo de 150 caracteres, transformando qualquer publicação em microtextos.

O mundo ofertado pelo jornalismo popular a seus leitores é marcado pelo encontro de três temas recorrentes, tal como se anuncia no início deste capítulo: o trágico, o erotismo e o futebol. Os temas habitam diariamente o espaço das publicações em suas capas, e contribuem na percepção de mundo que seus leitores – frequentes ou esporádicos – terão a partir do momento compram um exemplar.

Destacamos logo no primeiro capítulo algumas das leituras possíveis a serem realizadas a partir do encontro da tríade nas capas e, a partir daquelas leituras e levando em consideração o uso de textos, imagens e cores no âmbito da primeira página, é importante enxergar com profundidade como os temas se desdobram no cotidiano dessas publicações.

Para evitar dúvidas quanto aos aspectos do trágico que estaremos lidando, vamos conceituar o termo em duas vertentes: a primeira vem da tradição clássica e remonta à Tragédia Grega, onde textos milenares dão conta da luta do deus Dionísio contra as questões morais e que, ao final de cada apresentação, ela se desdobra na catarse, gerando reações em seu público. Outra acepção do termo – e a que adotamos desde o início – é a popular, ou seja, o trágico enquanto sinônimo de violência e morte. É por essa vertente que os jornais populares seguem superlativando em suas capas acontecimentos onde o tema é encontrado.

Seja por meio das religiões – área onde as mais intensas tragédias são relatadas independentes das crenças -; por meio de romances – o destino trágico de Otelo ou a morte de Luísa -; ou ainda no noticiário diário “que dão conta das mais variadas catástrofes” (MARTINS, 2011, p.73), o ambiente trágico parece estar instituído no imaginário humano há milênios.

Ao analisar o drama barroco Walter Benjamin diz que “a poesia trágica se baseia na ideia de sacrifício” (BENJAMIN, 1984, p.155). Porém, o autor entende como tragédia apenas a tragédia dos gregos e, em suas análises, apresenta fortes influências de Hördeling e Hegel, especialmente ao falar da dialética do trágico ou, em suas palavras, o “paradoxo”.

Seja por meio da filosofia, dos escritos clássicos, por fatores naturais (catástrofes ambientais, terremotos, tufões, vulcões em erupção); sejam provocadas pelo próprio homem (genocídios ou atentados terroristas), é fato que o homem convive com as tragédias desde os mais remotos tempos. Vida e morte se confrontam, hoje, nos mais diversos ambientes, das capas de revistas aos cantores de rock.

...a estreita união da morte e da vida, que se expressa filosoficamente, mas que se concretiza também na produção musical, em suas formas excessivas, na criação cinematográfica, em que a crueldade é onipresente, em esquecer, evidentemente, da vida cotidiana, marcada pela fascinação dos que, em todos os domínios – desde o cantor de rock ao impostor sangrento, passando pela princesa capa de revistas – forçam ao máximo a lógica do “viver mais”. (MAFFESOLI, 2003, p.78)

Questionamentos acerca da tragédia e do trágico ocuparam parte da produção de vários filósofos. De forma resumida, podemos elencar pelo menos doze nomes que, em algum momento de suas produções, dedicaram tempo a entender as tragédias em suas formas clássicas: Schelling, Hölderlin, Hegel, Solger, Goethe, Schopenhauer, Vischer, Kierkegaard, Hebbel, Nietzsche, Simmel e Scheler<sup>47</sup>. Cada um deles trouxe contribuições e influências no pensamento sobre o trágico, tendo como ponto de partida a tragédia grega.

Os textos clássicos trazem em seu aspecto central os insucessos e sofrimento de Dionísio, buscando resgatar uma “moral” da história para seus espectadores. Nietzsche, em especial, dedicou parte de sua produção a essa discussão e, para Benjamin, o drama no barroco alemão foi influenciado por esses escritos, especialmente pela presença dos “dramas morais” nessa literatura.

Onde quer que a discussão se inicie, há um preconceito, aparentemente inquestionado, que ela [a tragédia] não pode aceitar. É o pressuposto de que as ações e atitudes dos personagens trágicos podem ser utilizadas para a exposição de problemas morais da mesma forma que um manequim para o ensino de anatomia. (BENJAMIN, 1984, p.127)

A questão moral, julgada pelas atitudes adotadas pelos heróis trágicos, parece ter um aspecto central na discussão filosófica sobre o trágico e as tragédias e que ainda fazem ecos na midiaticização do trágico na era contemporânea. Muitas das tragédias publicadas pela mídia colocam-nos diante do impasse moral das ações: homicídios, estupros, acidentes de trânsito, entre tantas outras formas de representação do trágico e de suas “personagens” no contexto atual reverberam conhecimentos sobre o trágico produzidos há décadas.

Ao adotarmos a acepção “popular” ou de senso comum de trágico, que traz o termo aliado à violência e à morte, consideramos que a morte está presente em grande

---

<sup>47</sup> Não é intenção desta pesquisa produzir um grande ensaio ou tratado sobre tragédia ou o fenômeno trágico. Por este motivo, faremos uma breve apreciação do pensamento de alguns destes autores que consideramos essenciais para a fundamentação teórica acerca do assunto, sem que essa escolha represente que “ignoramos” os pensamentos dos demais autores ou que não há em suas pesquisas contribuições para o assunto.

parte daquilo que se entende por tragédias e temos uma constante reflexão da oposição vida x morte, o que nos leva a “refletir com tristeza sobre a brevidade da vida” (KEHL, 2012, p.29). Tourinho Peres, destaca que “o limite entre passado e futuro torna-se indistinto pela presença constante de uma falta, sinalizando a particular relação da melancolia com o tempo, tempo que faz pacto com a morte” (TOURINHO PERES, 2012, p.101). Nas palavras de Maffesoli (2003): “...trágica é a aceitação do destino, o reconhecimento da existência pelo que é: precária, finita, sempre submetida à inexorável lei da morte de tudo e de todos”. (MAFFESOLI, 2003, p.58)

A morte é simbolizada pela perda e afastamento do objeto de afeição, o que pode gerar um ambiente de melancolia. Freud afirma que a melancolia vai além do luto, uma vez que o enlutado sabe o que ele perdeu, e o melancólico sabe que perdeu algo, mas não consegue definir a sua perda. Para o psiquiatra morte e melancolia caminham juntas, sendo a melancolia um sentimento que ultrapassa o de luto. (FREUD, 2012, p.60-61)

As análises das peças gregas, por muito tempo, foram realizadas tendo como base a obra *Poética*, de Aristóteles. Esta obra foi base para grande parte dos estudos e discussões acerca da tragédia, utilizando elementos discutidos por ele para identificar características destes textos.

Para ele, a tragédia “é a representação de uma ação elevada, de alguma extensão completa, em linguagem adornada, distribuídos os adornos por todas as partes, com atores atuando e não narrando...” (ARISTÓTELES, 1999, p.43). O filósofo ainda enumera seis elementos primordiais que constituiriam, necessariamente, a qualidade de uma tragédia: *fábula, caracteres, falas, ideias, espetáculo e canto*.

Nos textos trágicos, Aristóteles afirma ainda serem as ações praticadas pelos personagens determinantes para seu futuro, se será “infeliz” ou não, porém, chama-nos a atenção o fato do filósofo destacar que ao final da peça, a tragédia provoca uma *catarse* da audiência (ARISTÓTELES, 1999, p.43), sendo este o motivo de levar o humano a assistir ao sofrimento alheio e dramatizado em forma de peças.

Albin Lesky (1989) chama atenção para o fato de Aristóteles propor duas versões diferentes para a criação das tragédias: a primeira, derivada dos ditirambos e, na segunda versão, ter sido derivada de pequenos assuntos para, posteriormente, adquirir sua dignidade enquanto gênero. Para Lesky a dualidade de versões apresentadas se deve pelo fato dos primeiros textos serem originados dos poetas satíricos: “o ditirambo e o

drama satírico estão em estreita relação com o culto a Dionísio”<sup>48</sup> [tradução nossa] (LESKY, 1989, p.253). Nietzsche destaca essa relação com o culto a Dionísio, idealizando em suas obras Sileno e o sátiro como uma “*imagem primordial do homem*”.

De alguma forma ou de outra, a palavra “tragédia” está presente no imaginário humano há milênios. Já a presença da morte se dá desde os primórdios da humanidade e a morte “trágica”, aquela ocorrida por ação de outro homem ou por fenômenos naturais, também estão presentes nesse processo constitutivo da cultura humana.

Há, como diz Susan Sontag, um interesse lascivo pela dor do outro, e a relação entre os homens e a morte é a da curiosidade. Basta passar pela cena de um crime ou acidente para se deparar com uma multidão de curiosos se aglomerando para não perder nenhum detalhe do que ocorre. No âmbito da mídia, o sucesso de venda dos jornais populares confirma essa tendência: a morte é sedutora. E o convívio dos homens com a morte se dá há milênios e a relação vida x morte passa por várias etapas no decorrer da história da humanidade, mas sempre com uma certeza: ela está presente diariamente entre os vivos.

Vale lembrar que muito aquém do jornalismo impresso, a violência, a morte e o trágico parecem fazer parte do cotidiano do ser humano desde os mais remotos tempos, nos primórdios da civilização. “Psicanalistas e poetas nos falam e respondem sobre a dor de existir. Uma perda eterna, atemporal em seu acontecer, em que o limite entre passado e futuro torna-se indistinto pela presença constante de uma falta, sinalizando a particular relação da melancolia com o tempo, tempo que faz pacto com a morte” (TOURINHO PERES, 2012, p.101). O sentimento do trágico, da morte, perda, afastamento está enraizado no imaginário coletivo há centenas de anos. Numa busca de amostras sobre o assunto, temos relatos presentes em vasta literatura, destacando especialmente a Idade Média, período profundamente marcado pelo sentimento de melancolia.

Destacam-se, especialmente, as abundantes – e chocantes – representações da morte do Painel da Dança Macabra, mencionadas por Johan Huizinga na Paris no final da Idade Média. Situado no Cemitério dos Inocentes, coração vital da cidade, local de grande fluxo onde as pessoas transitavam e passeavam o Painel tanto representava visualmente cenas terrificantes, quanto permitia a leitura de textos, local também

---

<sup>48</sup> *el ditirambo y el drama satírico están en estrecha relación con el culto a Dionisios*

utilizado por pregadores onde se podiam ouvir sermões admoestadores (HUIZINGA, 2010, p.234).



**Figura 95. “A Morte não perdoa nem bispo nem nobre”.**  
 Detalhe da dança macabra de Guyot Merchant, La Danse Macabre, 1485.  
 Reprodução: Huizinga, 2010, p.234

A obra de Merchant, tanto “*Dança Macabra*” como “*Dança Macabra das Mulheres*” nos trazem um rico conteúdo a ser analisado e pensado na sociedade contemporânea: a presença natural da morte no cotidiano da Idade Média, tal como ocorre hoje pelas páginas dos jornais populares. Na “*Danse Macabre des femmes*”, em sua abertura, o autor já adverte, em latim: “a morte é rápida e viaja até ao Sol”, ou seja, não há escapatória para sua chegada.

Ao longo de todo o texto ilustrações da Dança Macabra permite-nos imaginar a forma como esses painéis eram recebidos pelos parisienses do século XV: a lembrança constante do tempo que não para, da morte que chega a todos indistintamente como nos traz a “legenda” da segunda imagem da Dança no livro:



**Figura 96 - Detalhe da dança macabra de Guyot Merchant, La Danse Macabre, 1485**

Ludite formose teneres cantate puelle.	Brincar, cantar e mantenha menina adorável.
Nam defluunt anni more fluentis aque	Durante anos, como o fluxo de água que flui
Nec que preteriit iterum reuocabitur vnda.	Nem o passado, lembrou novamente ondas.
Nec que preteriit hora redire potest	Nem horas do passado, pode retornar

Em seguida, trava-se um diálogo entre os quatro “menestréis” da imagem: o primeiro convida as donzelas, noivas e damas e todos, de qualquer situação, a dançar a “dança” tocada pela morte; o segundo menestrel já alerta para as mulheres que não importa o quão macia sejam suas carnes, o quão fresca seja sua pele, todas serão devoradas e se transformarão em cinzas; o terceiro menestrel canta que ouro, prata, nada disso adianta, o fim será o mesmo; por último, o quarto menestrel encerra dizendo que o tempo passa para todo mundo e, no final, todos se transformarão em carne podre e ossos nus, numa clara referência à própria aparência da morte personificada nos painéis.

Os alertas seguem constantes no decorrer do texto e, devemos lembrar, os painéis estavam expostos diante da área central de Paris. A morte era “nomeável”, tinha aparência e era parte integrante das conversas dos cidadãos daquela época. O texto ainda provoca uma oposição entre o erotismo e a morte: a pele fresca de outrora será a carne putrefata de agora. Sexo e Morte, Eros e Tânatos, caminham juntos em diversas manifestações do homem ao longo dos séculos. Geoffrey Gorer, em 1965, publicou “*A Pornografia da Morte*”, onde revisita na história as oposições entre o erotismo e a morte para constatar que a ascensão burguesa trouxe uma mudança de tabus: o sexo passa a ser naturalizado e a morte abominada<sup>49</sup>. No século XX, o autor constata essas mudanças de paradigmas que permanecem até hoje:

<sup>49</sup> Retomaremos o assunto com maior profundidade no Capítulo 3.3, onde o erotismo e suas relações com a morte e o trágico são explorados em profundidade.

Os processos naturais de putrefação e de decomposição tornaram-se repugnantes, tanto quanto os processos naturais do parto e da copulação o eram há um século atrás. O interesse por esses fenômenos era mórbido e doentio, ao ponto de ser desaprovado para todos e punido para os jovens. Nossos avós aprenderam que os bebês eram encontrados sob as folhas dos pés de groselha ou de repolho; nossos filhos estão aprendendo, provavelmente, que os que ‘partiram’ tornaram-se flores ou repousam em agradáveis jardins. Os horrores são implacavelmente camuflados; a arte dos embalsamadores é a negação total. (GORER, 1979, p.285 *apud* LAUFER, 2012, p.18).

Podemos ilustrar a ligação – e conseqüente oposição – entre erotismo e morte também nas obras de arte. Paul Delaroche, ao retratar sua esposa Louise Vernet em seu leito de morte, parece nos levar a essa morte “insípida”, sem odores ou decomposição. Mas sua obra é ambígua: estaria sua esposa retratada morta ou em pleno orgasmo?



**Figura 97 - Paul Delaroche. Louise Vernet sur son lit de mort. 1845.**  
Exposto no Museu de Belas Artes de Nantes

A boca semiaberta, os olhos virados para trás. O corpo praticamente seminua, com os ombros sensualmente descobertos. Cabelos longos e loiros caem pelo corpo de Louise, cobrindo-lhe parte dos seios. A sensualidade é marcante na obra. A esposa de Delaroche, morta aos 31 anos de idade, apresenta-se em pleno auge da sensualidade feminina. A preocupação do pintor em tentar afastar – ou pelo menos disfarçar – o erotismo da cena se dá pela presença da auréola sobre a cabeça de Louise. Parece-nos um esforço para distanciar leituras ambíguas e possíveis sobre aquela imagem, como se um processo de “santificação” se apresentasse por meio da auréola. Assim, a esposa deixa de ser mulher e passa a ser santa, imaculada, que não tem a intenção de seduzir.

Para Laufer (2012), a partir dessas concepções surge “*a bela morte*”, camuflada, sem apresentar os horrores do corpo em decomposição. Ao passo que em plena Idade

Média os corpos em decomposição, ossadas e as vítimas de assassinatos ou mesmo condenados pela justiça à morte eram expostos publicamente. Os painéis da morte, o Cemitério dos Inocentes eram verdadeiros espetáculos para a sociedade da época, onde era possível observar a morte do outro, personificando o irrepresentável: a morte.

Dessa forma tanto a Dança Macabra e o próprio Cemitério dos Inocentes tornavam-se elos entre a vida e a morte. O local é descrito por Huizinga (2011) como ponto de encontro da sociedade parisiense do século XV, além de ser palco de festas e até mesmo cortejos promovidos por crianças, que iam do Cemitério até Notre-Dame e voltavam segurando velas. Ariès (2012) relata que neste local os cadáveres enterrados permaneciam nove dias por baixo da terra e após esse período eram desenterrados. Os ossos empilhados na coluna central à vista de todos para lembrar-lhes do quão o corpo é perecível e da indistinção de classe social, cor ou credo. Foucault (1988) o descreve como uma “dessas veneráveis necrópoles incrustadas no coração da cidade”, que assinala a rapidez com que os corpos ali eram consumidos pelo solo.

Porém, o empilhamento de cadáveres naturais do local fez com que no século XVIII, no rastro do iluminismo e da “secularização da vida cotidiana” (PETRUSKI, 2006, p.99), a proximidade com cadáveres e defuntos passou a ser vista como hostil, evocando preocupações sentimentais e sanitárias. O medo de doenças e infecções em função da proximidade dos mortos, fez com que o necrotério fosse removido de local, como explica Foucault (1988) e Ariès (2012).

Ao transportar os necrotérios e cemitérios para longe dos centros das cidades, dá-se início a uma tentativa de afastar a presença da morte da sociedade. Porém, ela nunca deixou de estar presente seja nas conversas informais, em missas de sétimo dia ou no jornalismo, que têm na morte um “valor-notícia” primordial.

### **3.1 – O trágico e a morte em suas várias representações**

Além do exemplo parisiense, em várias outras culturas pode-se notar esta convivência – e conivência - do homem com a violência e a morte. Lembremos que na cultura judaico-cristã, a Bíblia desde o Gênesis relata cenas de fratricídio, como o assassinato de Abel por Caim; automutilação como a circuncisão de Abraão que se estendeu por todas as gerações seguintes; genocídio, como a dizimação de toda a população de Sodoma; tentativa de sacrifício do filho Isaac por Abraão, por ordem divina; e um sem número de ações violentas dentro da própria família, como a violação de Dina, filha de Jacó por Siquém e a tentativa de extermínio de José por todos os seus

irmãos . Ou ainda, em Jó, “expressão maior do padecimento melancólico, precisa a origem e a causa do seu sofrer, que atravessa a humanidade e se materializa na interrogação de cada um: Por que sofro?” (TOURINHO PERES, 2012, p.101).

Notemos que o ponto alto do Novo Testamento – a condenação à morte de Jesus, o ungido de Deus – talvez seja a cena mais lembrada em todo o ocidente com a onipresença da cruz vista no alto das torres de igrejas, reconhecida em pingentes usados como joias nos pescoços de fiéis e religiosos, além de seu uso como símbolo da morte marcada em estradas e cemitérios.

O sacrifício de Jesus Cristo ao se entregar à cruz, sob a perspectiva de Bataille (1983) poderia ser entendida como a destruição dos laços de subordinação existente entre o “Cordeiro de Deus” e o “Ser Supremo”, onde o primeiro passa a ser um “objeto” do segundo. Na morte sacrificial, perde-se esse vínculo de “operador” e “objeto” para provocar um retorno à intimidade de ambos: “O sacrificador enuncia: *Eu* te retiro, vítima, do mundo onde estavas e onde só podias ser reduzida ao estado de coisa, tendo um sentido exterior à tua natureza íntima. Eu te trago à intimidade do mundo divino, da imanência profunda de tudo o que é” (BATAILLE, 1983, p.22). O autor, porém, adverte que esse “diálogo” entre sacrificador e vítima trata-se de um monólogo, já que, o “sacrifício vira as costas às relações reais” (Idem., 1983, p.22).

Há de se levar em conta, ainda os aspectos culturais que envolveram o local e o tempo do nascimento de Jesus, o que também reflete na forma de como a morte por crucificação era entendida e percebida pelos contemporâneos de sua época:

Quando o filho de Deus encarnou e se fez Cristo, teve de falar aramaico; não podia deixar de comportar-se como um hebreu do seu tempo – e não um como yogi, um taoísta ou um Xamã. A sua mensagem religiosa, por universal que fosse, estava condicionada pela história passada e contemporânea do povo hebreu. Se o Filho de Deus tivesse nascido na Índia, a sua mensagem oral teria tido que se conformar com a estrutura dos idiomas indianos e com a tradição história e pré-histórica ‘deste conglomerado de povos’. (ELIADE, 1979, p.31).

Para JUNG (1990), as religiões, independente do continente ou época em que surgiram, refletem a alma humana e o paradoxo bondade x crueldade que habitaria as pessoas.

...as velhas religiões, com seus símbolos sublimes e ridículos, carregados de bondade e crueldade, não nasceram do ar, mas da alma humana, tal como vive em nós neste momento. Todas essas estranhas coisas, suas formas originárias nos habitam e podem precipitar-se sobre nós a qualquer momento, com uma violência destruidora, sob a forma de sugestão de massas, contra a

qual o indivíduo é impotente. Os deuses terríveis mudaram apenas de nome...  
(JUNG, 1990, p.56)

A crucificação, ponto máximo da Bíblia e da história do catolicismo, reflete um pensamento cultural onde os traidores do império e do judaísmo deveriam ser punidos, o que contribuiu para a fixação do crucifixo como símbolo não só do cristianismo, mas também da morte daquele que era a personificação do “Ser Supremo” na vida terrena. Essa lembrança de morte e violência persegue toda a hagiografia nesses dois milênios de cristianismo, na qual se faz a apologia do sofrimento no martírio de centenas de santos cujas biografias e iconografias são cultuadas por seus devotos.

Interessante observar traços comuns entre a história do cristianismo e um antigo mito pagão irlandês, o do príncipe Conn-eda. Diz-nos o mito que, após perder uma partida de xadrez e desafiado por sua madrasta a conseguir objetos mágicos encontrados apenas no reino das fadas, o príncipe Conn-eda parte busca de redenção, sob pena de perder o direito ao trono na sucessão de seu pai. Curioso observar no mito que, para conseguir seus intentos, o personagem principal é guiado por um cavalo falante, invertendo os valores existentes entre quem conduz e quem guia: não é o cavaleiro a tomar as decisões dos caminhos percorridos, mas sim seu próprio condutor, o cavalo. Desta forma, Conn-eda passa a ser apenas instrumento do destino de salvação e redenção dos poderes divinos que o guiam por meio de tão curiosa figura, o cavalo falante.

Temos, para ZIMMER (2005) uma aproximação entre o mito irlandês e a história de Cristo: ambos são instrumentos dos deuses em busca da salvação de um povo. “Jesus Cristo, o Messias, segunda e humana pessoa da Trindade, traz a redenção ao aplacar o Deus-Pai vingativo, Jeová, absorto numa atitude estritamente negativa para com a humanidade, seu povo eleito. O herói universal submete-se à imolação, morre para ressurgir transfigurado do sepulcro” (ZIMMER, 2005, p.40)

Tragédias e mortes perpassam da mesma forma a história dos santos católicos. Tal como os mitos e lendas pagãos, cada qual deles tem na maioria das vezes a morte trágica ou a redenção como parte de seus registros. O apóstolo Pedro, considerado o braço direito de Cristo na Terra e a quem foi lhe dada a missão de levar o catolicismo adiante, foi crucificado de ponta cabeça, pois não se considerava digno de morrer da mesma forma que seu mestre. A cena da morte de Pedro foi assim interpretada por Michelangelo Caravaggio:



**Figura 98. A crucificação de Pedro. Michelangelo Caravaggio (1600-1601).**  
Em exposição na Capela Santa Maria del Poppolo, Roma.

Note-se, na obra de Caravaggio, a dor perturbadora sofrida por São Pedro ao ser colocado na cruz. Some-se a isso a presença da própria cruz – símbolo máximo da morte no cristianismo – e no jogo de luz e sombras magistralmente produzido pelo pintor. Pedro não está morto, mas sua morte é anunciada desde o título da obra. As diagonais e os ângulos agudos da pintura reforçam esse sentimento de dor/horror diante da morte que se avizinha. A morte dolorosa, trágica, compõe o réquiem da história de muitos santos. E mesmo aqueles que não tenham tido uma morte violenta, acabam tendo seus corpos dilacerados pela própria Igreja Católica.

Um exemplo de como o corpo santificado é separado em pedaços pode se ver por toda a basílica de Santo Antônio de Pádua, onde a língua do santo encerrada em uma urna metálica é objeto de culto no altar-mor, e todos os seus ossos são esparramados e expostos em paredes dos altares laterais. Diz-nos a história de Santo Antônio que este morreu a 13 de junho de 1231, aos 36 anos de idade, provavelmente em razão de enfermidades que dificultavam sua respiração. Suas últimas palavras antes de morrer teriam sido “Estou vendo o Senhor”. Diz-nos ainda a história que após sua morte as crianças de Pádua, na Itália, saíram a gritar nas ruas “O Santo Morreu” e, em Lisboa, sua cidade natal, os sinos teriam repicado por si só. O corpo de Frei Antônio foi

sepultado e, onze meses depois, canonizado pelo Papa Gregório IX. Ao procederem à exumação do corpo sua língua foi encontrada intacta, sendo cultuada até os dias atuais.

Também é conhecida em todo o mundo imagens que nos dão conta da punição sofrida por São Sebastião ordenada pelo imperador Diocleciano.



**Figura 99. São Sebastião (1473). Sandro Botticelli (1445-1510).**  
Obra exposta no museu de Berlim.

Apesar da imagem do corpo perfurado por flechas ser a mais conhecida, diz-nos a história do santo que este não morreu ao ser alvejado. Seu corpo teria sido jogado no rio e resgatado posteriormente por Santa Irene. Ainda vivo, São Sebastião voltou à presença de Diocleciano que, desta vez, mandou espanca-lo e jogar seu corpo no esgoto público romano. Desta vez, morto, teve seu corpo resgatado por Santa Luciana, que o limpou e sepultou-o nas catacumbas. Mais uma vez dor e tragédia fazem parte do imaginário dos santos, seja por meio das imagens mundialmente conhecidas, povoando o imaginário de países católicos com cenas e histórias que remontam ao sofrimento dos deuses, tal como sofria Dionísio nas tragédias gregas.

O culto ao santo morto vai de par com a celebração da vida de cada fiel que visita a basílica, que vê, ora e invoca sua proteção – seja como agenciador de casamentos ou como protetor daquilo que compõe o repertório do devoto em seu cotidiano. Uma das imagens mais conhecidas de São Francisco – fundador da ordem a que pertencia Santo Antônio – são os estigmas em suas mãos, pés e no peito, mesmas chagas de Cristo crucificado; imagem largamente divulgada pela Igreja não apenas em reproduções de

santinhos utilizados por devotos, mas ao longo da história da arte, desde Giotto di Bondone nos séculos XIII e XIV.

Vale lembrar também a reiterada presença da morte e da violência na formação de outras culturas, tais como a civilização helênico-romana – cuja mitologia é fartíssima de ações parricidas, como o parricídio por mutilação de Urano por seu filho Saturno que, mais tarde, devorou, um a um, os próprios filhos à medida que nasciam. “O que caracteriza as divindades das primeiras edades mythologicas, é um brutal egoísmo junto a uma desapiedada crueldade.” (COMMELIN, s/d, 3).



**Figura 100. Saturno Devorando Seu Filho. Goya. 1819-1823.**  
Óleo sobre reboco trasladado a tela. Museu do Prado, Madrid.

Bastante sugestivo para este estudo que aborda a constância da violência em jornais populares é que este devorador da própria prole é confundido a divindade Cronos (Tempo). Cronos que dá um fim imediato a todas as coisas que tiveram um começo, exatamente como no caso do noticiário cotidiano. CONTRERA (1996) assinala inspirada em Bystrina e Edgard Morin que os mitos como o de Cronos ou Saturno são textos imaginativos-criativos, simbólicos e codificados pela cultura. Assim, ao falar de Cronos, a autora o define:

Cronos – conhecido como Senhor do Tempo, da Morte e do Destino – desempenhou um papel muito significativo nos mitos gregos da cosmogonia, um papel bem mais interessante que essa vulgarização de sua imagem que nossa cultura opera, ao interpretá-lo como uma figura sombria e má, atribuindo a uma imagem mítica arcaica, conotações de uma ética e moral moderna. Já que ao falar da morte e destino, todos franzem as sobrancelhas, para não expressas as dificuldades nas quais se veem envolvidos quando se tem que ver com o conceito de tempo. (CONTRERA, 1996, p.7)

A própria história de Cronos demonstra a dificuldade humana com os limites fronteiriços, e sua representação como assustador influenciou o surgimento de outros mitos, como o próprio Saturno.

Segundo Commelin, “A alegoria é transparente nesta fabula de Saturno; este deus que devora os filhos é, diz Cícero, o Tempo, o Tempo que se não sacia dos annos e que consome todos aquelles que passam.” (s/d, 11).

Ainda mais sugestiva é a associação que pode ser feita entre as capas dos jornais populares às festas que os cartagineses dedicavam a Saturno, nas quais eram oferecidos “sacrifícios humanos; as victimas eram creanças recém-nascidas. Nesses sacrifícios, as frautas, os tympanos, os tambores faziam um ruído tão grande que não se ouviam os gritos da creança immolada.” (s/d, 11). Ora, as constantes cenas de erotismo assim como as de notícias esportivas que têm, diariamente, lugar reservado nas capas desses jornais populares, não parecem corresponder ao som altissonante das flautas, tímpanos e tambores dos cartagineses?

Tourinho Peres destaca que “Saturno, além de suas influências nefastas, é também responsável pelas grandes virtudes: memória, inteligência, sabedoria” (TOURINHO PERES, 2012, P.105) e acrescenta que, apesar dessa avaliação “positiva” atribuída a Saturno, sua representação, para Freud, está ligada diretamente à melancolia, à perda, ao sentimento de afastamento que também está presente no ambiente trágico e, dia a dia, é reforçado no noticiário popular.

Na iconografia também temos representações da melancolia como em Dürer e Jacob Gheyn II, que retomam a visão aristotélica de melancolia e tragédia num momento privilegiado da história das artes:



quando o tema é violência e morte e sua associação com a vivência diária das sociedades. Um exemplo que podemos retomar nos é apresentado por Jean-Claude Carrière.

Da Índia, o autor menciona dois importantes mitos que também devem ser lembrados nesta associação de violência e cotidiano: o da deusa Kali, apresentada como o próprio terror.

Ela vem de uma época em que os deuses eram duros, em que a vida parecia sujeita a uma ameaça constante, em que a morte era a rainha absoluta. Assim, a palavra Kali significa “A Negra” e, para os indianos, evoca imediatamente a noção de Kala, “O Negro”, imagem todo-poderosa e impiedosa do Tempo, que nos conduz à morte, o mais rapidamente possível. Quando Kali dança, dança sobre um cadáver. (CARRIÈRE, 2001, 194).

Retomando a associação entre o tempo, a morte e a dança macabra – exibida milênios depois em outra civilização, na Paris medieval – e a situação cotidiana de violência e festa configurada lado a lado nas capas dos jornais em pauta nesta pesquisa, podemos inferir que o trágico e a efervescência na construção do imaginário coletivo.

Tomemos como exemplo, novamente, os mitos de Cronos e Saturno, que provoca-nos a uma aproximação com a mídia contemporânea, zona fronteira de nossa cultura. A mídia ritualiza a oposição vida x morte por meio da periodicidade. Nesse sentido, Malena Contrera (1996, p.8) destaca que os jornais propõem um modelo de organização temporal para sincronizar os diversos polos culturais entre uma edição e outra, retomando o “rito do calendário” proposto por Harry Pross.

Para Maffesoli (2003) a ritualização do cotidiano é uma das formas de contrapor ao trágico, à finitude. A morte se apresenta, então, de forma homeopática: “Há ‘pequenas mortes’, essa da ironia, da ira, do amor, do excesso e da violência, que protegem, de fato, de uma morte maior. Processo homeopático, se é que existe, e expressão de uma maior saúde: complementaridade das coisas”. (MAFFESOLI, 2003, p.91)

O tempo, ritualizado pela mídia, nos dá a dose diária de morte a ser consumida carregando seu noticiário onde violência e mortes se expõem repetidamente. Harry Pross (1981) vê nessa ritualização a principal força dos meios de comunicação.

A repetição e, com ela, a ritualização resultante do processo de comunicação é o mais importante da imprensa e da radiodifusão, já que esta ritualização expressa em quanto tal, à integração e homogeneidade que não podem dar aos conteúdos diferentes da comunicação. [Tradução] (PROSS, 1981, p.85)

Assim como *Cronos* os jornais parecem traçar o destino de seus leitores, provocando-os, invadindo suas residências e mentes com temas repetitivos, retomando os mesmos contos, porém, com personagens diferentes, impondo suas notícias como legítimas e criando significados para isso.

Também o jornalismo tem deixado clara sua predileção pelos temas catastróficos e, dentre esses temas eleitos, que poderíamos chamar de “escolhas do fim do mundo”, alguns dos temas mais presentes dizem respeito a motivos míticos que envolvem a figura de Pan: catástrofes físicas (e econômicas), acidentes, estilhaçamentos, mortes trágicas, instabilidades, violências, perda de controle, etc. Este pânico, representativo de um momento em que a sociedade parece se “degradar”, também foi, sob alguns aspectos, apresentado por Henry Pierre Jeudy... (CONTRERA, 2002, p.27-28)

Seja pela ritualização do tempo, pela presença constante do trágico nas histórias dos antigos mitos gregos ou mesmo na história das religiões – tanto do catolicismo como de várias outras espalhadas pelo mundo afora – temos histórias carregadas de morte, violência e tragédias que se abatem de tempos em tempos na humanidade.

Histórias como a dos santos mortos violentamente ou com seus corpos dilacerados para exibição pública mesmo séculos após o fim de suas vidas, indicam um caminho onde a tragicidade se faz presente de forma constante na formação psicológica e cognitiva das mais variadas sociedades. Apresentada como algo desconhecido, mas nem sempre significando o fim absoluto de um ciclo, os relatos nos levam à percepção de não haver outro caminho senão encará-la de frente, olhar “para os olhos da morte” e tentar compreendê-la ou, muitas vezes, agradecer por ter ela “abraçado” o outro em nosso lugar, nos mantendo vivo o tempo necessário para que chegue o nosso lugar nessa fila infundável do ciclo da vida.

As histórias registradas, contadas e recontadas seja por tradições orais ou pelas impressões de livros, trazem a presença constante desse ambiente trágico que irão influenciar diretamente em outras formas de produção artística, como na literatura.

O imaginário dos leitores dos jornais populares de hoje está influenciado diretamente por essa gama de manifestações da morte e trágico. Para continuarmos nosso caminho de aproximação das antigas tragédias com o cotidiano dos leitores de jornais como o *SN* e o *JN*, é interessante observarmos como eles se apresentam na literatura. Seja em contos de fada, peças teatrais ou mesmo nas telenovelas, as referências às mortes – e a toda sorte de tragédias – também se farão presentes na vida dos leitores dos jornais dessa segunda década do século XXI.

Chama a atenção o fato de muitas das tragédias contemporâneas resgatarem conflitos que atualizam o tema conforme as acepções contemporâneas da palavra. Esse expediente é natural há séculos, como por exemplo, nos contos de fada lidos para crianças.

É comum nessa idade as crianças tomem contato com os chamados contos de fada, com reis, rainhas e princesas. Vários são os contos de fada conhecidos, sobretudo os contos dos irmãos Grimm que passaram a ser reconhecidos mundialmente após as animações produzidas por Walt Disney.

As crianças nessa faixa etária estão habituadas a contos como Chapeuzinho Vermelho, Cinderela, Rapunzel ou Branca de Neve. Apesar das centenas de análises psicológicas sobre os contos é ponto comum em várias delas as situações que envolvam morte, violência, abandono, enfim, a perda do vínculo de seu personagem principal com os vilões das tramas. Ilustrativamente, podemos destacar o conto de Branca de Neve e suas semelhanças com Édipo Rei, como descrito por Bruno Bettelheim (2002):

Para impedir que seu filho o matasse, quando Édipo nasceu Laio mandou perfurar os calcanhares do filho e o atasse. Ordenou que um pastor levasse Édipo e o abandonasse no deserto para morrer. Mas o pastor – como o caçador em “Branca de Neve” – teve pena da criança; fingiu ter abandonado Édipo, mas entregou o menino aos cuidados de outro pastor. Este levou Édipo a um rei, que o criou como filho. (BETTELHEIM, 2002, p.211)

No Brasil, autores como Graciliano Ramos, Ariano Suassuna, Machado de Assis, dentre tantos outros, trazem em algum momento de suas produções a tragédia, a melancolia e a euforia. Dos autores mais populares – e talvez mais conhecidos graças à difusão televisiva – podemos destacar o jornalista e dramaturgo Nelson Rodrigues.

Sua própria história de vida, relatada por Ruy Castro em “*O Anjo Pornográfico*”<sup>50</sup>, mostra a influência que a violência e morte tiveram na produção de Nelson. Além de atuar como repórter da editoria policial no Rio de Janeiro, viu o irmão ser assassinado dentro da redação do jornal. Ao longo de sua carreira como autor de contos e peças teatrais, traz o trágico como uma de suas marcas indelévels em seus textos. Ainda em sua produção é clara a exacerbação do erotismo – muitas vezes materializado na consumação do sexo entre seus personagens – e a paixão do autor pelo futebol, em especial pela equipe do Fluminense, equipe pela qual Nelson torcia e não escondia admiração.

---

<sup>50</sup> C.f. CASTRO, Ruy. *O Anjo Pornográfico*. São Paulo: Cia. Das Letras, 1992.

Dos textos de Nelson Rodrigues os mais conhecidos provavelmente são os contos produzidos na coletânea “*A Vida Como Ela É*” por terem sido dramatizados pela Rede Globo de Televisão e exibidos durante o Fantástico, programa dominical de grande audiência da emissora. Apesar das adaptações alterarem partes do texto ou mesmo da narrativa dos contos, a essência do trágico e da sexualidade permanecem nas histórias, seja pela morte do marido, esposa ou amante; seja na traição escondida ou consentida de maridos e mulheres.

Uma das várias histórias de Nelson Rodrigues que ilustram bem a presença constante desses temas em sua produção é “*A Dama da Lotação*”. Trata-se da história de uma mulher, casada, que tem o fetiche da traição com desconhecidos. Para realizar sua fantasia diariamente se dirige a um “lotação” onde se entrega aos mais variados homens. O marido, ao descobrir a traição e ouvir a confissão da própria mulher, decide “morrer para o mundo”. Deita-se em sua cama e dali não levanta mais, seja para comer ou para suas necessidades fisiológicas. A esposa vela, diariamente, o marido “morto” em sua cama, mas ao final da tarde sai do quarto para realizar suas fantasias sexuais, retornando no início da noite para prosseguir com o “velório”.

Apanhou um rosário, sentou-se perto da cama: aceitava a morte do marido como tal; e foi como viúva que rezou. Depois do que ela própria fazia nos lotações, nada mais a espantava. Passou a noite fazendo quarto. No dia seguinte, a mesma cena. E só saiu, à tarde, para sua escapada delirante, de lotação. Regressou horas depois. Retomou o rosário, sentou-se e continuou o velório do marido vivo. (RODRIGUES, 1978, p.232)

Já na literatura brasileira clássica encontramos traços de tragicidade também em Graciliano Ramos, autor de obras como *Vidas Sêcas* e *São Bernardo*. Ao discutir o drama do nordestino pobre e também a classe mais elevada, o autor faz com que seus “heróis” enfrentem dilemas parecidos com os enfrentados pelos heróis da tragédia grega em busca da redenção. Em *São Bernardo* o protagonista Paulo Honório é apresentado como uma pessoa guiada pela ambição e que chega a fazer do próprio casamento uma espécie de acordo comercial. O desenrolar da narrativa nos mostra, porém, que como Paulo Honório, como sua esposa Madalena, realizam-se como seres humanos. O primeiro é abandonado até mesmo por aqueles que moravam em sua fazenda, confrontando-o com a própria mesquinhez de quem sempre enxergou a vida pela ótica financeira. Madalena, por sua vez, apresentada como o oposto do marido, mulher que

luta pela igualdade de gêneros e classes, também não se realiza ao final da obra, num desfecho infeliz tipicamente encontrado nas tragédias gregas.

Encontramos também o trágico e a morte nas produções destinadas para o público infantil, como as revistas em quadrinhos da “Turma da Mônica”, editadas pelo estúdio de Maurício de Sousa e com circulação tanto no Brasil como em Portugal.

Uma das personagens que compõem a turma e que tem atuação destacada nas histórias que se passam dentro do cemitério do fantasma “Penadinho” é a “Dona Morte”. O site oficial da publicação assim define o personagem: “É a morte, como o próprio nome diz. Sempre com seu capuz preto e uma foice na mão, a Dona Morte é um dos personagens mais importantes das histórias do Penadinho. É ela quem se encarrega de trazer os fantasminhas para o cemitério. Persegue os que estão na sua lista de pessoas que devem passar desta vida para outra. Mas apesar de sua aparência um tanto assustadora, ela é sensível e, muitas vezes, poupa algumas pessoas do seu fim” (SOUSA, 1996). A personagem, como descrita, é assim publicada nas histórias em quadrinho:



**Figura 102. Dona Morte (1996). Maurício de Sousa.**

Disponível em: <http://www.monica.com.br/personag/turma/morte.htm>

Apesar da forma pasteurizada em que a morte é tratada, colocando-a como a responsável por “levar fantasminhas” para o cemitério, chama-nos a atenção à inserção do fim da vida humana em histórias destinadas ao público infantil, garantindo a presença da palavra “morte” bem como da transitoriedade da vida desde os primeiros anos de vida dos leitores.

Em suas histórias, reforça-se o sentido do trágico enquanto violência e morte, como se nota no exemplo a seguir: “O Dia em que a Dona Morte perdeu a lista” (SOUSA, 2005).



Figura 103. O Dia em que a Dona Morte perdeu a lista. (SOUSA, 2005, p.2)

O tom pedagógico e didático do texto da história visa alertar as crianças quanto aos riscos de “brincar com a morte” em situações como andar de skate no meio de carro e sem capacete de segurança ou o risco do fumo. Vale a pena observar também algumas nuances da personagem, como a forma como as pessoas perdem a vida carrega consigo marcas do trágico: o skatista pode ter sido atropelado por um carro enquanto realizava suas manobras e a mulher fumante sofrido um infarto. Da mesma forma que os painéis da dança macabra tinham a função de mostrar que a morte era igual para todos, ricos, pobres, reis ou súditos, a história em quadrinhos reforça essa equanimidade da morte para as crianças.

