



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis
Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação



Aline Meirelles de Azevedo

Letração da Mídia

Rio de Janeiro

2013

Aline Meirelles de Azevedo

Letração da Mídia

Projeto Final apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Sebastião Amoêdo de Barros

Rio de Janeiro

2013

A6451 Azevedo, Aline Meirelles de.
 Letração da Mídia/ Aline Meirelles de Azevedo; Orientador: Sebastião
 Amoêdo de Barros. – Rio de Janeiro, 2013.

38 f. : il.

Orientador: Sebastião Amoêdo de Barros
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de
Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação, Universidade
Federal do Rio de Janeiro.

1. Alfabetização. 2. Mídia impressa. 3. Sensacionalismo. I. Barros, Sebastião
Amoêdo de. II. Título.

CDU: 025.5

Aline Meirelles de Azevedo

Letração da Mídia

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação (CBG/FACC) da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito para a obtenção do Grau de Bacharel em Biblioteconomia.

BANCA EXAMINADORA:

Aprovado em:

Prof.: Sebastião Amoedo de Barros
Doutor em Comunicação Social
Orientador.

Prof.: Nysia Oliveira de Sá
Mestre em Memória Social
Orientadora de forma.

Prof.: Marina Dias de Faria
Mestre em Administração
Professora convidada.

Prof.: Maria de Fátima Borges Gonçalves de Miranda
Mestre em Ciência da Informação
Professora convidada.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus vovozinhos lindos, Francisco e Rosalia que me ensinaram a dar valor a educação e sempre demonstraram interesse por minha aprendizagem. Sei que mesmo em outro plano espiritual, vocês são os mais felizes e observam com orgulho esse feito, o nosso feito. Dedico também aos meus pais Nilton e Lucia Helena por todos os sacrifícios feitos em prol da minha educação e as suas renúncias visando à realização dos meus sonhos. Tenho imenso orgulho do maior de todos os heróis, meu Incrível Hulk.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus e aos espíritos de luz, por me darem força nesta longa jornada percorrida com muitos desafios encontrados. Sendo Ele, o responsável pelas minhas conquistas e a coragem no enfrentamento das dores causadas pelas despedidas de pessoas amadas. Ele é conhecedor da minha luta diante das aflições e do desejo de dar o meu melhor seja exercendo a Biblioteconomia e como ser humano.

Ao meu orientador Sebastião Amoêdo, por ter semeado desde o primeiro período a vontade de expandir meus horizontes e crescer como ser humano. Sou eternamente grata por compartilhar seu vasto conhecimento, senso crítico e espírito inovador. Considero-me honrada em ter contado com sua orientação e paciência. Além da confiança depositada em mim e pelas palavras de apoio em cada passo dado.

A todos os mestres e funcionários do Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação (CBG), em especial Mariza Russo, Eliana Taborda e a excepcional professora, bibliotecária Nysia de Oliveira Sá, também responsável por despertar meu interesse pelos estudos de fontes informacionais.

A minha irmã Amanda e suas infundáveis reclamações sobre todos os ruídos feitos durante suas noites de sono enquanto eu estudava. E toda família, tios e primos que acompanharam de perto essa trajetória, tendo os apoios em especial da Tia Luciana, meus padrinhos Kátia e Evandro, Nelsinho, e meu primo Lúcio. Ao Tio Cícero que não é mais o único a ter o privilégio de carregar o peso do diploma federal na família Meirelles.

Aos meus grandes amigos Ronaldinho, Jéssica, Rafael, Hamilton, Carol, Victor, Charles, Letícia, Anna Clara, Pamella, Jefferson e Fábio por suportarem todos meus surtos, devaneios e ausências em decorrência do alto volume de estudos.

As amizades adquiridas durante a graduação até mesmo com estudantes de outros cursos e turmas entre veteranos e calouros, agradeço pelos amigos da turma 2009. Tendo em especial as queridas amigas Diana que muito me ensinou a crescer espiritualmente, Danyara pelas longas conversas e desabafos, Solange sempre disposta a ajudar e cuidar da turma, Paula que sempre esteve presente nos momentos marcantes e alegres tornando-se mais que vizinha, uma grande amiga, a Mariana Arburuas e seus sábios conselhos e palavras de incentivo, a Ariadne, Laíz e Valéria por termos compartilhado de tantos momentos importantes na criação de excelentes trabalhos dos quais também nos divertimos bastante.

Devo muito dessa vitória a grande amiga Mariana Fernandes que por algumas vezes foi a responsável para que eu não desistisse do propósito e que me ajudou a enxergar que não importando a dor das perdas eu deveria seguir erguendo a cabeça, com fé e mandando a tristeza embora. Tenho imenso orgulho em dividir com você o sabor dessa conquista. Ninguém vai poder atrasar quem nasceu para vencer e juntas vencemos mais um campeonato.

As amizades conquistadas nos estágios realizados, em especial Airtiane Rufino e Ingrid Martins que acenderam em mim o amor pela profissão através das suas inovadoras visões da área de Biblioteconomia. Agradeço a troca de conhecimentos com os amigos, Gustavo, Rui, João Augusto, Caio, Filipe, Lucas, Débora, Helena e Gisele.

E a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para o meu sucesso!

RESUMO

AZEVEDO, Aline Meirelles de. *Letração da Mídia*. 2013. 38 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação. Faculdade de Administração e Ciências Contábeis. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2013.