Contraponto interessante a essa visão é o fato de que, na Idade Média, não havia a preocupação – ou pelo menos a ocupação – dos homens com a morte de crianças. Huizinga (2010) nos relata que o tema da morte era uma preocupação focada em adultos e para eles se destinavam as produções acerca do tema, apesar dos painéis da Dança Macabra também alertar que a morte poderia chegar aos pequenos:



Figura 104. Detalhe da dança macabra de Guyot Merchant, *La Danse Macabre*, 1485

A própria moldura das histórias em quadrinhos, sinuosas, também dá a sensação da história ser apenas um ‘sonho’ vivido pelo leitor e difere das molduras tradicionais das histórias dos personagens “vivos” das histórias em quadrinhos, como Mônica, Cascão ou Cebolinha.

Por fim, nessa produção da morte destinada a crianças, vale a pena ressaltar o aspecto irônico – ou até mesmo cômico – com que a morte trava seus diálogos com os mortos: “*Você vestiu o paletó de madeira*”; “*Passou dessa para melhor*”; “*Pode escolher a frase*”, ou ainda “*Tsc! Tsc! O ministério do além avisa...*” (essa última, numa clara aproximação com os avisos do Ministério da Saúde sobre o fumo). Retoma-se ali o riso cruel ou, como diz Michel de Certeau, uma forma de “*suportar a enunciação da angústia, do desespero ou da dor*” (CERTEAU, 2009, p.264).

Observamos, ainda, traços comuns da personificação da morte em outras culturas e momentos. Tanto a personagem de Maurício de Sousa como obras de arte trazem a da morte como um esqueleto ambulante, representando o corpo descarnado, sem vida. Sobre o aspecto visual da personagem, seu criador apresenta a seguinte justificativa em entrevista: “Os aspectos visuais são os clássicos de inúmeras histórias, de contos, de filmes: uma figura sombria, escondida sob vestes compridas, capuz que quase esconde o rosto e uma foice de ceifar vidas”. (SOUSA, 2004)

A apresentação visual da personagem vai dialogar com outras representações, da morte ao longo dos séculos:



**Figura 105. Dona Morte (reprodução)**



**Figura 106. Três Idades da Mulher e da Morte de Hans Baldung**



**Figura 107. Liber Chronicum de Hartmann Schedel (séc. XV)**



**Figura 108. Dança Macabra In: Répresentations diverses de la mort.(Patrick Pollefev)**

Para além dessas imagens há uma infinidade de outras retratando a morte como um esqueleto ambulante, facilmente encontrada em pesquisa em bancos de imagens na Internet. Porém, a retomada desses exemplos, que vão da Idade Média aos tempos modernos mostra-nos haver, de certa forma, uma memória coletiva a respeito de como a morte deve ser personificada. A sua materialização demonstra um esforço em entender como se daria o final da vida por meio de textos culturais. Suplantando a vida, obras de arte, textos, fotografias, imagens, entre tantas outras formas de manifestações do homem, as representações, medos e angústias vão ecoando ao longo dos séculos até atingir os leitores contemporâneos. Mesmo a milênios de distância a morte – encarada como uma tragédia natural a qual todos deverão passar obrigatoriamente – faz-se cada vez mais presente na vida, como bem nos lembra a filósofa Scarllet Marton (2009; 2009b) em textos e palestras intitulados “Morte como Instante da Vida”.

A filósofa nos relata a mudança de paradigma na forma do homem em encarar a morte: na Idade Média e nos tempos antigos morte e vida coabitavam o cotidiano, tal

como já ilustramos anteriormente por meio da Dança Macabra. Com o passar dos anos morte e vida passam a se tornar opostos, possivelmente devido à influência do cristianismo e à “sacralidade” da vida, que deve ser preservada a todo e qualquer custo.

Concebendo-se a vida como o bem jurídico mais valioso, o bem inalienável e intransferível por excelência, entendeu-se que ela era o direito primeiro da pessoa humana, direito esse que se devia proteger acima de todos os demais. Tutelado pelo Estado até contra a vontade do indivíduo, julgou-se tratar-se de um direito absolutamente indisponível. Excluindo-se o seu contrário, converteu-se, então, o direito de viver em dever. (MARTON, 2009, p.2)

A superexposição da morte e da tragédia, em todos os âmbitos, das obras de arte ao jornalismo, da religião à literatura, nos coloca diante de uma banalização da morte no momento em que vivemos. Diante desse quadro tendemos a concordar com Maffesoli, para quem todas estas manifestações nos trazem a consciência da morte sob qualquer circunstância. (MAFFESOLI, 2003, p.56)

Partindo desse ponto, passaremos a analisar a presença do trágico no contemporâneo, em especial no âmbito do jornalismo popular.

### **3.2 – O trágico no contemporâneo**

A convicção de que violência e morte se materializam no trágico e que essa concepção está enraizada no imaginário há milênios, permite-nos olhar para o ambiente midiático onde o tema figura constantemente.

Partindo de Maffesoli, para quem “...é graças a Satã que a história humana começa, e regularmente encontramos o mal, o assassinato, o sangue na fundação de todas as estruturas sociais” (MAFFESOLI, 1987, p.9-10), pode-se afirmar que a sociedade se desenvolveu tendo em seu imaginário as diversas formas de violência e morte, o que, para os pesquisadores da escola de Tartú-Moscou, leva à criação dos textos culturais<sup>51</sup> com o intuito de eternizar o homem em suas criações. Neste jogo de contrastes atos de violência ou morte são vistos como negativos, já que desde os textos mais antigos são tidos como punição ou vingança.

Não é estranho que diariamente o ambiente midiático estampe notícias que dão conta destes temas ofertando uma dose diária de tragicidade ao cotidiano de seus receptores. Programas televisivos, portais de Internet, jornais, programas radiofônicos,

---

<sup>51</sup> Para os pesquisadores de Tartú-Moscou, a unidade mínima de significação é entendida como texto, sendo textos culturais manifestações conscientes a fim de se eternizar através de palavras, imagens, sons, entre outras formas (BYSTRINA, 1995). BAITELLO JUNIOR (1999, p.40), ao falar da capacidade imaginativa do homem em narrativizar, afirma que: “Assim, o conjunto menor destas associações, denominados “texto” constitui a unidade mínima da cultura”.

entre outras formas de transmissão de informação, trazem sucessivamente notícias sobre mortes, violência urbana, catástrofes naturais, entre tantas outras formas de representações do trágico.

Observar o tema no âmbito do jornalismo popular se justifica pelo seu maior tempo de leitura e reflexão em relação às mídias digitais, além de continuada abordagem da vida cotidiana dos leitores e intervalo de tempo maior entre uma edição e outra, o que o difere das transmissões televisivas ou radiofônicas.

Enquanto mídia fixa podem-se delinear estratégias dos editores para reforçar a presença do trágico no imaginário dos receptores. É o caso do *SN* e do *JN*, que trazem diariamente em suas capas notícias a “tríade temática”, observada nas capas das publicações conforme as figuras de 16 a 18:



Figura 109. Super Notícia (8/11/11) FONTE – Jornal Super Notícia



Figura 110. Super Notícia (9/11/11) FONTE – Jornal Super Notícia



Figura 111. Jornal de Notícias (8/11/11) FONTE – Jornal de Notícias



Figura 112. Jornal de Notícias (9/11/11) FONTE – Jornal de Notícias

A presença constante da tríade temática faz desses temas um ritual para o jornalismo popular. Independente de quaisquer fatos ocorridos no dia anterior, o leitor pode esperar por elas no dia seguinte. O cotidiano, ritualizado, leva-nos a um eterno retorno, como assinala Maffesoli (1984): “...um presente que se esgota em si mesmo, encontrando nesse esgotamento a garantia de sua própria recondução. Neste último sentido, o eterno retorno do mesmo é a consequência lógica de um presente que concentra em si mesmo toda a sua virtude”. (MAFFESOLI, 1984, p.91).

A forma cíclica como o cotidiano é reconstruído, concentrando no presente toda a sua virtude e toda a sua miséria, dá aos leitores a consciência de seus limites. Através da repetição, os jornais contam e recontam as mesmas histórias. Para MARTINS (2010) esse processo cíclico faz com que a mídia traga reflexos de uma crise da contemporaneidade, estabelecendo o contexto atual como uma época da melancolia<sup>52</sup>.

Ora, se atendermos ao ensinamento de Vladimir Propp, e também de Algirdas Greimas e de Claude Lévi-Strauss, não parece restar dúvidas: “o conto é sempre o mesmo”. Com efeito, a narrativa do jornal televisivo repete a todo o tempo o mesmo conto de tragédia, catástrofe e crise. Exilada da escatologia, e portanto em “sofrimento de finalidade” (Lyotard, 1993:93), a narrativa televisiva expõe a crise desta época, o seu mal-estar, a sua melancolia. (MARTINS, 2010, p.3)

A constatação caminha na mesma direção de Maffesoli (1984) que, ao citar La Bruyère e a peça *Os Caracteres*, afirma que a narrativa repetitiva faz parte “desse teatro intangível que é o mundo com suas mesmas decorações e seus mesmos atores, esse teatro onde apenas os homens se modificam, enquanto a peça e os papéis permanecem os mesmos” (MAFFESOLI, 1984, p.86). Já Dietmar Kamper diz que, para o homem, “seu tempo é segundo o futuro: tudo o que virá já foi antes” (KAMPER, 2000, p. 8).

Com as histórias em constante ciclo, chega-se a uma crise da historicidade contemporânea, onde “os média realizam o trágico como o imaginário de uma época sem esperança, sem utopia, a nossa época” (MARTINS, 2002, p.75). O ambiente midiático reforça essa crise.

---

<sup>52</sup> Ao tratar da melancolia, o autor afirma que nela se encontram pelo menos três desdobramentos: o barroco (figuras escuras, dobras, distorção) em oposição ao classicismo (linhas retas, claridade); o grotesco em oposição ao sublime e o trágico em oposição ao dramático. Para ele, a contemporaneidade tem, predominantemente, a presença do trágico, do barroco e do grotesco em seu imaginário, que, juntos, levam o homem a ser guiado pelo *pathos*, resultando na melancolia.

Invariavelmente, as aberturas dos telejornais estão por conta da tragédia e da catástrofe. Como se um *fatum* inexplicável cobrisse a cidade dos homens, conduzindo-a por veredas desconhecidas, e uma vontade insondável se sobrepujasse a toda acção humana, os telejornais começam por dar a voz aos deuses, e só depois se ocupam dos humanos e das suas insignificantes acções [...]. O futuro, que o telejornal narra no passado, não parece reservar-nos hoje nenhuma esperança. (MARTINS, 2002, p.76).

Norval Baitello Junior reconhece de forma semelhante à presença do trágico de forma constante na mídia, ao dizer que “... a maioria das notícias estabelece vínculos diretos ou indiretos com a morte (com o medo da morte). Se elas relatam catástrofes ou crises políticas e econômicas, eminências e personalidades, pessoas vivas ou mortas, em última instância estão lidando com os limites e fronteiras transpostas ou por transpor”. (BAITELLO JUNIOR, 1999, p.110-111)

A inquietação é a mesma sentida diante dos jornais apresentados, que parecem mostrar ser o trágico a linha condutora da apreensão do mundo. As publicações diariamente dão destaque a estes insucessos deixando os demais acontecimentos como pequenas aparições das ações humanas no mundo.

Para o receptor que diariamente lê (ou vê) a capa do *SN* ou do *JN*, a sensação de estar diante do mesmo conto é semelhante: as notícias parecem se repetir, uma vez que a tríade temática é mantida uma edição após a outra. É como se o leitor dos jornais pudesse prever o dia de amanhã, mostrando uma aproximação na forma como retratam o mundo para leitores portugueses ou brasileiros.

Destacamos anteriormente que as tragédias no jornalismo popular vêm acompanhadas, normalmente, pela morte ou pela violência. Adotando um papel parecido com os painéis da Dança Macabra no Cemitério dos Inocentes, os jornais populares chamam para si a função de reposicionar os mortos no cotidiano dos vivos.

As presenças constantes do trágico e da morte possam ao mesmo tempo excitar o leitor como provocar a perda da alteridade: não se sabe, nas capas, quem é aquele que morreu. Mas a presença constante da morte nas capas dos jornais provoca também outro efeito no receptor: a lembrança dos limites da vida.

As figuras nos mostram o tensionamento entre melancolia e trágico com a efervescência dos elementos vivos representados pelos modelos na capa ou pelos jogadores de futebol. Esses atores fazem parte de um simulacro ou um “espetáculo”, no sentido tratado por Guy Debord<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> Cf. DEBORD, Guy. *A sociedade do Espetáculo*. São Paulo:Contraponto Editora, 2010.

Na repetição incessante das notícias na tríade midiática o mundo é apresentado pelo jornal num eterno movimento de rotação (retorno do mesmo). A repetição é entendida por Maffesoli (1984, p.81) como “*negação do tempo*”, uma forma de driblar a “entropia” da morte<sup>54</sup>.

Aprofundando suas reflexões acerca da crise, Martins entende que este momento foi provocado pela transição do *sun/bolé* (*sun* é prefixo grego de união) para o *dia/bolé* (o prefixo *dia* remete a separação). O universo mediático reforça a separação, agravando a crise cultural refletida nas reconstruções do mundo através do noticiário: “Precipitados na imanência, vivemos uma existência separada. O mundo separado é uma estrutura fragilizada e se faz acompanhar pelo sentimento de perda daquilo que nunca se teve e pelo sentimento de espera daquilo que nunca se terá” (MARTINS, 2005, p.2)<sup>55</sup>.

Na mudança do *sunbolé* para o *diabolé*, há uma mudança entre o mundo das palavras (*logos*) para o das imagens (*icon*), resultando na perda da analogia da palavra para chegar ao mundo da imagem digital, representada pelos *bits* 1 e 0 do código binário, sem qualquer relação análoga com o real.

Essa transição também provoca mudanças na narrativa, que deixa de ser escatológica, no sentido de haver um início e um fim (Gênese e Apocalipse) para narrativas fragmentárias, relativistas, para uma “*sociedade de meios sem fins*”, como diz o autor ao retomar Giorgio AGAMBEN (1995)<sup>56</sup>.

A história do Ocidente tem sido, sobretudo, pensamento substancialista. Sujeito à lógica da identidade, estabilidade e autonomia, o pensamento substancialista valoriza aquilo que na história aparece finalizado em coisa ou estado de coisa, assenta no paradigma da visão e tem um registro epistemológico. Por sua vez, o pensamento da individualização inscreve-se na lógica da diferença e valoriza aquilo que na história aparece de um modo não finalizado. Funciona num registro ontológico e assenta no paradigma do fluxo, em que consistem a vivência, a informação, o movimento e o processo, e no paradigma da audição, que é som, ressonância, vibração, modulação, ritmo, cadência, relação, tensão, duração e memória (MARTINS, 2011, p.22).

<sup>54</sup>Maffesoli vê a repetição como um ritual, que permite à sociedade negar o transcurso do tempo e da morte: “*Para nos servirmos de uma metáfora, podemos dizer que o tempo que passa e a angústia da morte que ele suscita são da ordem da entropia. No entanto, sabemos que, ao lado da entropia geral, a física moderna postula a existência de “buracos negros”, verdadeiros reservatórios que escapam ao progresso e que, num mecanismo de “tempo invertido”, resistem à entropia. [...] A repetição, na verdade, possibilita a resistência à entropia social, à imposição mortífera do poder [...] nega o transcurso do tempo, corolário da degradação, possibilitando a catarse da angústia própria à situação mundana*”. (MAFFESOLI, 1984, p.86)

<sup>55</sup>Précipités dans l’immanence, nous vivons donc une existence séparée. Ce monde séparé est un monde structurellement fragilisé et se fait accompagner du sentiment de perte de ce que nous n’avons jamais eu et du sentiment d’attente de ce que nous n’irons jamais avoir.

<sup>56</sup>Cf. AGAMBEN, Giorgio. *Moyens sans fins. Notes sur la politique*. Paris: Payot&Rivages, 1995.

O fluxo constante, o caminhar para uma direção sem conhecer o início e sem perspectiva do fim provocado pela mudança de regime do análogo para a digitalização do *icon*, acelera o ritmo de vida, distancia os corpos. A tecnologização, redes virtuais, todas surgidas desse processo de transposição, provoca uma aceleração a ponto de Maffesoli afirmar que esse processo culmina no trágico, onde há desaceleração do tempo:

...com a sensibilidade trágica o tempo se imobiliza ou, ao menos, se lanteia. De fato, a velocidade, sob suas diversas modulações, foi a marca do drama moderno. O desenvolvimento científico, tecnológico ou econômico é sua consequência mais visível. De modo contrário, hoje vemos despontar um elogio da lentidão, incluindo a ociosidade. A vida não é mais que uma concatenação de instantes imóveis, de instantes eternos, dos quais se pode tirar o máximo gozo. (MAFFESOLI, 2003, p.8)

Nessa busca BAITELLO JUNIOR (1999) diz que o homem transforma-se no “*animal que parou os relógios*”. No elogio a lentidão, insere-se o trágico e suas representações e instaura o ambiente de melancolia. Retomando Maffesoli (1984), o trágico contemporâneo ainda pode ser entendido no movimento de idas e vindas da melancolia e da efervescência, regulados pelo tempo de repetição:

Embora pareça uma grande banalidade, convém dizer que o que chamamos de trágico é um misto onde a vida diária se consolida, um vaivém de brilhos e tristezas, de efervescências e dores, cujo objetivo consiste em lembrar que nossa vida consciente ou afetiva é regulada pelo limite. A felicidade dos bens e dos sentidos é breve, seu preço é alto e, uma vez conseguida, pesa com toda gravidade, inscrevendo-se na repetição e evocando sua ultrapassagem. Toda melancolia gerada por essa tensão encontra-se resumida na palavra trágico. (MAFFESOLI, 1984, p.97)

Não é possível dissociar o ambiente trágico e sua relação com o tempo, como observamos ao demonstrar a relação de *Cronos* e *Saturno* na questão da tragédia. Da mesma forma, o retorno cíclico do cotidiano pode ser aproximado da figura de Dionísio, deus que representa tanto o fim, a extinção, como o começo, a refundação.

A morte no jornalismo popular, sua presença nas mais variadas facetas, traz-nos para além do fim da vida, um significado de renascimento: ao ver a morte do Outro, renasço com a certeza de minha vida. Nesse aspecto observamos haver uma similaridade na forma como a morte e a vida é entendida tanto no Brasil como em Portugal e, abrindo um pouco mais o leque, nos países ocidentais de língua portuguesa em geral. Essa constatação é feita por Maffesoli ao observar o que ele chama de “invariantes sociais”: “A relação com os valores, a vida social, a relação com a morte e o sexo, a atitude para com o trabalho, a habitação e o vestuário, numa palavra, todo o

que concerne à arte de viver ou aos modos de vida é extraordinariamente invariável”. (MAFFESOLI, 1984, p.23)

Partindo dessas similitudes apontadas pelo sociólogo, é possível traçar análises sobre o trágico partindo dos jornais populares de países distintos. Se o sexo, vida, morte e o esporte – que fazem parte dos modos de vida – apresentam modos invariáveis de ver a vida, temos um papel preponderante da mídia para a inserção do trágico na cultura contemporânea: o noticiário pasteuriza a experiência de seus receptores, num simulacro de transparência comunicacional:

Apesar de reconfortada por uma calda de emoções, de produção mediática e tecnológica, que dá pelo nome de transparência comunicacional, mas que administra "terror sem horror, comoção sem emoção, compaixão sem paixão", como escreve Teresa Cruz (s.d.: 111-112), a cidade vive hoje anestesiada, sem "nenhuma espécie de compromisso com a época e com as ideias que a motivam" (Benjamin, 1993: 590), chafurdando num quotidiano transformado pelos média na presa fácil de uma transcrição ruidosa e incessante, que o nega enquanto quotidiano em que arriscamos a pele. (MARTINS, 2002, p.1)

A repetição e a oferta do trágico sem que os receptores obrigatoriamente despertem emoções como compaixão ou horror provoca aquilo que Walter Benjamin (1982) destacava como “crise da experiência” que contaminava a modernidade já na década de 1930. A experiência ofertada pelos media passa a ser mais estética que patológica, o que pode tornar “insuportável o nosso quotidiano” (AGAMBEN, 2000, p.20).

A experiência do trágico que se sente ao estar diante das capas dos jornais populares teria um caráter não estético. Nas palavras de Dewey (1990) essa experiência seria “incompleta”:

Uma experiência possui uma unidade que lhe confere seu nome, *aquela* comida, *aquela* tempestade, *aquela* ruptura de amizade. A existência dessa unidade está constituída por uma *qualidade* única que penetra toda a experiência apesar da diferença de suas partes constitutivas. Unidade que não né nem emocional, nem prática, nem intelectual, porque esses termos denominam distinções que a reflexão pode estabelecer no interior dela. [...] Estudando uma experiência *após* sua ocorrência, podemos observar que uma propriedade, mais do que outra, foi dominante, de maneira a caracterizar a experiência como um todo. (DEWEY, 1990, p.90)

Nessa perspectiva, a experiência cognoscível, que pudesse afetar o sujeito diante das capas dos jornais populares, acarretaria, para GUIMARÃES (2006, p.15) três ações: volitiva, cognitiva ou afetiva. Sem passar por essas transformações dificilmente pode-se estabelecer esse contato como uma experiência de caráter estético.

Como resultado de uma experiência, a atitude carrega um conhecimento que é pessoal, em grande parte implícita, eminentemente prática, e que só pode ser criticado ou retificado a partir de uma situação concreta que problematize a maneira até então habitual com que o sujeito agia. Embora o suporte inicial da experiência estética seja o indivíduo, ela possui uma dimensão que é social e não simplesmente psicológica. (GUIMARÃES, 2006, p.20).

Dessa forma o jornalismo ofertaria ao seu receptor uma “experiência impessoal”, tal como postula Louis Quéré (2010) no texto “*O caráter impessoal da experiência*”. O autor frisa que “a experiência desaparece nessa apropriação” (QUÉRÉ, 2010, p.19), porém, o próprio autor adverte que esse processo de apropriação da experiência está presente nas discussões de Dewey quando o autor afirma que a experiência é *tida*, num movimento de *re-ação* àquilo que foi exposto:

A experiência não se dá como um ato momentâneo ou pontual, mas compreende um processo que se desenvolve no tempo, passa por uma sequencialidade e uma serialidade, e chega a um termo – uma realização final. Ela (a experiência) tem uma temporalidade própria; implica gestão, condução e avaliação. É dessa maneira que, para Dewey (2005), se configuram a externalidade e a impessoalidade da experiência: em larga medida ela diz respeito às propriedades daquilo ou daquele ao qual o sujeito foi exposto e submetido. Mas esse caráter da “receptividade” da experiência é complementado por uma dimensão de “re-ação”, uma ação de apropriação”. (FRANÇA, 2010, p.43)

Por outro lado, Teresa da Cruz reforça que o aparelhamento técnico da cultura foi tão eficaz a ponto de criar máquinas onde é possível “especializar o observador no próprio espetáculo, com a diferença de que a possibilidade de ligação íntima e directa eliminava, tendencialmente, este espetáculo, a distância cultural (nomeadamente estética) e tomava de empréstimo as vias da natureza, nomeadamente a das sensações e afecções”. (TERESA DA CRUZ, 2000, p.2)

Assim, evocando o “já sentido” (PERNIOLA, 1991), atuando em conjunto com a apropriação da experiência ofertada pela repetição temática dos jornais populares, o leitor tem a sensação de já ter estado diante de todas as possibilidades patológicas de se envolver com os acontecimentos, levando-nos a um sentimento de trágico social por meio da “fragmentação da experiência, com o acontecimento dessorado e esvaído em novidade, em notícia, num processo de permanente hemorragia de sentido” (MARTINS, 2011, p.34)

Retomando a ideia do “sofrimento de finalidade” evocado por Lyotard (1993), partiríamos para uma “banalização da vida, essa vertiginosa sensação de um trágico sem tragédia” (MARTINS, 2011, p.40), levando-nos à completa perda da experiência e, mais

que isso, evocando todo o sentimento do trágico enquanto perda, afastamento, distanciamento entre os corpos e entre as comunidades. O contraponto para a perda da experiência enquanto *pathos* estaria justamente na euforia, na efervescência, responsável por reanimar os corpos.

Obnubilada pela morte e suas diversas manifestações, a vivência cotidiana deposita toda a importância num presente caótico que deve ser vivido numa intensidade que transcende as projeções de todas as ordens (paraíso, sonhos do amanhã, sociedades perfeitas). O social é afrontado por esse instante vivido em toda a sua concretude, instante que precisa ser consumido, rapidamente consumido em excesso, quando se conhece a sua precariedade. (MAFFESOLI, 1984, p.25)

Se por um lado as capas do jornal popular nos oferecem a midiaticização das tragédias de modo a minimizar a presença da morte, sem despertar o horror, dor ou mesmo compaixão diante do sofrimento alheio, essas mesmas publicações tratam de ofertar-nos uma “saída” para reavivar o sentimento de vida, para que possamos nos consumir rapidamente e em excesso: a efervescência do erotismo e a euforia do futebol.

Corpos seminus, poses sensuais e provocantes e textos muitas vezes carregados de dupla interpretação, os corpos são ofertados na publicação numa tentativa de reavivar a vida, de provocar as emoções perdidas no distanciamento provocado pela midiaticização do trágico. Da mesma forma o futebol, o grito de gol ou mesmo a provocação entre as torcidas representam toda energia guardada no leitor que se exterioriza nas representações esportivas. Estes temas (erotismo e esportes) ao dividir o espaço com mortes e violência, entram em “curto-circuito” diante dos olhos dos leitores.

Nesse todo, o tédio, a tristeza, a repetição, a exaltação, a intensidade etc., tudo isso ocupa um lugar relativo, tudo isso se contrabalança, se curto-circuita, se neutraliza, e essa neutralização é a própria condição da permanência social. É uma modulação do que chamamos acima de *passividade* fecunda, é o que faz com que haja prazer em sentir melancolia, à semelhança de certas tradições culinárias que apreciam particularmente a mistura do amargo e do doce. (MAFFESOLI, 1984, p.92).

O trágico se apresenta enraizado e conceituado na sociedade contemporânea sob várias facetas. Temos uma presença constante no noticiário dos mais variados aspectos do trágico que tem na mídia um de seus principais catalisadores, como bem observa Moisés de Lemos Martins (2011). Partindo dessa inserção do trágico no contemporâneo, voltaremos nossas atenções para o jornalismo popular e a forma como constroem a noticiabilidade do trágico. Afinal, o que está por traz da midiaticização da violência e da morte, simbolizados como trágico?

### 3.3 - O trágico no jornalismo Popular

Maffesoli (1987) atesta que temos a violência e a morte enraizadas na percepção do cotidiano, em especial o assassinato e o sangue nas estruturas sociais. Dessa forma é de se esperar que os temas chamem a atenção da mídia, em especial do jornalismo popular, que têm nesses assuntos um vasto cardápio a ser ofertado a seus leitores diariamente. Desde seus primórdios em publicações datadas de 1560 já se faziam relatos de tragédias, especialmente as que envolviam mortes e violência. Posteriormente esses assuntos ganharam uma exacerbação e até mesmo uma espetacularização no chamado jornalismo sensacionalista.

Sob este aspecto Danilo Angrimani (1995) faz um importante resgate das origens dos jornais sensacionalistas ao buscar fontes históricas para encontrar primeiros traços do sensacionalismo no impresso. O autor aponta que as origens do jornal conhecido hoje como “popular” remontam a publicações datadas do século XIX, na França, os chamados *canards* de uma página só e que se ocupavam especificamente das tragédias e acontecimentos fantásticos, como aparecimento de cometas:

De manhã à noite, o canardeiro percorre todas as ruas da capital, gritando com todos os pulmões um sem-número de acontecimentos (...) e tudo com a autorização do senhor chefe de polícia. Além de “pato”, o termo “canard” significa também conto absurdo, fato não-verídico, cambalacho e, posteriormente, folhetim ilustrado. Alguns exemplos de manchetes dos “canards” e dos “occasionnels”: “Um crime abominável!!! Um homem de 60 anos cortado em pedaços” com o subtítulo: “Enfiado em uma lata e jogado como ração aos porcos”. Outra manchete: “Um crime pavoroso: seis crianças assassinadas por sua mãe”. Mais uma: “Um crime sem precedentes!!! Uma mulher queimada viva por seus filhos”. (ANGRIMANI, 1995, p.20).

Pode-se observar uma preocupação dos *canards* em enfatizar as tragédias, inclusive, utilizando-se da emoção através dos pontos de exclamação. Dava-se, aí, um primeiro passo para a entrada do sensacionalismo na imprensa, o que, conforme AMARAL (2007), ocorre em 1836 com os jornais *La Presse* e o *Le Siècle*, folhetins sensacionalistas franceses que teriam inaugurado esse nicho de publicação naquele país.

Já nos Estados Unidos o sensacionalismo começa a ter vez séculos antes, no ano de 1690, com o *Publick Occurrences*. Mas somente no final do século XIX, com o avanço técnico de impressão e transmissão de informação, é que esse “modelo” de

jornalismo efetivou-se naquele país dando origem à chamada “imprensa amarela”<sup>57</sup>. Os jornais que antes se limitavam à política passam a voltar sua atenção para fatos de “interesse humano”.

O tédio dos jornais tradicionais foi substituído por notícias sobre assassinatos, incêndios, suicídios e distúrbios de rua. Se antes a imprensa era destinada às classes mais abastadas, o *Sun* passou a atender um público leitor que buscavam informações ligadas ao seu cotidiano, relacionadas a dramas de pessoas comuns, a polícia e ao dia-a-dia nos parlamentos. Todos os episódios sensacionais do cotidiano eram relatados extensamente para assegurar a fidelidade do público. (AMARAL, 2006, p.17)

Manchetes escandalosas, fontes garrafais em suas capas e fatos que não eram tão relevantes para a vida da sociedade começam fazer parte do jornalismo estadunidense, características próprias do jornalismo sensacionalista à época. Ana Lúcia Enne (2007) vê o sensacionalismo na mídia como parte de um processo cultural, formado num processo histórico a partir de “fluxos do imaginário, envolvendo um intrínseco jogo entre representações e mediações, e não como um fenômeno isolado, reminiscência ilustrativa de um ‘mau gosto de classe’ ou pura estratégia mercadológica” (ENNE, 2007, p.70). Por essa ótica, a presença das notícias “de sensação” no âmbito da mídia seria fruto de um processo continuado e enraizado, onde as seguintes características seriam comuns a essas publicações:

- a) ênfase em temas criminais o extraordinários, enfocando de preferência o corpo em suas dimensões escatológica e sexual;
- b) a presença de marcas da oralidade na construção do texto, implicando em uma relação de cotidianidade com o leitor;
- c) a percepção de uma série de marcas sensoriais espalhadas pelo texto [...]
- d) a utilização de estratégias editoriais para evidenciar o apelo sensacional: manchetes “garrafais”, muitas vezes seguidas por subtítulos jocosos ou impactantes; presença constante de ilustrações, como fotos com detalhes do crime ou tragédia, imagens lacrimosas, histórias em quadrinhos reconstruindo a história do acontecimento etc.;
- e) na construção narrativa, a recorrência de uma estrutura simplificadora e maniqueísta;
- f) relação entre o jornal sensacionalista e seu consumo por camadas de menor poder aquisitivo, que, por diversas razões, seriam manipuladas e acreditariam estar consumindo uma imprensa “popular” (conceito ao qual voltaremos no fim deste artigo) quando, no fundo, estariam consumindo um jornalismo comercial feito para vender e alienar. (ENNE, 2007, p.70-71)

---

<sup>57</sup> O nome, conforme relata Angrimani (1995) se deve ao fato dos dois principais jornais à época, o *New York World* dirigido por Joseph Pulitzer, e o *Morning Journal*, de Randolph Hearst, utilizarem a figura de um personagem de quadrinhos, o *Yellow Kid* em suas publicidades, dando origem ao termo *Yellow Press*.

Mas a principal contribuição da autora está ao destacar traços vindos dos contos fantásticos, de horror e do melodrama na narrativa dos jornais populares. Ela aponta que o jornalismo se apropriou de características da narrativa sensacionalista e, por esse caminho, o jornalismo popular está enraizado em um processo cultural que se construiu ao longo de décadas. Inspirada em Todorov, ela aponta que os acontecimentos narrados no jornal sensacionalista poderiam ser explicados de maneira racional, porém, por alguma razão são transformados em fatos chocantes e inquietantes (ENNE, 2007, p.79), características essas presentes com grande força nas capas do *SN* e *JN*.

Da mesma forma Muniz Sodré destaca a presença maciça do grotesco no ambiente midiático, em especial na programação televisiva. Retomando a origem do grotesco desde o aparecimento do termo e suas concepções nas obras de arte, o autor destaca que foi no Romantismo, através de Victor Hugo, que surge o interesse pelo estranho e pelo cômico, figuras tipicamente encontradas nas manifestações do grotesco. Porém, o rebaixamento dos corpos e o choque promovido pelos programas de TV também podem ser observados no âmbito do impresso. Nesse sentido, que o grotesco chocante seria a modalidade dominante nessa programação, já que **“as emissoras oferecem aquilo que elas e seu público desejam ver”** (SODRÉ, 2006, p.133, grifo do autor), para concluir que a audiência – ou no nosso casos os leitores – não são vítimas dessa exposição daquilo que é chocante, mas, no entanto, cúmplice passivo desse conteúdo por conta de um **“ethos** a que já se habituou” (Idem, Ibid., p.133, grifo do autor).

No Brasil os primeiros traços do que viria a ser essa modalidade de jornalismo com a exploração dessa estética do grotesco são registrados a partir de 1840 através dos folhetins. Posteriormente a impressão de publicações sensacionalistas passou a ser conhecida como “imprensa marrom” e, nesse ponto, há uma discordância sobre a origem do termo no país. Angrimani (1995) atribui a expressão a um termo francês que significaria “não muito confiável”. Já Amaral nos traz outra explicação para a utilização desse adjetivo à imprensa brasileira baseada em entrevista concedida pelo jornalista Alberto Dines, a quem atribui a expressão “à cor da merda”. (AMARAL, 2006, p.19)

Independente da origem do termo há características comuns a serem observadas: o exagero, a utilização de *fait divers*, a valorização da emoção, inversão de conteúdo pela forma e, com muita frequência, a presença do trágico materializado em violência e morte nas suas capas.

Com o avançar dos anos o conceito de jornal sensacionalista passou por uma transformação e começam a ser conhecidos como jornais “populares”. O principal fator desta mudança não está apenas na troca da designação, mas sim no comportamento das publicações. Se antes eles se ocupavam até em inventar fatos, como o conhecido caso do “bebê-diabo” que ocupou por vários dias as páginas do extinto *Notícias Populares*, hoje a preocupação está com a credibilidade que obterão junto aos leitores.



**Figura 113. Reprodução da capa do jornal *Notícias Populares***  
 Fonte: <http://f.i.uol.com.br/f5/geral/images/13232420.jpeg>

Não há mais espaço para inverdades ou acontecimentos fantásticos e o preço de capa tem permitido a pessoas de baixo poder aquisitivo acesso facilitado à informação impressa, massificando ainda mais a presença junto ao público.

Uma das características mantidas na evolução da imprensa popular é o fato de *fait divers* ainda ocuparem boa parte de seu noticiário, especialmente nas capas. Informações que muitas vezes passariam apenas como uma pequena nota no interior da publicação – ou mesmo sequer ganhariam espaço na página – são tratadas como grandes acontecimentos, por mais vazias que sejam as informações em seu interior.

Outra característica marcante herdada do jornalismo sensacionalista pelos jornais populares é a presença constante do ambiente trágico em suas capas. É possível constatar serem as tragédias assuntos de interesse das publicações desde a suas origens, reforçando o aspecto cultural que permanece no modo de fazer dessas publicações. Passados 150 anos das primeiras publicações, ainda temos o trágico presente na vida dos leitores de jornais.



Figura 114. Notícias Populares  
 Figura 115. Jornal de Notícias  
 Figura 116. Super Notícia

Apesar de épocas e até mesmo de países distintos, os três jornais apresentados mostram que apesar do avançar dos anos o jornalismo popular se ocupa de insucessos como homicídios e mortes. Enquanto o *NP* traz a notícia da morte do astro do rock Elvis Presley, *JN* e *SN* nos dão, em sua capa, a morte trágica da cantora pop norte-americana Whitney Houston, encontrada morta na banheira de seu apartamento. Além da morte “notória” outros elementos trágicos se fazem presentes nas capas das três publicações: *Matou cunhado para defender a própria irmã* (*NP*); *Apagou mal o cigarro e morreu a dormir* (*JN*); e *Três mortas no lote vago* (*SN*). O desfecho fatal dos acontecimentos, o final infeliz, tal como aconteciam nas principais tragédias gregas, voltam a figurar no espaço de vida dos leitores dos jornais.

Separadas por décadas as publicações permite-nos dizer que traços desta raiz ainda são preservados. Se o sensacionalismo praticado pelo *NP* era marcadamente devido à “superexposição da violência por intermédio da cobertura policial e da publicação de fotos chocantes, de distorções, de mentiras e da utilização de uma linguagem composta por palavras chulas, gírias e palavrões” (AMARAL, 2006, p.22), temos que a cobertura da morte e da violência não caiu em desuso. As fotos chocantes, como corpos degolados ou em pedaços, não existem nas capas do novo jornal popular, porém, há ainda presença de cadáveres e mortos, porém, com mais parcimônia o tratar do corpo, como se observa a seguir:



Figura 117. Jornal de Notícias – 6/11/2011

Figura 118. Super Notícias - 21/01/2012

Apesar da manutenção destas características concordamos que “os jornais populares dão visibilidade também aos sentimentos das pessoas sobre o mundo, mas não se resumem mais à produção de sensações com matérias policiaiscas”, e que “o sensacionalismo continua existindo, principalmente por intermédio da exacerbação dos relatos, mas é um conceito que não basta porque é generalista e não dá conta de importantes características dos novos jornais populares” (AMARAL, 2006, p.24).

Mesmo com a busca de novas formas, fronteiras e modos de apreensão do leitor, temáticas recorrentes continuam fazendo parte de seu *modus operandi* no dia a dia, como a tríade temática.

Interessante notar que, nessa perspectiva, há um tensionamento entre fatos considerados positivos e negativos na capa dos jornais. Inicialmente teríamos uma dicotomia onde violência e morte se situariam como acontecimentos negativos e o futebol e o erotismo no eixo positivo por representarem um eixo vivo na publicação. Mas no modo de recepção de conteúdos, nada impede que o trágico seja visto como uma atração positiva, o que provoca uma flutuação dos conceitos.

A priori, a própria tradição católica coloca a morte como um rito de passagem e, se observamos a história de Jesus Cristo relatada na Bíblia, temos que sua morte se deu como uma necessidade para a salvação dos humanos, deixando ela de ser negativa para se inverter e tornar-se positiva. Essa representação da morte “salvadora” é até hoje

figurada pelos fiéis cristãos que, muitas vezes, ostentam o símbolo da cruz em forma de pingentes em colares, correntes, pulseiras, brincos, entre outras centenas de adereços.

Ao tratarmos do jornalismo popular, temos que a figuração do trágico em suas capas nos dá conta de insucessos encarados normalmente como fatos negativos, porém, que seduzem os leitores. Por meio dos *fait divers* os jornais parecem reforçar os aspectos negativos do noticiário, especialmente ao contrapô-los à efervescência da vida representada por jogadores de futebol ou por um *sex symbol*.

Partimos dos pressupostos de Ivan Bystrina a respeito das oposições e como podem ser enxergados e discutidos os mais variados aspectos da vida humana. Adotando a visão estruturalista da Semiótica Russa<sup>58</sup>, BYSTRINA (1995) afirma serem características dos códigos culturais a binariedade, a polaridade e a assimetria. A partir desses pressupostos ele propõe uma leitura dos textos culturais.

Na visão de Bystrina, a morte sempre seria negativa, uma vez que desafiaria de imediato a vida, como no caso de um homicídio. Se partirmos para esse escopo de análise, no jornal a morte seria vista como negativa e, nessa tensão binária, o polo negativo sempre terá mais força que o positivo, principalmente quando o negativo está situado no âmbito do desconhecido.

A estrutura binária e polar é claramente assimétrica. O polo marcado ou sinalizado negativamente é percebido ou sentido muito mais fortemente do que o polo positivo. Portanto, do ponto de vista da preservação da vida, é sempre o polo negativo (morte) que comemora a vitória. Esta é a assimetria: a morte é mais forte que a vida, na percepção comum. Por isso, em todas as culturas o homem aspira sempre a uma imortalidade, ou seja, vida a pós a morte. (BYSTRINA, 1995, p.7)

No caso da morte, o desconhecimento absoluto do que vem depois (Redenção? Ressurreição? Vida eterna? Céu? Inferno? Purgatório? Nada?) causa a impressão de ser ela mais forte que o polo positivo, ou, no caso, a vida. Porém, tomando o jornal popular como evolução de matizes culturais que vêm dos séculos XVII e XIX, como propõe ENNE (2007), temos que as oposições de positivo e negativo podem flutuar dependendo do contexto em que o receptor desse jornal estiver inserido.

Se um homicídio, num primeiro momento, é tido como estritamente negativo, num segundo momento se essa morte for de um esturador, por exemplo, ela pode ser considerada “positiva” para quem recebe a informação, uma vez que culturalmente o

---

<sup>58</sup> O autor contribuiu de forma ativa para as pesquisas desenvolvidas pela Escola de Verão de Tartú-Moscou, onde, a partir do pensamento de Iuri Lótman, pretendia-se uma nova possibilidade de visão da cultura ocidental.

estupro é considerado um dos crimes mais hediondos que não é perdoado nem mesmo por outros presidiários. Já havíamos apontado indícios de que essa inversão dos polos poderia ocorrer em pesquisa anterior, onde anotamos que os jornais podem colocar “o leitor numa posição privilegiada diante do acontecimento onde ele pode atribuir a sinalização que melhor entender para o fato” (PORTARI, 2009, p.117). Na ocasião, ilustramos essa situação com o seguinte exemplo:



Figura 119 – Reprodução. PORTARI (2009, p.117)

No caso acima, a morte em si deixaria de ser negativa como uma forma de compensação: um assassino se matou após matar a ex-noiva, ou seja, o leitor estaria livre para fazer as inferências e atribuir as suas impressões ao fato.

Com essa liberdade dada ao leitor, temos que os temas da tríade temática podem “flutuar” quanto aos aspectos positivos e negativos neles enxergados. Da mesma forma que a morte de um assassino pode ser considerada positiva, a derrota da equipe de futebol que um leitor torce pode ser vista como negativa para ele e positiva para seus adversários, assim como o erotismo também pode ser encarado de formas diferenciadas por homens e mulheres.

Diante dessa situação, temos, a título de exemplo, as seguintes situações quando se tratam dos elementos presentes na tríade:

- a) violência e morte (trágico): podem ser negativas quando “assustam” ou causam o “horror” no leitor; podem ser positivas a partir do momento em que atraí/seduz esse leitor ou no sistema de “compensação” como ilustramos anteriormente;

- b) o esporte pode ser positivo quando a equipe do leitor vence e negativa quando o noticiário dá conta do sucesso de seu rival. Ex: atleticanos tendem a ler como negativa a manchete da equipe do Cruzeiro ser líder do campeonato e vice-versa;
- c) o erotismo feminino pode ser positivo para um público masculino ávido por consumir aqueles corpos e, para as leitoras, mulheres seminuas ou de lingerie poderiam simbolizar a redução do corpo a objeto e, portanto, ser negativa.

Se os polos flutuam, suas características positivas ou negativas serão materializadas no plano do conteúdo da narrativa, do discurso jornalístico. Assim, ao propor leituras de mundos possíveis, podemos inferir caminhos que variam de acordo com a ótica e contexto onde o leitor está inserido, dando origem a nuances que nos obrigariam a um estudo de recepção para caracterizar detalhadamente o comportamento desses leitores. Porém, nos ateremos nas hipóteses dos possíveis caminhos a serem seguidos por esses leitores subsidiados pelos “protocolos” presentes no modo de fazer do jornalismo popular.

Por terem raízes culturais, as oposições suscitam unidades mínimas de significações chamadas de “textos”, que carregam uma complexa rede de interdependência através da narração dos acontecimentos.

Narrativizar significou e significa para o homem atribuir nexos e sentidos, transformando os fatos captados por sua percepção em símbolos mais ou menos complexos, vale dizer, em encadeamentos, correntes, associações de alguns ou de muitos elos sógnicos. Foi provavelmente este procedimento gerador de um universo de sentidos – um universo simbólico – que a Semiótica da Cultura procura investigar. Edgard Morin denomina de “segunda existência”, Ivan Bystrina chama de “segunda realidade”, Jurii Lotman lhe dá o nome de “semiosfera” (BAITELLO JUNIOR, 2003, p.39).

Os textos culturais, para Bystrina, podem ser divididos em três diferentes formas: *textos instrumentais* (encontrados comumente em manuais de instrução), *textos racionais* (textos das teses, dissertações, das ciências) e *textos criativos e imaginativos* (mitos, religiões, obras de arte, ficções, etc.) (BYSTRINA, 1995, p.4), e adverte que os textos podem carregar consigo mais de uma destas características ou mesmo as três. Ainda neste contexto, o autor classifica os textos de acordo com três outros códigos: o *primário* (informações genéticas); o *secundário* (gramática cultural da língua e onde se encontram as oposições binárias); e o *terciário* (textos produzidos com intenção e se valem das oposições binárias dos textos secundários).

A presença da tríade temática na capa dos jornais faz com que essa comunicação seja intencional a fim de suscitar sentidos em seus leitores. A intencionalidade na comunicação é também constatada no modelo praxiológico ou comunicacional onde “a comunicação deixa de ser um processo recortado e restrito, e é tomada como lugar de constituição dos fenômenos sociais, atividade organizante da subjetividade dos homens e da objetividade do mundo” (FRANÇA, 1999, p.7). Para Louis Quéré:

Por abordagem comunicacional entendo o uso da noção de comunicação como esquema conceitual para dar conta da atividade e da organização sociais, das relações sociais e da ordem social, esquema esse voltado para a elucidação de problemas metateóricos na análise conceitual, na formulação de teorias e na reflexão metodológica. (QUERÉ, 1991, p.2)

O modelo praxiológico<sup>59</sup> tem como foco o quadro das interações vividas, ou seja, a reciprocidade existente no momento em que a relação entre dois interlocutores (para Bakhtin o locutor e a audiência) remete para “o lugar comum – o campo de visibilidade partilhada – que foi construído/modelado pela interlocução (lembrando que intenções e referentes são emergências situacionais – e não objetividades pré-definidas)” (FRANÇA, 1999, p.13). Podemos ainda destacar a existência de dois planos no processo comunicacional, onde há uma mensagem (que apresenta uma proposta no processo comunicativo) e uma meta-mensagem (definida pela relação entre os envolvidos no processo).

Desta forma “nesse paradigma, a comunicação é tratada como lugar de constituição social dos fenômenos” (QUERÉ, 1991, p.3). Um dos diferenciais nessa abordagem comunicacional é o fato da linguagem ser entendida não apenas como instrumento para designar o mundo ou construir as representações adequadas, mas sim, propor que o uso da linguagem está intimamente ligado à interação entre duas ou mais pessoas, o que nos permite ligar seus conceitos à questão do dialogismo do discurso proposta por Bakhtin. Podemos apontar sua clara proximidade com o “*modelo orquestral*” (MEUNIER, PERAYA, 2008), onde cada indivíduo participa ativamente na construção do processo comunicacional, havendo, assim, interação, e não apenas uma comunicação linear.

---

<sup>59</sup> Ao adotarmos o modelo praxiológico como referência não estamos descartando outros modelos ou mesmo defendendo que este seja autossuficiente para dar conta de toda complexidade da comunicação. A intenção, no entanto, é trazer a campo a proposta e reflexões de como ela pode ser utilizada dentro da comunicação e, ainda, como é possível relacioná-la com outras teorias e áreas de conhecimento para analisar a comunicação.

Ao dividir no espaço da capa o trágico com a euforia, a leitura conjunta da página permitirá evidenciar intencionalidade e possíveis mensagens inscritas pela publicação e seus editores. Por meio da identificação dessas intencionalidades é possível estabelecer possíveis leituras ofertadas ao cotidiano e perceber pontos de intersecção na tensão entre os temas propostos em nossa tríade.

No complexo caminho das interações promovidas pela publicação impressa e seus leitores a capa exprime uma intenção comunicativa encarnada “na busca confusa, em um quadro de interação com o outro ou consigo mesmo, de uma formulação adequada para os pensamentos, ideias, opiniões, etc.” (QUÉRÉ, 1991, p.13). Aproximar o modelo praxiológico das oposições propostas pelos teóricos da mídia para entender a presença do trágico no âmbito do jornalismo popular pretende “salvaguardar a dimensão intencional da comunicação [...] as intenções não são somente mutuamente prestadas e validadas; elas são atribuídas sobre a base de um processo interacional de construção, que supõe um trabalho de apreensão de “configurações sensíveis” e de apropriação” (QUÉRÉ, 1991, p.14).

Quando o receptor está diante da mídia e capta suas mensagens há um repertório cultural atuando em sua leitura sincrética da capa. A percepção e compreensão desses conteúdos se dão de forma qualitativa a partir do momento em que se inicia a interação comunicacional entre sujeito receptor e agente emissor. É a partir dessa provocação interacional que surgem as possíveis estratégias de solução para os tensionamentos instaurados nas capas. Se tomarmos que, inicialmente, o trágico está no eixo negativo e é mais “forte” em relação ao eixo positivo devido à relação de assimetria no código cultural, há de se solucionar o conflito por meio dos chamados “padrões de solução”. Observemos as seguintes figuras:



Figura 120. Super Notícia – 9.11. 2011 - FONTE – Jornal Super Notícia  
 Figura 121. Jornal de Notícias – 9.11.2011- FONTE – Jornal de Notícias

SN e JN apresentam aos leitores como manchete principal notícias que dão conta de mortes trágicas: um bebê morto dentro do guarda-roupa e um parricídio cometido por um viciado em pôquer. Há, nas tragédias, quase que algo familiar às histórias contadas em textos religiosos e mitos como vimos no capítulo anterior: parricídios eram extremamente comuns na mitologia grega, como no caso de Édipo, enquanto que a morte de bebês recém-nascidos nos é relatada na Bíblia em diversas ocasiões, sendo uma delas na própria história do nascimento de Jesus Cristo, onde há uma chacina de todos recém-nascidos naquela data em busca de se eliminar o Rei dos Judeus. A seu modo cada um dos fatos parece nos levar a situações em que, apesar das mortes trágicas, algo nos soa familiar.

O noticiário dos jornais reforça o sentido de crise da sociedade moderna, sendo um ambiente marcado essencialmente pelas figuras do barroco, do grotesco e do trágico.

Essas características reforçam o sentido de polo negativo, já que o trágico seria avesso à harmonização e a vida o caminho da harmonia. Neste jogo, é preciso encontrar alternativas para conquistar leitores mesmo com notícias de caráter negativo, buscar uma solução que consista em lidar com esse conteúdo em seu cotidiano.

BYSTRINA (1995) identifica pelo menos três padrões de solução: negação, identificação e inversão. No primeiro padrão, há supressão do polo negativo, como na tríade céu x terra x inferno, onde o elemento terra atua como polo negativo (em relação ao céu) ou positivo (em relação ao inferno).

O segundo modelo pretende uma identificação entre os dois polos: o que está dentro é o mesmo que está fora, levando ao pensamento de que se o trágico está lá fora,

também está aqui dentro e não temos como escapar dele. Acreditamos que é por esse viés da identificação que surge o interesse “lascivo” dos leitores pelas publicações.

Já o terceiro padrão é considerado o mais radical, pois se inverte totalmente os polos, onde se vê a degradação do outro como algo afastado e que não atinge ao leitor do jornal.

O autor acrescenta existirem padrões ainda não estudados e, neste sentido, GUIMARÃES (2003, p. 109) fala de uma neutralização provocada pelo tratamento dos elementos gráficos, onde o negativo perde este aspecto e passa a atuar de forma a não provocar o medo ou a sensação de insegurança nos leitores.

Tensionar diretamente vida e morte pode ser uma estratégia adotada pelo jornalismo popular para provocar esse mesmo efeito apresentado pelo autor. Ao mesmo tempo em que o negativo é estampado em manchetes trágicas, o positivo é retratado no eixo vivo, especialmente no espetáculo do esporte, na euforia do entretenimento ou na efervescência do erotismo. O leitor recebe a informação do trágico, mas ao mesmo tempo seu olhar passa para notícias carregadas de informações positivas. O ato de ir de uma manchete a outra, de uma foto a outra, assemelha-se ao efeito *zapping* da troca de canais em uma TV.

Há de se considerar a preocupação cultural em superar os aspectos negativos. Várias são as orações, rezas ou mesmo simpatias e amuletos utilizados para afastar tudo aquilo que traga “cargas” negativas para a vida de uma pessoa, da mesma forma que, para aqueles que não creem nessa espécie de xamanismo, criam-se os jogos ou, nas palavras de Bystrina, uma segunda realidade.

Neste ambiente é possível a realização dos sonhos, a concretização das mais variadas aspirações, até mesmo, a suplantação da morte. Trata-se de um fenômeno psíquico criado a partir da linguagem e que, na mídia, pode ser representada pelo espetáculo do não trágico em tensão com o trágico.

Apenas com a criação da segunda realidade é que a vida pode superar a morte, porque não temos nenhuma prova de que isso seja possível na primeira realidade, ou seja, de que existe uma forma de vida qualquer após a morte. Somente em alguns casos podemos dizer de sobrevivência na primeira realidade: quando na biologia se afirma, por exemplo, que não são os indivíduos, mas os gens que vencem a morte. (BYSTRINA, 1995, p.13)

Com a presença de atletas e do erotismo ofertados ao leitor, dos sorteios de brindes e até anúncios publicitários – esses sim declaradamente vendedores de sonhos – temos um quadro de sentido estabelecido para análises, como destacamos no Capítulo

1.4. Como tambores a ressoarem em alto tom seus sons, as tragédias teriam seus gritos abafados nas capas, permitindo que o leitor, mesmo diante dela, veja uma suplantação da morte, uma conquista de seu direito de escolher entre vida x morte, violência x paz, trágico x não trágico.

Se o trágico está no centro das atenções da mídia, o que caracterizará os mais diversos fatos cotidianos como acontecimentos jornalísticos? Há, no âmbito do jornalismo, a necessidade de se adotar critérios para filtrar a enormidade de fatos cotidianos a serem noticiados, especialmente na capa. Assim, é preciso compreender a forma como o trágico é entendido como acontecimento jornalístico. E é essa a inquietação que nos leva ao próximo tópico de pesquisa.

### 3.4 - O que faz do trágico um acontecimento jornalístico?

Presença garantida no jornalismo, violência e a morte ainda tem espaço privilegiado no jornalismo popular. Essas notícias fazem parte do processo de produção dos jornais populares e, como afirma CONTRERA (2002), estes tópicos parecem ser uma “*obsessão*” das mídias, justificando, em sua obra, que através destes aspectos negativos as publicações criariam vínculos com seus leitores.

Em uma análise superficial poderíamos afirmar que este noticiário atende a um dos requisitos básicos dos conceitos de notícia, que seria o rompimento com a normalidade do cotidiano. Apesar de parecer uma resposta conclusiva, não atende às inquietações que nos motivam a decodificar a produção das capas dos jornais populares.

Sodré e Paiva, ao discutirem o que é uma notícia, destacam que se trata de “um gênero narrativo (micronarrativo) de um acontecimento factual, ou seja, inscrito na realidade histórica e, logo, suscetível de comprovação” (SODRÉ, PAIVA, 2006, p.1). Os autores utilizam classificações possíveis acerca do gênero como notícias “previstas”, “imprevistas” e “mistas”, sendo a última uma mistura entre os dois primeiros gêneros, uma vez que elementos imprevistos<sup>60</sup> podem figurar dentro de fatos previstos ou agendados.

Partindo desta argumentação os autores utilizam a noção de fonemas *marcados* e *não-marcados* de Roman Jakobson para estabelecer a existência de fatos *marcados* e

---

<sup>60</sup> Um exemplo de fato imprevisto é a queda de uma arquibancada com milhares de torcedores durante uma partida de futebol.

*não-marcados*<sup>61</sup> no âmbito da mídia, sendo que os acontecimentos marcados, mais complexos por sua natureza, estão na pauta do interesse da mídia. Assim, figuram no jornal as notícias “marcadas” principalmente pelos valores notícia de novidade, imprevisibilidade, peso social, proximidade geográfica, hierarquia social dos envolvidos, quantidade de pessoas e locais envolvidos, impacto sobre o leitor e evolução do acontecimento para que se torne suíte em outros dias.

Características estas que se aproximam ao que diz CHARAUDEAU (2006) quanto às estratégias de seleção dos fatos a serem noticiados. Ao assumir esta posição os autores são categóricos ao afirmarem que “fatos não-marcados são normalmente desconsiderados pela pauta jornalística” (SODRÉ, PAIVA, 2006, p.4).

PEREIRA JUNIOR (2006) adota outra perspectiva para sua definição do acontecimento jornalístico, definindo-os como fenômenos externos que recebem atenção da mídia que acaba excluindo outros acontecimentos, resumindo seu pensamento no seguinte parágrafo: “Um fato jornalístico é fenômeno externo ao repórter que depende da forma como ele o percebe. O cachorro morde o rabo: o acontecimento está à nossa frente e é cria nossa. Independe de nossa vontade de existir, mas só existe porque depende da forma como o captamos” (PEREIRA JUNIOR, 2006, p.26). A definição do autor coloca toda a responsabilidade de decisão sobre a midiaticização do fato nas mãos do jornalista e de seus critérios subjetivos para adotá-lo enquanto tal, numa abordagem totalmente construtivista. Trata-se de uma abordagem arriscada, por desconsiderar outras facetas do processo midiático, como destaca Vera França:

Os acontecimentos não são apenas, como diz Mouillaud, o resultado do trabalho da informação, e a realidade não é apenas a matéria prima facetada pelo dispositivo midiático (são também, mas não apenas). Explicar a comunicação pela comunicação, o discurso midiático pela própria mídia, é neutralizar as demais esferas da vida da sociedade e obscurecer o real papel das práticas comunicativas – sua natureza constituinte e constituída, sua inserção complexa na trama social. (FRANÇA, 2012, p.45).

A autora propõe um olhar para o acontecimento enquanto unidade desencadeadora de sentido, dotada de poder hermenêutico, deixando de lado apenas o poder de dar significação a um acontecimento para justificá-lo enquanto tal no contexto

---

<sup>61</sup> O semiólogo Lizska explica: Nas oposições semânticas, o termo não marcado pode significar ou a categoria genérica ou o membro específico da categoria, como por exemplo em inglês, onde ‘homem’ pode significar ou ‘Homo sapiens’ ou ‘Homo sapiens macho’. ‘Mulher’ refere-se, em seu uso tradicional, só a ‘Homo sapiens fêmea’. Logo, nesta oposição, mulher é o termo marcado. (SODRÉ, PAIVA, 2006, p.4)

mediático. Para ela, a abordagem construtivista propõe um excesso de poder à mídia, “negligenciando a força intrínseca de algumas ocorrências na sua capacidade de afetar a vida pública, bem como a capacidade agenciadora dos sujeitos sociais, que interagem – e não apenas reagem – com a intervenção midiática”. (FRANÇA, 2012, p.42).

Reconhecemos ser tarefa árdua a distinção daquilo que será midiaticizado ou não - a eterna discussão sobre a notícia -, como nos exemplos apresentados por ERBOLATO (2008) ao destacar que dentre as impossibilidades de definição sobre o termo, muitos manuais de redação e mesmo instruções informais a novos jornalistas acabam adotando critérios duvidosos na tentativa de elucidar a questão. Um dado interessante apresentado é o fato de que muitas das teorias sobre o assunto colocarem o interesse do leitor como fator preponderante para a definição de acontecimento ou notícia:

Stanley Johnson e Julian Harris citam algumas definições, mas todas elas insatisfatórias:

- Notícia é o relato de um fato recentemente ocorrido, que interessa aos leitores.
- Notícia é o relato de um acontecimento publicado por um jornal, com a esperança de, divulgando-o, obter proveito.
- Notícia é tudo quanto os leitores querem conhecer sobre um fato.
- Qualquer coisa que muitas pessoas queiram ler é notícia, sempre que ela seja apresentada dentro dos cânones do bom gosto e das leis de imprensa. (ERBOLATO, 2008, p.53)

Ao prosseguir em suas reflexões, Mário Erbolato acaba por apontar que a notícia deve ser “recente, inédita, verdadeira, objetiva e de interesse público” (Idem, Ibid., p.55). O caráter imprevisível das tragédias nos leva, então, a enxergá-las sob essa ótica, mas, mais que isso, sobre os desdobramentos sociais que podem acarretar a sua figuração no ambiente midiático, enquanto elementos de interesse público.

Todos os conceitos apresentados até aqui nos mostram a diversidade de olhares e posicionamentos sobre o acontecimento midiático, mas adotaremos a discussão acerca dos acontecimentos sob a ótica de Louis Quéré (2006), que mantém uma perspectiva social do acontecimento. Desta forma, tudo aquilo destacado no ambiente midiático é também pensado sob o aspecto da anterioridade, das causas, provocando uma busca por explicações no sentido de que o acontecimento poderia ter sido previsto, ou mesmo enxergado, antes de sua ocorrência.

A compreensão do acontecimento e da situação que ele gera, ou revela, passa, também, pela sua explicação causal, que não é unicamente da ordem da contemplação. Mas essa explicação não é mais do que um componente da compreensão que deriva, igualmente, da comprovação do acontecimento e da experiência dos seus efeitos. Porque o verdadeiro acontecimento não é unicamente da ordem do que ocorre, do que se passa ou se produz, mas também do que acontece a alguém. (QUERÉ, 2005, p.60-61).

Seguindo essa mesma linha de investigação, MOUILLAUD acrescenta que “acontecimentos explodem na superfície da mídia sobre a qual se inscrevem como sobre uma membrana sensível. Mas põem em ressonância os sentidos que nela são inscritos” (MOUILLAUD, 2002, p.50). Mesmo não fazendo uma diferenciação entre fato e acontecimento, o autor partilha do entendimento de QUÉRÉ ao considerar que o rompimento da normalidade é caracterizador daquilo que será chamado de notícia no jornal. “Se, na origem, o acontecimento não existe como um dado de “fato”, também não tem solução final. A informação não é o transporte de um dado, é um ciclo ininterrupto de transformações” (MOUILLAUD, 2002, p.51).

É a mesma trilha por onde se envereda CHARAUDEAU (2006) ao tratar do acontecimento enquanto um fenômeno social, afirmando que, para que ele “aconteça”, é preciso ser nomeado. Ele aponta a existência de três formas de aparição do acontecimento: *o acontecimento surge* (de forma inesperada e imprevista, como acidentes, terremotos, maremotos, erupções vulcânicas, entre tantos outros exemplos que poderíamos utilizar para ilustrar o surgimento do acontecimento), *o acontecimento é programado* (quando já se sabia, por antecipação, o local, dia e horário em que determinado fato aconteceria. Um exemplo de acontecimento programado está a cerimônia de sepultamento do ex-vice-presidente José de Alencar, que tinha data, local e horário estipulados, ou a despedida do atacante Ronaldo Nazário da seleção brasileira, que teve todos seus detalhes – da entrada em campo ao discurso de despedida - programados); e *o acontecimento é suscitado* (quando um acontecimento é “provocado”. O exemplo para esse tipo de acontecimento, proposto pelo próprio autor, são medidas de impacto social que são adotadas e anunciadas por agentes governantes para desviar o foco de atenção de crises) (CHARAUDEAU, 2006, p.138).

MOUILLAUD (2002), por sua vez, denomina o acontecimento programado como “pré-construído”, balizado por um espaço e um tempo determinado, muitas vezes, pela própria mídia. “Os acontecimentos da mídia podem ser considerados como o terminal e a parte emergente de um processo de informação que começou bem antes no espaço e no tempo” (MOUILLAUD, 2002, p.65). O autor ainda aponta para uma

polissemia do acontecimento, onde várias vozes surgem, disputam espaço, trazem enunciados. Numa perspectiva Bakhtiniana, o enunciado pressupõe a interação e uma resposta do interlocutor.

Charaudeau destaca que o processo de transformação do fato bruto em notícia é marcado por filtragens e, principalmente, por uma reconstrução linguística do acontecimento, tirando do leitor o acesso aos fatos em sua forma “natural” ou sem a “interferência” do trabalho jornalístico. Entra em cena nesse processo o discurso da mídia, responsável por trazer essa ressignificação através da construção de textos e discursos através de um processo *evenemencial*. “O acontecimento não significa em si. O acontecimento só significa enquanto acontecimento em um discurso. O acontecimento significado nasce num processo evenemencial que, como vimos, se constrói ao término de uma mimese tripla. É daí que nasce o que se convencionou chamar de “a notícia””. (CHARAUDEAU, 2006, p.132).

Nessa interpretação dos acontecimentos através do discurso midiático Charaudeau parte da hermenêutica narrativa de Paul Ricoeur ao afirmar existir uma *tripla mimese* para dar conta de todas as facetas do acontecimento: na *mimese-1* temos o mundo pré-configurado, “no qual os acontecimentos da natureza estão em estado de relativa autonomia”; na *mimese-2* o mundo pré-configurado ganha significação, através da relação entre os elementos que o compõe “ao qual se dá pelo ato de enunciação de um sujeito que procede a uma discretização do mundo através das unidades de forma-sentido”; e, por fim, uma *mimese-3*, representada pela “re-figuração do mundo configurado, que resulta da atividade de inteligibilidade do sujeito receptor [...] Esta refiguração é designada como hermenêutica, posto que é uma tentativa de responder interpretativa à interrogação sobre os sentidos inscritos no mundo significado” (CHARAUDEAU, 2006, p.96-97).

Ao adotar o olhar acerca de *mimese* é bom estarmos atentos ao alerta feito por Ricoeur acerca deste conceito, que não deve ser entendido como cópia ou réplica:

Está excluída de início, por essa equivalência, toda interpretação da mimese de Aristóteles em termos de cópia, de réplica do idêntico. A imitação ou a representação é uma atividade mimética enquanto produz algo, a saber, precisamente a disposição dos fatos pela tessitura da intriga. (RICOEUR, 1994, v.I, p.60)

A reconstrução dos fatos na tripla mimese coloca-nos diante de um processo interpretativo elaborado por *filtragem* tanto do repórter como de editores das

publicações. É no discurso que a tragédia ganha seu contorno de notícia, de acontecimento midiático, por meio de linguagens verbais e não-verbais responsáveis por recriar o sentido da enunciação enquanto o jornal oferta a seus leitores uma visão já “peneirada” dos fatos. Nas primeiras páginas este processo é notado de forma mais densa dada à necessidade de captar a atenção dos leitores diante de outra centena de publicações expostas nas bancas de jornal.

Esse processo é percebido no interior do discurso jornalístico, que “intervém e “constrói” o acontecimento. Esse último só existe porque foi selecionado e relatado (de certa forma) pelo jornal. [...] O acontecimento é ao mesmo tempo resultado de um corte (de um realce) e do jogo entre a impossibilidade e as múltiplas possibilidades contidas em sua origem e em seu ambiente...” (FRANÇA, 2002, p.494).

A construção do acontecimento jornalístico implica num relato, seja em forma de “fato relatado” ou de “discurso relatado” (CHARAUDEAU, 2006). Ao transformar o acontecimento em texto verbal e, conseqüentemente, em discurso, onde há presença de vozes, citações diretas e indiretas (MOUILLAUD, 2002), o jornal dá lugar a enunciações, o que nos leva a pressupor que haja um (ou mais) locutor e plateia, como são denominados por Bakhtin os agentes sociais nesse processo de interação.

Assumindo a perspectiva da hermenêutica do acontecimento, Quéré nos coloca a necessidade de que o acontecimento “aconteça a alguém”, seja um indivíduo ou um grupo de pessoas, para que ele possa se tornar um acontecimento midiático. “É necessário que um sujeito o integre num sistema de pensamento para que ele adquira significação. Enquanto fenômeno hermenêutico, o acontecimento é compreendido através de suas causas, porém, também faz compreender, revela. Seria o fim e o início” (VAZ; TRINDADE, 2011, p.3). Nas palavras de Muniz Sodré, “o que acontece no jornal (o relato de um caso ou “notícia”) é tornado possível pela experiência desses “estados” que evidenciam a lógica do observador” (SODRÉ, 2011, p.1).

Tragédias – provocadas ou não - sempre acontecem a alguém, seja apenas uma pessoa ou a um grupo delas. E a forma como são interpretadas já caminha no sentido de evidenciar a atenção da mídia e, no caso específico do *SN* e *JN*, esta atenção é evidenciada de forma a garantir que ela esteja sempre presente em suas capas, independente de quaisquer outros assuntos que concorram o mesmo espaço naquele dia.

Walter Lipmann afirmava que o jornalismo é uma máquina de registro e, portanto, tem uma dependência estrutural aos sistemas de registro existentes. Ele enumera variadas situações onde as comunidades civilizadas perpetuam seus

acontecimentos pelos processos de exteriorização dos fatos. “Em comunidades civilizadas, mortes, nascimentos, casamentos e divórcios são registrados e são conhecidos com exatidão, exceto quando são escondidos ou ignorados. [...] Acho que se descobrirá que existe uma relação muito direta entre a certeza da notícia e o sistema de registro” (LIPMANN, 2008, p.168, *apud* MEDITSCH, 2010, p.40). O jornalismo atua na construção social da realidade, faz com que o acontecimento passe por uma série de relações que vão para além das questões de “subjetividade” do autor e “objetividade” do fazer jornalístico, “daí a utilidade da análise deste processo de construção para compreender o acontecimento jornalístico”. (MEDITSCH, 2010, p.40)

Nesse processo de construção temos que os acontecimentos irrompem na superfície da normalidade do cotidiano. Ao romper com a barreira do previsível, passa a ser debatido, questionado e, principalmente, pensado para buscar uma explicação racional. A mídia atua, muitas vezes, à espera dessa quebra da normalidade e, ao dar conta dessas situações, pode fazer com que os leitores passem a buscar uma ligação entre aquilo que é divulgado e um estado anterior, como afirma Louis Quéré:

...reconstruímos, através do pensamento, as condições que permitiram ao acontecimento produzir-se com as particularidades que apresenta; restauramos a continuidade no momento em que a ruptura se manifestou, ligando a ocorrência do acontecimento a um passado de que ele é ponto de chegada ou incluindo-o num contexto do qual ele se integra coerentemente e surge como, afinal, previsível (QUÉRÉ, 2005, p.61).

Instaura-se a partir deste ponto um campo problemático, onde são evidenciados “conflitos, tensões e contradições ligados ao acontecimento” (VAZ; TRINDADE, 2011, p.3). No âmbito das tragédias, pode-se dizer que ela sempre se liga à imprevisibilidade de seu surgimento. É o que podemos observar ao notarmos manchetes como as das seguintes figuras:



Figura 122. Super Notícia – 07.10.2011  
 Figura 123. Jornal de Notícias – 07.10.2011

Salvo em raras exceções, como guerras ou conflitos armados onde podemos inferir que haja predisposição para que estes fatos sejam encarados como “previsíveis”, a tragédia vem ligada a acidentes, assaltos, roubos, furtos, estupros, homicídios, parricídios, entre outras categorias que poderíamos elencar neste aspecto. Fatos como “*Professor Mata Universitária*” ou ainda “*E vão 8 assaltos ao ouro em 4 dias*” estão na esteira do imprevisível, do rompimento da normalidade do cotidiano dos leitores destas publicações. Da mesma forma, estão implicados em sujeitos exteriores aos leitores destas publicações. É o caráter social do acontecimento:

Como passar do “acontecer” a “acontecer a”? E como definir aquele a quem o acontecimento acontece? Em “acontecer a”, existe a ideia da implicação de um qualquer ser, desse ponto de vista, um acontecimento atinge habitualmente uma pluralidade de seres, animados e inanimados, humanos e não humanos, como podemos constatar no caso de uma catástrofe natural. (QUÉRÉ, 2005, p.67)

Se há “alguém” envolvido no acontecimento temos então tramas e intrigas que são tecidas através da narração jornalística. São desdobramentos que extrapolam a própria notícia e podem gerar micro histórias tanto em seu entorno quanto pela capacidade interpretativa dos leitores. Para Paulo Vaz, “se o acontecimento é tido como necessário, por mais sofrimento que tenha provocado, os indivíduos suportam e seguem com a vida” (VAZ, 2008, p.53), reforçando o envolvimento de “alguém” no acontecimento e sua capacidade geradora de micro histórias, seja posteriormente na própria mídia ou nas conversas entre leitores. Sendo o jornal um dispositivo de comunicação, ele legitima os acontecimentos que tanto pode reverberar pela mídia com o passar dos dias, meses ou mesmo anos, como podem cair no esquecimento. A

perspectiva de Quéré nos coloca que “o acontecimento abre uma descontinuidade no tempo e no espaço, impondo-se aos sujeitos, às suas ‘razões de agir, motivos e interesses’”. (MARTINS, 2011, p.55)

Estas características fazem das tragédias um assunto marcadamente de interesse do ambiente midiático. Seja por atingir a alguém, pela capacidade de atender a pressupostos de noticiabilidade ou, ainda, pelo fato de chamar atenção dos receptores pelo caráter negativo inerente à tragédia, ela está presente no cotidiano dos leitores através das capas. É a repetição de um mesmo “conto” que permite a elas se tornarem um porto-seguro para as publicações e provocar o tensionamento com outros elementos presentes na *tríade temática*.

No caso de acontecimentos ligados à tragédia temos ainda outro viés: as tragédias figuradas nas capas do jornal pertencem à “*realidade*” do leitor e da publicação e não são meras “*obras de ficção*”<sup>62</sup>. Pontes e Silva (2010) reforçam a percepção da geração de descontinuidade promovida pelo acontecimento:

Em geral, o acontecimento costuma ser compreendido como uma ruptura, uma descontinuidade que redireciona uma dada história, seja ela fictícia ou referenciada no real. No caso do jornalismo, a noção mais utilizada de acontecimento está intrinsecamente ligada aos fatos que acontecem *na realidade*. O acontecimento, como usualmente compreendido no pensamento jornalístico, estaria fora do texto, ficando, portanto, na relação entre os fatos e suas consequências diretas sobre a vida em determinada sociedade. O jornalismo coloca-se como o mediador que possui a tarefa de trazer esse acontecimento exterior para a interioridade do texto, dando-lhe o destaque pertinente à importância que esses fatos tomam para o público geral. (PONTES; SILVA, 2010, p.51-52)

A ruptura da normalidade provocada pela tragédia, especialmente quando envolvem violência física ou morte, chama a atenção do jornalismo, que transmuta essa realidade para textos, inserindo-os no contexto de seus leitores. Em comum com os elementos trágicos há a presença do grotesco, tal como discutido por Bakhtin e Kayser: a transgressão dos próprios limites, “os intestinos e o falo, as convexidades e os orifícios que ressaltam para o mundo ou que absorvem o mundo” (STAM, 2000, p.45). São características que podemos reconhecer em fatos onde a agressão corporal – dos estupros ao homicídio – e a morte – seja ela provocada por alguém, por desastres

---

<sup>62</sup> O termo “ficção” aqui é utilizado no sentido de narrativa literária que não tem nenhuma ligação com fatos imitados que aconteceram na realidade. Adotamos, assim, a mesma perspectiva de Paul Ricoeur em *Tempo e Narrativa* (1983).

naturais ou meros acidentes de percurso – se inserem: nas dobras que permeiam o mundo cotidiano dos leitores e, principalmente, do jornalismo popular.

Podemos associar a questão ao foco de interesse dessas publicações na busca por seus leitores. Se num primeiro momento do jornalismo popular – quando ainda eram taxados de *sensacionalistas* - os *fait divers* ocupavam prioritariamente a capa destes jornais, o jornal popular contemporâneo busca atender a outra expectativa de seus leitores. Apesar de não ter abandonado definitivamente “a conversão de acontecimentos em *fait divers*” (MARTINS, 2011, p.58) em suas capas, há a preocupação das publicações em focar suas atenções para o “mundo” onde estão inseridos. Acontecimentos relacionados ao bairro ou à cidade onde estão sediados os jornais estão na preferência da cobertura jornalística empreendida por eles. Essa busca pode ser explicada pelo fato de que a chamada imprensa “de referência”, tradicionalmente mais focada em aspectos políticos e econômicos, deixe em aberto essa lacuna para tratar dos interesses mais próximos dos leitores.

O contrato comunicacional estabelecido pelo jornalismo popular com seu público alvo (ou pretendido) traz implícito o compromisso de se ocupar com os acontecimentos locais, garantindo o aparecimento diário dos *fait divers*. Eventos nacionais ou internacionais, vez ou outra, figuram em suas capas, mas não como foco principal dessas publicações. Quando essas ocorrências aparecem normalmente estão ligadas a celebridades – em geral suas mortes, como no caso da morte de Oscar Niemeyer ou de Whitney Houston – ou aos esportes, no caso de disputas nacionais ou internacionais envolvendo seleções das mais diversas modalidades.

Note-se que acontecimentos trágicos noticiados carregam naturalmente traços do grotesco e na área de cobertura dos jornais acabam por ter mais espaço em suas capas que outros assuntos, como economia ou política internacional.

Os jornais, pautados por esses compromissos, constroem seus acontecimentos, ofertando leituras de um mundo já previamente pensado por seus editores no momento em que encerram uma edição e começam a trabalhar no exemplar do dia seguinte. Neste sentido já nos alertava LEAL *Et.al* (2010) ao dizer que “pensar no jornalismo como reproduzidor de um fato, mero espelho que dá a ver o ‘acontecimento bruto’, seria desconsiderar a complexidade do funcionamento da mídia e de sua relação com a sociedade da qual faz parte” (Idem, *Ibid.*, p.209). Os autores prosseguem destacando que o jornal, enquanto dispositivo de mídia, também é construtor do acontecimento,

gerando sentido sobre aquilo que é noticiado, “dando uma configuração própria para ser veiculado” (Idem, *Ibid.*, p.209).

Os acontecimentos mediados pelos jornais populares podem e devem ser observados enquanto fatos sociais geradores de interesse público que, somados ao grotesco, expõem as “dobras” encontradas no desenrolar do cotidiano de suas cidades e regiões. Se a meta da mídia é dar conta do grande número de situações “fora do comum” que são encontradas especialmente nas capitais, é possível compreender as razões para o trágico figurar como acontecimento corriqueiro na produção dos jornais.

A associação de crimes, mortes, estupros, traições, dentre tantas outras formas de manifestação trágica e grotesca encontradas comumente em ocorrências policiais, promove essa exacerbação ou superlativação dos *fait divers* enquanto acontecimentos com lugar garantido no noticiário e em suas capas. Seja de forma mais intensa ocupando o espaço de manchete principal ou em forma de manchetes secundárias, o jornalismo popular encara a morte e a violência como valores-notícias prioritários.

Temos a capa dos jornais populares quase que assumindo o papel de “Painéis da Dança Macabra” contemporânea, colocando a morte como um tema central no cotidiano de seus leitores. A capa pode até mesmo convidar o leitor a refletir sobre a finitude da vida, tal como era a proposta do Cemitério dos Inocentes no coração de Paris. Mas ao invés de se reunir em um só local, como na Idade Média, a morte hoje pauta os assuntos em coletivos, corredores de empresas, almoços e jantares, inserindo-se num contexto até mais amplo dada à amplitude do espaço com que se pode discutir a matéria que está na capa do jornal.

Por outro lado devido ao espaço delimitado às dimensões da página e quantidade de páginas, os jornais são forçados a deixar os fatos apenas em sua superfície “irrisória”. A capa pode trazer a falsa impressão de ser a mais superficial das páginas, mas o trabalho do leitor de olhá-la em profundidade, promovendo uma reflexão da concorrência do acontecimento trágico que divide espaços com elementos diversos, pode nos trazer às claras uma sensação de abafamento deste ‘grito’ trágico-grotesco.

O cotidiano, todavia, quase nunca tem ‘a profundidade do que é superficial’. O que é habitual é vermos o cotidiano transformado na presa fácil de uma transcrição ruidosa e incessante, que o nega enquanto cotidiano em que arriscamos a pele. O que é habitual é vermo-lo transformado pelos *media* em *fait-divers*, que é a estéril superfície do novo (Benjamin, 1982:173), uma superfície que define a actualidade de acordo com a ilusão historicista que faz da história uma perpétua actualização, para a qual há cada vez menos tempo. (MARTINS, 2011, p.142-143)

Para Martins, o jornal não é capaz de oferecer o cotidiano para os leitores por deixar historicidade e a vivência da experiência de lado para os consumidores da mídia. O autor afirma que “a actualidade não tem que se esgotar e novidade, em notícias, em vida que não vive, mas que apenas se exhibe” (MARTINS, 2011, p.145), numa crítica explícita aos recortes feitos pelas empresas jornalísticas ao selecionarem o que será ou não considerado um acontecimento midiático.

Entramos na esteira dos chamados “valores notícia”, que pautariam a decisão hierárquica dos acontecimentos presentes na primeira página dos jornais. Esses mesmos valores, inseridos no contexto do contrato de leitura para atender à demanda de seu público, também nos trarão uma espécie de agendamento onde a repetição da *tríade temática* faz parte da expectativa do leitor para o dia seguinte.

### 3.4.1 – O trágico nos valores-notícia

O trágico, materializado em nossa perspectiva na forma de violência e morte, traria consigo implícito um “valor-notícia”<sup>63</sup> por excelência para o jornalismo popular. Mas antes de validar essa observação é preciso atentar a alguns pressupostos como os apresentados por LEAL; ANTUNES & VAZ (2011) em uma proposta que partiu de um exercício de recepção da morte midiaticizada:

- As mídias não desencadeiam de maneira unilateral o interesse da audiência por determinados assunto ou os torna visíveis segundo exclusivamente o seu critério.
- O contato com os produtos midiáticos é uma atividade diária, imersa, constituída, constituinte e envolvida por esse cotidiano. (LEAL; ANTUNES & VAZ, 2011, p.5)

A partir da perspectiva adotada pelos autores é possível observar o trágico de forma a entender o que constituiria os “valores-notícia” implicados no noticiário. Mesmo quando a morte figura “desacompanhada” do trágico, como no caso da morte

---

<sup>63</sup> Os critérios dos chamados “valores-notícia” foram tratados pela primeira vez por Galtung e Ruge em 1965 em resposta à pergunta de como os acontecimentos se transformavam em notícia. Os autores enumeraram 12 valores-notícia para a resposta, apresentados assim por Nelson Traquina (2008, p.69): 1) a frequência, ou seja, a duração do acontecimento; 2) a amplitude do evento; 3) a clareza ou falta de ambiguidade; 4) a significância; 5) a consonância, isto é, a facilidade de inserir o “novo” numa “velha” ideia que corresponda ao que se espera que aconteça; 6) o inesperado; 7) a continuidade, isto é, a continuação como notícia do que já ganhou noticiabilidade; 8) a composição, isto é a necessidade de manter um equilíbrio nas notícias com uma diversidade de assuntos; 9) a referência às nações de elite; 10) a referência a pessoas de elite, isto é, o valor-notícia da proeminência do ator do acontecimento; 11) a personalização, isto é, a referência às pessoas envolvidas; e 12) a negatividade, ou seja, segundo a máxima “*bad news is good news*”.

por causas naturais, é preciso entender quais os valores implícitos para que ela seja estampada em primeira página.

Como já assinalamos, a capa sintetiza o que há de mais importante no conteúdo da publicação. Portanto, os valores-notícia implicados em sua construção tendem a ter mais peso do que as outras páginas. Mas será essa escolha unilateral? Ou o contato diário dos receptores com o ambiente midiático – que se dá mesmo de forma não intencional – promove uma exacerbação do valor notícia atribuído ao trágico.

Para Nelson Traquina a morte se constituiria como “valor-notícia fundamental” (TRAQUINA, 2002, p.187, *apud* LEAL; ANTUNES & VAZ, 2011, p.7). Por se constituir em um “mistério” para a humanidade, as representações da morte enquanto notícia muitas vezes a deixam em segundo plano, mais como consequência de outra situação do que por si própria.

A importância da morte como fator de noticiabilidade, nessa perspectiva, parece ser coerente com o que observa Gérard Imbert (2008), quando diz que os meios de comunicação se constituem hoje como uma espécie de “agentes de atualização” que a reintroduzem no cotidiano. Afinal, lembra ele, a morte já cumpriu um papel exemplar, deteve uma função instrutiva, como no caso das execuções públicas de bruxas ou de opositores de tal ou qual regime político. (LEAL; ANTUNES & VAZ, 2011, p.7)

Assassinatos, estupros, tentativas de homicídio, roubos à mão armada, entre tantas outras formas de apresentações do trágico no cotidiano são atualizadas diariamente pela mídia. O jornalismo popular por ter como característica a perspectiva mais local/regional que nacional de trazer os assuntos mais próximos do leitor em detrimento de outros tipos como mais generalistas, promove a reinserção diária da morte na vida de seus leitores. Se há na tragédia um valor-notícia fundamental, temos uma construção negativista do cotidiano por parte do jornalismo.