A relevância das fontes de informação no processo de aprendizado, alfabetização e extensão cultural na população brasileira é indiscutível. Com base em alguns levantamentos realizados pelo Ministério da Cultura (MinC) e Ministério da Educação (MEC), realizo a revisão de literatura onde exponho os níveis de alfabetismo encontrados no Brasil e o contexto de indústria cultural, como um produto adaptado ao consumo de massas, sendo necessário atender algumas funções estabelecidas pela imprensa como a política, a econômica, a educativa ou a de entreter. O estudo de caso feito através das capas do jornal Meia Hora de Notícias mostram as técnicas de *fait divers* utilizadas para atrair o público-alvo, classe C e D. Os principais assuntos narrados nas manchetes das capas selecionadas são de acordo com a classificação feita por Danilo Angrimani (1994). Considero a responsabilidade do bibliotecário nesse processo educacional e como ela foi minimizada no decorrer dos anos gerando um apagão na área de Recursos Humanos do nosso país em desenvolvimento.

Palavras-chave: Alfabetização. Mídia impressa. Sensacionalismo.

"Os grandes serão lembrados. Mas cada um deles foi grande com relação às suas expectativas. Um foi grande esperando o possível, o outro esperando o eterno. Porém quem esperou o impossível foi o maior de todos." (KIERKEGAARD)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 JUSTIFICATIVA.....	11
3 OBJETIVOS.....	13
3.1 Geral.....	13
3.2 Específicos.....	13
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
4.1 Níveis de Alfabetismo.....	14
4.2 Indústria Cultural.....	15
4.3 Imprensa e suas Funções.....	16
4.4 Sensacionalismo.....	17
4.5 Fait Divers.....	19
5 METODOLOGIA.....	20
6 ESTUDO DE CASO.....	21
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	35
REFERÊNCIAS.....	37

1 INTRODUÇÃO

Nosso país ainda apresenta graves problemas inerentes às práticas da leitura e interpretação de texto. Segundo o Ministério da Cultura e o da Educação (2005), o Brasil possui baixos índices de alfabetização e de aquisição de livros que são resultantes da rápida passagem do estágio de oralidade para o de uma cultura do audiovisual. O hábito da leitura pouco foi semeado pelos diferentes grupos sociais, não foi consolidado junto à maior parte da população. O que gerou carência não somente nas áreas da cultura e da educação, mas um efeito dominó para os âmbitos da economia, política entre outros setores que se tornam cruciais para o desenvolvimento de uma grande potência mundial.

Devido ao panorama apresentado pelo Ministério da Cultura e o da Educação (2005), surge a necessidade de democratização do acesso ao livro por toda a população brasileira. E o ideal de Monteiro Lobato sobre fazer um país com homens e livros se torna primordial, a compreensão com a leitura e a escrita se transforma na ferramenta indispensável para que o homem estimule sua capacidade e viva bem na sociedade do conhecimento, sendo digno diante seus direitos e deveres quanto democracia e educação, assim como questionar os valores pregados por outros pensadores em diferentes momentos da história. Para que formemos mais críticos e contestadores, é necessário melhorar as políticas do livro, assim como seus programas e projetos de leitura. Não que a cultura escrita deva prevalecer diante da cultura oral, ambas devem manter seu espaço e importância.

Pensando no quadro de alfabetização do Brasil, numa maneira de divulgarmos as necessidades de um povo que de acordo com o Mapa do Alfabetismo no Brasil (Inep, 2003), há cerca de 10 anos atrás ainda possuía 14 milhões de analfabetos absolutos, pessoas que se declararam incapazes de ler e escrever um bilhete simples, analisaremos as mídias que alcançam esse grupo e seu direcionamento para o sensacionalismo.

Deste modo, o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) entregue ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação, ao fim do oitavo período, ocupar-se-á do estudo de caso

sobre as fontes de informação sensacionalistas impressas, especificando as capas do jornal Meia Hora de Notícias e como os fatos são relatados com distinção perante sua relevância nesse meio, buscando na literatura concernente aos assuntos tratados seu embasamento teórico.

Sua elaboração inicia-se pela explicitação dos motivos que levaram à escolha do assunto, mostrando sua relevância no contexto da alfabetização e comunicação na sociedade. Exibe seu objetivo geral e os específicos. Aborda os níveis de alfabetismo no Brasil e como as mídias sensacionalistas dirigem seu conteúdo para essas camadas da sociedade. Em seguida, analisaremos o objeto de estudo de caso. Tendo por fim, a metodologia que foi empregada na coleta dos dados referentes à pesquisa. E a consideração final a partir dos estudos desenvolvidos e da análise da bibliografia utilizada.

2 JUSTIFICATIVA

Deve-se enfatizar, segundo o Instituto Paulo Montenegro (2012) um dos principais causadores para o elevado índice de alfabetismo funcional e das dificuldades generalizadas para a compreensão da informação escrita se localiza na crônica falta de contato com a leitura, sobretudo entre as populações mais pobres.

Diversas pesquisas, realizadas nos últimos anos, empenharam-se em apresentar contornos mais nítidos do cenário em que se insere a questão da leitura e do livro no país, permitindo maior consciência das dificuldades que afligem o setor e oferecendo dados concretos para que se possa buscar uma recuperação.

O Relatório do PISA-2000 (Programa Internacional de Avaliação de Estudantes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômicos – OCDE) afirma que o Brasil apresentou nível em letramento em leitura inferior a todos os países da OCDE. Nessa pesquisa, o conceito de leitura em pauta não se resume à noção muito frequente de mera

decodificação e compreensão literal de textos escritos, mas à capacidade de o jovem compreender e utilizar textos de várias naturezas para alcançar seus objetivos, desenvolvendo conhecimentos e participando ativamente da sociedade. Letramento reflete a complexidade das variáveis em jogo, a amplitude de conhecimentos, habilidades e contextos em que esses conhecimentos e habilidades são aplicados.

Nessa mesma pesquisa, destaca-se ainda mais o desempenho insatisfatório dos alunos brasileiros, próximos do final da educação básica, revelando que necessitam desenvolver diversas habilidades para enfrentar os desafios do conhecimento nas complexas sociedades contemporâneas. Um desempenho dessa natureza acarreta prejuízos de toda ordem. A baixa competência de leitura, demonstrada pelo Instituto Paulo Montenegro (2012), não apenas influi no desenvolvimento pessoal e profissional dos estudantes, como também, para ampliar o disparate social existente no país, resultando mais exclusão e menos cidadania.