Ao promover a exploração desses “dramas humanos” considerados “trágicos”, o jornal popular tem como predileção os chamados *fait-divers*. Para se compreender a natureza dos *fait-divers*, não é preciso conhecer nada além da própria informação, já que “ele contém em si todo o seu saber”. (BARTHES, 1982, p.54)

...ele não remete formalmente a nada além dele próprio; 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; mas trata-se aí de um mundo cujo conhecimento é apenas intelectual, analítico, elaborado em segundo grau por aquele que fala do *fait divers*, não por aquele que o consome; 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 nisso que ele se aparenta com a novela e o conto, e não mais com o romance. É sua imanência que define o *fait divers*. (BARTHES, 1982, p.54)

Sem a necessidade de um contexto para o entendimento de seu conteúdo, manchetes como “*Três mortos em choque com autocarro*” ou “*Estrangulou o namorado por ciúmes após ter sexo*” (JN, 18/05/2012) e “*Mulher é estrangulada pelo marido*” ou “*Preso acusado de matar e comer coração da vítima*” (SN, 18/05/2012) são rapidamente compreendidas e consumidas pelos leitores sem necessidade de maior reflexão ou conhecimentos anteriores do contexto, tal como ocorreria no jornalismo econômico ou político. As próprias manchetes já carregariam uma gama de informações a ponto de deixar os leitores informados do acontecimento mesmo que ali não constem outras informações como nomes, locais ou datas dos ocorridos. Ao que parece, os *fait-divers* tendem a promover uma exaltação da morte ou do trágico enquanto valor-notícia fundamental para o jornalismo popular.



Figura 124. Super Notícia 18.05.2012  
Figura 125. Jornal de Notícias 18.05.2012



Barthes, ao ampliar a discussão sobre essa categoria de notícia, aponta duas causas para a força dessas informações na imprensa: causalidade aleatória e coincidência ordenada: “é na junção desses dois movimentos que se constitui o *fait divers*: ambos acabam com efeito por recobrir uma zona ambígua onde o acontecimento é plenamente vivido como um signo cujo conteúdo é no entanto incerto” (BARTHES, 1982, p.63)

Mas se há essa “segurança” quanto aos acontecimentos plenamente vividos e materializados em forma de notícias, quais são os valores jornalísticos que fazem duas mulheres envolvidas com estrangulamento – uma como autora do ato, outra como vítima – se tornem manchetes de capas em jornais populares de seus respectivos países? Seria mesmo a morte o limite da noticiabilidade<sup>64</sup>, o suporte necessário para atender as demandas do ambiente midiático, tal como propõem LEAL, ANTUNES e VAZ (2011)?

É da natureza do *fait-divers* se ocupar do trágico e é da natureza do jornalismo popular se ocupar dos *fait-divers* desde seu surgimento como *peny press*, onde se noticiavam “histórias de crime, escândalos, tragédias, notícias que o homem comum achava interessantes ou divertidas” (TRAQUINA, 2008, p. 67), que resultavam em vendas até 15 vezes maior do que seus concorrentes “de referência”, responsáveis por noticiar assuntos políticos e econômicos.

Ainda nos critérios de noticiabilidade as tragédias carregam outra faceta em relação aos demais assuntos: são imprevistas. Não é possível antever quais atos de violência ou mortes ocorrerão de um dia para o outro e, quanto mais improvável for a situação, local e personagens envolvidos, mais o trágico tem sua noticiabilidade reforçada. Contrapondo aos outros dois temas recorrentes nas capas dos jornais, temos atribuições diferentes de critérios: no futebol temos os acontecimentos “agendados” ou previstos, por sabermos exatamente os dias e horário de início e término das partidas e, portanto, cria-se de antemão uma expectativa quanto à sua presença no noticiário; enquanto que o erotismo – maior parte das vezes pautada em celebridades do momento – figura como “pseudo-acontecimento” ou, não raro, enquanto acontecimentos suscitados pela mídia.

Ao analisarmos o trágico enquanto valor-notícia fundamental para o jornalismo popular entende-se serem esses fatos provocadores de interesse natural para essas

---

<sup>64</sup> LEAL, ANTUNES e VAZ (2011, p.8) dizem que a morte só pode “servir a um relato sobre outro assunto” ao apresentar que na observação feita pelos autores sobre o assunto no ambiente midiático, percebe-se que a morte se apresenta sempre ligada a outra faceta do relato, como parte integrante dele, e não como “atriz principal” da notícia.

publicações. É por esse caminho que seguimos nosso percurso. Por ser um valor-notícia natural, sua exacerbação ou mesmo espetacularização parecem ser pressupostos já admitidos na construção de suas primeiras páginas, somados ao fato de que esses acontecimentos trazem o “desconhecido” para o interior do discurso midiático.

AMARAL (2006) aponta diferenças entre aquilo que é entendido como valor-notícia para os jornais de referência com os critérios usados tipicamente pela imprensa popular. A autora assinala, sinteticamente, as seguintes diferenças:

<b>Valores Notícia</b>	
<b>Jornais de Referência</b>	<b>Jornais Populares</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Os indivíduos envolvidos forem importantes;</li> <li>• Tiver impacto sobre a nação;</li> <li>• Envolver muitas pessoas;</li> <li>• Gerar importantes desdobramentos;</li> <li>• For relacionado a políticas públicas;</li> <li>• Puder ser divulgado com exclusividade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possuir capacidade de entretenimento;</li> <li>• For próximo geográfica ou culturalmente do leitor;</li> <li>• Puder ser simplificado;</li> <li>• Tiver identificação dos personagens com os leitores (personalização);</li> <li>• For útil</li> </ul>

**Tabela 6 – Valores Notícias no Jornal de Referência e no Jornal Popular Fonte: AMARAL, 2006, p.63.**

As antinomias propostas pela autora na seleção dos valores-notícia entre as publicações chama atenção, especialmente pelos critérios ressaltados na sequência: “Entre esses, destaco o entretenimento, a proximidade e a utilidade como importantes valores-notícia da imprensa popular” (Idem, Ibid., p.63). Desses três tópicos, interessamos em especial o entretenimento e a proximidade por estarem ligados diretamente ao interesse do leitor ao adquirir o jornal.

Os *fait-divers* dão conta desses insucessos com a capacidade de provocar a atenção dentro do quadro estabelecido pela autora. Mesmo quando a notícia envolve o trágico, ele pode ser utilizado de forma a provocar a “diversão” de seus leitores. A capacidade de entretenimento enquanto valor-notícia é assim definida por ela: “Tudo o que prende e atrai o olhar, seja uma cena escandalosa, ridícula ou insólita tem potencial para ser notícia. As regras de um bom show passam a valer para o jornalismo” (Idem, Ibid. p.63), para concluir que “o conceito de entretenimento está intimamente vinculado ao da sensação e da emoção” (Idem, Ibid. p.64). Para verificar a capacidade de entretenimento de uma notícia, é proposto pela autora quatro categorias a serem

observadas: “História de gente comum encontrada em situações insólitas ou histórias de homens públicos surpreendidos no dia-a-dia da sua vida privada; História em que se verifica uma inversão de papéis; História de interesse humano; História de feitos excepcionais e heroicos. (AMARAL, 2006, p.64)

Não é de se estranhar o aparecimento na capa de manchetes tais como: “*Mulher é condenada por trair o marido*” (SN, 29/05/2012); “*Bebe, surta e agride policiais*” (SN, 1/09/2012); “*Gato por sexo*” (SN, 19/9/2012); ou ainda “*Matou amigo com tesourada na cabeça por causa de vinho*” (JN, 27/10/2012); “*Morta por um carro quando tomava café na esplanada*” (JN, 8/9/2012) e “*Matou o marido por ele se recusar dar-lhe o divórcio*” (JN, 15/9/2012). Todas refletem situações encontradas no cotidiano de qualquer grande cidade mas, ao serem “iluminadas” enquanto acontecimentos transformados em *fait-divers* para ocupar a capa, trazem o trágico, a violência e a morte para dentro do cotidiano dos leitores. Note-se o nível de detalhes que muitas dessas manchetes carregam, explicando a forma e a motivação das mortes, antecipando muitas das peculiaridades encontradas nas matérias internas, provocando no leitor muito mais que apenas a leitura:

...o entretenimento no jornal não gera somente prazer; provoca, sobretudo, sensação. Todas as matérias presentes num jornal que não têm o propósito de ampliar o conhecimento das pessoas e ficam limitadas a contar histórias interessantes, insólitas e surpreendentes podem ser enquadradas como entretenimento. São os *fait divers*, aquelas histórias que não remetem a nenhum lugar além delas próprias. (AMARAL, 2006, p.64)

A construção desses textos permite novamente a inserção da morte nos assuntos cotidianos dos leitores e os apresentam temas como o final da vida ou segurança pública que poderão ser discutidos posteriormente em conversas com outras pessoas, preocupações comuns na sociedade e que já faz parte de suas culturas.

O fator de proximidade pode ser igualmente testado e apontado nessa mesma perspectiva. Interessa ao leitor do jornalismo popular aquele conteúdo mais próximo à sua realidade. Tragédias, futebol e erotismo – eixos que compõem a *tríade temática* – são linguagens praticamente universais e envolvem desde o entretenimento aos dramas e interesses humanos. O “local” se sobrepõe ao “nacional” e “internacional” para o jornalismo popular. Apesar do tom “generalista” de algumas manchetes os acontecimentos, muitas vezes, são “personalizados” e dificilmente se vê a discussão sobre políticas públicas ou legislação no conteúdo dessas narrativas. O jornal popular passa a dar visibilidade para as pessoas comuns, mas, ao mesmo tempo, evita

questionamentos acerca dos fatos. Outra forma de aproximação com os leitores também se dá pela linguagem e o uso de termos e expressões raramente encontradas na língua culta, porém presentes constantemente nas conversas informais. Essa oralidade textual proposta pelo jornalismo popular também é uma tentativa de estabelecer o contato com o leitor em seu mesmo nível de conhecimento e compreensão, facilitando assim o acesso a seus conteúdos<sup>65</sup>.

Mesmo com o afastamento da morte proposto anteriormente, onde ela se apresenta como parte integrante de outras causas, esses “dramas do destino humano” (CHARAUDEAU, 2006, p.76) permitem-nos enxergar de maneira mais clara a perspectiva com a qual o jornalismo popular transforma o trágico em acontecimento e, mais que isso, coloca-o, talvez, como fator primordial de suas construções narrativas de primeira página. É certo não ser esse um acordo unilateral entre o dispositivo midiático e o leitor, dado ao sucesso de venda alcançado por essas publicações nos últimos anos.

O jornal passa a ser “a finalização de um trabalho social de tornar o mundo visível a si próprio. Trabalho que deixa suas marcas inscritas na materialidade verbo-visual do jornal” (ANDRADE, 2012, p.26). Ao dar visibilidade aos acontecimentos do mundo adotando um paradigma baseado na *tríade temática*, o leitor fica sujeito a um possível agendamento nas capas dos jornais. A repetição temática, mesmo com suas variações hierárquicas sujeitas aos níveis de “interesse” ou “impacto” da informação, provoca quase que uma antecipação daquilo que se verá no dia seguinte.

### **3.4.2 – Jornalismo popular e o agendamento**

Se por um lado temos os valores-notícia atuando na seleção dos acontecimentos trágicos, a repetição incessante da *tríade temática* pode nos levar a outro viés: o agendamento provocado pelo jornalismo popular. Retomamos uma perspectiva apresentada por Moisés de Lemos Martins (2012) ao discutir o agendamento em noticiário de tragédias:

---

<sup>65</sup> Abordamos essas aproximações textuais no Item 2.3 – Formas textuais na capa.

...a questão que eu gostaria de colocar é a seguinte: afinal, o que é que os *media* querem que pensemos? Quando estão em causa tragédias e catástrofes, por exemplo, acidentes mortais, actos tresloucados que semeiam sofrimento e morte, crimes hediondos, que desafiam qualquer racionalidade, efeitos de uma qualquer catástrofe natural, seja temporal, terramoto ou ciclone, qual é o ângulo de observação e a perspectivas escolhidos? Quanto tempo esses casos permanecem na agenda midiática? Quem está autorizado, ou melhor, quem é convidado a falar deles? Que proteção têm os menores, quando deles se trata, nessa noticiabilidade? Quem defende as crianças que são notícias de maus-tratos, por exemplo? Quem protege o seu direito ao bom-nome? (MARTINS, 2011, p.127).

As questões suscitadas pelo autor demonstram a inquietação do agendamento do noticiário quando estes dão contas de tragédias onde temos violência e/ou mortes inseridas no contexto. A repetição incessante desses temas traz uma questão primordial para o entendimento desse expediente: o que a mídia, em especial o jornalismo popular, quer que pensemos?

Adentrar na perspectiva do agendamento é levar em consideração na forma como o ambiente midiático atua e interfere em nossa percepção do cotidiano e como pautam as conversas e assuntos de seus leitores. Não pensamos no agendamento em seu sentido unidirecional, onde a mídia é colocada como agente responsável por pautar receptores e esses aceitam passivamente o que é imposto, tal como McCombs e Shaw (1972), ao publicarem o texto inaugural que inicia a discussão do agendamento, onde trazem um alerta de que os veículos de comunicação seriam os responsáveis por interferir diretamente na pauta de interesse do público.

...em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (SHAW, 1979, p.76)

Se adotarmos a perspectiva dos autores teríamos o jornalismo popular como um dispositivo pronto para “influenciar” a opinião de seus leitores, já que esse público refletiria de imediato a ênfase dada pelos jornais em sua pauta diária. A repetição de “contos” baseada em tragédia, futebol e erotismo pode interferir nessa reconstrução do cotidiano a partir da leitura da capa, mas acreditamos que a principal influência desse agendamento seria em ofertar assuntos a serem pensados, e não “como” se pensar. Essa é a perspectiva de agendamento tratada por Cohen (1963), para quem a imprensa “pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, tem, no entanto,

uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre os que temas devem pensar qualquer coisa” (COHEN, 1963, p.13).

Concordamos com o autor no sentido de ser papel da mídia ofertar assuntos a serem refletidos por seus receptores, mas a preocupação se estabelece a partir do momento em que se percebe uma “limitação” de temas-chave nas capas das publicações, como podemos observar, a título de exemplo, em quatro edições consecutivas do jornal *Super Notícia*:



Figura 126. Super Notícia - 24 e 25.10.2012



Figura 127. Super Notícia –26 e 27.10.2012

As edições que circularam entre os dias 24 e 27 de outubro de 2012 apresentam temas recorrentes que passam a ofertar uma variedade limitada de assuntos na capa. A presença do trágico, materializada em manchetes principais sob o aspecto de mortes, roubos e estupro, insere no cotidiano aquilo que seria “o mais importante” do dia anterior. Se há um valor-notícia fundamental na morte e se essas mortes integram o conjunto de *fait-divers*, provavelmente a conversa de dois leitores do jornal abordará, em seu decurso, a violência, a criminalidade ou mesmo segurança pública. O mesmo pode-se dizer do esporte – nos quatro casos em tela baseados no futebol – e do erotismo: das cinco mulheres expostas na capa, três apresentam-se seminuas frontalmente, enquanto outras duas estão de costas para o leitor, mas nem por isso deixam de mirá-los nos olhos. Os demais temas são deixados para um segundo plano de atenção ou análise, e integram o corpo de notícias que figuram na capa na tentativa de manter a normalidade do cotidiano para além dos três temas principais.

A grande vendagem dessas publicações nos permite afirmar que elas vão interferir na agenda de seus leitores, já que pressupomos que ao comprar o jornal impresso o leitor terá contato direto com a capa. Partindo da fenomenologia o jornal passa a integrar o “mundo da vida” do leitor, extrapolando o seu limite de “realidade da vida cotidiana” para ficar diante das “realidades múltiplas” do mundo<sup>66</sup>. Ao ler as notícias o receptor comenta-as com seus interlocutores, reflete sobre elas, fazendo a ponte entre a “realidade da vida cotidiana” para o “mundo da vida”.

Boas ou más, essas produções fazem parte do nosso mesmo mundo da vida (comentamos as intrigas de uma telenovela da mesma maneira como falamos de uma ocorrência na vizinhança; inquietamo-nos com acontecimentos que se dão no outro lado do mundo, e do qual apenas conhecemos imagens transmitidas pela mídia, tanto quanto com as obras para a realização da Copa do Mundo de 2014 que estão sendo realizadas em nossa cidade). E tais produtos midiáticos são resultado do trabalho de ninguém menos do que nós mesmos e nossos contemporâneos. O que nos indica o quanto a mídia penetra e se imiscui no nosso cotidiano, o quanto facilita a interpenetração de diferentes esferas de realidade. (FRANÇA, 2012, p.16)

Ao se inserir em nosso mundo os temas tratados pelos jornais sob a forma de conversas, assuntos que permeiam as interlocuções e ocupam boa parte do tempo

---

<sup>66</sup> A fenomenologia, onde se encontra Alfred Schutz, trata os conceitos da seguinte forma: 1) mundo da vida, o mundo perceptível e que nos é dado na vida cotidiana, nos pensamentos que fazemos de nossas experiências vividas; 2) realidade da vida cotidiana é o espaço da ação, da convivência, da interação, da troca, estabelecido seja dentro de casa ou num ônibus a caminho do trabalho. Aqui se insere a mídia como um todo; 3) realidades múltiplas: aquelas realidades que escapam da nossa – a telenovela, países distantes, etc; - mas que circulam e se cruzam com as nossas, especialmente por meio das mídias rápidas e digitais.

destinado a essa interação, o jornalismo popular insere sua agenda na pauta do cotidiano. Já citamos anteriormente, mas é preciso reforçar: ao pautar os temas que aparecerão nas conversas, trazendo, comumente, o trágico como elemento principal, o jornal popular volta a fazer o papel do Cemitério dos Inocentes. Numa sociedade asséptica, onde os mortos estão escondidos descansando “eternamente” em cemitérios fechados por altos muros, a morte é introduzida pela mídia, com grande ênfase pelo jornalismo popular. O mesmo ocorre ao se olhar para o erotismo – tema que já foi considerado tabu e hoje se apresenta dentro da normalidade - e o esporte. De forma sincrética, há uma tensão e um cotejamento, ofertando aos leitores a possibilidade de passear seus olhos para realidades tão distintas da sua, onde morte e vida convivem e se misturam. Melancolia e efervescência disputam o espaço, a atenção, e, nesse misto de informações condensadas ao limite do tamanho físico do dispositivo, oferecem-se assuntos para ocupar o dia todo, até que a próxima edição chegue pela manhã do dia seguinte.

O “mundo da vida” passa a se mesclar com as “realidades da vida cotidiana” criando simbolismos e sistemas mistos de percepção da realidade, provocados pelo agendamento repetitivo proposto pelas capas dos jornais.

Apresenta-se uma forma de integração entre mídia e sociedade, como aponta Nelson Traquina ao tratar da hipótese da agenda *setting* onde a produção da notícia passa a ser integrada ao processo de mudança da sociedade, transformando o agendamento em uma forma de tentativa de controle das interações entre sociedade e mídia. Como observam ANTUNES e VAZ (2006), a mídia quer sempre estar à frente de seus concorrentes, “de forma a poder estar na vanguarda da atualidade, confirmando ou corroborando notícias ou de forma a trazer furos noticiosos” (ANTUNES e VAZ, 2006, p.51). Para isso é comum – e pode até ser esperado no caso do jornalismo popular – que os *fait divers* façam parte desse processo de agendamento, assim como as notícias mais frescas sobre as celebridades seguidas de fotos eróticas ou as últimas do esporte. Nessa ciranda de notícias a repetição dos temas insere os receptores num estado de crise, numa sociedade “de meios sem fins”, como afirma Moisés de Lemos Martins (2011) partindo de Giorgio Agamben.

Outra das faces do agendamento se dá pela formação de comunidades interpretativas, invisíveis, que se apropria dos acontecimentos e os transformam em notícias diariamente.

Para Zelizer, existe uma rede predominantemente informal de trocas, debates, articulações e negociações entre os jornalistas – de uma mesma redação ou não – que é decisiva para entender por que os jornais trazem essas notícias – e não outras – e desenvolvem tais ou quais pontos de vista sobre os acontecimentos. Essa “comunidade” abstrata, não institucionalizada, é vigorosa o suficiente para conformar identidades: dos jornalistas e dos acontecimentos. (LEAL; VAZ; ANTUNES, 2010, p.225).

É essa comunidade interpretativa que, dia a após dia, promove a inserção dos temas sobre os quais os leitores dos jornais populares poderão refletir. A partir de esquemas interpretativos entre si, tanto no Brasil como em Portugal, verifica-se a existência de um agendamento baseado na tríade tragédia, esportes e erotismo, como uma linguagem quase que universal para o jornalismo popular.

### **3.5 - Representações do trágico na primeira página do SN e JN**

Dos elementos que compõem a tríade temática, não há dúvidas que as tragédias são as que mais preocupam a sociedade, especialmente pelos desdobramentos trazidos com ela: violência e morte. Esses dois elementos despertam os instintos primitivos de sobrevivência do homem por trazerem à tona o medo, em especial, o medo da morte, do fim. E a presença é reforçada diariamente nas capas com uma frequência de quase 100% de notícias relacionadas ao trágico nas capas dos jornais populares *JN* e *SN*.

O noticiário incessante do trágico, para Moisés de Lemos Martins, se desdobra em três figuras que caracterizariam o tema no âmbito da mídia: o barroco, o grotesco e o trágico. A constatação do autor, inspirado a partir de Bakhtin (1984) em sua análise acerca do grotesco em Rabelais e Albertino Gonçalves (2009), para quem o barroco se manifesta amplamente em conjuntura com o grotesco por serem figuras avessas à totalização e às formas retas do classicismo, nos coloca diante de um quadro onde a mídia, por meio da repetição do noticiário trágico, passa a ter papel preponderante na percepção do mundo por parte de seus receptores ao destacara essas figuras com ênfase em suas capas. No jornalismo popular o trágico se torna acontecimento midiático com mais facilidade pela premissa esperada de seus leitores imaginados: população de menor poder aquisitivo que se dispõe a gastar alguns centavos diariamente para se informar sobre o que aconteceu com pessoas que têm cotidiano semelhante ao seu, construindo “um mundo comum” (MARTINS, 2011, p.127).

A meu ver, a abstenção cívica, a sedição quotidiana e a escalada terrorista participam de uma mesma erótica funesta, espécie de reação alérgica de um corpo social empobrecido, desenraizado, votado ao abismo de troca total num mundo rase de imaterialidades. Embora em gradações diversas, que vão da violência morna à violência bárbara, primitiva e sanguinária, do que se trata sempre é de *Eros* a deixar-se tentar e possuir por *Thanatos*. (MARTINS, 2011, p. 193).

O jornalismo popular resgata a presença da violência e morte com intensidade, mesmo que seja por meio de uma estratégia totalmente discursiva, sem a presença de imagens fotográficas. Para Paulo Bernardo Vaz, “a mídia parece falar incessantemente da morte como se mantivesse diuturnamente acesa uma lâmpada votiva de *momento mori* no altar de cada leitor bem vivente” (VAZ, 2012, p.23). O autor, inspirado em Morin, aponta que a morte é uma “espécie de vida, que prolonga, de uma forma ou de outra, a vida individual” (MORIN, 1988, p.25 *apud* VAZ, 2012, p.23). Com essa premissa os jornais populares angariam centenas de milhares de leitores diariamente, seja no Brasil ou em Portugal.

O trágico passa a ser estampado nas capas e a fazer parte do cotidiano da população. Suas representações podem ser verificadas facilmente em bancas de revista, nas ruas, nas esquinas, bastando estar diante da primeira página para que o trágico “sequestre” o olhar:



Figura 128. Jornal de Notícias 27.01.2012

Figura 129. Jornal de Notícias 01.06.2012



Figura 130. Super Notícia 27.01.2012

Figura 131. Super Notícia 01.06.2012

As capas apresentadas trazem morte e violência como tema principal a fim de ilustrar formas de representação do trágico por parte das publicações. Observe-se que, nas composições das manchetes apresentadas, temos tanto a morte “ocasional”, provocada por desastres, como aquela que vem associada à violência e ao assassinato.

Na representação do trágico, poderíamos separá-lo em duas categorias: o trágico “divino”, que vem por obra de “Deus” ou por uma força superior e incontrolável à raça humana; e o trágico como obra do “homem”, provocado na violência que se materializa em homicídios, estupros, assaltos, entre outras formas de violência física.

O trágico apresentado sob a forma do inevitável, dos acontecimentos naturais, parece carregar uma explicação para a morte como parte da normalidade da vida, inserindo-a no contexto de vivência do leitor de forma que este seja um espectador do acontecimento. Em tragédias como operários que morrem soterrados em uma obra, não se têm, de imediato, nomes ou responsáveis pelos atos apontados. São acontecimentos tidos como imprevisíveis e acima da competência de compreensão, mesmo havendo posteriormente investigações a apontar possíveis responsáveis pelos erros que provocaram as mortes. Para Bataille, essa “força” misteriosa é encarada como um “Ser Supremo”, criado nas culturas humanas onde todos, humanos e forças supremas, convivem lado a lado:

Há, sem dúvida, na invenção de um “Ser supremo”, vontade de definir um valor maior que qualquer outro. Mas esse desejo de acrescentar tem como consequência uma diminuição. A personalidade objetiva do “Ser supremo” o situa no mundo *ao lado* de outros seres pessoais de mesma natureza – como ele próprio é, simultaneamente, sujeitos e objetos -, dos quais é, contudo, claramente distinto. (BATTAILE, 1981, p.18)

Os acontecimentos “divinos”, advindos do inevitável, parecem desfilar pela mídia de forma mais “branda” em relação àqueles provocados por outros homens. De tragédia em tragédia, o jornalismo popular vai se consolidando e apresentando formas de leitura de mundo diferente daquelas encontradas no jornalismo político ou econômico. Os dramas vividos diariamente pela população ganham relevância em seu quadro dos “valores-notícia” balizadores do conteúdo exposto na capa. Noticiadas em primeira página, as mortes provocadas pelo “destino” traz a sensação de que “...nada do que é contado parece ser por inteiro obra de humanos. Definitivamente, o discurso dos média não é um discurso crítico, é um discurso melancólico, possuído por um imaginário trágico, que nenhum horizonte de redenção finaliza” (MARTINS, 2002, p.78).

Na outra vertente dessa ação, temos uma anomia nas ações dos homens representada pela violência que provoca a morte do outro. Essa anomia, violência visível, é caracterizada como “ruptura, pela força desordenada e explosiva da ordem jurídico-social” (SODRÉ, 2006, p.16). É esta a violência da qual se ocupam os jornais, que muitas vezes preferem deixar de lado outras modalidades de violência, como a simbólica ou a sociocultural, por se ocupar especialmente pelos *fait-divers*, dimensionando de forma cada vez maior a chamada “violência de bairro”, mais próxima de seus leitores imaginados. É o que verificamos em manchetes como “*Mulher de deputado assinada pelo irmão*” ou “*Empresário mata mendigo a sangue frio*”.

Essa característica inerente ao jornalismo popular parece-nos levar a uma banalização da vida à mesma medida em que a mídia espetaculariza os crimes. Noticiar a morte de terceiros coloca-nos face a face com a nossa própria morte, que “supera a ontologia do *Dasein* heideggeriano e sua boa consciência de ser, ao qual importa seu próprio ser. O ser-para-morte de Heidegger marca, certamente, para o ente, o fim de seu ser-qual-importa-seu-próprio-ser...” (LEVINAS, 2004, p.195).

Visualizando a morte do próximo, colocando-se diante da própria morte e da finitude do ser e de sua totalidade, temos que os leitores dos jornais populares, de forma diferente dos animais irracionais, espera a sua própria morte. Ela é inexorável e os

ameaça de todos os lados, provocando a necessidade de se conciliar com ela durante toda a vida. Como afirma Maffesoli (1984), o sentido dos limites e o sentido do trágico são retraduzidos em apenas um sentido, impregnando todo o tecido social das comunidades.

Promovendo de forma destacada o trágico, temos pelo menos duas vertentes constantes nesse noticiário: o trágico apresentado pela morte e apresentado pela violência.

### **3.5.1 - O trágico apresentado pela violência**

Essa é uma das principais formas de noticiar o trágico, o que por muitas vezes levou autores a classificar a imprensa popular como sensacionalista. É nesse viés que Angrimani (1996) classifica o extinto “Notícias Populares”, especialmente pelo fato dessas publicações, muitas vezes, fazer uma “cobertura sistemática e pormenorizada da violência” (MIRANDA, 2009, p.47).

É importante, no entanto, recortarmos o sentido de violência a ser atribuído à palavra devido à quantidade de abordagens e “enfoques” a serem pesquisados. Optamos por recorrer à classificação de Muniz Sodré (2006) no que tange às formas de apresentação da violência, que pode ser “sociocultural”, “simbólica”, “representada” ou “anômica”.

Para o autor, pode-se atribuir um sentido “simbólico” ou “sociocultural” quando se tem situações onde se é subvertido um esquema ideológico pré-constituído, como a perda do “poder” dos homens com a conseqüente ascensão e conquista de espaços na sociedade pelas mulheres. Da mesma forma, a violência “representada” é atribuída ao jornalismo que, discursivamente, modaliza “publicamente a agressão recorrente na vida cotidiana quanto pela indústria do entretenimento, especialmente em filmes e programas de televisão, com finalidade de conquistar maior audiência”. (SODRÉ, 2006, p.12)

O recorte que de fato nos interessa e que adotamos para discutir o viés do trágico por meio da violência é por meio da anomia. Partindo do conceito aristotélico de anomia o pesquisador categoriza assim as violências “cujos aspectos cada vez mais cruéis se fazem visíveis nas ruas, na mídia, e cujos índices crescentes engrossam as estatísticas oficiais” (Idem, Ibid., p.12). Desta forma, entende-se por violência anômica os crimes como homicídios, suicídio, assaltos, latrocínios e todas demais formas de provocar, intencionalmente, um dano ao Outro. É o que Yves Michaud (1984) considera como “violência física”, ou seja, aquela onde impera a vontade de um agressor em

atingir o agredido. Assim, para Muniz Sodré, “quando a mídia fala de violência, refere-se à anomia dos crimes e assaltos, objeto espetacularizado das estatísticas” (SODRÉ, 2006, p.13).

É fato que a violência anômica é base estruturante de muitas sociabilidades humanas, especialmente por sua relação direta com o medo, seja ele da morte ou de ser ferido. A mídia, em especial o jornalismo popular, se vale amplamente dessa situação em seus critérios de noticiabilidade no momento de fazer escolhas necessárias para recontar o dia anterior a seus leitores. Sob o olhar frankfurtiano de Horkheimer, a relação mídia x violência se dá como produto da indústria cultural na busca de mais vendas na disputa pelo mercado. Jacques Wainberg (2006), ao analisar os atos de terrorismo como homens-bomba ou carros-bomba, atribui uma parcela de responsabilidade à mídia por publicitar esses atos, incentivando sua repetição por parte de terroristas e busca de visibilidade em nível mundial.

O psicólogo Dolf Zillmann, ao buscar compreender o fenômeno da violência por meio da transferência de excitação, aponta um interesse do público pela violência com base nos seguintes fatores: a novidade; a busca de sensações; a projeção; a retaliação e condenação do mal; a catarse simbólica; a dessensibilização; a transferência da excitação (ZILMANN, 1983, *apud* WAINBERG, 2006, p.32).

Mesmo diante de tantas abordagens, sejam críticas ou funcionalistas da mídia, a violência tem seu espaço garantido no jornalismo popular, a ponto de que, por meio “de suas criações, a mídia pode provocar uma imagem de mundo mais violento ou menos violento, aproveitando-se dos flancos abertos por ser a violência instintiva e natural do ser humano” (PORTARI, 2009, p.35).

No processo de reconstrução do cotidiano, o trágico apresentado por meio da violência anômica se torna um ópio para a mídia: ele entorpece os sentidos de quem lê ao passo que os confronta diariamente e diretamente com a presença da morte a ponto do assunto praticamente se banalizar, não importando os fatos e sim ofertar a dose de tragédia para os leitores. Ao ler uma notícia ou imagem do trágico no jornal, o leitor está diante do tema e o tem inserido automaticamente em seu mundo.

A violência se faz presente de forma definitiva nos critérios de noticiabilidade dos jornais, mesmo quando ela não envolve a morte diretamente, enquanto os outros aspectos atribuídos à palavra, como os simbólicos ou socioculturais, por mais que existam, não é a preocupação principal do jornalismo popular.

A apresentação do trágico por meio do comportamento de anomia pode ser verificada analisando algumas capas dos jornais *JN* e *SN*:



Figura 132. Jornal de Notícias – 29.01.2013



Figura 133. Jornal de Notícias – 10.02.2013



Figura 134. Super Notícia – 12.03.2013



Figura 135. Super Notícia – 20.03.2013

Os quatro exemplos demonstrados nas páginas dos jornais *SN* e *JN* mostram uma das formas de apresentação da violência anômica por parte do jornalismo popular. A morte está presente não só no fato em si, mas é reforçado também no discurso do jornal por meio da palavra “mata”. Outra característica que podemos notar é a similitude

de situações envolvendo países tão distintos com o fato de homicídios registrados dentro de casa, ou seja, mães matando filhos e, num dos casos, o marido assassina a esposa.

No senso comum, estar dentro de casa é estar em segurança. Especialmente devido aos inúmeros registros de violência urbana registradas na mídia, como roubos ou sequestros. Para Harry Pross (1984), na oposição entre dentro x fora, a primeira opção é positiva por submeter à segurança, enquanto o “fora” seria negativo, ou seja, o local onde se perde o domínio espacial e passa-se a estar à mercê dos acontecimentos.

A morte violenta está espalhada por todos os lugares e tem sua presença reforçada no impresso assim como tem sua garantia de espaço diário no telejornalismo, especialmente por meio de programas como *Cidade Alerta*, exibido pela Rede Record, ou o extinto *Aqui Agora*, que durante a década de 1990 era exibido pela rede SBT e iniciou uma nova fase de telejornalismo voltado para o público que hoje consome os jornais impressos de baixo custo.

Retomando as figuras apresentadas anteriormente podemos notar uma “compensação” para os leitores na construção desse noticiário: apesar das mortes violentas impingidas às vítimas – no caso crianças e uma mulher – os algozes são instantaneamente punidos por seus atos: as mulheres que mataram os filhos em Portugal também morreram por suicídio, enquanto no jornal brasileiro os autores dos homicídios foram presos pela polícia, ou seja, a partir daquele momento passam a ser responsabilizados criminalmente por seus atos, punindo-os diante da sociedade e dos leitores.

A mídia, por fazer parte do cotidiano desses leitores nas mais variadas esferas, “penetra e se imiscui no nosso cotidiano, o quanto facilita a interpretação de diferentes esferas da realidade” (FRANÇA, 2012, p.16). É nesse âmbito em que os acontecimentos são repercutidos, ganham vida, são destacados e passam a ser parte integrante das representações de mundo ofertadas pelo jornal. Há, na construção desse noticiário, uma espécie de *roteiro dramatizante* (CHARAUDEAU, 2006, p.254) onde os acontecimentos que envolvem o trágico com a presença da violência física e anômica, seguem uma ordem quase que repetitiva em suas manchetes. Essa “ordem” da narrativa do trágico pela violência implicaria em aspectos semelhantes ao descritos por Patrick Charaudeau por ocasião dos atentados ao *World Trade Center* em 11 de setembro de 2001:

(1) Mostrar a desordem social com suas vítimas e seus perseguidores; (2) apelar para a reparação do mal, interpelando os responsáveis por este mundo; (3) anunciar a intervenção de um salvador, herói singular ou coletivo com o qual cada um pode identificar-se. Dependendo do momento em que o acontecimento é apreendido, a insistência recairá mais sobre as vítimas, ou mais sobre os perseguidores, ou sobre o salvador. (CHARAUDEAU, 2006, p.254)

O enfoque diferenciado em cada uma das instâncias, no caso do jornalismo popular, também vai depender de variáveis tais como de quem é o autor do ato de violência (Polícia? Tarado? Pai? Filho? Mãe? Famoso?) e quem é a vítima (Famoso? Filho? Pai? Etc.), além das circunstâncias onde se desenvolveu a ação. Cada circunstância implicará numa ênfase diferenciada ao produzir a segunda vida desses acontecimentos, garantindo uma representação dos fatos de acordo com o interesse previsto no contrato com seu leitor imaginado: público de baixa renda e disposto a pagar pouco para se informar por meio de jornalismo impresso. Para TAVARES (2012) a recorrência temática da morte nos diários “deixa de ser jornalística, permite pensa-la de maneira ritualística<sup>67</sup> e noticiosa<sup>68</sup>, indicando a percepção sobre um enquadramento “generalizante” acerca deste específico acontecimento cotidiano que é o morrer”. (TAVARES, 2012, p.86)

Para além de crimes cometidos dentro de casa ou por familiares, os jornais apresentam uma variada gama de manchetes trágicas envolvendo a violência que não resulte, necessariamente, em mortes, mas sim no ato de ferir outra pessoa, como nesses exemplos extraídos de edições do *SN* e *JN*: “*PMs acusados de estuprar grávida*” (*SN* – 24/05/2012); “*Homem coloca fogo na mulher*” (*SN* – 30/05/2012); “*Bebe, surta e agride policiais*” (*SN* – 01/09/2012); “*Amigas torturam e queimam adolescente*” (*SN* – 14/12/2011); “*Espancaram casal de idosos para levar 30 euros*” (*JN* – 21/04/2011); “*Obrigadas a fazer maratonas de sexo por máfia chinesa*” (*JN* – 22/01/2012); “*Por ciúmes, pôs a mulher em coma a marteladas*” (*JN* -14/03/2012); e “*Sequestradas num WC de pastelaria*” (*JN* – 20/02/2013).

A violência assume as mais variadas formas de notícia nas capas dos jornais populares, privilegiando em grande parte os *fait divers* em sua exposição, reforçando a característica de se voltar para problemas mais próximos de seus públicos, criando empatia entre publicação e leitor e ainda garantindo que, diariamente, novos casos ganhem espaço dentre os principais acontecimentos do dia anterior.

<sup>67</sup> GOMIS, Lorenzo. Teoria del periodismo – Cómo se forma el presente. México: Paidós, 1991.

<sup>68</sup> SOUSA, Jorge Pedro. Teorias da notícia e do jornalismo. Chapecó: Argos, 2002.

Temos na mídia um papel central por meio da qual a sociedade fala de si mesma por onde todos esses acontecimentos ganham sua total dimensão simbólica, no que a autora chama de “segunda vida” do acontecimento<sup>69</sup>. Nessa dimensão discursiva o trágico pela violência se materializa dentro das casas dos leitores, “toma” sua atenção, coloca-o diante de fatos exteriores a ele que, possivelmente, o leitor não teria conhecimento se não fosse por meio da página do jornal. Porém, como adverte Norval Baitello Junior (2003), é leviano “acusar” os modernos meios de comunicação como responsáveis por propagar ou mesmo incitar a violência em suas mais diversas acepções. Não se descarta, nesse âmbito, a interferência dos meios de comunicação nesse processo social, porém é preciso deixar explícito de que o fenômeno da violência, estampada ou não no jornal, tem raízes mais profundas do que a chamada faixa de atuação a mídia, envolvendo variáveis e circunstâncias estudadas e analisadas, especialmente, pela sociologia e antropologia. Mas ao publicar os atos, ao dar à violência a segunda vida por meio da capa do jornal popular, a publicação faz a tragédia saltar das ruas e chegar ao conhecimento dos leitores, estampando-a, muitas vezes, sem o menor pudor.

O jornalismo popular faz com que a violência se integre ao cotidiano dos leitores e demonstra que os esforços são insuficientes para se livrar da morte, da violência e do trágico, ou seja, fica-se diante de “um tempo em que nada é finalizado por nenhum horizonte de redenção” (MARTINS, 2011, p.175).

O jornal se encarrega de se transformar num palco onde os mais variados acontecimentos se manifestam, impregnando o tecido social com o trágico narrado em seu noticiário diário.

---

<sup>69</sup> Partindo pela noção de acontecimento de Louis Quéré, a autora aponta a existência de duas “vidas” para os acontecimentos. A primeira vida é o acontecimento no momento de sua ocorrência, fato bruto, presenciado por algumas testemunhas e vivido pelas pessoas envolvidas diretamente no ocorrido. A segunda vida do acontecimento ocorre na dimensão simbólica, quando a mídia se ocupa de relatar e reconstruir esses fatos. A explicação da autora para a diferenciação entre as “vidas” dos acontecimentos é dada no seguinte trecho: “Os acontecimentos na sua dimensão existencial (na sua primeira vida), ou seja, acontecendo e se inserindo na nossa experiência, podem se dar em qualquer espaço da vida social, em qualquer instituição ou campo de vivência. Eles acontecem nas cidades, nas estradas, em Brasília, em Belo Monte, no estádio do Maracanã – mas também na televisão, no rádio, nas páginas dos jornais, na Internet. Um episódio de uma telenovela ou uma postagem no Twitter pode se tornar um acontecimento tanto quanto um caso de corrupção no Congresso Nacional ou uma partida inacreditável no final de um campeonato de futebol (embora isso não signifique que eles venham a ter o mesmo impacto ou se equivalentes). E aqui o importante é frisar que não existe lugar definido para a ocorrência daqueles fatos que vão “acontecer a alguém”, penetrar na experiência de uma coletividade, interromper a normalidade do seu cotidiano. Da mesma maneira, quando falamos na segunda vida do acontecimento, ou seja, do momento em que ele ganha uma existência simbólica e se transforma em discurso, podemos constatar que isto pode se dar tanto nas rodas de conversa quanto nas esferas midiáticas” (FRANÇA, 2012, p.16).

### 3.5.2 - O trágico apresentado pela morte

Temos ainda outra face de representação do trágico na capa dos jornais populares: a morte provocada por forças não humanas, como desastres naturais. As representações da morte no âmbito do jornalismo popular reforçam sua presença como parte da narrativa jornalística diária ofertada pelas publicações.

Ao observamos a evolução das representações da morte no âmbito da cultura ocidental, a presença constante da morte nos mais variados âmbitos do cotidiano reforçam a oposição entre estar vivo ou estar morto e, mais que isso, passa a manifestar uma naturalização da morte para os leitores. Em doses regulares o leitor contumaz do jornalismo popular já tem seu espírito preparado para receber tragédias, com a certeza de, seja na capa ou nas páginas internas, encontrar relatos das mais variadas formas de materialização da morte, ao passo em que o esporte e o erotismo ativam as mais variadas sensações de bem-estar (seja pela vitória de seu time ou a derrota do rival ou pelo grande apelo sexual encontrado nas figuras do erotismo).