O dificultoso acesso a livros em escolas e bibliotecas somado ao baixo poder aquisitivo da maioria dos leitores brasileiros propicia efetivamente alternativas escassas para que se concretize a leitura. E é preciso sublinhar que o acesso às bibliotecas é pequeno, não apenas por uma questão cultural que remonta à nossa longa história de estagnação do letramento, mas porque a rede de bibliotecas no país é pequena e sofre carências (MinC, 2005).

O Ministério da Cultura acrescenta no Plano Nacional do Livro e da Leitura (2005) que como os investimentos para combater o analfabetismo têm sido crescentes nos últimos anos, isso equivale a dizer que ao mesmo tempo que milhões de brasileiros ingressam a cada ano na categoria de leitores em potencial, outros milhões saem pela porta dos fundos – a do analfabetismo funcional. Assim, um formidável conjunto de esforços, energia e investimentos públicos e privados não se realizam plenamente, não atingindo suas finalidades.

Contudo, não estamos colocando o livro como objeto cultural isolado, particularmente na sociedade contemporânea, em que as práticas de leitura são concretizadas em um contexto cultural bastante amplo. Porém é inegável seu enorme peso nesse processo.

Daí a necessidade de fortalecimento de qualquer política ou projeto ligado ao livro. É preciso uma valorização da esfera da cultura como um todo, franqueando o acesso a uma variada gama de objetos culturais que hoje estabelecem vínculos estreitos com os livros. Há de se considerar a diversidade cultural e inúmeras instâncias – e não apenas a escola – que influenciam a cultura, tais como a família e, sobretudo a mídia. Que cada vez mais enxerga nesse grupo as margens da cultura, como seus clientes em potencial e assim segmentam seus produtos para o despertar desses.

3 OBJETIVOS

O Projeto Final terá seus objetivos descritos abaixo:

3.1 Geral

Visará desenvolver e aprofundar os estudos sobre as fontes de informação. E a atuação do bibliotecário neste processo educacional e informacional necessários para que o país se desenvolva socialmente e economicamente, dos quais atribuímos essas responsabilidades nas próprias fontes de informação. Assim exploraremos os motivos para que a mídia impressa trate dos fatos com distinção perante sua relevância na primeira página, levando em questão seu público-alvo.

3.2 Específicos

- Revisão de literatura sobre os quatro níveis de alfabetismo de acordo com as habilidades em letramento no Brasil;
- Revisão de literatura sobre as quatro funções da imprensa;
- Revisão de literatura sobre confrontar os diferentes segmentos de jornal existentes na indústria cultural dando enfoque ao gênero sensacionalista e
- Apontar os assuntos mais explorados nas capas do jornal sensacionalista estudado.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para melhor compreensão do trabalho de conclusão, é necessário que adotemos algumas conceituações.

4.1 Níveis de Alfabetismo

O Instituto Paulo Montenegro (Ibope pela Educação) criou uma das pesquisas mais relevantes sobre o tema, o Indicador Nacional de Alfabetismo Funcional (INAF) definiu quatro níveis de alfabetismo de acordo com as habilidades em letramento e matemática sinalizadas através do teste padronizado aplicado em 2.000 pessoas na faixa etária de 15 a 64 anos. Tendo como resultado de 2011/2012, classificou 6% dos entrevistados como analfabetos absolutos, aqueles que não conseguem realizar nem mesmo tarefas simples que envolvam a leitura de palavras e frases, alguns podem reconhecer números familiares, como telefone ou preço; 21% foram classificados no nível rudimentar de alfabetismo, pois conseguem localizar uma informação explícita em textos curtos, como anúncios. Eles leem e escrevem números usuais e realizam operações simples, como manusear dinheiro para o pagamento de pequenas quantias; 47% foram classificados no nível básico de alfabetismo, pois são aqueles que leem e compreendem textos de média extensão, localizam informações mesmo com pequenas inferências, leem números na casa dos milhões, resolvem problemas envolvendo uma sequência simples de operações e têm noção de proporcionalidade; e 26% foram classificados no nível pleno de alfabetismo, correspondendo àquelas pessoas cujas habilidades não mais impõem restrições para compreender e interpretar textos usuais, elas leem textos mais longos, analisam e relacionam suas partes, comparam e avaliam informações, distinguem fato de opinião e realizam sínteses. Quanto à matemática, resolvem problemas que exigem maior planejamento e controle, envolvendo percentuais, proporções e cálculo de área, além de interpretar tabelas de dupla entrada, mapas e gráficos. O percentual da população de analfabetos funcionais caiu de 39% em 2001 para 27% em 2011, e a da população alfabetizada funcionalmente foi de 61% para 73% no mesmo período. Porém apenas um em cada quatro brasileiros domina plenamente as habilidades letramento e matemática.

4.2 Indústria Cultural

Termo concebido pelos filósofos e sociólogos Theodor Adorno e Max Horkheimer em Frankfurt durante a época do Nazismo, suas reflexões surgiram a partir de uma ‘cultura industrializada’ pois toda arte produzida naquele momento era voltada somente àquele sistema. Nos Estados Unidos, Adorno (1947) observa o sistema da indústria cultural de maneira tímida principalmente quanto a entretenimento. Foi pelo cinema que a indústria cultural se fez presente e nos apresentou uma comunicação de massa, pois neste caso tinha o intuito de desviar os olhares da população aos problemas sociais da década de 30.

Ambos defendiam que a indústria cultural era um meio de modelar toda a produção artística e cultural, assim estas se transformariam nos padrões comerciais dos quais seriam facilmente reproduzidos. Dessa forma, as manifestações de arte não são vistas somente como únicas, extremamente belas, mas principalmente como ‘mercadorias’, que incentivam a alienação da arte feita para poucos e carentes de uma visão crítica a respeito.

A intenção da indústria cultural não é promover um conhecimento, porque o conhecer levanta questionamentos, rompe paradigmas e necessita de novas respostas. Esse sistema incorpora nos participantes da necessidade do consumo, geradora de mercadorias próprias para a venda e vinda do capitalismo e desta forma é possível representar e incentivar o produto ao invés do conhecimento. O conhecimento, por sua vez, se torna produto da elite e é sobre esses aspectos que Adorno e Horkheimer questionam, quando a forma pela qual as artes e o conhecimento humano são tratados e se tornaram de fácil manipulação.

Adorno e Horkheimer (1985) filosofavam como em todos os ramos da indústria cultural existem produtos adaptados ao consumo das massas, sendo por elas que as indústrias se orientam, tendo no consumidor não um sujeito, mas um objeto. Este termo define as produções artísticas e culturais organizadas no contexto das relações capitalistas de produção, uma vez lançadas no mercado, são engolidas. Porém, a indústria cultural idealiza produtos adaptados ao consumo das massas, assim como também pode determinar esse consumo

trabalhando sobre o estado de consciência e inconsciência das pessoas. Ela pode ainda ter função no processo de acumulação de capital, reprodução ideológica de um sistema, reorientação de massas e imposição de comportamento.

4.3 Imprensa e suas Funções

A imprensa mundial sofreu mudanças desde a fase artesanal até chegarmos a industrial, graças ao invento de Gutemberg que viabilizou a produção em alto escala. Tendo que dividir sua importância na área informacional com o rádio e a televisão.

Lembrando que por mais que no mundo capitalista o jornal tenha o caráter de indústria, nos regimes fortes o jornal assume a faceta de educar, uma atividade cuja responsabilidade é inteiramente atribuída ao Estado. Também objeto de criação de uma consciência coletiva, de servir a uma causa ou ainda atuar como instrumento de persuasão da opinião da população.

Segundo Amaral (1978), a imprensa pode ser classificada de acordo com suas quatro funções:

Função política diz-se quando o jornal tem objetivo de expressar ou controlar a opinião pública. No Brasil tivemos muitos exemplos na história como a Revolta da Chibata ou na Era Vargas, sendo também o panfleto um importante aliado quando as condições sociais agravaram-se em manifestações.

A função econômica e social nasce com a utilização de jornais como meio de publicidade industrial e comercial. Atualmente essa função é tão forte que os jornais destinam sessões específicas para isso. E não é raro de encontrar em alguns artigos sutis referências a uma marca ou produto.

A função educativa é demonstrada através de matérias sobre debates na Câmara e no Senado, pesquisas de estudiosos sobre saúde e bem-estar, índices econômicos que evidenciam o crescimento do país, notícias internacionais e todo artigo que tem objetivo de instruir o leitor.

A função entretenimento está atrelada ao prazer da leitura, porém esbarra numa questão sensível. Afinal de onde vem tanta satisfação ao ler sobre terríveis massacres, escândalos e tragédias? A imprensa apresenta também uma função psicossocial, é o momento de escape dos nossos impulsos mais recalcados e obscuros. É a forma utilizada para que encontremos conforto ao menos no mundo imaginativo aos nossos problemas pessoais. Momento que o leitor entra em contato com a realidade da própria classe que está inserido e tem a sensação satisfatória em saber que existem seres humanos em situações semelhantes ou piores daquela que o leitor vivencia.

As pessoas intuem que cada veículo de comunicação, principalmente os jornais, tem um perfil que caracteriza sua identidade própria, sendo assim cativa a fidelidade do leitor. Se talvez algum jornal não corresponda à imagem que dele o seu leitor construiu, este sente-se enganado. O leitor ao se identificar com o perfil do seu jornal tem uma relação de fidelidade construída pelo hábito.

4.4 Sensacionalismo

O termo ‘sensacionalista’ é usado no geral para condenar uma publicação. Como se houvesse o exagero na coleta de dados, que refletisse num desequilíbrio do noticiário. Os sentimentos gerados com a distorção da verdade, deturpação e o uso de linguagem agressivo e chulo, faz com que essas mídias sejam marginalizadas e sofram com a segregação das mídias ‘sérias’. O sensacionalismo ocorre em cima de diversas circunstâncias, uma dessas está atrelada ao processo de atração para a compra. “Sem discutir a questão da morbidez e da imoralidade envolvidas, o termo sensacionalismo poderá ser usado para o tratamento particular que um jornal dá a crimes, desastres, sexo, escândalos e monstruosidades.” (MOTT, 1941)

Tem sua origem na imprensa da França (1560-1631) e Estados Unidos (1690). O jornal “Gazette de France” já se parecia com esses que encontramos atualmente, com ótimos *fait divers* (notícia do dia; principal fonte de “alimentação” do noticiário sensacionalista). Porém, o sucesso francês eram os *canards*, uma espécie de jornal popular com apenas uma página contendo título, ilustração e texto no anverso. Aqueles que relatavam *fait divers* eram os mais procurados.