Durante o percurso da história do ocidente, a morte passou a ser encarada por formas distintas. Porém, somente a partir do século XVIII o homem tende a dar um sentido novo a ela, exaltando-a, fazendo com que passe a ser impressionante e arrebatadora. Nessa evolução temos uma inversão do erotismo com a morte: até o século XVIII as questões sexuais eram tratadas com total discrição. Os seios não eram erotizados e o sexo era um assunto tratado de forma reservada.

Porém, por outro lado, a morte era encarada com naturalidade. Uma pessoa em momentos finais de vida era cercada de parentes e amigos. O testamento era lavrado pensando em todos os desejos do morto, desde a celebração de rezas a inscrições em lápides, além, claro, de dividir dinheiro e pertences do morto. Na virada do século XVIII, ao dramatizar a morte, e mais especialmente na segunda metade do século XX, os valores vão se invertendo. A liberdade sexual alcançada pelas mulheres com a pílula anticoncepcional e a inserção de uma cultura do prazer faz com que o sexo passe a ser assunto corriqueiro, presente hoje, especialmente nessas primeiras décadas do século XXI, em jornais, revistas e músicas que sugerem ou mesmo incitam danças com alto teor de sensualidade ao ponto de reproduzirem o ato sexual em suas coreografias.

Da mesma forma como o ato sexual era encarado como transgressão há 200 anos, hoje a morte é o sinônimo desse rompimento que “arrebata o homem de sua vida cotidiana, de sua sociedade racional, de seu trabalho monótono, para submetê-lo a um paroxismo e lança-lo, então, em um mundo irracional, violento e cruel”. (ARIÈS, 2012,

p. 67). A nova forma de ver a morte faz com que o assunto seja tratado de forma mais reservada nas conversas, apesar de sua exposição constante no ambiente midiático e presença contínua no imaginário por meio de livros ou filmes.

Para Freud (2012), a morte suscitaria num primeiro momento o luto para que, posteriormente, o *ego* pudesse voltar a ficar livre e desinibido, pronto para se atentar a outros acontecimentos no mundo. Porém, o jornalismo popular oferta de forma rápida caminhos para se conviver de forma mais facilitada com a morte, ao ofertar manchetes variadas a seus leitores. Como espaço onde a sociedade se dedica a falar de si mesma, as publicações reinserem o tema nas rodas de conversas e supera as barreiras – mesmo as psicológicas – de se estar diante da morte.

As publicações se valem de sua função de “retratar o mundo” para contar histórias onde a morte aparece de várias formas: pela violência, por desastres ou, em alguns raros casos, de causas naturais. O trágico se materializa nos jornais da mesma forma como se exhibe em telas de cinema ou de televisão dentro das casas desses leitores. O assunto encontra um porto seguro diante de homicídios, estupros, latrocínios, entre tantas outras formas de representação possíveis.

Saindo das páginas literárias ou dos roteiros de ficção, estar diante da morte no jornalismo popular passa a ser uma rotina diária. É como se a morte, midiaticizada, fosse passível de aceitação por estar “distante” do olhar do leitor e, em especial, ser materializada com o “outro” e não consigo mesmo ou parentes e amigos próximos. Essa hipótese foi levantada inicialmente por LEAL; ANTUNES e VAZ (2011) em exercício de recepção onde passaram a anotar em forma de diário o contato midiaticizado com a morte, para evidenciar, dentre outros pressupostos: “A morte inscrita no sistema midiático e menos nas estratégias de notícias, num esforço de superar ou complementar metodologias que ainda supõem uma visada midiacêntrica, mantendo o foco na integração mídia/vida social”. (LEAL; ANTUNES e VAZ, 2011, p.5)

A observação dos pesquisadores aponta para uma narrativa da morte construída pela mídia de forma a dar testemunhos do ato de morrer, colocando a morte como elemento articulador para a “compreensão da dinâmica social e comunicacional contemporânea” (Idem, Ibid. p.6). Os autores apontam duas tendências para a observação da morte no espaço midiático: quando ela se manifesta em consonância com a tragédia, não é da morte que se ocupam os noticiários, mas das circunstâncias que a envolvem: seja a violência e sua dinâmica de acontecimento ou as causas que levaram àquela morte, tais como ineficiência médica ou desastres. E quando a morte é o assunto

principal, a intenção primeira é a do espetáculo para atender à demanda do público de modo a dissimular a compreensão da realidade.

Com essas perspectivas em vista e considerando a evolução cultural nas formas de estar diante da morte ao longo dos últimos séculos, o jornalismo popular parece, ao materializar o trágico em seu noticiário, construir uma narrativa onde o simples ato de viver passa a ser um ato de esforço para superar o trágico *apesar* da existência da morte.

Ao fornecer narrativas povoadas de mortos e agonizantes, continuada e reiteradamente a imprensa nos fornece farto material com o qual podemos proteger o nosso próprio lugar. Eles, de quem falamos, não somos nós. Eles serão sempre os outros, não eu, leitor. O lugar que queremos demarcar é o de sobre/viventes nesta luta pela vida. A luta nossa de cada dia. (VAZ, 2012, p.46)

Encaramos no jornalismo popular a morte frente a frente, com a possibilidade de reflexão e apreciação do espetáculo midiático materializado por ela. Mesmo sem a necessidade de fotografias impressas na capa acompanhando as manchetes o ato de morrer está imbricado na vida ordinária. A própria morte se torna ordinária e a mídia chama para si os ritos de funeral, antes restrito a amigos e familiares dos mortos, hoje compartilhado com centenas de milhares de pessoas leitoras das publicações.

Curiosamente a morte dos anônimos – normalmente identificados apenas por gênero ou profissão nas manchetes – passa a ser a partilha comum da sociedade como um todo. Ao olhar para si mesma, ao falar de si no espelho do ambiente midiático, a morte desfila e nos lembra da finitude, do fim. Nesse âmbito, temos o que Bystrina (1996) chama de textos imaginativos ou criativos: a narrativa do jornal ao figurar a morte no contexto de outros acontecimentos, produz os mundos possíveis (FARRÉ, 2004) ou o mundo do leitor (RICOEUR, 1996), onde a morte, externa, faz-se presente no cotidiano de forma tão próxima, mas, ao mesmo tempo, tão distante. Assim,

...a morte e o morrer nunca se fizeram tão indicados na vida pública de todo dia. Não apenas nas instituições imediatamente esperadas – cemitérios, memoriais etc. – mas também em lugares onde o morrer não aparece como a característica essencial: estatísticas, história, arqueologia, museus e na mídia, em especial nas notícias. (ANTUNES, 2012, p.49)

E essa morte noticiosa – em especial nos jornais populares – são as mortes anônimas, a que aconteceriam a qualquer um. Não são mortes únicas, de situações muito específicas como ocorreria na morte de um piloto de corrida: apenas aquela quantidade e concorrentes estariam sujeitos a bater violentamente num muro a bordo de

um carro de Fórmula 1 e morrer em seguida. As mortes trágicas dos jornais são de pedreiros, sogras, mulheres, filhos, etc., ou seja, pessoas simples, comuns, com quem o leitor pode facilmente se projetar e se identificar. E ocorrem nas mais variadas situações: a caminho do trabalho, dentro de casa, ao tentar separar uma briga, dentre outra gama de fatos que compõem a vida dos milhares de leitores dessas publicações.

Um viés ocorre, muitas vezes, nas mortes de celebridades. Nesse aspecto, quando uma figura conhecida no país ou no mundo morre, a morte ganha status. Ela passa a ser um acontecimento midiático digno de todo o espetáculo possível de ser ofertado pela mídia. E somente em casos desta envergadura que teremos coincidências da presença das mortes entre o *SN* e o *JN*. Nesse aspecto, temos uma vida coletiva compartilhada pelos leitores brasileiros e portugueses encontrada especificamente na morte da cantora Whitney Houston, única ocasião em que os jornais partilharam da mesma morte em suas capas no período recortado nessa pesquisa.

Por se tratar de celebridade consagrada mundialmente e o fato de sua morte ter despertado a atenção de fãs e curiosos em todas as esferas, era de se esperar que o assunto também ganhasse a capa dos jornais como parte da agenda midiática e também pelos contornos envolvendo seu afogamento em uma banheira no apartamento onde vivia. O caso ilustra um exemplo de morte não violenta, provocada por outros fatores – no caso, a suspeita de uso excessivo de entorpecente por parte da cantora – e demonstra a forma diferente de como a morte é apresentada aos leitores pelas publicações:



Figura 136. Jornal de Notícias -13.02.2012

Figura 137. Super Notícia – 13.02.2012

Frederico de Mello Brandão Tavares aponta que a morte de celebridades resgata também um tempo público, onde um saber compartilhado é diluído na experiência cotidiana. Ao analisar a morte da cantora em jornais brasileiros, ele assinala:

A morte de celebridades é um dos marcos deste reconhecimento jornalístico, mas, de alguma forma, é simultaneamente, a expressão de um “tempo público” que podemos afirmar como diluído na experiência cotidiana, que permite e faz com que outras mortes, anônimas e recorrentes, apareçam na cobertura diária, dando sentido a um partilhamento do qual o princípio organizador do jornalismo é organizado. (TAVARES, 2012, p.88)

A morte partilhada da cantora é apresentada de formas distintas pelas publicações. Ela é nominada e não apenas apresentada como “cantora” ou “mulher” ou ainda “usuária de drogas”. Whitney tem nome e sua imagem é apresentada enquanto viva, ou seja, apesar da morte anunciada textualmente, a imagem ainda remete a um tempo de vivência, sem fazer qualquer tipo de menção ao afogamento ou a suspeita pelo uso de entorpecentes. Por outro lado, os jornais noticiam da seguinte forma o acontecimento: “1963-2012 / *We Always Love You* / *Whitney afogada na banheira aos 48 anos*” no Jornal de Notícias; no Brasil, o Super Notícias noticia: “\*1963 + 2012 / *O adeus à diva pop / Whitney Houston pode ter morrido afogada na banheira*”.

Dentre as principais diferenças na construção do acontecimento pelos jornais, a primeira está na fotografia que acompanha as manchetes: o *JN* apresenta uma foto onde a vítima do afogamento aparece no exercício de seu ofício e extremamente sensualizada, de microfone na mão e uma blusa semitransparente que permite identificar e delinear perfeitamente seus seios. Morte e erotismo se confundem na publicação. A celebridade, mesmo depois de morta, continua como alvo dos desejos olhares masculinos em busca de satisfação sexual. Ao mesmo tempo, o jornal avisa a esses leitores: os seios que aqui mostramos não poderão jamais ser vistos, pois estão mortos, ao passo que, na rubrica, o jornal continua afirmando que “nós sempre te amaremos”, numa clara referência a uma das músicas mais famosas de toda carreira de Whitney. O *JN* ainda afirma a seus leitores que a cantora morreu por afogamento, não deixando qualquer margem à dúvida ao sentenciar que ela foi “afogada na banheira”. Ou seja, o jornal dá o acontecimento como certo e definitivo, como se emitisse o atestado de óbito da celebridade.

Por sua vez, o *SN* faz outra apresentação desse mesmo acontecimento. A foto publicada está em close no rosto da cantora, que encara o leitor, sem qualquer tipo de

referência à sensualidade ou erotismo na imagem. O jornal ainda reforça o *status* de celebridade daquela personalidade creditando o título de “*Diva do Pop*” que se despede de seu público. A morte é anunciada anteriormente pelas rubricas de nascimento – uma estrela seguida pelo ano – e de morte – uma cruz igualmente seguida pelo ano de falecimento. Porém, a cantora que ali se apresenta encara o leitor, olhando-o nos olhos e se reafirmando como “diva”, mulher resolvida e bem sucedida. O jornal não atesta a *causa mortis* como definitiva e deixa em aberto à possibilidade de outro fator ter provocado seu falecimento ao taxar que “pode” ter sido afogada na banheira. Posteriormente em matérias divulgadas em rede nacional chegou-se à conclusão que o afogamento se deu por uso abusivo de entorpecentes. Porém, esse dado, até a publicação das capas, ainda não havia sido confirmado ou aventado.

A morte da celebridade figurada nas capas dos jornais ganha contornos diferentes. Mas nem sempre é assim. Quando ela ocorre com anônimos, com pessoas comuns e participantes do cotidiano ordinário da vida dessas publicações, é noticiada de outras formas. Essas pessoas, apesar de virarem notícia em suas mortes continuam anônimas nas manchetes de capa:



Figura 138. Super Notícias – 1.12.12

Figura 139. Super Notícias – 20.0.2012



Figura 140. Jornal de Notícias – 20.08.2012

Figura 141. Jornal de Notícias – 9.06.2011

As imagens ilustram o expediente comum dos jornais quando se trata da morte ordinária: os mortos, apesar de noticiados, continuam tão anônimos nas capas como sempre foram se comparados às celebridades. Identificados como “mulher”, “morto”, “pai”, “jovem”, “mãe”, “assassinado”, “bebê”, “ex-namorado”, “ex-namorada”, etc., são qualificados nas manchetes pela figura que melhor representará – ou interessará – à narrativa da mídia. Não importa se o nome é João, José, Carlos, Renato ou Alfredo. Basta serem as figuras responsáveis por inserir a tragédia no cotidiano dos leitores. Nem na morte são identificados. Como simples exercício de comparação, basta olhar para a capa do *SN* ao noticiar a morte de uma “celebridade” do zoológico de Belo Horizonte: o gorila Idi-Amin:



Figura 142. Super Notícia – 8.3.2012

A manchete do gorila nomeia-o, personaliza-o, faz com que tenha identidade e, atribuindo características humanas a ele, nos informa ter deixado duas viúvas ao falecer com 38 anos de idade. “Idi Amin, assim, é transformado pelo jornal em um signo duplo e ambíguo, em seu esforço de apreender e responder a um imaginário social” (LEAL, 2012, p.104), um imaginário onde o gorila-celebridade figurava como rei, enquanto “homens”, “jovens” e “mulheres” morrem sucessivamente e ordinariamente, sem a necessidade de nominá-los, distinguindo o tratamento dado para um “rei” daquele ofertado aos súditos que morrem nas ruas, muitos deles vítimas da anomia da violência urbana.

Apesar de chegar a todos, celebridades ou não, a morte é encarada de formas distintas na capa do jornal. Uma das formas de compor a narrativa da morte é justamente por meio do texto das manchetes, como demonstramos no Capítulo 2.3. a outra forma pela presença de imagens nas capas, que constituirão parte da narrativa midiática.

### **3.5.3 - As imagens da tragédia na primeira página**

Apesar de muitas manchetes de violência e morte não virem acompanhadas de fotografias, essas imagens também nos mostram o comportamento da publicação diante das tragédias bem como sobre o contexto cultural em que o jornalismo popular está inserido.

De acordo com VAZ (2006, p.9), na capa do impresso as imagens também se ligam aos textos verbais e tornam-se “*argumento do jornalista*” e ofertam outras possibilidades de leituras para o receptor. Nesse sentido, a morte vive uma relação de presença x ausência. Sabe-se que ela está ali, porém, não podemos vê-la diretamente, implicando em uma “aceitação” do leitor sobre aquilo que o jornal diz estar mostrando para ele. As imagens estão no âmbito do imaginário e das representações e participam na ativação simbólica do *nexo* em sua compreensão (ABRIL, 2007). Para depreender os significados resultantes dela é preciso estar atento à “visada” que se dará àquela imagem e, por consequência, a leitura a ser estabelecida entre os textos visuais e verbais na página. “Imagens podem ser lidas, interpretadas por todo e qualquer leitor, em qualquer nível” (VAZ, 2010, p.190) e assim temos na fotografia uma manifestação de sentido com materialidade simbólica que nos leva a outros caminhos para além de sua visualização, mas também no âmbito da interpretação.

O leitor menos informado estaria apto a ver, interpretar e fazer suas próprias inferências? Acreditamos que sim, pois suas vivências é que o capacitam para a leitura e interpretação dessa e qualquer outra representação à sua própria percepção, com o impacto que lhe for próprio. (VAZ, 2010, p.195)

Sabe-se que o uso da fotografia nas capas não se dá de forma inocente e, portanto, a seleção da imagem, posicionamento e tamanho publicado é intencional. Cria-se uma relação de interdependência, onde o editor imagina o seu leitor e as leituras que ele fará daquela fotografia, enquanto o leitor, ao estar diante da imagem, cria teorias e hipóteses sobre a intencionalidade no discurso pretendida pelo editor.

Apesar da aparente sensação de distanciamento trazida pelas imagens entre o fato fotografado e o homem, colocando-o distante das tragédias (SONTAG, 2004), é também por meio delas que temos a inserção do trágico no mundo dos leitores. As tragédias saltam do papel para ganhar espaço dentro do cotidiano e, muitas vezes, são alçadas ao papel de “espetáculo” para seus receptores. Não raro as pessoas se chocam mais com a imagem do que com o fato em si, despertando sentimentos e sensações que nem sempre são vividos quando se está em contato direto com o “real”, ou seja, com o acontecimento em seu estado bruto. O poder de espetacularização das imagens é tão intenso que parte dos sobreviventes e testemunhas dos atentados de 11 de setembro nos Estados Unidos descrevia o cenário como o “se fosse um filme”, demonstrando que o espetáculo ofertado pelas imagens acaba por envolver muito mais essas pessoas a ponto de ser utilizado para a descrição do fato do que a sua própria experiência de estar dentro das Torres Gêmeas ou em suas imediações.

Ao lançarmos o olhar para as imagens do trágico nas capas dos jornais populares é importante perceber também aquilo que está no entorno dessas publicações, ou seja, aspectos culturais, religiosos, entre outros. A partir dessas concepções enraizadas no imaginário e memória coletiva dos leitores, pode-se depreender o sentido e significado das imagens do trágico e seu uso nas publicações.

É no âmbito do contexto que Gonzalo Abril (2007) propõe uma “*mirada*” ao que ele considera como textos visuais. Partindo da semiótica peirciana, mas levando em consideração aspectos também comuns à Semiótica da Cultura, tais como o contexto de inserção e propagação das mensagens pictóricas, o autor aponta a importância de se observar o âmbito em que as imagens estão inseridas no momento das análises.

Para uma perspectiva semiótica o mais importante não é saber o que significa determinado texto, e sim através de que meios, processos interpretativos, recursos semióticos e extrasemióticos chegamos a atribuir o sentido a esses textos; como formam parte nesse processo a nossa memória semiótica, a nossa “enciclopédia” e nossos pressupostos ideológicos. Como essa interpretação varia segundo *o campo de interação* e o contexto institucional em que ele ocorre<sup>70</sup>. [tradução nossa – grifo do autor] (ABRIL, 2007. p. 27)

As imagens da tragédia, quando aparecem, irão compor a narrativa midiática sobre o dia anterior, revelar discursos do jornal popular e indicar como esse conteúdo é inserido na vida do leitor no mesmo instante em que lê a capa de um jornal.

É de se esperar que as imagens fotojornalísticas publicadas nas capas dos populares apresentem traços de como o trágico é tratado, bem como possíveis intertextualidades com outras imagens.

Também podemos observar as formas de aparição dessa imagem no que tange à representação do trágico. Corpos de vítimas da violência anômica ou mesmo de acidentes ou desastres naturais tendem a serem explorados nas capas das publicações, mas, o que se verifica é um comportamento diferente do que havia anteriormente em publicações tidas como sensacionalistas, onde o sangue, corpos totalmente irreconhecíveis e outra tanta sorte de imagens faziam parte de suas linhas editoriais.

Verifica-se que o jornalismo popular leva em consideração o contexto de emissão em que está inserido: num ambiente onde a assepsia da sociedade é cada vez mais perseguida, é natural que os corpos resultantes das tragédias não sejam expostos “nua” e “cruamente” aos olhos dos leitores. Se por um lado há a inserção do tema morte na vida ordinária da população, por outra, a aparição da morte continua a ser asséptica, como podemos observar nas figuras a seguir:



**Figura 143. Jornal de Notícias - 4.01.2012**

**Figura 144. Jornal de Notícias - 4.02.2012**

**Figura 145. Jornal de Notícias - 26.02.2012**

<sup>70</sup> No original: “Para una perspectiva semiótica lo más importante no es saber qué significa determinado texto, sino a través de qué medios, procesos interpretativos, recursos semióticos y extrasemióticos llegamos a atribuir tal o cual sentido a ese texto; cómo forman parte de ese proceso nuestra memoria semiótica, nuestra “enciclopedia” y nuestros presupuestos ideológicos. Cómo esa interpretación varía según el *campo de interacción* y el contexto institucional em que tiene lugar”.



Figura 146. Jornal de Notícias - 8.02.2012

As figuras apresentam algumas situações onde a tragédia é retratada por imagens no *JN*. Não se encontra nessas imagens o sangue e nem mesmo os corpos das vítimas. A morte trágica está anunciada nas manchetes, porém, sem que se materialize visualmente para os leitores. Os corpos são substituídos por volumes envoltos em lençóis brancos ou pratas, carregados pelos socorristas. Sabe-se da existência do morto e até mesmo que por debaixo daquele tecido está um homem ou uma mulher morta. Mas não se vê a morte. A sua dinâmica é discutida e o leitor, por mais que seja surpreendido pela imagem, não a encara: sempre há um véu entre ela, representada no corpo morto, e o leitor. Essa estratégia visa, primeiramente, não assustar ou afastar quem lê o jornal e a manter certo padrão ético. Por mais que a função de noticiar o acontecimento trágico se materialize na capa, a notícia em si está em torno de suas causas ou motivos, nunca em torno da morte propriamente dita.

Esse expediente seguido também pode ser verificado na publicação brasileira. A morte no *SN* está presente praticamente todos os dias, com raras exceções onde não é manchete principal. Porém, seu anúncio se limita mais aos textos do que às imagens do acontecimento. E quando as imagens aparecem, seguem um expediente semelhante ao apresentado em Portugal, como podemos observar em alguns exemplos:



Figura 147. Super Notícia - 6.11.2012



Figura 148. Super Notícia - 10.11.2012



Figura 149. Super Notícia - 6.05.2012



Figura 150. Super Notícia - 23.08.2012

Em todo o período analisado do *SN* não encontramos uma imagem sequer de corpos mortos em suas capas. A representação fotográfica das matérias envolvendo morte, quando ocorre, dá conta de veículos ou situações que demonstrem a dinâmica em que a morte foi registrada, mas nunca com a presença do cadáver em si. Em imagens como apresentada no dia 23 de agosto de 2012, quando foi noticiada a morte de um primo do goleiro Bruno que poderia ser testemunha no julgamento do sumiço de Eliza Samúdio, há uma representação do local do acontecimento com um familiar do jovem desesperado, mas o corpo em si não aparece e sua presença é apenas sugerida pela manchete que dá conta de uma “queima de arquivo”.

Outra situação emblemática da representação fotográfica da tragédia no *SN* está na figura relativa ao dia 6 de novembro de 2011. A manchete em questão dá conta da morte de quatro crianças em um acidente onde o motorista perdeu o controle da caminhonete e acabou por cair em um lago, fazendo com que os jovens morressem afogados. Mais uma vez a morte é apenas sugerida no texto e a representação mais próxima que temos dela está na imagem à direita onde a avó escolhe as roupas da neta para o sepultamento. A morte, nesse caso, não está representada pelo corpo, mas sim pela ausência, no luto, na melancolia de uma idosa ao ter que escolher que roupa será a última a ser vestida por um familiar. Nesse aspecto o jornal busca o psicológico e emocional de seus leitores que, mesmo sem a presença de um corpo estirado ou sendo carregado envolto em um manto ou lençol, projeta-se para o lugar daquela personagem. A morte anunciada no mundo do texto e da narrativa jornalística aproxima-se do mundo do leitor, tangencia-o, invade seu cotidiano. Porém, pode ser instantaneamente descartada com o simples virar de página ou direcionando o olhar um pouco mais à direita, onde a efervescência de uma mulher seminua está à disposição como um contraponto a essa “dor”:



Figura 151. Super Notícia - 06.11.2012

O encontro das imagens, a dor em oposição à euforia reforça que “o sentido dos limites e o sentido do trágico são apenas um, retraduzindo, à sua maneira, a organicidade da vida e da morte de que está impregnado o social” (MAFFESOLI, 1984, p.88). As fotos da morte e das tragédias tratadas pelos jornais não carregam aquilo que Roland Barthes chamava de “foto-choque”. Por mais que a morte esteja sugerida, elas parecem não chocar o leitor, apresentando “o escândalo do horror, não o horror propriamente dito” (BARTHES, 2001, p.69).

Nesse mesmo sentido Susan Sontag discute a relação dos leitores/espectadores diante das fotografias de guerra e, por consequência, da tragédia e das mortes. A autora destaca o sentimento que leva e atrai espectadores para a morte, especialmente quando ela ocorre pela degradação do outro. Percebe-se essa atração notadamente em acidentes de trânsito com vítimas fatais ou mesmo homicídios ocorridos a céu aberto: o número de curiosos aglomerados no entorno desse cenário acompanhando todo o desenrolar desde o trabalho da polícia e peritos até a retirada do corpo, mostra-nos a atração do tema por parte da sociedade.

Os jornais populares, quando optam por ilustrar com imagens as tragédias, colocam seus leitores diante de um quadro, de uma imagem que, mesmo não carregando elementos do choque e do horror traz a morte e sua dinâmica para diante dos olhos. Todos se tornam espectadores e se inserem naquela trama e na narrativa jornalística.

As informações sobre o que se passa longe de casa, chamadas “notícias”, sublinham conflito e violência – “Se tem sangue, vira manchete”, reza o antigo lema dos jornais populares e dos plantões jornalísticos de chamadas rápidas na tevê – aos quais se reage com compaixão, ou indignação, ou excitação, ou aprovação, à medida que cada desgraça apresenta. (SONTAG, 2003, p.20)

As reações às imagens fotográficas se devem pelo fato do quadro estar congelado, pronto para ser memorizado minuciosamente pelo leitor, ao contrário da imagem em fluxo que muitas vezes não permite vislumbrar seus pormenores. Sontag compara a imagem fotográfica a uma “máxima” ou a um “provérbio” que se decora e se repete, se consolida e é transmitido pela memória coletiva. Se por um lado anteriormente nas imagens de morte e tragédia tínhamos pintores como Goya retratando-as como a ira dos deuses, hoje a imagem fotográfica nos dá conta de que as tragédias são obras dos humanos e somos todos envolvidos nessa trama. Mesmo como espectadores da imagem ou leitores das manchetes, os receptores se inserem nesse contexto. Apesar da palavra de ordem no momento seja a assepsia, a morte limpa e a preservação da vida, a morte desfila no jornal.

Mesmo não sendo a intenção de o leitor estar diante dessas imagens, elas tomam de assalto sua atenção quando passam diante de uma banca de jornal ou pelas esquinas onde vendedores insistem em oferecer a publicação para a venda. A leitura visual é sempre ativa e basta estar diante da página para que os olhos percebam as fotografias e cores situadas na primeira página.

Os textos visuais sempre são lidos ativamente: nem mesmo o olhar incidental do transeunte que se depara com um painel publicitário ou com um jornal deixado em uma lixeira é puramente aleatório ou passivo. Inclusive quando a vontade que rege esse olhar procede desse fundo cego, sempre pouco conhecido, que escapa ao controle do sujeito consciente e racional. Quem lê através dos próprios olhos é um eu, mas também a instância impessoal ou transpessoal de um “se” (de “se lê”) determinado por pautas apriorísticas, normativas, frequentemente ideológicas, de atenção, seleção e delimitação da realidade visível tratada. [tradução nossa]<sup>71</sup> (ABRIL, 2007, p.13)

Ao propor essa leitura ativa dos textos visuais, Gonzalo Abril aponta para a perda do controle por meio do sujeito racional e consciente daquilo que estará vendo e

---

<sup>71</sup> Los textos visuales siempre se leen activamente: niquiera la mirada incidental del paseante que se encuentra con una valla publicitaria o con un periódico arrojado a una papelera es puramente aleatoria o pasiva. Incluso cuando la voluntad que rige esa mirada procede de es se fondo ciego, siempre mal conocido, que escapa al control del sujeto consciente y racional. Quien lee a través de los propios ojos es un yo, pero también la instancia impersonal o transpersonal de un “se” (de “se lee”) determinado por pautas apriorísticas, normativas, a menudo ideológicas, de atención, selección y acotación de la realidad visible que se trate.

interpretando diante das imagens. Dessa forma, entram em cena as intencionalidades dos editores ao situar imagens na primeira página e, mais que isso, as escolhas que fazem das fotografias que serão publicadas. Apesar de colocar o leitor diante da morte, o leitor não a encara, não a vê em suas piores facetas. Ele está diante de um “objeto” coberto por um pano branco, de um carro tombado na rodovia ou mesmo diante de um saco plástico preto caído no chão e na calçada.

Esse comportamento dos editores se dá de forma muito semelhante nos dois jornais. A similitude das publicações demonstra um comportamento “padrão” da sociedade ocidental e de países onde a maioria de sua população ainda é de frequentadores da Igreja Católica. Esse comportamento semelhante entre os moradores de dois países diferentes faz as publicações adotarem padrões também semelhantes em suas linhas editoriais.

Quanto ao *trágico* entrega-se à vida com inquietude e melancolia, que são atitudes próprias de um ser que se empenha num destino incerto, sem nenhuma promessa de desenlace feliz, portanto, de redenção. O trágico vive esta contradição: alimenta-se de uma certeza que lhe escapa sempre e esgota-se a promover impossibilidades que imagina como eternidades. (MARTINS, 2011, p.225)

A inquietude provocada pelas imagens do trágico concorre em condições de igualdade com os outros elementos da tríade temática: o esporte e o erotismo. Dispostos num mesmo espaço, cada item da tríade temática se “une” em uma narrativa jornalística onde o jornal atuará diretamente na reconstrução do mundo e do cotidiano de seus leitores. Da mesma forma como ilustramos nesse capítulo onde a imagem da ausência de uma criança para a sua avó concorre diretamente com uma bela mulher em pose e trajes eróticos logo ao lado, o mesmo ocorre com atletas das mais variadas modalidades, mas, em especial, no jornalismo popular, com jogadores de futebol. Manchete a manchete, imagem a imagem, a tríade temática se materializa e chama a atenção do leitor a ponto de, muitas vezes, o trágico ser “esquecido” quase que imediatamente ao mudar apenas a direção do olhar para a capa dessas publicações. Como se troca um canal de televisão, a atenção pode ser fixada em corpos efervescentes, prontos para levar a euforia e a realização de imaginários e “reais” possíveis para esses leitores.

Partindo dessa perspectiva, cabe-nos olhar como se comporta cada tema que compõe a tríade temática nessa coexistência estabelecida com o trágico.

#### **4 - Futebol: a efervescência dos corpos vivos na capa**

Futebol e jornalismo popular mantém uma relação estreita nas capas destas publicações. Herdada dos antigos jornais sensacionalistas, a predileção pelo “mundo da bola” nas capas pode ser facilmente identificada ao lançar mesmo um olhar desatento para as capas.

Ao analisar os jornais sensacionalistas Danilo Angrimani nos trouxe a concepção de um “tripé” sempre permanente nas capas: futebol, sexo e sangue. Em especial, conforme o autor, o futebol traduzia muitas expressões psicológicas masculinas, retomando mitos e arquétipos como o dos heróis gladiadores que entram em campo em busca da vitória. Paralelos traçados entre a disputa em campo com os gladiadores do Coliseu na Roma Antiga, apesar de desgastados, ainda aparecem e figuram em muitas análises onde o tema é retomado no âmbito da mídia.

Ao assumirmos a tríade temática para o estudo do jornalismo popular, assumimos que as capas destas publicações atuam em tensões constantes como a violência urbana/violência de bairro/morte; o sexo/erotismo nas garotas/garotos de capa; e o futebol marcadamente presente como enfrentamento de clubes/brigas de torcida. Essa tríade foi elaborada levando em conta as concepções de articulação do dispositivo midiático tratadas por ANTUNES e VAZ (2011) que, dentre as características que marcam os meios de comunicação, dizem que eles também fazem parte de “um processo de produção de significação, de estruturação de sentido” (ANTUNES; VAZ, 2011, p.47). As notícias, tensionadas em suas capas, atuam na produção de sentido na reconstrução do cotidiano dos leitores, fazendo com que criem suas realidades por meio do noticiário ofertado pela mídia popular.

Agregada a essa perspectiva também podemos destacar dados estatísticos indicadores da preferência nacional por este esporte. Dados colhidos junto ao Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) nos mostra a confirmação de uma realidade empírica: o futebol é o esporte de preferência nacional, com aproximadamente 50% da população declarando que, se fosse praticar um esporte profissionalmente, este seria o futebol. Neste universo, destaca-se ainda a preferência do futebol pelos homens (62% contra 21% de mulheres) e, mais que isso, as estatísticas apontam que o futebol é seguido pelos brasileiros em massa, sendo que, no âmbito do jornalismo impresso, 95%

dos entrevistados declaram que a notícia que mais interessa dentro do noticiário esportivo são as matérias relativas ao futebol.

De acordo com HELAL & JUNIOR (2000) o processo de transformação do futebol em “paixão nacional” no Brasil se deu de forma mais veemente durante a ditadura militar, principalmente após as conquistas das Copas do Mundo de 58, 62 e 70, além do aparecimento do jogador Pelé e da ascensão da equipe do Santos Futebol Clube à condição de campeão da Libertadores da América e do Mundial Interclubes em 62 e 63. Para os autores, são fatores que contribuíram para a adoção desse esporte como identidade nacional:

Portanto, a transformação do futebol em “esporte nacional” foi produto de um processo histórico realizado por agentes do universo cultural, político e esportivo, tendo como base uma forte presença do estado e das ideias nacionalistas. Nesse período, a ideia de “modernizar” o futebol não significava apenas ultrapassar o elitismo amadorista que vigorou nas duas primeiras décadas do século, mas sobretudo, associar o futebol a domínios mais inclusivos da realidade brasileira: o estado nacional e o povo. (HELAL & JUNIOR, 2000, p.9)

Apesar dos autores creditarem especialmente à Ditadura Militar o fortalecimento do futebol como esporte predileto no Brasil, sabe-se que esse processo teve início alguns anos mais cedo, já no final da década de 1940 e, em especial, no ano de 1950, com a realização da Copa do Mundo no país que culminou com a derrota da seleção nacional na partida final para o Uruguai diante de um Maracanã completamente lotado com centenas de milhares de torcedores. Máximo (1999) aponta que a paixão do brasileiro pelo futebol teria se iniciado em 1919 após uma heroica vitória sobre a Hungria e, posteriormente, a partir de 1933, com a organização profissional do esporte passou a atrair mais ainda a paixão dos torcedores, que terias sido comprovada na Copa de 1950.

A importância da mídia nesse processo não pode ser descartada, especialmente pela criação de jornais especializados em esporte e a inserção da transmissão de partidas na programação das emissoras de rádio. Associado a esse fator temos também o fato de que, no Brasil, o futebol faz parte da sociabilidade da população. Inspirado em Georg Simmel, GASTALDO afirma que “em termos interacionais, a sociabilidade masculina brasileira tem na tematização do esporte um porto seguro. Basta perguntar a um homem qualquer qual o seu time para começar uma conversa que pode se alongar indefinidamente” (GASTALDO, 2009, p.7).

A presença do futebol no jornalismo popular auxilia nesse processo interacionista ao colocar frente a frente clubes e torcedores adversários, proporcionando informações para as interações entre os leitores do jornal. GASTALDO ainda afirma que essa presença diária do noticiário futebolístico cria verdadeiras “novelas”, especialmente quando envolvem “compra e venda de jogadores e especulações sobre resultados que são veiculadas diariamente em jornais de todo o país: a tal “falação esportiva”, contra a qual Eco (1984) bradava em vão, é a matéria-prima de interações de sociabilidade masculina por todo o país” (GASTALDO, 2009, p.9).

Essas constatações, bem como os números do IBOPE, confirmam a paixão do brasileiro por este esporte e nos aproxima da realidade identificada pelo sociólogo Albertino GONÇALVES em Portugal. Em pesquisa publicada no livro “*Vertigens: Para uma sociologia da perversidade*” (2009) é mostrado que o futebol está na preferência de 47,2% da classe operária portuguesa, enquanto que entre os profissionais autônomos, esse número é de 36,4%. Assim como no Brasil, os números demonstram uma verdadeira inclinação dos portugueses por esta prática esportiva. O autor destaca em sua obra que o futebol é um “desporto universal” e polifacetado, e diz:

O futebol, embora se pautar por regras explícitas, simples e relativamente estáveis, permanece um fenómeno polifacetado. Dois espectadores podem, perante um mesmo desafio, captar realidades bastante díspares. Este entusiasma-se com a pujança e o entrosamento colectivo. O jogador que lhe “enche as medidas” é aquele que não regateia esforços, que “vai a todas”, que “sua a camisola” [...] Aquele concentra-se na estratégia e na disposição da equipa, inclusivamente, interessar-se mais pelas opções do treinador do que pelo desempenho dos jogadores. (GONÇALVES, 2009, p.129)

Partindo desta premissa de um mesmo jogo suscitar *pathos* tão diferenciados, é perfeitamente compreensível a ocupação dos jornais populares por esta temática. Produzidos normalmente para um público essencialmente masculino e preferencialmente de menor poder aquisitivo (MIRANDA, 2009; AMARAL, 2006), os jornais tendem a imaginar um leitor ideal e a responder as expectativas criadas por esse alvo imaginário.

O jornal sempre projeta um leitor e estabelece suas estratégias com base nele. O leitor também imagina o que a publicação deve dizer e como deve dizer. Os jornais propõem um contrato ao leitor pelas inúmeras estratégias, como o vínculo com o universo social e cultural do público. [...] Com base na análise do jornal, é possível responder: “Quem este jornal pensa que o público é? Quem este jornal deseja que o leitor seja?”. É claro que os leitores podem não ser exatamente o que o jornal pensa que ele é, mas via de regra a imprensa oferece recompensas sedutoras para os leitores que com ela se identificam, sejam elas da ordem da visibilidade, assistencialismo, da prestação de

serviços, do entretenimento ou da ordem dos brindes, shows gratuitos e promoções diversas. (AMARAL, 2006, p.60)

No caso do jornalismo popular o leitor projetado teria interesse ao mesmo tempo pelo noticiário de violência e morte, pelo sexo/erotismo e pelo futebol e suas paixões. É justamente esta tensão na primeira página que nos chama a atenção. Ao coexistirem em um mesmo espaço, quais são as possíveis leituras e tensões propostas aos leitores? O entretenimento, a morte, a presença do trágico, oferece quais sentidos de leitura do mundo para os leitores? Para iniciar uma investigação acerca destas questões e outras que surgem ao lançarmos olhar para o papel do futebol no jornalismo popular, precisamos identificar o lugar do futebol cotejado e tensionado com elementos trágicos representados pelo noticiário de violência e morte na primeira página.

#### **4.1 - O futebol e o ambiente trágico no jornalismo popular**

Ao modo dos heróis da Grécia Antiga, atletas e jogadores de futebol retomam a expressividade do deus Hércules, marcadamente conhecido por suas formas físicas bem definidas assim como seu poder em superar os desafios impostos a ele. Ao adotar o deus grego, a mitologia romana manteve sua história praticamente inalterada, acrescentando apenas os “trabalhos” cumpridos por ele. Assim, temos que Hércules – que originariamente chamava-se Hércules - era um semideus, filho de Zeus e a mortal Alcmena e tornou-se renomado por ter deixado o mundo “seguro” para a humanidade. Era reconhecido como campeão e por destruir monstros, o que justifica a presença de uma clava em uma de suas mãos nas representações iconográficas do mito.



**Figura 152.. Hércules do Teatro Pompeu**  
Exposto no Museu do Vaticano, Roma, Itália

A figura de Hércules chega para o mundo ocidental mais conhecida pela façanha dos 12 trabalhos, histórias agregadas da mitologia romana para reverenciar a força, agilidade e inteligência do deus, atributos esperados em atletas, independente da modalidade esportiva que praticam. E no jornalismo popular, as imagens dos atletas esportivos parecem reforçar esse aspecto mitológico dos atletas:



**Figura 153. Detalhes do Jornal de Notícias 21.2.2012; 27.02.2012; 23.05.2012**



Figura 154. Detalhes do Super Notícia - 13.12.2012; 22.11.2012; 29.11.2012

Os heróis do futebol são exibidos pelos jornais de forma a retomar a força e a garra hercúlea. Mesmo nesse sentido, as imagens do *JN* reforçam o poderio físico dos atletas, já o *SN* demonstra maior sutileza ao expor os corpos dos atletas.

O noticiário esportivo produz um reencantamento com o mundo:

...o herói belicioso que é a figura esportiva, tudo isso ressurgue de um reencantamento do mundo que tem uma grande repercussão no inconsciente coletivo. Essas figuras não têm nada de específico, não fazem senão repetir, retomar caracteres, maneiras de ser antropológicamente arraigadas. Este aspecto cíclico é que faz, aliás, que sejam postos nas nuvens. E é comungando com essas redundantes encenações, identificando-se com elas, que cada um, ao fim de uma longa iniciação – na maior do tempo não consciente -, se supera, “explode” em algo que se sobrepõe ao isolamento, ao estreitamento do pequeno individual. (MAFFESOLI, 2003, p.37)

A figura do jogador de futebol viria para *remagicizar* o mundo e fazer com que haja algo com que vibrar na capa. Ao adotar esta construção o noticiário esportivo tanto poderia se transformar em um tambor, altissonante, a abafar o grito da tragédia na capa dos jornais, como potencializar a presença do trágico, ao ofertar na capa mais um atrativo para esse leitor. A euforia da bola se mistura com a dor da morte ou da violência e, juntos, são catalisadores de atenção a despertar o interesse “lascivo” do leitor pela publicação, cabendo a este a escolha de como irá “ler” esse noticiário.

#### 4.2 - Tensões visuais do futebol na primeira página

A presença do futebol no jornalismo popular nos traz diversas leituras e representações por meio de suas imagens e textos. Na perspectiva de Paul Ricoeur (1997) temos também no jornal popular a coexistência de dois mundos: o do texto e o do leitor. O primeiro é produzido por um autor real que sofre total apagamento quando se trata de primeira página, passando o jornal a ser o autor implicado na enunciação, assumindo para a publicação os discursos ali contidos. Da mesma forma, nem sempre o

leitor implicado (classes populares) se confirmará na leitura da capa do jornal. Mas é fato que temos nessas narrativas um mundo construído pelo texto que vai resultar na *mimese III*<sup>72</sup>, o chamado mundo configurado, interpretado pelo receptor do texto. E este mundo textual é ofertado por um autor “digno de confiança”, uma vez que a credibilidade do órgão de imprensa é um dos preceitos perseguidos pelos jornais tanto “de referência” como os “populares”, como afirma AMARAL (2006).

E mesmo em se tratando de informações baseadas em fatos e acontecimentos, as histórias relatadas nos jornais não deixam de trazer a mesma incompletude do texto, passível de ter suas lacunas preenchidas pelos leitores por que...

...oferece “vistas esquemáticas”, que o leitor é chamado a “concretizar”: por esse termo, deve-se entender a atividade *figurante* pela qual o leitor se empenha em se *figurar* os personagens e os acontecimentos relatados pelo texto; é relativamente a essa concretização figurante que a obra apresenta lacunas, “lugares de indeterminação”; por mais articuladas que sejam as “vistas esquemáticas” propostas à execução, o texto é como uma partitura musical, suscetível de execuções diferentes. (RICOEUR, 1997, p.287)

Nesta lacuna de sentido, abrimos espaço para a polissemia, múltiplas interpretações que nos permitem recriar mundos e, mais, produzir sentidos de mundo representados nas capas dos jornais. Ao observamos alguns dos usos constantes do futebol na primeira página dos jornais populares *SN* e *JN* percebemos horizontes de expectativas diferentes, permitindo releituras dos textos e imagens ofertados pelas publicações, como podemos observar nas figuras seguintes:

---

<sup>72</sup> Ricoeur (1997) afirma existir três processos de *mimese*: a primeira trata-se do mundo real, não configurado; a segunda trata-se da configuração do mundo, onde seus elementos começam a serem nomeados; e a *mimese III* é caracterizada pela interpretação destas configurações. Nesta mesma esteira e utilizando Ricoeur como base, CHARAUDEAU (2006) afirma que este processo também pode ser utilizado na análise do *Discurso das Mídias*.



Figura 155. Super Notícia  
 Figura 156. Jornal de Notícias – 9.3.2012

Ambas as publicações tensionam os elementos da tríade temática de forma a permitir aos leitores preencher lacunas levando em consideração texto, imagem e diagramação de suas primeiras páginas. Tomemos como exemplo a capa do *JN* datada de 9 de março de 2012. A manchete principal informa: “*PJ do Porto e Scotland Yard reabrem Caso Maddie*”, dando conta de que o desaparecimento da menina Madeleine vai ser novamente investigado pelas autoridades pessoais. O “caso Maddie” é o sumiço da menina Madeleine McCan ocorrido em 3 de maio de 2007 quando a garota, supostamente, dormia em um quarto de apartamento na Praia da Luz, em Algarve, Portugal, cujo caso, sem solução, foi dado como encerrado em 2009, sem qualquer pista da garota.

Este foi um acontecimento de grande repercussão internacional que, após três anos, ainda reverbera e volta à pauta dos assuntos policiais e, por consequência, da capa do *JN*. Curioso notar que, implicitamente, a publicação tensiona essa informação trágica com o futebol ao trazer, logo abaixo, a foto de um jogador da equipe do Sporting sobre a equipe inglesa Manchester City.

Gonzalo Abril (2007) propõe mapas teóricos de leituras de textos verbo-visuais, ampliando a noção de texto a ser interpretado. Partindo do princípio de que toda informação ultrapassa o limite semântico-simbólico, temos uma ligação direta entre o jogador de futebol e a manchete: as mãos levantadas, o dedo em riste, leva o olhar do

leitor ao encontro da notícia do *caso Maddie*, provocando tensões entre a efervescência do espetáculo futebolístico com a tragédia do desaparecimento.

A forma de compreensão da imagem, então, vai depender do ângulo de visão que aplicaremos à imagem, já que “as convenções representativas desconhecem a inocência, sempre são produto de uma intenção de naturalizar ou de subtrair a problematização da hegemonia de certas formas de ação ou de comportamento, e por tanto, de certos grupos ou classes” (ABRIL, 2007, p.108)<sup>73</sup>.

O pensamento do autor encontra-se ligado ao de Paul Ricoeur ao considerar os textos abertos, com lacunas suscetíveis à interpretação dos leitores, ofertando informações necessárias para interpretarem seus próprios mundos, de criarem seus *protocolos ficcionais*. Para Umberto Eco:

...quando ouvimos uma série de frases recontando o que aconteceu a alguém em tal e tal lugar, a princípio colaboramos reconstituindo um universo que possui uma espécie de coesão interna – e só depois decidimos se devemos aceitar essas frases como uma descrição do mundo real ou de um mundo imaginário (ECO, 2002, p.125).

Nesta mesma perspectiva, LÓTMAN (1996) afirma que o texto é gerador de sentido, mas, para isso, é necessário que haja a ação do interlocutor, o que “está manifesto profundamente na dialógica da consciência” [tradução nossa] (LOTMAN, 1996, p.69)<sup>74</sup>. Marcela Farré também considera que a ficcionalidade faz parte do noticiário jornalístico ao afirmar que “o noticiário pode ser definido como um mundo possível, e este é uma representação da realidade que coincide com ela em todas as suas dimensões”<sup>75</sup> [tradução nossa] (FARRÉ, 2004, p.86). E a autora prossegue:

E mesmo que um único texto não possua o valor exclusivo da verdade, diferentes versões podem abordar aspectos verdadeiros acerca da realidade. Seu sentido se obtém graças a confrontação entre mundos, que é o encontro de duas liberdades: a do texto, concentrada na universalidade humana através da lógica das ações dos personagens, e a liberdade do leitor. [tradução nossa] (FARRÉ, 2004, p.87)<sup>76</sup>

<sup>73</sup> Las convenciones representativas desconocen la inocencia, siempre son producto de un intento de naturalizar o de sustraer a la problematización la hegemonia de ciertas formas de acción o de comportamiento, y por tanto de ciertos grupos o clases. (ABRIL, 2007, p.108)

<sup>74</sup> ...se pone de manifesto la naturaleza profundamente dialógica de la conciencia.

<sup>75</sup> *el noticiero puede ser definido como un mundo posible, y que éste es una representación de la realidad que no coincide con ella en todas sus dimensiones*

<sup>76</sup> Y aunque un único texto no posea el valor exclusivo de verdad, diferentes versiones pueden aportar aspectos verdaderos acerca de la realidad. Su sentido se obtiene gracias a la confrontación entre mundos, que es encuentro entre dos libertades: la del texto, centrado en los universales humanos a través de la lógica de las acciones de los personajes, y la libertad del lector

A existência de dois mundos, somados à narrativa dos textos jornalísticos que ofertam elementos de ‘ficcionalidade’ ao leitor, permite liberdade no preenchimento das lacunas do texto, possibilitando leituras ampliadas das capas dos jornais, reconstruindo o sentido necessário para estabelecer as tensões necessárias para a compreensão do cotidiano dos receptores.

Promover a ligação entre o gesto comemorativo do jogador de futebol e a vibração das pessoas interessadas no caso de Madeleine pode permitir a criação de tramas, uma vez que o próprio caso em si, obscuro desde seu início até a seu resultado inconcluso, assemelha-se a uma trama de cinema.

Desta mesma forma o jornal *SN* nos traz uma ligação direta do futebol com todos os elementos da tríade temática. Tensionando as manchetes “*Xô Crise*” com o “*Adeus à diva pop*” e “*Da cor do pecado*”, o jornal oferta aos leitores elementos que dialogam diretamente com o trágico ressoante presente na morte de quatro pessoas de uma mesma família em acidente, três mulheres executadas em um lote vago e, ainda, um homem que ameaça de morte a ex-mulher e utiliza a filha como escudo.

Martins (2011, p.70) afirma que nada do que acontece parece ser fruto dos humanos, como se os deuses fossem os responsáveis pelos insucessos promovidos pelo próprio homem. E o futebol e o erotismo estão ali e demonstram que apesar da violência e morte, a vida continua e sempre há espaço para euforias.

Interessante notar o fato das três principais imagens da capa assumirem um gestual parecido: as mãos levadas à altura da orelha. Tanto a imagem da cantora Whitney Houston, como a do jogador da equipe do Cruzeiro e a da atriz Leilah Moreno, nos envia uma mensagem para que ouçamos o que está acontecendo: a presença do trágico nos quatro cantos da capa.

O espetáculo futebolístico, com seus heróis em campo de batalha retomando a mitos e arquétipos, bem como o erotismo (tanto masculino como feminino) se fazem presentes e demonstram aos leitores outros espetáculos que não apenas o da morte. Retomando GONÇALVES: “Os espetáculos desportivos contemporâneos propiciaram a canalização e a consumição das tensões, das energias e das paixões em excesso, contribuindo para o seu apaziguamento” (GONÇALVES, 2011, p.131).

Esse apaziguamento nos leva a um momento onde a tensão é aliviada e propicia ao leitor, nas palavras de Ricoeur, a...

...se identificar com o herói e de se deixar guiar pelo narrador digno ou não de confiança. Mas a *catharsis* só tem esse efeito moral porque primeiro ela exhibe o poder de explicação, de exame, de instrução exercido pela obra graças ao distanciamento em relação aos nossos próprios afetos. Desse sentido, passamos com facilidade ao que é mais energeticamente ressaltado por Jauss, a saber, o poder de comunicabilidade da obra. [...] A *catharsis* constitui, assim, um momento distinto da *aisthesis*, entendida como pura receptividade, ou seja, o momento de comunicabilidade da compreensão perceptiva. A *aisthesis* livra o leitor do cotidiano, a *catharsis* torna-o livre para novas avaliações da realidade que ganharão forma na releitura. (RICOEUR, 1997, p. 299-300).

A presença do futebol permite que nesta tensão o espetáculo esportivo ofereça um contraponto aos leitores dos jornais populares, permitindo um ponto de fuga ao passar os olhos pela página. Essa situação criada pela capa do jornal pode ofertar a possibilidade de leituras da realidade de acordo com seus repertórios ideológicos e culturais, ou como destaca Umberto Eco: “...se a atividade narrativa está tão intimamente ligada a nossa vida cotidiana, será que não interpretamos a vida como ficção e, ao interpretar a realidade, não lhe acrescentamos elementos ficcionais?” (ECO, 2002, p.137). A interpretação da capa do jornal, por mais que nos traga narrativas naturais de autores dignos de confiança, também nos permite criar enredos e tramas tais como a ficção, reconstruindo o cotidiano de acordo como o repertório dos leitores.

### **4.3 - Totens e arquétipos na representação futebolística**

A presença constante e massiva do futebol na capa destas publicações revela tratamentos diferenciados deste assunto nas capas do *SN* e *JN*. O *SN*, por um lado, adota com mais intensidade um sistema de representação totêmica do futebol<sup>77</sup>, enquanto o *JN* adota uma postura mais arquetípica ao tratar das imagens ligadas a essas manchetes de capa<sup>78</sup>. Originariamente totem tratava-se de figuras animais com o intuito de diferenciar tribos e clãs, bem como identificar quais seriam os amigos e os inimigos de cada uma das tribos. Nesse sentido, a figura do totem funcionava como uma identificação para os povos, além de representar a presença de um ser “maior” que protege seus “filhos”.

O sistema totêmico ajudava na organização social, sendo que suas imagens, comumente eram representadas por algum tipo de animal, sendo que vegetais raramente eram escolhidos como símbolos das tribos.

<sup>77</sup> Desta forma o jornal remete mais a uma perspectiva Freudiana ao tratar do assunto em sua capa, como será detalhado no item seguinte.

<sup>78</sup> A perspectiva à qual está inserida o *JN* nos leva à construção dos mitos tal como é tratada por Jung. Essa conceituação será discutida mais profundamente no item 3.2.5 deste Capítulo.

O que é um totem? Via de regra é um animal (comível e inofensivo, ou perigoso e temido) e mais raramente um vegetal ou um fenômeno natural (como a chuva ou a água), que mantém relação peculiar com todo o clã. Em primeiro lugar, o totem é o antepassado comum do clã; ao mesmo tempo, é o seu espírito guardião e auxiliar, que lhe envia oráculos, e embora perigoso para os outros, reconhece e poupa os seus próprios filhos. Em compensação, os integrantes do clã estão na obrigação sagrada (sujeita a sanções automáticas) de não matar nem destruir seu totem e evitar comer sua carne (ou tirar proveito dele de outras maneiras). O caráter totêmico é inerente, não apenas a algum animal ou entidade individual, mas a todos os indivíduos de uma determinada classe. De tempos em tempos, celebram-se festivais em que os integrantes do clã representam ou imitam os movimentos e atributos de seu totem em danças cerimoniais. (FREUD, 1996, p.21)

Já os arquétipos remontam a figuras e modos de agir já esperados culturalmente<sup>79</sup>. É possível notar essa diferenciação ao se fazer uma análise quantitativa em 120 edições de cada um dos jornais, equivalendo a quatro meses de observação sobre suas capas. Ao sistematizar essa conceituação, temos os seguintes dados:

Presença de símbolos totêmicos e arquétipos na capa do *SN* (Jan/Abr de 2012)

<b>Símbolo</b>	<b>JAN</b>	<b>FEV</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
<b>Totem</b>	21	26	57	71	175	74,15
<b>Arquétipo</b>	8	16	16	21	61	25,85

**Tabela 7 – Totens e Arquétipos no Super Notícia**

Presença de símbolos totêmicos e arquétipos na capa do *JN* (Jan/Abr de 2012)

<b>Símbolo</b>	<b>JAN</b>	<b>FEV</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
<b>Totem</b>	3	7	4	2	3	15,8
<b>Arquétipo</b>	17	29	20	27	19	84,2

**Tabela 8 – Totens e Arquétipos no Jornal de Notícias**

As tabelas elaboradas não têm a função de fechar a questão ou mesmo serem conclusivas, mas sua importância se dá para ilustrar a presença da linguagem de símbolos totêmicos e arquetípicos nas duas publicações, o que pode nos dar um direcionamento sobre a forma como os jornais têm tratado o assunto em seu cotidiano, permitindo-nos desdobrar com mais profundidade a principal representação presente nos jornais.

<sup>79</sup> Abordaremos as definições dos arquétipos no Item 4.5.

A exposição dos escudos das equipes de futebol nas capas dos jornais populares também nos remete ao sistema de totemismo, o culto a um “totem” que representa o eixo de união e segurança de determinado grupo de pessoas. Tanto *SN* como o *JN* trazem de forma frequente, além das fotos, as imagens destes escudos em suas primeiras páginas, promovendo uma separação bem definida dos grupos dos torcedores ao mesmo tempo em que permite a seus leitores se reconhecerem e identificarem de acordo com a sua preferência futebolística.

No futebol o sistema do totemismo continua a existir, tanto na forma do escudo das equipes como também em suas mascotes, que sempre são animais. Essa ligação do esporte com as “tribos” já era discutida por Desmond Morris em seu livro “A Tribo do Futebol”, de 1981<sup>80</sup>.

Em Belo Horizonte, cidade-sede do jornal *SN*, são três equipes mineiras destacadas com maior frequência em sua capa: Atlético Mineiro, América-MG e Cruzeiro. Cada uma delas traz em consigo seus símbolos identificadores, sendo eles:



Figura 157. – Escudo do Clube Atlético Mineiro e Galo, mascote da equipe



Figura 158. – Escudo do América – M e “Coelho”, mascote do clube

<sup>80</sup> C.f. MORRIS, D. The Soccer Tribe. Londres: Jhonatan Capes, 1981.



Figura 159. Escudo do Cruzeiro e “Raposa”, mascote do clube

A partir dessas imagens, o jornal *SN* faz uso constante destas marcas como forma de identificar os clubes em seu noticiário, muitas vezes utilizando o nome de suas mascotes como sinônimo do clube:



Figura 160. “Galo” como sinônimo de Atlético  
 Figura 161. “Raposa” no lugar de Cruzeiro  
 Figura 162. Coelho em substituição a América-MG

E quando não o faz com textos, também o faz utilizando os símbolos totêmicos das equipes:



Figura 163. Símbolos totêmicos no Super Notícia

A presença marcante do futebol e de seus símbolos na capa do jornal *SN* reforça o *status* de esporte de preferência nacional, sendo que os acontecimentos relativos aos times mineiros da capital é o que figura com mais força em sua capa. Como destaca GONÇALVES: “a influência do futebol ocorre desde a primeira infância [...] Omnipresente na educação e na socialização das crianças, o futebol insinua-se nas identidades sociais e pessoais. Se perguntarmos a uma criança “o que é que tu és?”, a resposta mais provável será “benfiquista (portista ou sportinguista)” e não “português””. (GONÇALVES, 2009, p.137).

O jornal reforça a universalidade do futebol que praticamente deixa de lado qualquer outra modalidade em suas capas. E ao trazer os símbolos totêmicos para esse espaço noticioso traz à tona a rivalidade entre os “clãs” de torcidas, permitindo estabelecer tensões entre si, caracterizando um dos elementos da tríade temática já abordada anteriormente.

GASTALDO identifica que por meio do futebol cria-se um sentimento de pertencimento social, demandando fidelidade de seus torcedores pelo resto da vida:

Os clubes de futebol simbolizam um pertencimento social com características específicas, demandando dos torcedores uma lealdade por toda a vida (“*Uma vez Flamengo, Flamengo até morrer...*”). Muitas vezes, os locutores esportivos se referem à torcida de um clube como “nação” (“nação colorada”, “nação rubro-negra”, etc., de acordo com as cores do clube), ressaltando este sentido de “comunidade reunida” em torno do pertencimento afetivo a um grupo, a um sentimento coletivo compartilhado, no caso, mediado pelo “time do coração”. (GASTALDO, 2009, p.7).

A cobrança pela lealdade e fidelidade dos clubes a seus torcedores remetem ao sistema totêmico. Anteriormente, através do símbolo totêmico determinavam-se os clãs amigos, rivais e quais totens poderiam interagir, bem como aqueles que seriam inimigos. Essa “comunidade reunida” em torno do pertencimento afetivo é reforçada pela vasta utilização dos símbolos dos clubes por parte do *SN*, criando núcleos de pertencimento com seus leitores, colocando-os em confronto uns com outros tanto em imagens como em textos, como se cada tribo tivesse que se “digladiar” umas com as outras.

Essa relação do futebol com aspectos tribais também é abordada tanto por Gonçalves, que destaca: “...o futebol emerge como um fenómeno tribal que actualiza algumas das crenças mais persistentes da história da humanidade (GONÇALVES, 2009, p.134) como por MAFFESOLI (2006): “...cada tribo pós-moderna terá sua figura emblemática, como cada tribo, *stricto sensu*, possuía e era possuída por seu totem

(MAFFESOLI, 2006, p.33). Ambos caminham no sentido de que o *pathos* despertado pelo futebol é preponderante para sua presença no cotidiano. Sendo a capa do jornal uma das construtoras do espaço público e do cotidiano de seus leitores, os símbolos dos clubes de futebol assumem esse papel de totens modernos a serem “venerados” por uma nação, sendo que um “totem” não pode e não deve se “relacionar” com os outros, aguçando, ainda mais, a rivalidade entre torcidas e clubes.

#### 4.3.1 - O uso das cores totêmicas

Para além dos símbolos tradicionais que remetem ao totemismo, o jornal *SN* também traz em seu noticiário cores “totêmicas” para remeter às equipes que são manchetes em suas capas. O esquema de cores utilizado pelo jornal nos apresenta uma economia de sinais para os leitores, com o intuito de facilitar a compreensão dos fatos divulgados na capa.

Quando observamos, no entanto, o noticiário esportivo em suas capas, especialmente o futebol, o jornal apresenta também um sistema cromático capaz de criar empatia direta com os torcedores dependendo da equipe que estará em destaque. Cruzeiro, América-MG e Atlético Mineiro são as equipes que figuram com frequência no jornal. Cada uma possui distintivo e mascote próprios, bem como cor característica que a diferencia das demais. Cruzeiro é a equipe “celeste”, Atlético Mineiro é “alvinegro”; e América-MG traz o verde em sua camisa.



**Figura 164. Uniforme do Cruzeiro Esporte Clube**  
**Figura 165. Uniforme do Atlético Mineiro**  
**Figura 166. Uniforme do América Mineiro**

As cores, muito mais do que apenas distinguir as equipes, também são divisoras das torcidas. Na cultura popular belo-horizontina, dificilmente um cruzeirense ostenta as cores preto e branco em suas roupas, como os atleticanos não utilizam o azul em suas vestimentas.

Inserido nesse contexto cultural o jornal sabe atender a esses interesses e utiliza a cor como uma forma de informação. Luciano Guimarães afirma: “a cor é, certamente, um dos mediadores sógnicos de recepção mais instantânea na comunicação jornalística” (GUIMARÃES, 2002, p.51). Temos a cor como um dos elementos presentes na interação comunicacional, ao que o autor acrescenta que “considera-se a cor como informação todas as vezes que sua aplicação é responsável por organizar e hierarquizar informações ou lhes atribuir significado seja sua atuação individual e autônoma, ou integrada e dependente de outros elementos do texto visual em que foi aplicada”. (GUIMARÃES, 2002, p.51)

Modesto Farina (1982) também vê a cor como um elemento de comunicação à qual o homem reage quando está diante dela:

Quando a cor é vista, impressiona a retina. Quando é sentida, expressa, provoca uma emoção. E é construtiva, pois tem um significado próprio, tem valor de símbolo e capacidade, portanto, de construir uma linguagem que comunique uma ideia... Na realidade, a cor é uma linguagem individual. O homem reage a ela subordinado às suas condições físicas e às condições culturais (FARINA, 1982, p.27 *apud* SILVA, 2004, p.70).

Rudolf Arnheim afirma que a cor “produz uma experiência essencialmente emocional, enquanto a forma corresponde ao controle intelectual” (ARNHEIM, 1980, p.326-327). SILVA (2007) afirma que o uso da cor no jornal vai além do aspecto decorativo:

A difusão e o uso da cor pelos veículos de comunicação de massa impressos, ou nas artes visuais de um modo geral, não se limitam apenas ao valor decorativo, tampouco ao meramente estético. Não deve ser encarada apenas como um recurso, mas, acima de tudo, como um procedimento de linguagem e expressão. [...] O homem urbano é bombardeado diariamente por uma enorme carga de mensagens visuais. Essas mensagens que roubam o olhar do receptor, informando e seduzindo, têm na cor o elemento centralizador desse comportamento. (SILVA, 2007, p.73)

Sendo um jornal popular brasileiro, a utilização das cores no *SN* segue um padrão já comum para este ramo de publicação, com uso de cores chapadas e sem atenuações. Guimarães já observava essa característica, ao afirmar que “...os de linha popular (como Notícias Populares e O Dia) utilizam mais contraste entre as cores, combinações entre complementares e predominância de cores primárias e secundárias chapadas em 100% (sem atenuações ou degrades)”. (GUIMARÃES, 2000, p.101)

No caso específico do futebol as cores estão sempre presentes em seu noticiário e a sua utilização não se limita apenas à cor “verde” que é a específica para esta editoria

na capa. As figuras seguintes permite-nos essa observação e, além dela, a demonstrar como a utilização do sistema cromático está ligada ao sistema totêmico com o qual este jornal preferencialmente utiliza:



Figura 167. Detalhes da Capa do Super Notícia

De forma recorrente a cor de fundo das manchetes ligadas às equipes segue as cores padrões de seus uniformes. Assim, notícias relativas ao Cruzeiro tem fundo azul, enquanto o Galo carrega a cor preta e o América, o verde. Esta é uma forma de hierarquizar a informação futebolística diante das demais notícias, mas, num nível mais profundo, temos ainda a utilização do sistema de totens para a identificação de suas “tribos” na capa do *SN*.

A utilização do sistema cromático do jornal deve ser olhada com atenção para não trazer mensagens para além daquelas que o jornal quer apresentar. Já foi apontado que no repertório criado pelo jornal, a cor verde remete à editoria de esportes. A escolha desta cor provavelmente está mais ligada à perspectiva da cor do gramado, criando um contexto próprio para seu leitor e também configurando uma separação de espaços entre o esporte e as demais editorias.

De forma até mesmo inesperada, no campeonato mineiro de 2012 a equipe do América-MG conseguiu superar a equipe do Cruzeiro nas semifinais do campeonato mineiro e alcançou a condição de disputar o título de campeão contra ao Atlético Mineiro. Nesse contexto, antes da realização da partida, é esperado que o jornal atuasse de forma neutra, fazendo da imparcialidade um preceito esperado pelos leitores.

Como a própria disputa em si da final já é motivo suficiente para que este acontecimento programado figure no jornal, na data de 13 de maio de 2012, domingo, o *SN* estampa em sua primeira página a seguinte manchete:



Figura 168. Super Notícia – 13.05.2012

A aparente imparcialidade do jornal pode ser colocada em dúvida devido ao tratamento cromático que a manchete “*O Melhor de Minas*” recebe: a cor verde, por um lado, é típica da editoria de esportes. Por outro, é a cor que identifica o América-MG, e a manchete pode ser interpretada de forma equivocada pelos leitores, já que “Uma cor que não esteja de acordo com a informação trazida pelos outros elementos verbais e não-verbais pode tornar a informação da capa ambígua (o que é um resultado prejudicial à comunicação) ou causar estranhamento no leitor, que procurará um outro sentido para a cor”. (GUIMARÃES, 2002, p.130)

Se a intenção da cor é criar a predisposição do leitor a receber aquele conteúdo a escolha para ilustrar essa notícia pode levar a uma predisposição de entender que o América-MG é o melhor time de Minas Gerais, independente do resultado final da partida a ser disputada (o Atlético Mineiro acabou por sagrar-se campeão após vencer o jogo final). A cor carrega uma informação dúbia, gerando problemas de interpretação daquela informação.

#### 4.4 - O arquétipo na capa do JN

Ao analisarmos o *JN* verificamos outra forma de se comunicar com os torcedores/leitores desta publicação. Também situado em uma grande cidade, o jornal oferta diariamente notícias sobre as equipes portuguesas do F.C Porto, do Benfica, do Sporting Braga e do Sporting Portugal. Todas consideradas as principais agremiações portuguesas, com destaque especial para o F.C Porto, localizado na cidade-sede do *JN*.

A relação de tensão estabelecida pelo *JN* no que diz respeito ao futebol e às tragédias não acompanha o sistema ‘totêmico’ adotado pelo *SN*, mas apela diretamente para os *arquetipos*<sup>81</sup> por meio das fotos dos jogadores portugueses, materializando os “guerreiros” da bola em forma de imagens, atuando diretamente no âmbito psicológico dos leitores do *JN*.

Na realidade, as formas arquetípicas geradas pela fantasia se reproduzem espontaneamente sempre e por toda a parte, sem que se deva pensar, nem mesmo de longe, em uma transmissão por via direta. As relações estruturais primitivas da psique são de uma uniformidade e semelhança surpreendente da psique pré-racional. São sobretudo estruturas fundamentais, características, sem conteúdo específico e herdadas desde os tempos mais remotos. (JUNG, 1991, p.44)

Dentre estes arquetipos temos o do jogador de futebol como herói ou guerreiro que, dentro de campo, deve superar as adversidades em busca da vitória, remontando às lutas de eras medievais e antigas. Some-se a isso a apresentação desses jogadores como figuras de sucesso. O jornal parece atuar na criação de mitos para seus leitores portugueses, ofertando um verdadeiro espetáculo de heróis da bola. Diante da atual situação de crise econômica atravessada pelo país, essa fórmula colabora para reforçar a possibilidade de superar a má-fase.

É fato que os gregos utilizavam os mitos para dar sentido à sua realidade, como afirma RANDAZZO: “mitos da antiga Grécia não são apenas historinhas interessantes; eles representam padrões arquetípicos de experiência humana que existem desde o começo dos tempos e atravessam todas as culturas. A aparente simplicidade disfarça sua profundidade”. (RANDAZZO, 1996, p.63). Para Mircea Eliade “o mito narra como, graças às façanhas dos Entes Sobrenaturais, uma realidade que passou a existir, seja uma realidade total, o Cosmo, ou apenas um fragmento: uma ilha, uma espécie vegetal, um comportamento humano, uma instituição. É sempre, portanto, a narrativa de uma ‘criação’: ele relata de que modo algo foi produzido e começou a ser” (ELIADE, 1972, p.11).

Já para Barthes (1987), o mito tem limites formais e não substanciais, sendo que o autor conclui:

...já que o mito é uma fala, tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso. Será necessário, mais tarde, impor a esta forma limites históricos, condições de funcionamento, reinvestir nele a

---

<sup>81</sup> “Como os produtos da fantasia são sempre diretamente acessíveis à observação, no sentido mais amplo do termo, suas formas *a priori* têm o aspecto de *imagens*, e de *imagens típicas*, às quais, por esta razão, dei o nome de *arquetipos*, inspirado na antiguidade clássica”. (JUNG, 1991, p.42)

sociedade: isso não impede que seja necessário descrevê-la de início como uma forma (BARTHES, 1987, p. 131).

Ao discorrer sobre o assunto Levi-Strauss (1978, p.37) argumenta que o pensamento por meio dos mitos desempenha, também, um papel conceitual, não havendo diferença entre ciência e mito: por meio da ciência entende-se o mito, por meio do mito, encontram-se justificativas para tudo que, cientificamente, ainda não pode ser comprovado.

Os arquétipos seriam formas de comportamento e de histórias que podem servir de inspiração e, mais que isso, de exemplo a ser seguido. Dentre os arquétipos masculinos mais comuns encontramos o do Guerreiro, símbolo de independência, força e coragem. É justamente neste aspecto que se situam os jogadores de futebol comumente associado a gladiadores ou guerreiros dentro de campo.

Para representar os “guerreiros” em campo, nota-se a utilização de fotografias onde o personagem, no caso o jogador de futebol, está em batalha ou em comemoração pela vitória, como podemos observar nas seguintes imagens:



Figura 169. Detalhes da capa do Jornal de Notícias

O Guerreiro que vai ao campo de batalha tem sua imagem atribuída à independência, coragem e pode ser tanto defensor como agressor. Da mesma forma, pode representar simbolicamente o bom ou o mau, o herói ou o vilão. No caso em recorte os aspectos negativos são deixados de lado, passando a figurar apenas o

“positivo” atribuído a essa imagem. Como na Figura 169, onde o jogador da equipe do F.C. Porto, ao comemorar um dos gols contra a equipe do Setúbal, bate continência, gesto tipicamente militar representativo das forças de segurança, responsável por manter a paz e a tranquilidade de uma comunidade. A imagem vem a reforçar o arquétipo do jogador como guerreiro e a publicação contribui para esse entendimento ao destacar como manchete “*F.C. PORTO VOLTA A TER COMANDANTE*”, sugerindo que até aquele momento o líder da tropa de jogadores não vinha exercendo seu papel a contento. Nesta composição, ressalte-se o uniforme diferenciado do “comandante” em relação ao “comandado” e o fato do primeiro ter um rosto, uma imagem, enquanto o segundo é representado apenas pelo número “29” e pelo nome de “Janko”, sem que se revele sua face.

As demais imagens continuam a trazer para o leitor representações de jogadores encarnados nas figuras dos guerreiros. Na Figura 168 temos o êxtase total do futebol na celebração do jogador Hulk por mais um gol marcado. O guerreiro, de joelhos, comemora o fato de estar próximo de conquistar mais um campeonato. Enquanto a Figura 169 caracterizam os jogadores como verdadeiros heróis. O grito, a boca aberta, reforça essa marca daquele que está em busca da vitória a qualquer custo, até mesmo com sacrifícios físicos. Nesse aspecto é importante observar o que sugere Ronaldo Helal ao comparar os “ídolos” do esporte a os “ídolos” de outras áreas:

De saída, uma diferença básica entre ídolos do esporte e ídolos de outros universos, como música e dramaturgia, se mostra reveladora. Enquanto os primeiros frequentemente possuem características que os transformam em heróis, os do outro universo raramente possuem estas qualidades. A explicação para este fato reside no aspecto agonístico, de luta, que permeia o universo do esporte. O “sucesso” de um atleta depende do “fracasso” do seu oponente. É uma competição que ocorre dentro do próprio universo do espetáculo. Ambos, ídolos do esporte e ídolos da música, se transformam em celebridades, porém, só os ídolos do esporte são considerados “heróis”. (HELAL, 1998, p.146)

É necessário ressaltar que a figuração destas imagens arquetípicas não quer dizer que estamos lidando com um sistema fechado de interpretação e significação tanto por parte de leitores como da publicação. Isso porque a própria evolução da sociedade pode sugerir mudanças na conceituação dos arquétipos a partir da transformação de valores e conceitos. Há também o contexto da emissão, como o da imagem seguinte:



Figura 170. Detalhe da capa do Jornal de Notícias

A manchete dá conta do aparecimento de doador de medula óssea para o filho do jogador Carlos Martins. A história ganhou destaque nacional durante a primeira quinzena do mês de maio de 2012 em Portugal e, poucos dias após sua divulgação, foi encontrado um doador compatível residente nos Estados Unidos. A imagem de pai e filho em gesto de carinho transforma a imagem de Carlos de guerreiro a “Grande-Pai”.

Sabe-se que “o Grande-Pai traz as ideias de ordem, dever, responsabilidade, comando, sabedoria, tem que proteger a família, dar-lhe segurança e alimento. É também o sancionador das atitudes dos filhos. Tem sua expressão máxima na figura de Deus...”. (MAZUCCHI-SAES, 2003, p.10)

Ambas as representações, de Grande-Pai ou de Guerreiro, carregam consigo representações profundas que vão remeter a valores como segurança, conhecimento, reconhecimento, proteção, entre outros, características que estão ligadas, nesse contexto, ao universo masculino. A repetição destes esquemas narrativos, a reiteração das imagens e destaque dado a esses valores, pode resultar na materialização destes sentidos para os leitores que consomem essas construções como se fossem mensagens inteiramente novas.

Remetendo constantemente a esses arquétipos o jornal constrói o imaginário de seus leitores e utiliza o jogo de futebol e seus personagens como contraponto ao ambiente trágico. Se, por um lado, temos a melancolia instaurada no contexto ocidental, por outro, a efervescência dos jogadores tensiona e dialoga diretamente com ela.

#### 4.5 - A isenção cromática pretendida pelo JN

Ao adotar o sistema de arquétipos com maior frequência em suas capas o *JN* passa a utilizar as cores com menor intensidade e menor variação que o *SN*. Enquanto a publicação brasileira se preocupa em relacionar o noticiário esportivo com as cores das equipes sempre que elas figuram em suas manchetes principais, o *JN* adota um sistema de se manter fiel à sua economia de cores, sempre trazendo o esporte associado à cor laranja, raramente provocando alguma alteração.

A opção pela cor laranja pode ser explicada com a intenção de não se vincular a nenhuma das principais equipes de futebol portuguesas, evitando, desta forma, distorções de leitura em suas capas. As principais agremiações esportivas daquele país são: o Benfica, que carrega a cor vermelha; o F.C. Porto, da cidade-sede do *SN* e caracterizado pelo uniforme azul e branco, sendo a primeira cor mais utilizada para identifica-lo; o Sporting Clube Portugal, de cor verde e branca; e o S.C. Braga, caracterizado pelas cores vermelho e branco.



Figura 171. Escudo e uniforme principal do F.C. Porto e do Sporting Braga



Figura 172. Escudo e uniformes do Sporting Portugal e do Benfica

Essas equipes ocuparam as quatro primeiras posições do campeonato Português de 2011/2012, que sagrou o F.C. Porto como campeão. Especialmente durante as últimas rodadas, onde o assunto passa a figurar com mais intensidade na capa, o jornal manteve sua proposta cromática sem ilustrar as notícias com as cores da equipe, como podemos observar nas seguintes imagens:



Figura 173 - Manchete anunciando a vitória do F.C. Porto em 4.5.2012



Figura 174. - Manchete do dia 10.4.12 e detalhe da capa de 4.4.12

Independente da equipe que figura no noticiário a cor padrão é mantida, atuando diretamente na economia de sinais proposta pelo jornal ao sistematizar e hierarquizar a informação em sua capa. Somado ao *layout* da página nessa hierarquização, o jornal mantém uma organização constante de sua capa, independente do contexto que envolva as notícias, pois “no desenvolvimento do desenho de uma página, o grafismo é um dos elementos indispensáveis de apoio ao texto” (SILVA, 2006, p.75):

De repente, a cor. Esta, mais envolvendo, atuando de forma persuasiva e atraindo para s todo o centro da percepção planejada. Mas não é apenas só isso. Há contornos, fios grossos e finos, quadrados, retângulos, a própria linha. Um ponto. Este, o elemento catalisador do movimento ótico, o princípio e o fim dos ditames visuais mais importantes a serem traçados na página (SILVA, 2006, p.74)

GUIMARÃES também destaca a importância da cor nesse processo: “...a cor contribui na formação da informação e, muitas vezes, é ela que organiza ou

contextualiza o conjunto ou cria a predisposição do leitor para receber aquele exato conteúdo”. (GUIMARÃES, 2002, p.130)

Ao organizar hierarquicamente a informação visual em sua página<sup>82</sup>, o *JN* procura manter a padronização gráfica independente se a manchete é de uma vitória ou derrota, organizando a informação de maneira uniforme tal como seu projeto gráfico.

No caso do design de uma publicação, a definição do projeto gráfico tem como base o projeto editorial, que explicita as diretrizes de um periódico, evidenciando os princípios de produção do material jornalístico. Contemplando tópicos também presentes no briefing, ele abrange o objetivo da publicação, seu público-alvo, a política editorial, o modo de abordagem/linguagem, as editorias, as estratégias de distribuição, entre outros aspectos. Normalmente os leitores não têm acesso a esse projeto através de um documento que o estabeleceu, mas, de maneira indireta, este é perceptível através da forma como a publicação se estrutura, escolhe e aborda os temas sobre os quais trata. (GRUSZYNSKI, 2011, p.3)

A autora acrescenta ainda que o planejamento de comunicação gráfica tem, num primeiro momento, a missão de “gerar nos vários leitores uma expectativa comum diante de um objeto gráfico”, mas não descarta que esse mesmo planejamento possa “gerar uma pluralidade de leituras em função das disposições individuais de leitores que vêm de situações culturais e sociais diferenciadas” (GRUSZYNSKI, 2007, p.130). Partindo desta perspectiva, podemos inferir que a intenção primeira da publicação é garantir que a expectativa do leitor seja mantida independente da equipe que figurar em destaque. O *JN* mantém-se, pelo menos de forma aparente, agindo conforme sua proposta editorial. Ao utilizar a mesma informação cromática para as equipes leva uma mensagem de “objetividade” para seus leitores, sem o risco de trazer distorções na cor-informação<sup>83</sup>.

---

<sup>82</sup> Discorreremos com mais profundidade acerca do *design* da capa no Capítulo 4.

<sup>83</sup> Analisando a utilização da cor laranja por um outro viés, associando-a à psicodinâmica das cores, FARINA (1975) atribui à essa coloração os seguintes sensações afetivas: “força, luminosidade, dureza, euforia, energia, alegria, advertência, tentação” (FARINA, 1975, p.75). Apesar desta não ser a principal corrente teórica com a qual tratamos da produção de sentido das cores na capa dos jornais, é interessante notar a associação à euforia, alegria e força para a cor, conceitos também ligados normalmente ao mundo futebolístico.

## 5 – Erotismo: a efervescência do leitor na capa

A presença do erotismo na mídia, em especial em capas, é uma prática comum do jornalismo há décadas. Pesquisas históricas nos mostram que no Brasil a primeira publicação a abordar o erotismo de forma totalmente aberta foi a *Rio Nu*, “repleto de piadas maliciosas, canções e poemas de duplo sentido, o jornal foi fundado em 1900 e durou até 1916, circulando na capital da República” (PRIORE, 2011, p.133). Apesar do apontamento histórico feito pela autora datar de 1900, pesquisa na Hemeroteca Digital Brasileira nos aponta que a primeira edição circulou em 21 de maio de 1898<sup>84</sup>.

O jornal contava com a participação maciça de leitores que enviavam causos à publicação, apimentando seus textos e levando à efervescência ao reunir toda a pornografia do início do século XX. Os contos eram escritos em linguagem “ultra livre”, aproximando a publicação do cotidiano do leitor que via ali o espaço para tratar abertamente de sexo das mais diversas formas: seja daqueles praticados nas zonas de prostituição do Rio de Janeiro a dicas de remédios de combate à gonorreia e sífilis, doenças venéreas comuns àquela época, especialmente pela falta do uso de preservativos nas relações sexuais. O conteúdo editorial do jornal, pautado principalmente nas historietas enviadas pelos próprios leitores, charges e piadas, de forma livre e pronta para escancarar até os mínimos detalhes que ocorrem entre quatro paredes o que, de certa forma, também poderia ser considerado um tabu para o início dos anos 1900.

O *Rio Nu*, especialmente em algumas de suas capas, nos revelam também que para além da sexualidade exacerbada em seu conteúdo, as ilustrações trazem uma abordagem da mulher e do corpo feminino de forma próxima ao que encontramos hoje em publicações populares, como podemos observar nas Figuras 99 a 102, extraídas do acervo da Biblioteca Nacional no Rio de Janeiro:

---

<sup>84</sup> <http://hemerotecadigital.bn.br/o-rio-nu/706736> - acesso em 29 de janeiro de 2013 às 9hs.



Figura 175 - Rio Nu, Edição 1.144 de 30.06.1909

Figura 176 - Rio Nu, Edição 1290 de 26.11.1910

Fonte: Biblioteca Nacional



Figura 177 - Rio Nu, Edição 1.364 de 16.08.1911

Figura 178 - Rio Nu, Edição 1290 de 09.04.1913

Fonte: Biblioteca Nacional

As imagens exaltam o corpo feminino. As mulheres se oferecem para os leitores, mostram seus seios, preparam-se para serem consumidas avidamente pelos leitores/produtores do jornal. Apesar da alta conotação sexual, o erotismo se faz presente na sugestão, na pose, nas mãos por detrás da cabeça; na mão que tapa parcialmente a boca, no esconder do órgão sexual feminino. Tem-se a efervescência, o gozo, a euforia do sexo sendo ofertado ao leitor de forma “descarada” e pronta a ser consumida. O erotismo de *Rio Nu* vai abrir caminho para o erotismo nas capas dos

jornais brasileiros até que ele possa ser integrado à composição da tríade temática e ser cotejado com tragédias e com os esportes. As efervescências, as euforias se encontram e, juntas, produzem sentidos de mundo para o leitor, trazem um “mundo possível” (FARRÉ, 2004).