O jornalismo nos Estados Unidos teve o gênero sensacionalista primordialmente no ‘New York World’ editado por Joseph Pulitzer, o homem que inovou ao publicar jornal em cores e a utilizar textos curtos colocados nos espaços em branco ao lado do logotipo do jornal. Quebrando esta soberania, surge William Randolph Hearst, filho de um milionário que compra ironicamente o ‘Morning Journal’ que pertencia a Albert Pulitzer, irmão do editor do ‘World’, em 1895. Antes da virada do século, ambos os jornais alcançavam tiragens de até um milhão de exemplares diariamente. O auge veio com a guerra entre EUA e Espanha, os jornais criaram psicose de guerra nas pessoas devido a um navio americano que foi afundado no litoral cubano. Hearst enviou um repórter e um ilustrador a Cuba para cobrir a guerra e de lá eles constataram que estava tudo tranquilo e não tinha necessidade de permanecerem, solicitando o regresso. Hearst pediu que permanecessem e fornecessem ilustrações para que ‘sua guerra’ fosse vendida, concluindo que no caminho do sensacionalismo, a credibilidade não tem vez. “A verdade faz parte de algumas coisas verdadeiramente grandes e raras desta vida que não se podem comprar. É doada ao homem assim como o amor e a beleza. Mas um jornal é uma mercadoria com que se faz comércio.” (KAFKA, 1997)

Pedroso (1983) define o gênero de jornalismo como,

modo de produção discursivo da informação de atualidade, processado por critérios de intensificação e exagero gráfico, temático, linguístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto e representação ou reprodução de real social.

A prática sensacionalista no jornalismo diário o efeito de informar através da não identificação imediata da mensagem por meio do uso de trocadilhos, a priorização de

emocionar ao informar, exploração do extraordinário e do vulgar com ar de motivação e euforia, adequação discursiva ao status semiótico das classes subalternas, uso de ambiguidade, subtração de elementos importantes enquanto outras partes inventadas são acrescentadas, não se encontra a contextualização político-econômico-social-cultural nas notícias, porém a linguagem utilizada mostra a intenção da consolidação econômica ao mercado jornalístico, a gramática discursiva com uso de gírias é fundamentada no desnivelamento sócio-econômico e sociocultural entre as classes subalternas.

Marcondes Filho (1986) enfatiza que,

o jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece. Fabrica uma nova notícia que a partir daí passa a se vender por si mesma. A imprensa sensacionalista não se presta a informar, muito menos a formar. Presta-se básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do público, por meio de formas sádica, caluniadora e ridicularizadora das pessoas. Por isso, a imprensa sensacionalista, como a televisão, o papo no bar, o jogo de futebol, servem mais para desviar o público de sua realidade imediata do que para voltar-se a ela, mesmo que fosse para fazê-lo adaptar-se a ela.

4.5 *Fait Divers*

Os jornais destinados às classes populares destacam-se pelo sensacionalismo. O estilo editorial é o uso do recurso chamado *fait divers*. São as notícias do dia, os mais quentes escândalos, crimes bárbaros, tragédias causadas por desastres naturais, incêndios ou desabamentos em estabelecimentos de prestígio, casos de nanismo como o ‘campeonato de MMA de anões’, e as anomalias como gatos com duas cabeças, cachorros com seis patas e aranhas de mil anos. Se a notícia for protagonizada por alguma celebridade ou alguém com alguma proximidade ao famoso, sua repercussão será fortemente maximizada.

Antes de tornar o motivo principal de procura dos *canards*, os *fait divers* eram relatados por trovadores populares em canções na Idade Média. Hoje, o sensacionalismo busca na extravagância do *fait divers* o brilho para atrair a atenção na manchete de capa. Traz uma carga de curiosidade com toque de fantasia para que atenda o objetivo de causar o impacto ao leitor como sensação de vivência daquela tragédia. A melhor forma de atingir isso é com o

uso de ilustrações e palavras impactantes que faça daquela informação sombria e perigosa, consequentemente atraente.

Edgar Morin (1962) conceitua *fait divers* como “essas bizarrices do comportamento humano que refletem a natureza verdadeira do homem”. Daí a relação com a psicossociologia, o mesmo autor acrescenta “a personificação de instintos, simplesmente reprimidos pelos outros homens, a encarnação de seus crimes imaginários e de suas violências sonhadas”. Ao ler essas capas, o leitor em seu subconsciente imagina: “são os outros que morrem e não eu”, no lugar de solidarizar-se: “podia ser comigo”.

Existem autores que acreditam que alguns antigos *fait divers* possam ter estimulado a criação das artes plásticas e contos na literatura como “Romeu e Julieta” e “Madame Bovary”. A arte torna-se o meio de ter a satisfação simbólica do que foi negado.

5 METODOLOGIA

A busca do referencial teórico, para analisar o estado da arte do assunto ora estudado, já acontecem nas fontes informacionais impressas e como estas orientam-se para a população alfabetizada do Brasil, mais especificadamente o jornal sensacionalista. Análise de textos foi realizada na língua portuguesa. Na análise discursiva, interessam as relações dos termos utilizados na fundamentação teórica e como é a dinâmica destes.

A mídia impressa escolhida são as capas do jornal diário e matutino Meia Hora de Notícias. A presente autora descreverá e interpretará o funcionamento dos modos discursivos sobre os assuntos mais vistos nas capas do jornal, aqueles que refletem maior impacto no leitor e por consequência, nas suas vendas. Seguindo a teoria defendida por Debord (1997) quando desenvolveu o termo a “sociedade do espetáculo” a fim de retratar essa nova forma de viver, onde a sociedade de consumo é organizada em torno de produzir e consumir mercadorias e imagens. Debord (1997) aponta que “sem dúvida o nosso tempo prefere a imagem à coisa, a

cópia ao original, a representação à realidade.” (DEBORD, 1997, p. 13) Acrescenta que o “espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.” Debord (1997, p. 14).

Foi realizado um levantamento e recorte das capas mais comentadas e lembradas pelos leitores na internet, propiciando a fácil recuperação destas, afim de constituir-se nesse trabalho como forma de contribuição ao estudo de mídias impressas sensacionalistas, como elas atingem o público com baixo letramento e como o profissional bibliotecário precisa estar a par dos problemas socioeconômicos e culturais que circundam nosso país. Sendo a educação e a falta de leitura o maior agravante dos problemas.