A palavra erotismo deriva do nome do deus Eros<sup>85</sup> um deus primordial<sup>86</sup>, que é tido como o Cupido, o deus do amor, descrito como belo e irresistível, com características extremamente eróticas. Platão, no *Banquete*, descreve o nascimento de Eros da seguinte forma:

Quando nasceu Afrodite, banqueteavam-se os deuses, e entre os demais se encontrava também o filho de Prudência, Recurso. Depois que acabaram de jantar, veio para esmolar do festim a Pobreza, e ficou pela porta. Ora, Recurso, embriagado com o néctar - pois vinho ainda não havia - penetrou o jardim de Zeus e, pesado, adormeceu. Pobreza então, tramando em sua falta de recurso engendrar um filho de Recurso, deita-se ao seu lado e pronto concebe o Eros. Eis por que ficou companheiro e servo de Afrodite o Eros, gerado em seu natalício, ao mesmo tempo em que por natureza amante do belo, porque também Afrodite é bela. (PLATÃO, 2003, 36)<sup>87</sup>

Há uma ligação do erotismo com o trágico, com a morte, com Tânetos. Essa aproximação, sob a perspectiva de Bataille, se dá porque tanto o sexo quanto a morte são considerados uma transgressão. A morte é a transgressão da vida, é o fim inevitável, que colocará um encerramento definitivo em toda a batalha pela sobrevivência e dá a consciência de que a vida (considerada um prazer) é passageira ofertando ao homem o entendimento de sua descontinuidade.

O sexo, assim como a morte, oferece um prazer curto, e é a transgressão de um ser para com o outro: no ato sexual invade-se o outro ser, transgrede-se a individualidade do parceiro em busca de alguns minutos de prazer intenso provocado pelo orgasmo. Assim, “sexualidade e morte são apenas os movimentos intensos de uma festa que a natureza celebra com a multidão inesgotável dos seres, uma e outra, tendo

---

<sup>85</sup> Há divergências sobre a origem de Eros. Algumas traduções o colocam como filho de Caos, que seria o mais velho dos deuses. Já outras versões afirmam que Eros seria irmão de Caos, porém, considerado como um deus mais aprimorado.

<sup>86</sup> Além de Eros, figuram como deuses primordiais: Ananke, Caos, Chronos, Érebo, Éter, Euríbia, Eurínome, Fanes, Gaia, Hemera, Nesoi, Nix, Ofíon, Óreas, Physis, Ponto, Tálassa, Tártaro e Urano. (BULFANELI, 2016)

<sup>87</sup> Diz ainda, na mitologia, que Eros casa-se com Psiquê com a condição de que esta jamais olhasse para seu rosto. Certa noite, incentivada pelas irmãs, Psiquê observa o rosto de Eros com a luz de uma vela. Ao cair uma gota de cera no peito do marido, este acorda e, irritado com a traição da esposa, a abandona. Transtornada, Psiquê sai vagando pelo mundo até à morte.

sentido do desperdício ilimitado que a natureza executa contra o desejo de durar que é próprio de cada ser” (BATAILLE, 1987, p.41).

Eros e Tânatos caminham lado a lado na cultura e na memória coletiva há séculos e na Idade Média se percebe momentos de reflexão sobre o assunto, especialmente naquilo que ARIÈS vai chamar de “erotismo macabro” ou “erotismo mórbido”, para quem “a Morte não se contenta em tocar discretamente o vivo, como nas danças macabras, ela o viola” (ARIÈS, 2012, p.141). É o que o autor aponta ao observar a representação dos quatro cavaleiros do Apocalipse de Dürer:



**Figura 179 - Galeria Uffizi – Firenze. *Os quatro cavaleiros do Apocalipse, 1498. Dürer*  
Fonte: ARIÈS, 2012, p.141**

Mesmo com a magreza esquelética dos cavalos dos cavaleiros do Apocalipse, o órgão genital do animal foi mantido intacto, promovendo a erotização da figura que, ao que pese, teria o trágico como seu principal tema.

Nesse mesmo percurso que traça um caminho comum entre morte e erotismo, inspirados em Freud, encontram-se Herbert Marcuse e Mario Perniola. Para o primeiro, “Eros atuará, em última análise, a serviço do instinto de morte, e a vida será apenas, realmente, um longo desvio no rumo da morte? Mas as provas são suficientemente sólidas, e o desvio é suficientemente longo para justificar a suposição oposta. Eros é definido como a grande força unificadora que preserva a vida toda. A relação básica entre Eros e Tânatos mantém-se obscura” (MARCUSE, 1975, p.45).

Já para o italiano Mário Perniola a morte é representada pela figura do vampiro, um ser intermediário entre vida e morte, buscando no Romantismo a explicação para a atração erótico-sexual para essa figura que está no meio do caminho entre um e outro estado: “Há, por exemplo, no Romantismo uma tendência que, unindo a ideia de beleza com a de morte, gera uma profunda paixão pelo que está murcho, doentio, pútrido: daí nasce a ideia da beleza medusina, representada no esplêndido rosto de Medusa, cercado de víboras, morcegos, sapos, vermes e outras formas de vida repelentes” (PERNIOLA, 2005, p.93). A representação da Medusa pode ser entendida como a imagem dessa fusão entre aquilo que é considerado erótico e, ao mesmo tempo, o afastamento, a cisão provocada pela morte.

Dividindo o espaço da capa temos o trágico e a presença de figuras excessivamente erotizadas, sensuais e, não raro, em posições extremamente sexuais, como se se oferecessem à conjunção carnal com os leitores. Estamos diante de um quadro onde a descontinuidade do ser – morte, tragédias, violência – e a proposta de uma continuidade – pelo sexo – passam a compor o quadro de referência nas capas dos jornais populares. Essas representações são facilmente identificadas em várias oportunidades tanto no *SN* como no *JN* na composição das capas, como podemos observar nas duas figuras a seguir:



Figura 180 - Jornal de Notícias 29.06.2011

Figura 181 - Super Notícias 10.11.2012

As tragédias estão em manchetes como “*Morreu o ídolo da geração morangos*” e “*Assassinou a empregada de limpeza após discussão*” (JN), e em “*Mulher mata a faxineira por ciúme*” e “*Perseguição termina em tragédia*” (SN); o noticiário esportivo traz informações sobre equipes de futebol do F.C. Porto, Benfica e Braga (JN) enquanto o SN nos traz notícia sobre a reforma do estádio Mineirão e das equipes do Atlético e Cruzeiro; já o erotismo estampa-se com as imagens de Madonna trajando lingerie no canto direito superior da página do jornal português e das irmãs Selma e Jaqueline, também vestindo lingeries no canto inferior direito da publicação brasileira.

Os corpos das mulheres, obviamente erotizados, parecem se oferecer aos leitores. A exposição do seminu de curvas perfeitas, de pele sem irregularidades, transmite a sensação de que no mundo da sensualidade midiaticizada, as mulheres são perfeitas e prontas, o tempo todo, para saciar o desejo do leitor. O corpo passa a integrar o que Vattimo chama de “o mundo das mercadorias das imagens, o mundo fantasmagórico dos *mass media*” (VATTIMO, 1992, p.14 *apud* MARTINS, 2011, p.215). O erotismo, a sensualidade e a beleza são excitantes e ao mesmo tempo, fantasmagóricas.

Ao analisar o jornalismo popular brasileiro, Flávia Silva Miranda (2009) destaca a presença das personalidades nas capas com conteúdos relacionados às amenidades da vida dessas pessoas, destacando que “as personagens conseguem chamar a atenção em função do recurso utilizado e parecem ser dotadas de certa autonomia ou, em outros casos, de certo grau de supremacia em relação aos acontecimentos reunidos naquele espaço” (MIRANDA, 2009, p.83). Para além da análise contextual da presença dessas personagens na capa do jornalismo popular, temos a exploração de seus corpos que suplantam, muitas vezes, o “motivo” pelo qual estão na capa: seja por fatos recentes envolvendo seus nomes, como posar para a revista *Playboy* ou por dar alguma opinião polêmica sobre um assunto do momento. Esse conteúdo, muitas das vezes, parece ser apenas um ponto de fuga utilizado para justificar o erotismo estampado na capa.

A representação dos corpos dessa forma, prontos a serem consumidos, é criação da mídia, onde a excitação e a efervescência, sensações análogas às sentidas diante da morte, são ofertadas aos leitores numa profusão de notícias que promovem o encontro de Eros e Tântatos com o simples passar dos olhos pela página. O corpo excitado é também o corpo inanimado.

A imagem de um corpo exorbitante combina, paradoxalmente, com a imagem de um corpo inanimado. A imagem de um corpo exorbitante e eufórico, excitado e excitante, a imagem de um corpo espetacular, em que não apenas consumimos a vida, mas também a consumamos, é paradoxalmente a metáfora de um corpo inanimado, um corpo sem alma, anestesiado, narcotizado, corpo congelado a viver um sono profundo. (MARTINS, 2011, p.215)

O corpo exorbitante, espetacular, para Marcuse, promove a transformação que vai para além da lógica do sexo, da conjunção carnal, e transforma a sexualidade em erotismo puro:

O organismo, em sua totalidade, torna-se o *substratum* da sexualidade, enquanto, ao mesmo tempo, o objetivo do instinto deixa de ser absorvido por uma função especializada, ou seja, a de “pôr os órgãos genitais do indivíduo em contato com os de alguém do sexo oposto”. Assim ampliados, o campo de ação e o objetivo do instinto convertem-se na vida do próprio organismo. Por sua lógica intrínseca, esse processo sugere, quase naturalmente, a transformação conceptual da sexualidade em Eros. (MARCUSE, 1975, p.178-179)

Os corpos de Madonna e das irmãs Selma e Jaqueline, da mesma forma, são consumidos pelos leitores não só no ato da compra dos exemplares, mas também em seus imaginários tanto sexual como eroticamente. Essa posse vicária de um objeto de desejo sexual deixa de ter a conotação do sexo como ato a ser praticado para ter, no erotismo das imagens, o sexo consumado no pensamento dos leitores, seja pela boca aberta próxima ao microfone da cantora inglesa e que sugere o sexo oral, seja pelo imaginário masculino de manter relações sexuais com duas mulheres ao mesmo tempo. É a efervescência do leitor diante do noticiário se manifestando, num misto de violência e morte com a exacerbação da sexualidade e do erotismo, o que potencializa o ambiente “trágico” considerado a marca da contemporaneidade:

Embora pareça uma grande banalidade, convém dizer que o que chamamos de trágico é um misto onde a vida diária se consolida, um vaivém de brilhos e tristezas, de efervescências e dores, cujo objetivo consiste em lembrar que nossa vida consciente ou afetiva é regulada pelo limite. A felicidade dos bens e dos sentidos é breve, seu preço é alto e, uma vez conseguida, pesa com toda gravidade, inscrevendo-se na repetição e evocando a sua ultrapassagem. Toda a melancolia gerada por essa tensão encontra-se resumidamente na palavra trágico. (MAFFESOLI, 2003, p.97)

Na capa, sexo e tragédia, orgasmo (que é equiparado a uma pequena morte) e morte, duas formas de transgressões da vida cotidiana marcadas igualmente pela brevidade, passam a se encontrar e fazer parte da vida dos leitores dos jornais populares. Essa profusão de sensações, de aproximações aparentemente antagônicas, seria vista

com total naturalidade por Marquês de Sade, onde as perversões e dor, sexo e sangue, se misturam num horizonte de excessos, num “império dos sentidos, isto é, a busca infinita de sensações sexuais sempre novas” (PERNIOLA, 2005, p.43), o que nos remete, novamente, a outra figura conhecida e cultuada por seus excessos: o deus grego Dionísio, representante da exacerbação, da transgressão e, sobretudo, da presença da sexualidade e do erotismo enraizadas desde as primeiras peças teatrais gregas e nas festas em sua homenagem. Esse cenário reforça ainda mais a ligação entre Eros e Tânatos, sexo e morte, orgasmo e a transgressão.

### **5.1 – A presença de Dionísio**

O mito de Dionísio traduz a presença simultânea do sagrado e do profano, especialmente se voltarmos o olhar para a história de sua criação. Fruto da infidelidade do deus grego Zeus em suas traições à esposa Hera, Dionísio nasceu, morreu e renasceu. Seu primeiro nascimento, ainda como Zagreu (que pode ser traduzido como Caçador) é assim descrito por Brandão:

Talvez o deus designe uma divindade, que, por força de analogias de seu culto com Dioniso, com este tenha se confundido, em época difícil de se precisar. Parece que no século VI a.C. Zagreu já aparece em fragmentos de peças de Ésquilo, que “o faz o equivalente de Hades ou Plutão, ou mesmo seu filho, mas Eurípidés e menciona entre as divindades cultuadas por confrarias religiosas que ele supõe terem existido desde a época de Minos e cujos membros formam o coro de sua tragédia. (...) Fundidos os dois, os órficos não de fazer de Zagreu o primeiro Dioniso. (BRANDÃO, 1997, p.114-115)

Nesse primeiro nascimento seria filho de Zeus com a deusa Perséfone. Enciumada, a deusa Hera teria ordenado aos titãs que devorassem Dionísio. Há muitas variações na mitologia sobre o que haveria ocorrido após sua morte: numa delas, é narrado que a deusa Pálas-Atena teria salvado o coração de Zagreu-Dionísio ainda palpitante e ofertado a Sêmele, que o engoliu e tornou-se grávida do segundo Dionísio; outra versão afirma que foi Zeus quem devorou o coração de Dionísio antes de se deitar com Sêmele. Hera, a enciumada esposa de Zeus, ao descobrir mais uma traição do belo e amado marido, maquina uma vingança cruel contra Sêmele, como relata Brandão:

Transformando-se na ama da princesa tebana, aconselhou a pedir ao amante que se apresentasse em todo seu esplendor. O deus advertiu a Sêmele que semelhante pedido lhe seria funesto, mas, como havia jurado pelo rio Estíge jamais contrariar lhe os desejos, apresentou-se lhes com seus raios e trovões. O palácio da princesa incendiou-se e esta morreu carbonizada. Sêmele se esqueceu que um mortal somente pode contemplar um deus com forma hierofânica e não epifânica. Na realidade, a princesa tebana não atentou para o mana de um deus. Zeus recolheu do ventre da amante o fruto inacabado de seus amores e colocou-o em sua coxa, até que se completasse a gestação normal. Nascido o filho, Zeus confiou-o aos cuidados das Ninfas e dos Sátiros do monte Nisa. Lá, em sombria gruta, cercado de frondosa vegetação, e em cujas paredes se entrelaçavam galhos de viçosas vides, donde pendiam maduros cachos de uva, vivia feliz o filho de Sêmele. Certa vez, Dioniso colheu alguns desses cachos, espremeu-lhes as frutinhas em taças de ouro e bebeu o suco em companhia de sua corte. Todos ficaram então conhecendo o novo néctar: o vinho acabava de nascer. Bebendo-o repetidas vezes, Sátiros, Ninfas e Dioniso começaram a dançar vertiginosamente, ao som de címbalos. Embriagados do delírio báquico, todos caíram por terra semidesfalecidos. (BRANDÃO, 1985, p.10)

O autor acrescenta ainda que as narrativas colocam Dionísio como um deus ao mesmo tempo sagrado, pois é filho de Zeus, e profano, por vir de uma mortal e ser ele o responsável pela “descoberta” do suco da uva transformado em vinho. Na psicologia junguiana o mito celebra o domínio do homem sobre seu próprio corpo e sobre seu destino e, ainda, reforça a submissão do feminino perante o masculino: mesmo com as tentativas de Hera de dar fim às traições do marido, este persiste e ainda gera belos filhos sem a participação de sua esposa.

A partir de sua história é atribuída a Dionísio a origem da tragédia grega. É esse o deus central dos escritos de Maffesoli e Nietzsche acerca da tragédia, que ainda afirma serem os textos trágicos da Grécia Antiga nascidos para narrar às desventuras da vida dionisíaca. Por outro lado, as festas em sua homenagem eram marcadas pelo consumo excessivo do vinho – o néctar dionisíaco – e pela indisciplina sexual de seus participantes em verdadeiras orgias. Para JUNG, “aquele que participa do culto a Dionísio volta-se para a origem das coisas, para o ‘nascimento tempestuoso’ do deus arrancado do útero da Mãe Terra” (JUNG, 1964, p.143). Já Nietzsche destaca:

Em todos os pontos do mundo antigo – para aqui deixar de lado o mundo novo -, de Roma a Babilônia, temos comprovações da existência de festas dionisíacas, cujo tipo de compara ao tipo grego, no melhor dos casos, como o sátiro barbudo, a quem o bode emprestou nome e atributos, se coteja ao próprio Dionísio. Na maioria dos lugares se situava, como nestas festas, uma desenfreada indisciplina sexual, cujas ondas passavam por cima de todo sentimento de família e de suas leis veneráveis. (NIETZSCHE, 2005, p.32).

Ao passar por cima das leis veneráveis nos momentos de orgia no culto a Dionísio, não está o homem também cometendo uma transgressão? Seria, então, o sexo

um momento de transgressão assim como nos coloca Georges Bataille, Herbert Marcuse e, ainda que sob outra perspectiva, Mario Perniola? Não está em jogo, nesse momento, todo o erotismo de Eros a partir do momento em que o sexo é tido como livre e sem pudores?

Considerando uma resposta positiva para todos estes questionamentos, temos que o dionisiaco passa a também fazer parte do regime da vida ordinária, cotidiana, dos leitores dos jornais populares, como bem observa Michel Maffesoli: “Podemos nos perguntar – em todo caso é uma linha de reflexão que não deveríamos negligenciar nem tampouco negar – se o dionisiaco não é, justamente, a força natural posta em prática, hoje em dia, em todas as nossas sociedades”. (MAFFESOLI, 2003, p.49)

Os corpos seminus, a sugestão sexual assegurada nas imagens fotográficas das capas dos jornais populares parece demonstrar ser a constatação de Maffesoli válida para a sociedade contemporânea ocidental, como podemos observar nos exemplos abaixo:



Figura 182. Detalhes do Super Notícias de 12.01.13 e 19.01.13



Figura 183. Detalhes do JN de 19.12.12 e 17.11.12

Corpos prontos para o desfrute e o deleite dos leitores. As figuras do SN são ousadas: expõem-se de calcinha, sutiã e espartilho, oferecem-se aos leitores, convidam-no a participar de uma orgia, da liberdade sexual desenfreada, chamam-no para a liberdade total, para que, assim como Zeus, possam trair suas esposas. Mais que isso:

olhando-os nos olhos, cara a cara, parecem desejar-lo da mesma forma que os olhos do leitor mais ávido as desejariam. No *JN*, o olho-no-olho persiste, mas a sugestão sexual é menos agressiva que a do jornal brasileiro. Porém, roupas coladas ao corpo, a sugestão do belo corpo a ser explorado pelo leitor, a chance de produzir pensamentos sexuais com as imagens, o *sex appeal* também ocorre e, curiosamente, dividindo o espaço com o valor do prêmio da loteria portuguesa “*Jackpot*”, como se sugerissem ao leitor que, ganhando os milhões de euros em jogo, seria possível alcançar essa “pulsão sexual” sugerida pelas imagens. “É a figura emblemática de Dionísio que se impõe. Retomo assim uma ideia já antiga, “a sombra de Dionísio” se propaga em nossas megalópoles. Daí a importância do festivo, a potência da natureza e do entorno, o jogo das aparências, o retorno cíclico acentuando o destino, coisas que fazem da existência uma sucessão de instantes eternos”. (MAFFESOLI, 2003, p.12)

Erotismo e morte se encontram nas capas do jornal e liberariam para o leitor uma energia psíquica, “libera o gozo da pulsão de morte do limite imposto pelos investimentos parciais efetuados pelas pulsões de vida”. (KEHL, 2012, p.20).

Aí reside a lição do mito dionisíaco que permanece, até hoje, presente no imaginário: a de viver a vida intensamente, sob o regime de aproveitar o instante ao máximo porque nunca se sabe quando chega o fim: “É exatamente esta a lição do mito dionisíaco: sob suas diversas formas, o *carpe diem*”. (MAFFESOLI, 2003, p.49)

Cabe então a esse deus do amor e dos excessos nos cooptar para seu mundo. O erotismo, a sexualidade, o oferecer-se ao leitor cotejado com a finitude da vida e a presença do trágico, parece empurrar o leitor a desfrutar do *kairós* grego, captando e não deixando escapar as diversas oportunidades ofertadas pela vida. Dentre elas, a de se consumir os corpos de modelos, de belas mulheres e homens, que podem ser levados para casa e guardados dentro da gaveta da escrivaninha ou simplesmente descartados no lixo para ser substituído no dia seguinte, numa espécie de fetiche onde é possível consumir insaciavelmente corpos diferentes todos os dias.

Nessa vida cíclica do eterno retorno do mesmo ficamos diante de uma “eternidade” efêmera, que se esvai no mesmo instante em que é consumida. E o erotismo, os corpos expostos às capas dos jornais populares, nos leva a um culto ao corpo, à busca da forma perfeita, sem celulites, rugas, varizes ou qualquer outra imperfeição facilmente corrigida por softwares gráficos nas redações desses jornais. Temos um culto ao corpo que durante a história da sexualidade no ocidente, viu suas formas de “perfeição” ser alteradas ao longo dos séculos, até que se chegasse ao corpo

plástico, moldado minuciosamente à mão por cirurgiões em mesas de clínicas e hospitais.

## 5.2 – Culto ao corpo e a sexualidade na capa

O culto ao corpo, a busca incessante pelas formas consideradas esteticamente perfeitas é reforçada pela presença dos belos corpos de homens e mulheres no jornalismo popular. Os jornais parecem adotar o discurso televisivo de que o corpo desejado deve ser sempre aquele cujas formas são perfeitas e as imperfeições não existem.

Esse imaginário é reforçado ainda mais pelas revistas voltadas especialmente ao público masculino, tal como a *Playboy e Sexy* dentre tantas outras do segmento. Nessas publicações, seja em suas capas ou em páginas internas, exibem-se apenas corpos “perfeitos” criados pelos softwares gráficos. Por serem publicações com anos de história, as mulheres e “coelhinhos” que desfilam em suas páginas são tidas como o ideal de beleza para o consumo: para os homens conquistar uma “gata” com físico e formas perfeitas é motivo para se gabar diante dos outros, quase como um símbolo máximo de sua masculinidade; para as mulheres, malhar horas em academias, regular a alimentação e procurar formas perfeitas são sinônimos de sucesso entre os homens, garantindo total e plena satisfação na procura por seu “príncipe encantado”.



Figura 184. Playboy, Dezembro/2012 e Janeiro/2013; Revista Sexy, Dezembro/2012 e Janeiro/2013  
Fonte: Revista Playboy e Revista Sexy

O imaginário é trabalhado e reforçado por essas publicações eróticas, seja pela oferta de fetiches, como a “virgem” Catarina ou o ménage ofertado por duas ou três mulheres na capa, ou pela oferta de sexo com uma personagem famosa que é a “rainha de bateria do Salgueiro” e, portanto, sinônimo de “mulher gostosa” e de requebrado. O mesmo ocorre com a figura masculina nos jornais populares, que vendem o corpo do

homem sarado, malhado e bonito, um verdadeiro “deus grego” na acepção popular da expressão.



Figura 185. Super Notícia, 22.03.2012  
Fonte: Super Notícia

O homem “bonitão” vende também um ideal de corpo e consumo para os leitores e, na imagem do Mister Brasil 2011, construindo o imaginário do corpo perfeito como aquele que é atlético, musculoso e com capacidade de satisfazer plenamente quem quer que o cobice. Na imagem anterior verifica-se perfeitamente o cotejamento entre Eros e Tânatos, entre o trágico e a sexualidade. Os corpos de Lucas Malvacini e Nicole Bahls cercam a manchete principal da edição: “*Tenta matar a ex-namorada e a mãe dela*”.

Tanto é assim, que tradicionalmente a cultura do prazer corre junto com a consciência trágica do destino. Ademais, podemos dizer que a teatralidade cotidiana a busca do supérfluo, inclusive do frívolo, certamente a importância dada ao *carpe diem*, sem esquecer o culto ao corpo sob suas diversas modulações, tudo isso é a expressão de tal consciência trágica. (MAFFESOLI, 2003, p.25)

Mas nem sempre o ideal de corpo perfeito para mulheres e homens são estes que desfilam hoje no ambiente midiático. Mary Del Priore (2011) trata do assunto ao discutir a sexualidade e erotismo na história do Brasil e articula como o conceito de corpo ideal foi se transformando ao longo de cinco séculos especialmente pela influência da corte portuguesa. A autora utiliza de acervos históricos para demonstrar que anteriormente o corpo “sadio” era aquele rechonchudo e estar acima do peso era sinônimo de saúde e fartura. Em contraposição, a magreza era tida como falta de dinheiro e de saúde frágil, inspirando cuidados. Essa imagem da mulher frágil é reforçada ainda na literatura, onde as personagens femininas magras eram tratadas quase

como bonecas de porcelana que facilmente poderiam ficar “tísicas”. Vejamos como eram retratados os corpos no Brasil no século XIX:



**Figura 186. - RUGENDAS, Johann Moritz. COSTUMES DE RIO JANEIRO. Domínio Público**  
**Fonte: DEL PRIORE, 2011.**

A cena retrata um caso de adultério, onde a mulher, casada, tem a ajuda de uma alcoviteira para “pular a cerca” com outro homem. É possível verificar o corpo mais cheio, normalmente moldado à custa de roupas apertadíssimas vestidas com um sacrifício hercúleo pelas mulheres. Mas o ideal de corpo, ainda ali, é o de sinônimo de prosperidade trazida pelos quilos a mais. É o que verificamos também ao observarmos o acervo das mais de mil edições de *Rio Nu* arquivadas na hemeroteca digital da Biblioteca Nacional:

PEIXÃO!...



Ante esta carne de beleza rara  
 Sinto invadir-me a febre dos desejos...  
 Impulsiva vontade a mim se aclara:  
 Cobril-a a toda inteira com meus beijos!...

E esta febre infernal todo me varia,  
 E me empolga, a catar doces ensejos  
 Para sentir a sensação tão cara  
 Tão cheia de volúpias e harpejos!...

Carne rija, sadia, estimulante...  
 Onde o gozo elevado se adivinha  
 Numa prova *soberba*, exuberante!...

Ante essa deusa a gente *apruma a linha*...  
 E exclama, entusiasmado e delirante:  
 - Magnífico peixão!... Nem tem espinha!...

**Figura 187 - Rio Nu. 30.01.1909**

O poema que acompanha a fotografia da mulher desnuda, com seios à mostra, destaca o quão erótico era considerado o “peixão” cheio de carne, considerada sadia, cheia de volúpias e “harpejos”. Em síntese: uma “deusa”. Porém, o paradigma do corpo perfeito evoluiu desde então.

A mudança de conceito se deu com a chegada da *lingerie*, o que permitiu mais liberdade para o movimento das mulheres. Estas começaram a praticar esportes e a cuidar da saúde. O corpo rechonchudo, símbolo da prosperidade burguesa, perde espaço para o corpo magro e malhado, próprio para vestir bem em calcinhas e sutiãs: “...o corpo feminino passa a ser o suporte de um erotismo constante” (PRIORE, 2011, p. 108). Temos que a linguagem corporal é marcadora de distinção social, ocupando esse pensamento posição fundamental em sua argumentação e construção teórica. A apresentação corporal, incluindo nesse rol o vestuário, maquiagens, artigos de beleza, higiene, entre outros, seria reveladora de estruturas do *habitus*.

O corpo é a mais irrecusável objetivação do gosto de classe, que manifesta de diversas maneiras. Em primeiro lugar, no que tem de mais natural em aparência, isto é, nas dimensões (volume, estatura, peso) e nas formas (redondas ou quadradas, rígidas e flexíveis, retas ou curvas, etc...) de sua conformação visível, mas que se expressa de mil maneiras toda uma relação com o corpo, isto é, toda uma maneira de tratar o corpo, de cuidá-lo, de nutri-lo, de mantê-lo, que é reveladora das disposições mais profundas do *habitus*. (BOURDIEU, 1988, p.108)

Nesta relação entre corpo e gosto de classe temos a preocupação em se adaptar aos novos padrões impostos pela sociedade, quase que uma obrigação ou um imperativo imposto para sobrevivência em comunidade. No âmbito da mídia o desenvolvimento tecnológico facilitou a impressão de fotografias e as mulheres *in natura* exibindo belos corpos passaram a ilustrar publicações destinadas ao *voyeurismo* do público masculino.

Porém, no jornalismo popular, os corpos não aparecem nus. Eles vêm vestidos, seja com o conjunto de *lingerie*, biquínis ou por roupas extremamente sensuais. As roupas são quase que um prenúncio para um belo corpo pronto para o consumo voraz de seus leitores. É implícita a promessa de que uma bela roupa esconda um belo corpo. Beleza e sexualidade se conectam e os corpos se transformam em roupas, uma das características do *sex appeal* do inorgânico.

A ideia de que nosso corpo é apenas a continuação e extensão da roupa que vestimos se deduz facilmente da observação do look contemporâneo. Deve-se a Walter Benjamin a conexão entre o *sex appeal* do inorgânico e a moda.

Porém, mais que à moda, noção agora obsoleta e antiquada, a experiência de uma sexualidade neutra e inorgânica convém ao look, entendido como uma cultura do corpo-roupa, completamente emancipada do conformismo da *haute couture* quanto do subjetivismo antimoda. De fato, no *look*, a experiência da roupa como corpo se prolonga, se estende e se radicaliza na do corpo como roupa: maquilagem, tatuagem, ginástica, *hair dressing*, dietética, aeróbica, *body building*, cirurgia plástica e engenharia genética consistem os passos seguintes de um caminho que conduz ao homem quase coisa. (PERNIOLA, 2005, p.61-62).

As roupas, que outrora cobriam os corpos de cima a baixo e excitavam os homens, passam hoje a se misturar com os corpos. Os leitores passam a ter um novo fetiche: o de possuir em suas mãos esse corpos. Aproximando o conceito para o âmbito das imagens dos corpos nas capas dos jornais populares, estamos diante de uma posse vicária, do ter e não-ter, a de possuir totalmente o objeto de desejo e, ao mesmo tempo, poder descartá-lo para ser trocado por outro objeto que estará na capa da edição do dia seguinte. O desejo insaciável pelo erotismo é a efervescência do leitor do jornal popular.

O conceito de efervescência é amplamente discutido por Michel Maffesoli em suas obras e ampliado para o âmbito da mídia por Martins (2011). A efervescência faz parte do vitalismo pulsante dos orgasmos sociais que têm em seu cotidiano momentos de tédio e momentos de efervescências. Na capa do jornalismo popular esse duelo é travado na leitura levando em consideração técnicas de diagramação que tensionam as manchetes e fotos assim que os olhos do leitor percorrem a capa.

Se por um lado o noticiário trágico dá conta de uma enormidade de insucessos, por outro, belos corpos excitam a sexualidade e o convidam para se excitar com aquela “prenda” fácil de conquistar.

Uma das principais bases teóricas que se solidifica no pensamento de Maffesoli é a sociologia de Durkheim, levando ao aparecimento do *divino social* de forma constante em suas análises, num politeísmo que se consolida nas mais diversas estruturas de socialidade, tecendo relações que escapam das individualizações mortíferas. Pautado na questão do divino social, Maffesoli estabelece a metáfora do orgasmo como “sublimação coletiva” (Maffesoli, 1985, p.23) de muitos “deuses e demônios”. Herdamos de Durkheim, ainda, a duas condições da vida em sociedade: a atuação da vida em sociedade que ultrapassa as pessoas e as colocam em situações de harmonia momentânea e, de forma simultânea, um paradoxo onde a própria harmonia é conflituosa.

O encontro de erotismo e sexualidade com o trágico nas primeiras páginas pode ser encarado como uma representação midiática desse conflito. Por um lado, os corpos

nus estão ali figurados, por outro, as tragédias retomam o sentimento de morte, de perda, da proximidade como fim. A harmonia e a tensão se revezam com a simples leitura de uma manchete ou de outra. Nesse contexto, a ética vigente é a “do instante”, extremamente voltada para o presente. “A presença da morte como ameaça ao élan vital é contornada e subvertida, na medida em que estimula e fortalece o mesmo vitalismo do dispêndio que se perde no presente, aproveita o tempo que passa”. (LIMA, 2005, p.16)

Par além do erotismo, conotação sexual é intensa na apresentação das musas de capa dessas publicações. Nesse aspecto, o jornalismo acentua o *pathos* como sentimento predominante, deixando o *logos* – razão direta da objetividade jornalística – em segundo plano<sup>88</sup>. Se desperta, desta forma, sentimentos dinâmicos, sobressaltos da alma, exacerbam a sensibilidade daqueles que consomem o noticiário. “Com terror, comoção e compaixão os *media* exacerbam a nossa sensibilidade, travestindo de uma euforia puxada à manivela a aventura humana” (MARTINS, 2011, p.125).

Sexualidade, erotismo e o trágico resgatam com força total a efervescência de emoções, despertam do cotidiano, agitam o noticiário pelo *pathos*, “ou seja, pela intensidade, pela euforia, pela excitação e pela efervescência a ponto de o jornalismo se estar a refundar como uma profissão quase irreconhecível”. (Idem, Ibid. p.126)

Tem-se, assim, uma hemorragia de sentidos propostos pelo jornal, onde a palavra de ordem não é mais o sentir, e sim o “já sentido”, como se tudo mais não fosse novidade. O trágico, a euforia ou a efervescência estão no domínio daquilo que já foi, resgatam sentimentos já sem novidade no leitor, uma vez que o instante eterniza-se, repete-se, coloca-se num mundo cíclico.

A vida ordinária se orientaliza? Conscientemente, talvez não; inconscientemente, com certeza. Precisamente porque só existe o momento vivido, como outros em um lugar determinado. Isso é o imanentismo. Uma vivência que passa pelo viés de imagens comungadas, de corpos exacerbados, da natureza que é reinvestida, coisas que podem resumir-se no “fenomenismo instintivo” da vida empírica. (MAFFESOLI, 2003, p.61)

Reforçando esse “já sentido”, essa crise de finalidade como é considerada essa situação por Lyotard, a “surpresa” já é esperada diariamente pelo leitor dos jornais populares. Texto e imagens os provocam, incitam a adentrar em seu mundo, em sua realidade, vendendo a posse vicária desses corpos que se oferecem para o “consumo” sexual de seus leitores.

---

<sup>88</sup> O mesmo ocorre com o noticiário esportivo, onde o *pathos* predomina em boa parte de sua produção para primeira página

### 5.3 – Apresentações fotográficas do erotismo

Se a figura de Dionísio jamais deixou de estar presente nas sociedades como afirma Maffesoli, e se Eros e Tântatos estão em concomitante tensão e cotejamentos nas capas dos jornais, a representação fotográfica dos corpos cultuados e da sugestão sexual participam desse processo de produção de sentido que envolve a leitura de capas de jornais. A presença do erotismo no jornalismo popular se dá de forma constante, repetindo-se diariamente sob as mais variadas formas: seja pela presença de celebridades do *show business* ou do mundo da moda, seja até mesmo na figura dos jogadores de futebol.

No âmbito do impresso, pesquisas apontam que as fotografias são pontos de entrada para os olhos quando se está diante de uma capa de jornal. Nesse sentido, *SN* e *JN* têm comportamentos ora diferenciados, ora semelhantes no tratamento do erotismo em suas primeiras páginas.

A publicação brasileira se pauta na repetição constante e incessante de corpos seminus em suas capas, sendo as fotografias de mulheres exibidas e maior proporção que de homens. Essas imagens ocupam tamanhos variados e posicionamentos na capa, mas é certo que, atendendo a todos os requisitos da tríade temática, dia após dia sempre haverá a presença dessas imagens em sua primeira página.

As fotografias atendem a tudo aquilo que é popularmente chamado de erótico: decotes, lingerie, posições que sugerem os personagens estarem prontos para o ato sexual, olhar direcionado para os olhos do leitor e, não raro, a presença de acessórios nas mãos ou mesmo em bocas ou pescoço. A provocação erótico/sexual se dá de forma intensa e constante, provocando no leitor aquilo que Freud caracteriza como “pulsão sexual”.

O termo é explicado como uma pulsão interna (endógena e psíquica) que ultrapassa o sentido primeiro de sexo, que seria o encontro do pênis com a vagina no coito. Na psicanálise a pulsão sexual é desenvolvida sem que haja um objeto pré-determinado pelos instintos animais, mas sim uma atração para que haja a satisfação ligada ao funcionamento de zonas corporais erógenas.

A psicanálise demonstra ainda a pulsão sexual também estreitamente ligada ao *Id* e a um conjunto de representações inconscientes e pré-conscientes assim como a fantasias que tentem a materializar essas representações. Freud considerava a pulsão

sexual – que daria origem à libido – um polo necessariamente presente no conflito entre *Id* e o *Ego*. Desta forma, cabe às pulsões sexuais buscar a satisfação por meio de fantasias, permanecendo por mais tempo sob o domínio do imaginário de prazer. É o que sugerem as “gatas da capa” apresentadas pelos jornais populares. Ao ofertar a possibilidade de “comprar” diariamente belos corpos em posições erótico-sexuais, o leitor tem a oportunidade de ativar suas pulsões sexuais, fantasiando as mais diversas situações de prazer com aquela imagem.

Vale lembrar que imagens fotográficas digitais são, para Vilém Flusser, “nulodimensionais”, formadas por inúmeros pontos e, portanto, distantes de representar o objeto real. Perde-se a ligação entre signo e significante, porém, mantém-se o significado aparente. É o que Martins (2011) considera como *diabolía*, ou seja, a separação total entre o real e aquela imagem que o representa. Assim, a busca pelo prazer sexual por meio das imagens fotográficas nas capas dos jornais ativa essa “pulsão sexual” do leitor.

Não importa se o que está em suas mãos é apenas a representação de uma modelo ou atriz de televisão. O que importa é ela estar sempre pronta e disposta a satisfazer a libido daquele que a comprou, estar preparada para atender as mais variadas exigências. As imagens ganham vida – e movimento – no imaginário desses leitores.

A orgia a que essas imagens se propõem resgatam Dionísio e suas celebrações. Ao ofertar uma gama interminável de corpos em suas capas, o jornal transforma seus leitores em um verdadeiro “Don Juan”, conquistador nato que pode cometer, em fantasia, todo e qualquer excesso com aquelas “beldades”.

A antiga imagem de Dionísio, o Don Juan moderno, ou as figuras contemporâneas do excesso não deixam de recordar que não podemos, por muito tempo, extirpar a dimensão erótico-sensual da existência. Idêntico às bolhas do champanhe, o gozo é o indício mais seguro deste borbulhar, desta efervescência contínua que é a vida. [...] Por essa óptica, convém apreciar os diversos excessos juvenis, que sucedem ao que não era senão atributo de um vanguardismo boêmio, e cujo retorno pode ser considerado como o de Dionísio, a quem a mitologia chama, entre outros, de “barulhento”. (MAFFESOLI, 2003, p. 88-89)

Para que possamos compreender como o erotismo se apresenta nas capas dos jornais, reunimos em “grupos” de representação as imagens com apelo erótico-sexual apresentadas nas capas do *SN* e *JN* a fim de compreender são representados pelas publicações.

Para delimitar como as representações seriam estudadas, dividimos em cinco principais tópicos as representações fotográficas do erotismo:

- 1) Roupas: roupa íntima, trajes gala/normais/esporte, fantasia, trajes de banho, sem roupa;
- 2) Posição do corpo: em pé, sentado, deitado;
- 3) Corpo: coberto, nu e seminú;
- 4) Gênero: masculino ou feminino;
- 5) Frequência na capa: em 30 dias, quantas vezes o erotismo figurou em suas capas?

Antes de procedermos à apresentação da tabela de resultados obtida com a amostragem realizada, é preciso esclarecer os seguintes pontos: realizamos uma escolha aleatória de 30 capas de cada uma das publicações entre os anos de 2011 e 2012, de modo que compreendessem um mês completo. Assim, iniciamos pela capa do dia 1 de julho de 2011, passando para o dia 2 de agosto, 3 de setembro, e assim sucessivamente até que se alcançasse o número desejado de capas para análise; Consideramos “Erótico-sexual” posições que sugerem que o corpo está pronto para o ato sexual: pernas abertas, “de quatro”, entre outras; também consideramos como “seminú” quando uma das partes do corpo (vagina/pênis ou seios) estiver sem qualquer tipo de cobertura. O “nu” foi considerado como “total” e as demais situações como “coberto”; Apesar de recortar a análise em 30 edições, foram detectadas mais de uma imagem erótico/sensual em uma mesma página em determinados casos. Portanto, procedemos ao percentual com base no número de aparições dessas imagens e não apenas no quantitativo das edições.

A escolha e delimitação em cinco tópicos se deram para facilitar a leitura dessas imagens e, mais que isso, sistematizar como as publicações tratam esses corpos em suas capas. Diante dessa amostragem, chegamos ao seguinte resultado:

	<b>Roupa</b>		<b>Posição corporal</b>			<b>Corpo</b>		
	<b>SN</b>	<b>JN</b>		<b>SN</b>	<b>JN</b>		<b>SN</b>	<b>JN</b>
<b>Roupa íntima</b>	36,6%	8,3%	<b>Em pé</b>	72,6%	89,6%	<b>Coberto</b>	86,8%	100%
<b>Traje social</b>	23,5%	71%	<b>Sentado</b>	10,6%	0%	<b>Seminu</b>	6,6%	0%
<b>Traje de</b>	13,3%	16,6%	<b>Deitado</b>	16,8%	10,4%	<b>Nu</b>	6,6%	0%

<b>banho</b>								
<b>Sem roupa</b>	6,6%	0%	<b>Total</b>	100%	100%	<b>Total</b>	100%	100%
<b>Fantasia</b>	20%	4,1%						
<b>Gênero</b>			<b>Frequência</b>					
	<b>SN</b>	<b>JN</b>	<b>SN</b>		<b>JN</b>			
<b>Feminino</b>	90%	81,5%	<b>100%</b>		<b>76,6%</b>			
<b>Masculino</b>	10%	18,5%						

Tabela 10 – Representações fotográficas do erotismo nas capas dos jornais

Os dados levantados demonstram uma pequena variação na presença de imagens associadas ao erotismo nas capas do *JN*, com 76,6% de frequência no período de 30 dias analisado. Já o *SN* apresentou sempre uma imagem associada à temática em todo o período analisado. Chama a atenção também a discrepância quanto ao gênero das pessoas nas fotografias: no *SN*, 90% das vezes havia mulheres estampadas em suas capas, enquanto que o percentual do *JN* ficou em 81,5% para mulheres e 18,5% para homens, o que reforça o status de publicações voltadas ao público masculino, como observa MIRANDA (2009) e AMARAL (2006).

Note-se que, em ambas as publicações, a presença do homem na imagem erotizada se deu sempre acompanhada pela presença de uma mulher, ou seja, não tivemos casos de apenas homens na primeira página. Esse viés, portanto, não alterou as classificações elaboradas para as roupas dessas personagens: as aparições masculinas se enquadraram dentro das categorias.