6 ESTUDO DE CASO

O jornal Meia Hora de Notícias (chamaremos de MH) foi lançado no ano de 2005 cobrindo o estado do Rio de Janeiro. Apresentou-se inicialmente como uma opção mais barata e simplificada ao jornal Extra, mas acabou criando um novo público alvo, aos que se seguiram concorrentes como o Expresso, ligado às Organizações Globo. O popularmente conhecido ‘Meia Hora’ é ligado ao grupo O Dia, onde se retira boa parte de seu noticiário. Tem como proposta publicar notícias de cunho policial, esportivo, entretenimento e utilidades públicas no decorrer de suas sessões como: Serviço, Geral, Voz do Povo, Polícia, Balanço Geral, Esportes, Saúde, De Tudo um Pouco, Mundo e Tecnologia, Televisão, Roteiro da TV e Alto Astral, que contem piadas, charadas, testes de conhecimento e horóscopos. Essas distribuídas nas páginas que variam de 32 a 44, contando ainda informações sobre a vida de famosos e outras reservadas ao Jornal da FM O Dia noticiando agenda de shows e programações da rádio homônima.

Por retratar notícias locais, o jornal tem seu foco nas classes C e D, o que também justifica o preço que é comercializado atualmente, por apenas R\$ 0,70, sendo motivo de um de seus slogans: "Se tempo é dinheiro, meia hora é só R\$ 0,70" que é anunciado constantemente nos

meios de transportes de massa, como trens, estações e ônibus para atingir seu público-alvo. Segundo Bahia (1972), podemos distinguir dois tipos de diários:

Jornal de qualidade é aquele de informação sóbria, pormenorizada e séria, de conceito editorial de alta renda de publicidade, consumido preferencialmente por leitores das classes A e B, isto é, por industriais, banqueiros, proprietários de terras, comerciantes, profissionais liberais, empresários e altos funcionários. Estes leitores dos jornais “quality” representam para as agências de publicidade o extrato social de mais valia na programação de anúncios. Jornal popular é aquele cujo principal objetivo se restringe ao número de cópias de cada edição. Um jornal ou revista do tipo popular se dirige menos às classes A e B, buscando a atenção de todas as classes de leitores, especialmente C, D e E. São veículos que desprezam a opinião editorial e não se preocupam com linhas de sobriedade ou seriedade. Porque têm uma grande circulação e baseiam sua receita na venda avulsa, não dependem do volume de anúncios.

Alcançou uma grande faixa da população principalmente pela iniciativa de colocar vendedores autônomos que, com o colete da empresa, anunciam a venda do produto nesses lugares. Outro motivo que pode explicar sua popularidade e sucesso é a música vinculada nas estações sobre o jornal, sempre tem ritmos populares que fazem ampliar sua identificação com as classes populares.

Seus leitores são caracterizados por não terem recurso financeiro abundante, não tem alfabetização avançada para a compreensão de textos mais elaborados e prefere a utilização de imagens, um dos subterfúgios do jornal, daí a criação de outro slogan: "Nunca foi tão fácil ler jornal". Além do tempo disponível para leitura do jornal, que interfere na escolha de algo mais sintetizado e conteúdo diversificado, daí seu nome referindo-se ao tempo gasto na leitura de toda edição.

Suas manchetes e capas irreverentes, irônicas e apelativas caíram na graça da população fluminense, conquistando hoje o terceiro jornal mais lido no Rio de Janeiro - ficando atrás somente do O Globo e Extra - e o décimo mais lido do Brasil, segundo as estatísticas da Associação Nacional de Jornais (2012). Porém, também é visto com repúdio por outra parte de leitores de jornais, aqueles mais tradicionais do país. Eles criticam seu conteúdo ter ênfase nos interesses mais populares e pela utilização de linguagem altamente coloquial, abusando do uso de gírias, bordões e trocadilhos infames encontrados no decorrer dos textos curtos e

imagens chocantes. Outro fator que estimula as vendas são os chamados ‘anabolizantes’, o leitor coleciona os selos vindos no jornal e com término desse período ele estará habilitado a trocar sua coleção por um brinde.

MORTE

É um tema que por mais que nos traga a sensação de desconforto, sabemos que é inevitável não passarmos por esta experiência. A ideia do desconhecido que a morte traz consigo desencadeia uma série de curiosidades e indagações. Por essa razão que o assunto é tão explorado não somente nas capas, como também nas demais sessões encontradas nos jornais sensacionalistas.



Podemos observar que a notícia em destaque na capa sobre o falecimento do cantor considerado como o Rei do Pop, Michael Jackson, foi tratada de maneira desrespeitosa. O MH faz alusão ao processo sofrido pelo cantor com o vitiligo, afecção cutânea caracterizada pelo aparecimento de manchas brancas e que com sua morte viraria cinza.



O desaparecimento e assassinato de Eliza Samudio foi associado a má fase enfrentada pelo time defendido pelo goleiro do Flamengo, suposto mandante do crime. Nos artigos sobre o caso, o MH tratou da morte da jovem que apareceu em filme pornô, como uma punição.

Passava a ideia de que a justiça estava sendo feita por ela ser amante de Bruno e exigir os direitos do filho como o reconhecimento da paternidade e pensão alimentícia.

PSEUDOCIÊNCIA

É qualquer crença ou prática que conceituamos como científica, mas não é fruto de um método científico apesar de poder ter um nível que exige alto conhecimento. São afirmações vazias e sem respaldo científico que possa comprovar sua legitimidade, mas que atinge um grupo de pessoas que acreditam ser uma verdade absoluta.



A capa do MH do primeiro dia do ano de 2013 vende previsões de astrólogos sobre como será o ano segundo a numerologia, tarô e búzios. Ainda preveem os acontecimentos na vida de pessoas públicas como se fossem verdades absolutas, sem margem de erro.

HOMOSSEXUALISMO

É o nome dado a prática de atos sensuais entre indivíduos do mesmo sexo. O tratamento dado pelo Meia Hora de Notícias ao ser homossexual é preconceituoso e marginal, usa palavras ofensivas, escandalosas e desrespeitosas inerentes a opção sexual. Deixa evidente o olhar machista e retrógrado que exerce sobre a sociedade que nos cerca. Faz com que o comportamento homossexual ferisse as regras de boa conduta impregnadas em nosso cotidiano.

Nesta capa, podemos perceber uma relação entre novamente a morte de pessoa pública com o desrespeito quanto a orientação sexual deste. O falecimento do estilista Clodovil em decorrência de um derrame, foi informado de forma sarcástica através da expressão “virou purpurina”.



Na capa anterior, o MH deu o destaque para a morte de um personagem famoso no mundo do funk carioca, conhecido por Lacraia pelo jeito inusitado de dançar e seu biofísico. Fazendo alusão ao sucesso da música “vai Lacraia”, o jornal destaca em cor-de-rosa e imagem de uma margarida a palavra ‘fui’, deixando o leitor entendido do ocorrido e fazendo ligação com sua homossexualidade. A montagem gráfica feita com os animais exemplifica a menção na letra do funk do qual o travesti dançava.

LINGUAGEM

A linguagem simplificada é o principal trunfo para que o jornal conquiste o carisma de seus leitores. O jornal sensacionalista usa suas manchetes para despertar o inconsciente, utiliza os recursos da linguagem para que atinja seu público causando uma fusão com a história relatada.



O MH relatou nesta capa com o uso da linguagem simplificada e descontraída o assassinato de um homem franzino pela sua esposa obesa através do esmagamento ocorrido pelo ato de sentar sobre ele. A indagação feita no gráfico em destaque e o trocadilho feito na manchete com o título de um famoso filme e desperta no leitor uma sensação cômica do fato inusitado.

HOMONÍMIA

O homônimo é a pessoa que tem o mesmo nome que outrem, apesar das palavras serem idênticas em escrita e pronúncia, elas surgem de origens diferentes. O uso dessa figura de linguagem é usado nas capas para atrair sua leitura diante da sensação cômica provocada no receptor por remeter a uma celebridade, místico ou legendário.



A homonímia se faz presente na capa com o uso do ex-jogador de futebol e naquele momento técnico da seleção brasileira masculina de futebol Dunga. Com a manchete de “Dunga larga Branca de Neve e pode estrelar Bambi”, o leitor desperta no inconsciente a ideia de desligamento do seu cargo de técnico.

FUTEBOL

Um jornal que tem como principal objetivo alcançar a grande população do país. Certamente explora da paixão nacional: o futebol. Com isso, grande parte das suas capas representam situações inusitadas do meio futebolístico com gozações de cunho clubista como se tratassem de uma conversa informal da qual o torcedor satirizasse as derrotas do time adversário.



Pelo uso da homonímia na manchete do jornal, percebemos que o técnico Dunga não convocou o jogador Ganso para compor o elenco da seleção brasileira na Copa do Mundo. E o MH preparou mais uma das suas montagens gráficas carismáticas com a imagem do jogador Adriano como se estivesse fazendo sinal para o transporte público com destino ao bairro de Copacabana, popularmente conhecido por Copa. O trocadilho manifesta a não convocação do jogador para a disputa do campeonato.

DESASTRE NATURAL

As mídias sensacionalistas usam do poder que a sensação da especulação desperta no leitor. Isso sendo adicionado com catástrofes naturais ocorridas em lugares turísticos ou lugares que sofrem com o alto índice de pobreza torna-se ainda maior a repercussão da tragédia.



As notícias ganham grande repercussão quando as celebridades estão envolvidas com o fato em questão. O que pode ser potencializado quando a celebridade é colocada como vilão ou como nesta tragédia ocorrida no município de Duque de Caxias da qual o cantor e também morador do local, Zeca Pagodinho foi visto como herói pelo seu ato nobre em ajudar as vítimas do temporal.

VOYEURISMO

Palavra derivada do francês “voyeur” que significa “aquele que olha, o curioso”. Esse termo faz menção ao exibicionismo-voyeurista, o sentimento de prazer ao se deparar com a ilustração de um visual perfeitamente em ordem. Remete a nudez explícita de certas partes do corpo da mulher que desperta a libido dos homens e o desejo de conquistar também esse ideal de beleza por partes das mulheres.



A notícia em destaque na capa do MH mostra o ensaio fotográfico da apresentadora do programa ‘Hipertensão’ para a Revista Playboy. A ilustração de nudez explícita ainda é salientada com o convite para a exposição de fotos mais picantes dentro do jornal, fazendo com que o interesse na aquisição seja despertado. Outros gráficos e trocadilhos também são usados com conotação sexual.

PERVERSÃO

É todo e qualquer desvio em relação ao ato sexual tradicional, onde pessoas de sexo oposto obtém prazer por meio de penetração genital. A perversão consiste em tudo que sai desses padrões, como fazer sexo com menores de idade (pedofilia), muito velhos (gerontofilia), com animais (zoofilia), com roupas ou sapatos (fetichismo), com a intenção de causar dor no parceiro sexual (sadismo) ou a si próprio (masoquismo). No caso escolhido relataremos a necrofilia, o ato sexual com cadáver.



A manchete usa o jogo de palavras para que ganhe o carisma do público alvo conquistando a venda “Enfermeiro faz sexo com cadáver e entra numa fria”. O jornal acrescenta no subtítulo que o funcionário do hospital foi surpreendido pelos seguranças e com outro trocadilho remetendo ao ato pornográfico, faz alusão a prisão do perverso.

VOYEURISMO NECRÓFILO

Seria a classificação dada a exposição do corpo de um morto que teve seu óbito por intermédio de algo trágico, gerando repercussão. As mídias sensacionalistas violam a imagem desses cadáveres sem importar com o sentimento de perda e luto da família da vítima com o intuito de despertar as emoções mais profundas do leitor.