Nesse quesito, o *SN* apresenta uma predominância de roupas íntimas, sejam masculinas ou femininas, com 36,6% das aparições, seguido posteriormente por trajes considerados “normais”. Imagens totalmente nuas, sem roupa, mesmo que sem a exposição dos órgãos genitais, ocorreram em apenas duas imagens, totalizando 6,6% do conteúdo analisado. Já para o *JN* os trajes sociais com decotes ou fendas que sugerem partes do corpo tanto masculino como feminino foram os mais detectados, sendo que figuras com roupas íntimas totalizaram apenas 8,3% e, trajes de banho, 16,6% do total das imagens. Esse quesito explica também as porcentagens baixas quanto aos corpos nus e seminus, e ainda tem ligação direta com a posição em que essas personagens estão: a maioria delas, em ambas as publicações, em pé.

A análise quantitativa dos números nos revela informações interessantes acerca do comportamento das publicações no que tange às representações fotográficas do corpo seja pela sugestão erótica ou sexual. Apesar de serem jornais populares, de



sexualidade e erotismo não têm a mesma origem, sendo que a “sexualidade surgiu como fenômeno distinto, separada do erotismo, mais geral e difuso que era frequentemente ligado à estética e a experiência de natureza não socializada” (GIDDENS, 2002, p. 152). O autor pondera ainda que a sexualidade está ligada a experimentações e descobertas de identidade e atividade sexual e viria antes do erotismo. Já o erotismo é apontado como aquilo que é explícito e desenvolvido com intenção exibicionista.

Porém, as fotos sugerem uma união entre os dois conceitos, ao sugerir o exibicionismo associado às atividades sexuais. Somem-se a isso curvas e corpos perfeitos, sem qualquer tipo de marca, cicatriz ou mesmo celulite. É preciso ainda considerar a provocação dos decotes que valorizam os seios nesse apelo sexual. Essa parte do corpo feminino, especificamente, durante séculos não era considerada erotizada, encarada pelos homens apenas como sua função primeira de amamentação das crianças.

Foi a criação dos *lingeries*, como relata Mary Del Priore (2011) a responsável por erotizar também os seios. Fotógrafos – e fotografadas – sabem como explorar essa zona para despertar a atenção dos leitores que podem se deliciar com esses belos corpos diariamente em suas casas ou mesmo nas ruas bastando apenas olhar para as capas dos jornais. A presença do erotismo na capa também desafia o que Giddens chama de “privatização da sexualidade” que, com a chegada da modernidade, deixou de estar exposta na sociedade e passou a ser recolhida. Já Giddens propõe que a sexualidade moderna começou a surgir quando o comportamento sexual foi para os “bastidores”.

A “sexualidade” no sentido moderno foi inventada quando o comportamento sexual “foi para trás dos bastidores”. Desse ponto em diante, a sexualidade virou propriedade do indivíduo, e mais especificamente do corpo, pois o erotismo em conjunto com a culpa era progressivamente substituído por uma combinação de sexualidade, auto-identidade e propensão à vergonha. [...] O desenvolvimento sexual e a satisfação sexual passam assim a ligar-se ao projeto reflexivo do eu. (GIDDENS, 2002, p.153).

Ao dissociar sexualidade de procriação e prazer ela passa a se tornar um meio de auto realização. O leitor dos jornais, ao possuir as imagens erótico-sexuais sugeridas pelas capas, além de extravasar os limites da sexualidade para o espaço público, pode buscar sua auto realização sexual, transformando essas imagens em um fetiche. Destacamos no item anterior a questão do fetiche sob a perspectiva de Lacan, que ampliou o conceito de Freud para quem o fetiche surge na criança do sexo masculino para superar a consciência da falta de falo da mãe. Para Aumont (1993) a imagem

fotográfica também reforça o fetichismo e, citando Christian Metz (1989), enumera fatores que facilitariam a fetichização da fotografia, tais como: o tamanho; a interrupção do olhar que ela provoca ou permite que evocasse a interrupção do olhar do qual resulta o fetiche; o fato da foto ter espaço socialmente como documentário e como índice daquilo que foi, mas já não é mais; a ausência de movimento e som, que a ligaria simbolicamente com a morte; e o fato da fotografia não ter um “fora-de-campo forte como no cinema” (AUMONT, 1993, p.129).

Partindo dessa perspectiva dos autores, a hipótese apresentada anteriormente de que a posse vicária desses corpos corresponderia a um fetiche para o leitor é reforçada, abrindo as portas para romper com o “abafamento” da sexualidade e do erotismo provocado nas mudanças da sociedade moderna. Para aumentar ainda mais a provocação, poses, expressões e modelos se dirigem aos leitores. Eles se contrapõem aos primórdios da fotografia erótica, que era marcada por modelos de expressão romântica, como se flagradas em suas intimidades ou produzida como se um fotógrafo indiscreto as tivesse flagrado, num verdadeiro *mise-en-scène*. Atualmente a imagem passa a transformar o corpo em objeto sexual, e as poses publicadas reforçam essa face.

Muito cedo, no entanto, acompanhando a absolutização capitalista da mercadoria e do valor de troca, a expressão delas se transforma e se torna desavergonhada; as poses ficam complicadas e adquirem movimento, como se as modelos exagerassem intencionalmente a sua indecência, exibindo assim a sua consciência de estarem expostas frente à objetiva. Mas é apenas em nosso tempo que tal processo alcança o seu estágio extremo. Os historiadores do cinema registram como novidade desconcertante a sequência de *Monika* (1952) na qual a protagonista Harriet Andersson mantém improvisadamente fixo, por alguns segundos, o seu olhar voltado para a câmara (“aqui, pela primeira vez na história do cinema”, irá comentar retrospectivamente o diretor Ingmar Bergman, “estabelece-se um contato despudorado e direto com o espectador”). Desde então, a pornografia certamente banalizou o procedimento: as *pornostars*, no preciso momento em que executam suas carícias mais íntimas, olham resolutamente para a objetiva, mostrando maior interesse pelo espectador do que pelos seus *partners*. (AGAMBEM, 2005, p.69)

As fotos provocam, despertam fetiches e o *voyeurismo*. Convidam o leitor a se transformar num “*performer*” e ainda, vendem seus arquétipos de beleza e perfeição dos corpos femininos e masculinos contemporâneos. MIRANDA (2009) observa que no jornalismo popular as imagens muitas vezes tendem a parecer maiores do que as outras devido ao tamanho e pelo “descolamento do corpo de um ambiente contextualizador, que faz com que as imagens pareçam maiores que as outras; e pelos casos de sobreposição dos quais uma celebridade é ligada a outra imagem ou elemento gráfico,

mas aparece em primeiro plano” (Idem, *Ibid.*, p.83). Miranda destaca, ainda, as roupas que realçam beleza física, reforçando nosso ponto de vista sobre essas imagens, que convidam o leitor a uma performance sexual, mesmo que sejam em seu imaginário.

Contudo, se hoje somos todos *performers*, mais ou menos hábeis e capazes, ainda mais incumbente e premente se revela a exigência de fornecer uma performance única, singular, incomparável. A tradição fornece dois modelos de excelência, um espiritual e outro físico, nos quais podem canalizar-se as aspirações dos *performers*: a santidade e o atletismo constituem desde sempre arquétipos de primazia e excepcionalidade. (PERNIOLA, 2005, p.151).

O convite às performances sejam elas eróticas ou sexuais, é reforçado pela presença do texto. Em conjunto com a fotografia, produzem sentido, criam o espetáculo e vendem a realização de um real possível.

#### 5.4 – O texto e o erotismo

Em conjunto com as imagens eróticas as publicações trazem textos direcionados a “apresentar” suas modelos aos leitores e trazer informações adicionais como nome e um breve comentário acerca do motivo da foto estar estampada na capa do jornal.

É o que se verifica ao lermos as manchetes de chamada que acompanham as imagens em ambas as publicações. Se retomarmos as figuras do item anterior, temos textos tais como, no *Jornal de Notícias*: “*Decote ousado e microvestido de Rita Pereira causam furor*”; “*Dânia Neto passou horas no ginásio a preparar campanha de lingerie*” e “*Garcete é a nova paixão de Iturbe*”; enquanto o *Super Notícia* traz os seguintes textos: “*Luciana Gimenez. MORENA TODA EM FORMA - Apresentadora do “SuperPop”, da RedeTV!, conta que o marido gosta de mais fartura, mas ela prefere o corpo sem nenhuma gordurinha*”; “*Rodrigo e Adriana: NAMORADOS PARA SEMPRE – Ex-BBBs estão juntos desde a 11ª edição do reality show e, agora, protagonizam um ensaio inspirado no Dia dos Namorados*”; “*ARYANE STEINKOPF: MAIS GOSTOSA DO PLANETA: Panicat foi eleita a mais bela do mundo pela revista “Playboy”, que vai registrar a loira como veio ao mundo em breve*”.

Os textos (ou falas) dos jornais acerca das figuras atendem a requisitos básicos no que tange aos chamados textos-legendas, onde está o nome do fotografado bem como informações adicionais para chamar a atenção do leitor. Porém, apesar do formato, há diferenças quanto ao tratamento dado a essas informações nas publicações. Enquanto o jornal lusitano tende a tecer um nível mais pessoal em seu texto,

seguindo as características da linguagem referencial, tais como impessoalidade e objetividade, a publicação brasileira procura estabelecer um contato mais intimista com seus leitores.

Bakhtin afirma que a palavra é dirigida em função do interlocutor, ou seja, o grau de intimidade manifestado pelo jornal, a escolha do vocabulário e mesmo características estéticas do texto, como tipografia, cores, entre outras, variará de acordo com o leitor imaginado pela publicação.

*A palavra dirige-se a um interlocutor: ela é função da pessoa desse interlocutor: variará se se tratar de uma pessoa do mesmo grupo social ou não, se esta for inferior ou superior na hierarquia social, se estiver ligada ao locutor por laços sociais mais ou menos estreitos... Não pode haver interlocutor abstrato; não teríamos linguagem comum com tal interlocutor, nem no sentido próprio nem no figurado. (BAKHTIN, 2006, p.114)*

O discurso do *JN*, mais objetivo, até mesmo distante de quem lê, sugere-nos um tratamento distinto de seus leitores em relação ao *SN*. A publicação brasileira, por sua vez, estabelece seu contrato de comunicação com seus leitores numa linguagem imaginada como ideal para seu público alvo. O discurso é formatado com expressões como “gosta de mais fartura” para se dirigir a mulheres mais gordas do que a apresentadora Luciana Gimenez, ou mesmo “sem nenhuma gordurinha”, com o uso de uma expressão comum no vocabulário dos brasileiros para ao se dirigirem àqueles quilos a mais que uma mulher possa ter em seu corpo. As expressões utilizadas também estão ligadas ao contexto onde as publicações circulam, o que demonstra certa diferença no tratamento da informação direcionada a leitores portugueses e brasileiros. “Pode-se dizer que não é tanto a expressão que se adapta ao nosso mundo interior, mas o *nosso mundo interior que se adapta às possibilidades de nossa expressão*, aos seus caminhos e orientações possíveis” (BAKHTIN, 2006, p.118).

As orientações dadas pelos leitores no que tange ao erotismo, curiosamente, se diferenciam das encontradas no âmbito do esporte, como apontamos no capítulo anterior. Quando se trata de noticiário desta editoria, em especial o futebol, percebe-se o uso de expressões “populares” em ambas as publicações, sinalizando um ponto de convergência, enquanto que, no erotismo, apesar da linguagem fotográfica apresentar pontos em comum, o discurso verbal aponta para outros sentidos em sua leitura. Estamos diante, novamente, das construções de mundo tanto do texto como do leitor, como assinala Paul Ricoeur. Ao observarmos o mundo imagético ofertado pelas

publicações, temos uma presença quase que constante e provocativa de Eros e Dionísio. Lingerie, corpos seminus, posições erótico-sexuais, a proposta de convidar o leitor para fazer parte desta “festa dionisiaca”, se manifesta livremente por meio da fotografia. Nos textos, no entanto, o *JN* mostra certo “pudor” nos exemplos citados, enquanto o *SN* se abre uma leitura mais íntima, às vezes, até mesmo indiscreta. “Assim, o discurso escrito é de certa maneira parte integrante de uma discussão ideológica em grande escala: ele responde a alguma coisa, refuta, confirma, antecipa as respostas e objeções potenciais, procura apoio, etc.” (BAKHTIN, 2006, p.123).

É no âmbito do contrato discursivo estabelecido pelas publicações com seus leitores que ocorre a organização do discurso e a forma da narrativa proposta nas chamadas de capa. O leitor é chamado a estabelecer uma interação com o jornal e, considerando o contexto da enunciação de ambas as publicações, se espera que os textos reflitam aspectos culturais sobre o tratamento que se dá às mulheres em cada um dos países. Direcionados pela lógica de atender a um leitor projetado, imaginado conforme as características do discurso, cada publicação trata o erotismo de forma distinta. Mesmo que seja para situar o leitor diante de amenidades envolvendo as pessoas fotografadas com que tratam esses textos, eles reforçam a perspectiva de que celebridades estampadas nas publicações são pessoas “normais”, seres “atingíveis” com que qualquer um desses leitores poderia, muito bem, relacionar-se.

É no âmbito desse imaginário que o discurso verbal é tecido, mesmo que na situação de comunicação o texto não verbal das fotografias não esteja de fato consonante com o texto verbal. Estar diante de um corpo erotizado, seja por meio dos trajes ou pela posição com que se apresenta na capa, e ao mesmo tempo ter uma manchete que não dê conta de um factóide qualquer, como o trabalho de uma modelo na produção de um catálogo de lingerie, não deixa de provocar uma tensão erótico-sexual no leitor.

CHARAUDEAU (2009) destaca que na narração, o fato de contar uma história – seja do trabalho ou a opinião de um desses modelos fotográficos – provoca a busca e tensão entre “o imaginário de uma realidade fragmentada e particular e o de uma idealização homogênea e universal” (CHARAUDEAU, 2009, p.156). Para o jornalismo é adotada a segunda perspectiva de imaginário, em especial para os *fait divers*, que buscariam uma universalidade seja em sua linguagem quanto aos aspectos narrativos de se construir esse mundo. O *SN* e o *JN* reforçam essa perspectiva, apesar da diferença na forma de se produzir o enunciado: primeiro adota um tom de maior “oralidade” em sua

“fala” escrita que o segundo. Porém, no quesito ‘conteúdo’ da informação, ambos se assemelham, como podemos verificar em outros dois exemplos:



Figura 190 - Jornal de Notícias. 27.03.2012 e Super Notícia. 27.03.2012

As celebridades apresentam-se erotizadas. No jornal português, biquínis, no brasileiro, lingerie. As peças, de fato, se assemelham e passariam despercebidas de suas diferenças para um olhar desatento. Ambas as publicações ocorreram no mesmo dia, mês e ano. Na Europa, Irina e uma “amiga” mostram a bunda e encaram os leitores. No Brasil, a ex-BBB (uma pretensa celebridade) Monique Amin na mesma posição encarando o leitor. As imagens provocam, convidam o leitor ao erotismo, ao reino de Dionísio. Mas os textos tratam de amenidades sobre as suas vidas: “*Irina e amiga Anne V exibem dotes em Miami*” e “*Ex-BBB, recheio do Paparazzo, diz que não tem vergonha de mostrar o corpo*”. A justificativa textual para a publicação das imagens são justamente os corpos. Mas os textos não dão a conotação erótica-sexual para a matéria. Limita-se, quase que burocraticamente, a narrar algo que ocorreu com a vida das modelos que justificaria a sua publicação nas capas dos jornais. No que tange aos valores-notícia de Galtung e Ruge ou mesmo de Nelson Traquina, celebridades e acontecimentos envolvendo pessoas famosas normalmente ganham espaço na mídia. Enquanto o *JN* limita-se a cumprir os requisitos para a confecção de chamadas de capa no jornalismo, obedecendo a ordem sujeito + verbo + predicado (Irina e Anne V + exibem + dotes em Miami), o *SN* mantém a sua linha de intimidade com o leitor: Ex-

BBB (sujeito) + recheio do Paparazzo (oração subordinada adjetiva explicativa) + diz (verbo) + que não tem vergonha de mostra o corpo (predicado).

Apesar da análise semântica não figurar entre os objetivos da pesquisa, elas atuam na construção do discurso do jornalismo. Ao optar por um discurso adjetivado, entremeado por vírgulas, o jornal justifica a figura erotizada de Monique Amin ao destacar que ela “recheia” – expressão totalmente voltada para o vocabulário popular brasileiro - um dos portais de Internet mais conhecidos por ensaios fotográficos sensuais. As construções dos títulos, como afirma Patrick Charaudeau (2007), “encontram-se inteiramente na zona do ‘acontecimento relatado’ mesmo que um ou outro apresentem, de maneira mais ou menos explícita, elementos de comentário”. (CHARAUDEAU, 2007, p.236).

Os discursos projetados nas narrações pelos jornais apresentam certa dissonância em relação à forma, mas não quanto ao conteúdo<sup>89</sup>. Uma característica marcadamente do jornalismo popular, tal como foi observado por Flávia Silva Miranda (2009):

As chamadas indicam que as famosas ganham a capa dos periódicos por causa de algum acontecimento recente, que gera o aparecimento delas, como a que posa para a Playboy na ocasião, as que fazem ensaio sensual para um site, a que ganha embarcação em sua homenagem, a que muda o visual para um evento, a que está de contrato novo, a que cancela viagem por conta de trabalho, a que vai fazer uma cirurgia plástica e a que vai apresentar um programa em rede de TV. (MIRANDA, 2009, p.82)

Imerso no universo dos jornais o leitor irá interagir com as manchetes em outros contextos extralinguísticos, e não apenas no âmbito verbal. Por experiências anteriores, os leitores do *JN* e *SN* estão acostumados com as temáticas que figuram em suas páginas. Essa estratégia de imersão do receptor ao universo proposto pelo jornal, onde o trágico coabita o mesmo espaço que o esporte e o erotismo, corrobora com a inserção de temas considerados negativos (violência e morte) no cotidiano, provocando uma solução para a assimetria do código cultural através da identificação do leitor com o conteúdo do jornal (BYSTRINA, 1995). Assim, o erotismo encontra-se com o trágico e,

<sup>89</sup> Um adendo em especial para a imagem retirada do *JN* é a chamada acima das fotos de Irina e Anne V com o título “Sexo em tempos de crise”. O sincretismo da página, somado ao direcionamento de leitura que se tem das capas, a chamada acima e a imagem da capa do livro acabam por se ligar à imagem das celebridades. Nesse caso em específico, o erotismo da imagem é reforçado pela palavra “sexo” logo acima. O leitor, mais uma vez, vê-se diante da possibilidade de, em seu imaginário, manter relações com aquelas imagens. Para Perniola, o erotismo pressupõe um parceiro sexual, “que, de alguma maneira, ainda que secreta e implícita, já se dão e que, de alguma maneira, ainda que secreta e implícita, ainda se negam -, além da existência de um universo linguístico amplo e articulado que cobre, ainda que potencialmente, todos os principais *topoi* eróticos. (PERNIOLA, 2000, p.65-66).

juntos, a exemplo do noticiário esportivo, também produzirão sentidos na leitura dessas capas.

## Considerações Finais

Destacamos ao longo dos capítulos as relações existentes entre os temas da tríade temática e, num primeiro momento, ao iniciarmos nossa pesquisa ainda em fase de projeto, partíamos da hipótese onde a coexistência desses elementos nas capas poderia provocar um abrandamento do noticiário do trágico para o leitor. Porém, durante seu desenvolvimento e especialmente durante o Exame de Qualificação, foi observado pela banca que a relação entre os elementos, mais do que promover um abrandamento ou “neutralização” do trágico para o leitor, potencializaria sua existência no âmbito do impresso, sendo que a presença do erotismo e do futebol na primeira página, ao invés de ser um contraponto ou contradizer a existência da violência e morte, dava total condição para que esse tema figurasse na capa, ou seja, reforçava a sua presença no jornalismo popular.

Nessa condição de respaldar o trágico no ambiente midiático impresso, e após demonstrarmos ao longo dos capítulos como a tríade temática se desdobra nas figuras da violência e morte (trágico), do futebol e do erotismo, observa-se que a relação dos temas é estabelecida, em especial, pela presença do corpo no âmbito do jornalismo popular. Seja pela sua ausência no caso de grande parte das manchetes de violência e morte, seja na sua superexposição registrada no noticiário futebolístico e no erotismo, os temas estão intimamente ligados e potencializados pela presença do corpo na tríade. Ao analisarmos os jornais apresentados, percebe-se uma proximidade estabelecida entre a forma como o jornal português e o jornal brasileiro tratam os temas da morte e violência em suas tensões com o futebol e o erotismo. A abordagem dos temas reforça uma linguagem midiática muito similar, que nos leva a aproximação do “modo de fazer” do jornalismo popular entre as duas nações. O fato de pertencerem a um quadro cultural próximo – porém guardando suas devidas distinções – nos leva a pontar um mesmo caminho seguido pelas publicações, que resulta em uma reconstrução de mundo de forma semelhante e aproximada para os leitores de ambos os países.

Apesar de não abordarmos especificamente a questão do corpo durante nossas análises, ao tecer as reflexões que encerram todo esse percurso surge-nos esse diálogo entre corpo e mídia que, juntos, se expõem e se oferece aos olhos dos leitores, cada qual à sua maneira.

No trágico, a exibição do corpo se dá mais pela ausência do que sua presença: mesmo quando fotografias acompanham essas manchetes, o corpo ali está escondido, envolto em mantos ou tecidos próprios, jamais sem revelar por inteiro o corpo morto. Os mortos, nas raras vezes que têm sua face estampadas na capa dos jornais apresentados, estão vivos, em uma situação oposta àquela da manchete. É o que observamos, por exemplo, ao noticiar as mortes da cantora Whitney Houston ou do gorila Idi-Amin. Apesar de o noticiário dar conta de que morreram, na imagem se exibem ainda com o esplendor da vida. No âmbito do texto, o corpo, no entanto, é caracterizado mais pelas profissões ou gêneros do que pela identidade daquele que é manchete: os anônimos são homens, mulheres, viúvos, sogros, sogras, taxistas, pedreiros, meninos, crianças, jovens, etc., mas nunca são “José”, “João” ou “André”, como ocorre com as celebridades.

Por sua vez o futebol, traz a presença do corpo vibrante, vivo, esplendoroso, carregado de emoções que se materializam nos arquétipos apresentados a seus leitores: lá estão os guerreiros determinados a doar-se completamente para garantir a vitória para suas equipes, sendo que os textos reforçam esse aspecto ao enunciarem que aquelas figuras são verdadeiros “gladiadores” dos gramados. Em compasso com a exibição desses corpos atléticos, o discurso textual ainda identifica-os e constroem suas identidades para os leitores: aquele que comemora o gol é o Ronaldinho Gaúcho, Cristiano Ronaldo, Hulk, ou qualquer outro atleta das equipes. Os guerreiros dos gramados têm nome, já aqueles que são vítimas das tragédias cotidianas, não.

Encerrando a composição de nossa tríade temática temos o erotismo, simbolizado em sua grande parte pela exposição e exploração do corpo feminino. Essas mulheres se exibem aos olhos e se oferecem para ser degustadas pelos leitores, encaramos nos olhos e deixam-se ser manuseadas à revelia por aquele que adquire o exemplar. Os corpos se exibem e assim como os jogadores de futebol, essas “gatas da capa” também carregam identidade: Irina, Rita Pereira, Dânia Neto, Adriana Bombom, Rayanne Moraes, dentre tantas outras. São celebridades – ou pretensas celebridades em alguns casos – que aparecem ali sempre por algum motivo, seja por uma declaração polêmica ou por posarem nuas em revistas e portais de internet voltados ao público masculino.

A presença dos corpos sutura essa tríade, como uma ponte para relação entre os temas, sendo que o trágico, esse sentido, seria potencializado a partir do momento que o leitor têm à sua disposição uma série de informações que, relacionadas e articuladas

naquele espaço, permite uma leitura mais rica e o estabelecimento de relações para que possa, por meio dessas informações, reconfigurar seu cotidiano a partir dos acontecimentos previamente selecionados por essas publicações. Como o trágico tende a ser manchete principal, o “interesse lascivo” (SONTAG, 2002) do leitor pela morte o impulsiona a fazer com que o jornalismo popular seja identificado como o líder de venda em seus países, superando a casa das centenas de milhares de exemplares vendidos diariamente.

Como destacamos ao longo da análise, a compra desses exemplares se dá de forma ativa, ou seja, quem quiser ter acesso a esses conteúdos tem de necessariamente ir até a uma banca ou ponto de venda para adquirir a edição do dia. Dessa forma, é de esperar que esses leitores já tenham a predisposição a consumir o trágico, assim como o futebol e o erotismo. Esses três temas podem pautar sua reconstrução de mundo bem como as conversas que serão estabelecidas com familiares e amigos no decorrer do dia.

Juntos, os elementos da tríade temática atuam de forma a seduzir esse leitor e fazer com que ele compre diariamente os jornais. Ressalte-se a preocupação local/regional observada em suas capas, onde “a própria vida comum, o cotidiano com seus miúdos hábitos repetidos e sua inelutável banalidade” (SODRÉ, 2002, p. 134) transforma-se na principal ocupação dessas publicações. A partir dessas constatações sobre a função do corpo enquanto elo entre os elementos e os leitores que culminam na potencialização dessas edições é possível deixar o campo aberto para pesquisas futuras pautadas nos estudos de recepção.

Como apontamos no Capítulo 3.3 é possível que cada um dos temas seja caracterizado por perspectivas diferentes para os leitores: a violência e morte tanto podem ser positivas ou negativas; o futebol pode ser visto de forma negativa ou positiva dependendo da equipe de preferência do leitor; e o erotismo também pode carregar leituras positivas ou negativas dependendo do contexto e de quem está diante do jornal.

A partir das contribuições da presente pesquisa, deixamos aberto o caminho para um próximo passo, onde as formas de leitura e mundos criados pelos leitores só poderão ser constatadas a partir do momento em que se converse com esses receptores.

## Referências Bibliográficas

- ABRIL, Gonzalo. **Análisis crítico de textos visuales: Mirar o que los mira**. Madrid: Editorial Síntesis, 2007.
- AGAMBEN, Giorgio. **Moyeus sans fins. Notes sur la politique**. Paris: Payot&Rivages, 1995.
- AMARAL, Marcia Franz. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- ANTUNES, Elton. **De certezas e desvios: a experiência “modelizada” no texto jornalístico**. In: LEAL, Bruno; GUIMARÃES, César; et. Al; Entre o Sensível e o Comunicacional. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.
- ANTUNES, Elton. **Notícias depois da morte: visibilidades e ausências no jornalismo**. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo. **Jornalismo e Acontecimento: Diante da Morte**. Vol 3. Florianópolis: Insular 2012.
- ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo B. **Mídia: um aro, um halo e um elo**. IN: GUIMARÃES, C.; FRANÇA, V.R.V. (Orgs.). “Na mídia, na rua – narrativas do cotidiano”. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 43-60.
- ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue: Um estudo do sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus, 1995.
- ARALDI, Clademir Luís. **O conflito trágico entre arte e verdade no pensamento de Nietzsche**. Artigo Publicado na Revista Trágica: Estudos Sobre Nietzsche. 2º Semestre de 2008 – Vol.1 – nº2 – pp. 37-52
- ARIÈS, Phillipe. **História da Morte no Ocidente**. São Paulo: Saraiva, 2012
- ARISTÓTELES. **Poética**. Coleção os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1999.
- ARQUEMBOURG, Jocelyne. **Entre facto e sentido: contar o acontecimento**.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. São Paulo: Papyrus, 2004.
- BAKHTIN, Mikhail. **Questões de Literatura e de Estética (A Teoria do Romance)**. 4ª. Ed São Paulo: Editora UNESP, 1998.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Huicitec, 1996.
- BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BARTHES, Roland. **A estrutura dos Fait-Divers**. Essais critiques. Paris: Seuil, 1964.
- BATAILLE, Georges. **Teoria da Religião** [Trad. Sergio Goes de Paula e Viviane de Lamare]. São Paulo: Ática, 1983.
- BATTAILE, Georges. **O Erotismo**. Porto Alegre: L&PM, 1987.
- BENNETI, Márcia; FONSECA, Virginia (Orgs.). **Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos Críticos**. Florianópolis: Editora Insular, 2010.
- BETTELHEIM, Bruno. **A psicanálise nos contos de fada**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- BOURDIEU, P. (1988) **La distinción: critérios y bases sociales del gusto**. Madrid. Taurus. 1988.
- BRANDÃO, Junito de Souza. **Teatro Grego: tragédia e comédia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985
- BULFINCH, Thomas. **O livro de ouro da mitologia: história de deuses e heróis**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.
- BYSTRINA, Ivan. **Tópicos de Semiótica da cultura**. São Paulo: CISC, 1996 (pré-print).
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. 2.ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda, 2004.
- CARRIÈRE, Jean-Claude. **Índia: um olhar amoroso**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.
- CERTEAU, Michel. **A invenção do Cotidiano**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- COMMELIN, P. **Nova Mythologia grega e romana**. Rio de Janeiro: Garnier, sde.
- CONTRERA, Malena. **El mito em los médios de comunicación: Cronos – el guardián del portal temporal**. Texto apresentado no Congresso Espanhol de Semiótica, Madrid, 1996. Disponível em <http://www.cisc.org.br>.
- CONTRERA, Malena. **Mídia e Pânico**. São Paulo: Annablume, 2002.
- COSTA, Belarmino Cesar Guimarães da. **Estética da Violência: Jornalismo e produção de sentidos**. Campinas, SP: Autores Associados; Piracicaba-SP: Editora Unimep, 2002.
- DELEUZE, Giles. **Nietzsche e a Filosofia**. Rio de Janeiro: Editora Rio, 1976.
- DIAS, Ana Rosa Ferreira. **O Discurso da Violência: marcas da oralidade no jornalismo popular**. São Paulo: Educ, 1996.
- DUARTE, Ricardo; PORTARI, Rodrigo. **O comunicacional na Capa do Jornal Popularesco: uma Reflexão Sobre a Experiência de Leitura**. Paper apresentado ao GP de Jornalismo Impresso do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM): Recife, 2011.
- ECO, Umberto. **Seis passeios pelos bosques da ficção**. Editora Companhia das Letras, 2006.
- ELIADE, Mircea. **Imagens e Símbolos**. Lisboa: Editorial Minerva, 1979.

- ENNE, A.L. S. **O sensacionalismo como processo cultural**. XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.
- ERBOLATO, Mário. **Técnicas de Codificação em Jornalismo. Redação Captação e Edição no Jornal Diário**. São Paulo: Editora Ática, 2008.
- FARRÉ, Marcela. *El Noticiero Como Mundo Posible*. Buenos Aires: Editorial La Crujía Ediciones, 2004.
- FERREIRA JUNIOR, J. **Capas de Jornal: A primeira imagem e o espaço gráfico visual**. São Paulo: Editora Senac, 2003.
- FINBERG, Howard; ITULE, Bruce D. **Visual Editing: a graphic guide for journalists**. Belmont (California): Wadsworth Publishing Company, 1990.
- FLUSSER, Vilém. **A escrita – Há futuro para a escrita?**. São Paulo: AnnaBlume, 2006.
- FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo: AnnaBlume, 2010
- FLUSSER, Vilém. **O Universo das Imagens Técnicas**. São Paulo: AnnaBlume, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Graal Edições, 1988.
- FRANÇA, V. **O acontecimento e a mídia**. Galaxia (São Paulo, Online), n. 24, p. 10-21, dez. 2012.
- FRANÇA, Vera. **Louis Quéré: dos modelos da comunicação**. In: **Revista Fronteiras: estudos midiáticos**. Volume V, número 2, dezembro de 2003.
- FRANÇA, Vera; OLIEIRA, Luciana (Orgs.) **Acontecimento: Reverberações**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.
- FREITAS, Gildete dos Santos. **O labirinto da arte trágica nos primeiros escritos de Nietzsche**. Dissertação de Mestrado em Filosofia defendida junto à Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2007.
- FREUD, Sigmund. **Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**: edição *standard* brasileira. Volume XIII: Totem e Tabu e Outros Trabalhos. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1996.
- FROST, C. **Designing for newspapers and magazines**. New York: Routledge, 2003.
- FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. São Paulo: Edições Rosari, 2006.
- GARCIA, Mario. **Contemporary newspaper design**. New Jersey: Englewoods, 1993.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002
- GILES, Vic; HODGSON, F.W. **Creative newspaper design**. Oxford: Heinemann Professional Publishing, 1990.
- GONÇALVES, Albertino. **Vertigens: Para Uma Sociologia da Perversidade**. Coimbra: Gracio Editor, 2009.
- GONZAGA, Camila; ROCHA, Marta. **Design Gráfico Impresso na Era Digital: Uma Abordagem das Capas dos Jornais Folha de S. Paulo e Folha.com**. Trabalho apresentado ao GP Produção Editorial no XI Encontro de Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife: UFPE, 2011.
- GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **A imagem da palavra: retórica tipográfica na pós-modernidade**. Teresópolis: Novas Ideias, 2007.
- GRUSZYNSKI, Ana. **A forma que informa: o projeto gráfico do jornal impresso na contemporaneidade**. Trabalho apresentado ao GP Produção Editorial no XI Encontro de Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife: UFPE, 2011.
- GRUSZYNSKI, Ana. **Design Gráfico: do invisível ao Legível**. 2.ed. São Paulo: Rosari, 2008.
- GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação**. São Paulo: Annablume, 2004.
- HELAL, Ronaldo . **Mídia, Construção da Derrota e O Mito do Herói**. Motus Corporis (UGF), Universidade Gama Filho, Rio d, v. 5, n. 2, p. 141-155, 1998.
- HELLER, Steven. **Linguagens do design: Compreendendo o design gráfico**. 2.ed. São Paulo: Edições Rosari, 2009.
- HUIZINGA, Johan. **O outono da Idade Média: estudos sobre as formas de vida e de pensamento dos séculos XIV e XV na França e nos Países Baixos**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
- HUTT, Allen; JAMES, Bob. **Newspaper layout and typography**. London: Lund Humphries, 1989. II, v. 5: p. 45-73, agosto 2003.
- JUNG, Carl Gustav. **Arquétipos e o inconscientes e coletivo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1991.
- KAMPER, Dietmar. **O Corpo Vivo, o Corpo Morto**. Texto apresentado no Seminário Internacional “Imagem e Violência” promovido pelo CISC, no Sesc, Vila Mariana, em São Paulo, durante os dias 29, 30, 31 de março e 1 de abril de 2000.
- KOPP, Rudinei. **Design Gráfico Cambiante**. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2004.
- KOSSOY, Boris. **Realidades e Ficções na Trama Fotográfica**. Cotia: Ateliê Editorial, 2002.
- LACAN, Jacques. **O Seminário**, livro 10: a angústia. [trad. Vera Ribeiro]. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

- LAREQUI, Jesús Canga. **El Diseño Periodístico en Prensa Diaria**. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1994.
- LEAL, Bruno. **O realismo em tensão: reflexões a partir da morte como acontecimento nas narrativas jornalísticas**. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo. *Jornalismo e Acontecimento: Diante da Morte*. Vol 3. Florianópolis: Insular 2012.
- LEAL, Bruno; VAZ, Paulo; Et. Al. **Agendamento, enquadramento e noticiabilidade**. In: BENNETI, Márcia; FONSECA, Virginia (Orgs.). **Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos Críticos**. Florianópolis: Editora Insular, 2010.
- LESKY, Albin. **Historia de La Literatura Griega**. Madrid: Editorial Gredos, 1989.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia Estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1985.
- LEVI-STRAUSS, Claude. **Myths and Meaning**. Toronto, Canadá; University of Toronto, 1978
- LIMA, Joana Brito de. **Vitalismo, instante e trágico na sociologia de Michel Maffesoli**. Trabalho monográfico apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Norte para obtenção do grau de bacharel em Antropologia e Sociologia. Rio Grande do Norte: UFRN, 2005.
- LOCKWOOD, Robert. **News by Design**. Denver: Quark Press, 1992.
- MAFFESOLI, Michel. **A Conquista do Presente**. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.
- MAFFESOLI, Michel. **Dinâmica da Violência**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, Edições Vértices, 1987.
- MAFFESOLI, Michel. **O Instante Eterno: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas**. Moema: Editora Zouk, 2003.
- MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo. **Jornalismo e Acontecimento: Diante da Morte**. Vol 3. Florianópolis: Insular 2012.
- MARTINS, Moisés. **A mobilização infinita numa sociedade de meios sem fins** in: ÁLVARES, Cláudia & DAMÁSIO, Manuel. *Teorias e Práticas dos media. Situando o local no global*. Lisboa: Edições Lusófonas, 2010.
- MARTINS, Moisés. **Crise no castelo da cultura: Das estrelas para as telas**. São Paulo: Annablume, 2011.
- MARTINS, Moisés. **O trágico como imaginário da era mediática**. In: *Revista Comunicação e Sociedade*, vol.4:p.73-79, 2002.
- MÁXIMO, João. **Memórias do futebol brasileiro**. *Estud. av.* vol.13 no.37 São Paulo Sept./Dec. 1999
- MAZUCCHI-SAES, Patrícia Helena. **Mitos e arquétipos na publicidade**. *Revista UNORP*, ano
- MEDITSCH, Eduardo. **Jornalismo e Construção Social do Acontecimento**. In: BENNETI, Márcia; FONSECA, Virginia (Orgs.). *Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos Críticos*. Florianópolis: Editora Insular, 2010.
- Milton Luiz Torres, A Exagoge: **O Êxodo como Drama**, Cachoeira, 2002.
- MIRANDA, Flávia Silva. **Aqui uma Super Notícia: os lugares do leitor em dois jornais populares**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociabilidade da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG: Belo Horizonte, 2009.
- Moses Madas, *A History of Greek Literature*, New York, 1965.
- NIETZSCHE, Friederich. **A Origem da Tragédia: proveniente do Espírito da Música**. São Paulo: Madras Editora, 2005.
- OLIVEIRA, Ana Maria A. **Romance de 30 e o trágico: São Bernardo, de Graciliano Ramos**. Artigo publicado na *Revista Português do Brasil*. Rio de Janeiro:2009. Disponível em: [http://www.portuguesdobrasil.net/pdf/romance\\_de\\_30.doc](http://www.portuguesdobrasil.net/pdf/romance_de_30.doc). Acesso em 19 de outubro de 2012, às 14:00.
- P. E. Easterling, **Historia de la Literatura Clásica: Literatura Griega**, Madrid, 1990.
- PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A Apuração da Notícia: Métodos de investigação na imprensa**. Petrópolis: Editora Vozes, 2006.
- PETRUSKI, Maura Regina. **A cidade dos mortos no mundo dos vivos – os cemitérios**. *Revista de História Regional* 11(2): 93-108, Inverno de 2006.
- PONTES, Felipe; SILVA, Gislene. **Acontecimento Jornalístico e História**. In: BENNETI, Márcia; FONSECA, Virginia (Orgs.). *Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos Críticos*. Florianópolis: Editora Insular, 2010.
- PORTARI, Rodrigo. **A construção da violência nas capas dos jornais Folha de S.Paulo e Agora São Paulo**. Dissertação de mestrado defendida junto ao PPG-Com da UNESP-Bauru. Bauru, SP: Julho de 2008.
- PORTARI, Rodrigo; VAZ, Paulo B. Artigo apresentado ao GT de Imaginários Midiáticos durante o XVII Encontro anual da Compós. Juiz de Fora, MG: UFJF, 2012.
- PRIORE, Mary Del. **Histórias Íntimas: sexualidade e erotismo na história do Brasil**. São Paulo: Planeta, 2011.
- PROSS, Harry. **La Violência de Los Símbolos Sociales**. Barcelona Anthroposo, 1989.

- PROSS, Harry. **Las estructuras simbólicas del poder**. Barcelona, Anthroposo, 1987.
- PROSS, Harry. *Violencia Simolica Y Violencia Fisica*. Texto retirado da revista CISC.
- RIBEIRO, Ana Elisa. **O layout e a leitura: implicações da diagramação do jornal na compreensão leitora**. Artigo apresentado no XVIII Encontro da Compós em Belo Horizonte: PUC, 2009.
- RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa**. Campinas, SP. Papirus, 1994
- ROCHA, Rose de Melo. **Comunicação da Violência: desrealização e perlaboração**. Trabalho apresentado no GT “Comunicação e Cultura” do Compós, 2002.
- RUIZ, Jesús Zorrila. **Introducción al diseño periodístico**. Barañain (Navarra): Ediciones Universidad de Navarra, 2002.
- SAMARA, Timothy. **Grid: construção e desconstrução**. Trad.: Denise Bottmann. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- SILVA, Jorge Antônio Monteiro. **Como planejar e produzir um projeto gráfico**. São Paulo: Ediouro, 1990.
- SILVA, Rafael Souza. **Controle Remoto de Papel: o feito zapping no jornalismo impresso diário**. São Paulo: Annablume, 2007.
- SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. São Paulo: Summus, 1985.
- SILVEIRA, Luciana M. **Cor, Design e Consumo**. In: QUELUZ, Marilda (org.). *Design & Consumo: coletânea de textos do grupo de estudos design & Cultura do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial da UTFPR*. Curitiba: Peregrina, 2010.
- SODRÉ, Muniz. **O que é mesmo uma notícia?** – Artigo apresentando no encontro da Compós de 2005.
- SODRÉ, Muniz. **Sociedade, Mídia e Violência**. Porto Alegre: Editora Salinas/PUC-RS, 2006.
- SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- STAM, Robert. **Bakhtin: da teoria literária à cultura de massa**. São Paulo: Editora Ática, 2000.
- SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história do jornalismo em Portugal até 25 de abril de 1974**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2000.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2001.
- SZONDI, Peter. **Ensaio sobre o trágico**. São Paulo: Jorge Zahar, 2004.
- TAVARES, Frederico. **A cotidianidade do morrer na vida noticiosa: ambiguidades de um acontecimento jornalístico diário**. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo. *Jornalismo e Acontecimento: Diante da Morte*. Vol 3. Florianópolis: Insular 2012.
- VAZ, Paulo Bernardo. **Cristo revisitado: experiência estética e fotojornalismo**. In: LEAL, Bruno Souza; GUIMARÃES, César; MENDONÇA, César (orgs). *Entre o Sensível e o Comunicacional*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.
- VAZ, Paulo Bernardo. **Lições de morte nos jornais**. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo. *Jornalismo e Acontecimento: Diante da Morte*. Vol 3. Florianópolis: Insular 2012.
- VAZ, Paulo. **O destino do fait-divers**. Artigo publicado na Revista FAMECOS, nº35. Porto Alegre, abril de 2008.
- WONG, Wucius. **Principles of Color Design**. Nova York: Van Nostrand Reinhold, 1987.
- ZIMMER, Heinrich. **A Conquista Psicológica do Mal**. São Paulo: Palas Athena, 2005.