A capa do jornal relatou a maior tragédia já ocorrida no país com dezenas de jovens mortos, a boate Kiss na cidade de Santa Maria no Rio Grande do Sul ganhou espaço nas mídias de todo o mundo. Podemos perceber que quando um assunto é coberto intensamente pela televisão, o leitor deseja ler no dia seguinte mais informações daquele fato que tanto tomou tempo na programação televisiva. Algo que influencia diretamente na vendagem do jornal. É curioso o motivo que levou tantos jovens a fazerem filmagens e fotos em meio tamanha desgraça e que depois venderam esses registros as grandes mídias não respeitando a dor da família em ver a imagem do seu ente querido ser violada.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a construção deste trabalho, algumas questões foram percebidas. Após fazer um levantamento sobre a área abordada em língua portuguesa, notou-se que ela se apresenta bem vasta, foram encontrados diversos materiais de vários estudiosos do assunto.

Demonstrando por um lado, a produtividade da análise como instrumento de interpretação dos discursos sobre a mídia impressa, e por outro lado uma tendência em consolidar a clássica distinção entre jornais de qualidade e jornais populares pela utilização de determinadas estratégias textuais e ilustrativas.

O MH consegue comprimir em poucas folhas de jornal os maiores interesses da classe C e D. Investindo nos editoriais de Polícia e Futebol, além de dar maior visibilidade às notícias sangrentas e relacionadas ao tráfico de drogas. Principalmente através da habilidosa utilização da técnica do *fait divers* nas capas sensacionalistas analisadas e descritas neste trabalho juntamente com os mecanismos psicológicos ativados pela indústria cultural. A contaminação das estratégias sensacionalistas usadas nos modos de anunciar, enunciar, pronunciar e denunciar, como marketing no universo de concorrência entre as mídias impressas inclinando-se aos jornais populares, em contraposição ao compromisso com a objetividade dos jornais de qualidade, que em virtude disso gozariam de maior credibilidade. O selo da credibilidade parece estar vinculado ao prestígio social de fontes informacionais e menos à objetividade e veracidade da matéria jornalística.

É importante observar que, embora nas sociedades atuais a leitura seja imprescindível para o ingresso no mercado de trabalho e para o exercício da cidadania, no Brasil as pesquisas e as avaliações educacionais apontam para a precária formação de um público leitor e revelam as imensas dificuldades para o sucesso das ações envolvidas na solução do problema.

Em decorrência de um apagão sofrido na área de Recursos Humanos no país devido a baixa qualificação de profissionais. Essa responsabilidade de promover o acesso a leitura e o caráter de educador foi minimizado na construção do bibliotecário. Ele deve consolidar-se como o principal responsável para a mudança desse panorama, sendo a leitura responsável pela formação do senso crítico do cidadão. Precisamos ser mais presentes para atingir o objetivo de democratização ao acesso à leitura de qualidade a toda a sociedade. Com base na compreensão de que a leitura de qualidade e seriedade sobre as informações do cotidiano são instrumentos indispensáveis para que o ser humano possa desenvolver plenamente suas capacidades, seja individual ou coletivamente.

Os estudos aqui demonstrados levam a convicção de que é necessário maior investimento por parte do Estado para que tenhamos um país com população alfabetizada. Propiciando na sociedade da informação e do conhecimento que o indivíduo exerça de maneira integral seus direitos, participe efetivamente dessa sociedade, melhore, em amplo sentido, seu nível educativo e cultural, fortaleça os valores democráticos, seja criativo e crítico, saiba avaliar e interpretar os diferentes modos de pensar e que assim cheguemos num nível educacional que seja alto, que tenhamos profissionais mais qualificados para que o Brasil possa se desenvolver.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T., HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. 2 ed. Tradução Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AMARAL, Luiz. **Jornalismo: matéria de primeira página**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1994.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS: **ANJ**, 2012. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>>. Acesso em: 22 dez de 2012.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**. São Paulo: IBRASA, 1972.

BONDIM, Renata Gérard. **Sensacionalismo e credibilidade**: A primeira página em quatro jornais cariocas: jornal do Brasil, O Globo, O Dia e Povo do Rio. 2001. 2 v. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, Departamento de Escola De Comunicação, Universidade Federal do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

BRASIL. **PNLL**: Plano Nacional do Livro e da Leitura. Brasília: Ministério da Cultura, Ministério da Educação, 2005. Disponível em: <<http://www.pnll.gov.br>>. Acesso em: 25 maio de 2012.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. Brasiliense. São Paulo, 1993.

D'ABBADIA, Emília Iria. **A imprensa populista no país do carnaval**: ou como o leitor lava a alma nas páginas de O Dia, do Rio de Janeiro. 1981. 67 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Departamento de Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 1981.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

INSTITUTO PAULO MONTENEGRO: **IPM**. INDICADOR NACIONAL DE ALFABETISMO FUNCIONAL. Disponível em: <http://www.ipm.org.br/ipmb_pagina.php?mpg=4.03.00.00.00&ver=por>. Acesso em: 13 ago. 2012.

KAFKA, Franz. **A metamorfose**. 14º ed. Tradução de Modesto Carone. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. São Paulo, Ática, 1986.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: EDUF RJ, 2001.

MORIN, Edgar. **L'Esprit da Temps**. Paris, Bernard Grasset, 1962.

MOTT, Frank Luther. **A history of newspapers in he United States through 250 years 1690 to 1940**. EUA, Macmillan Company, 1941.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICOS: **OCDE**. RELATÓRIO DO PISA PROGRAMA INTERNACIONAL DE AVALIAÇÃO DE ESTUDANTES, 2006. Disponível em: <http://www.inep.gov.br/download/internacional/pisa/aplicacao_pisa2006.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2012.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A produção do discurso de informação num jornal sensacionalista**. Rio de Janeiro: UFRJ/Escola de Comunicação, 1983.