

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE ARTES E HUMANIDADES  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL / JORNALISMO

**VIOLÊNCIA, FUTEBOL E EROTISMO: SENSACIONALISMO  
E ESPETACULARIZAÇÃO NAS CAPAS DO TABLÓIDE**



AUTORA: PRISCILLA MARGARET MOREIRA ALMEIDA  
ORIENTAÇÃO: PROFESSOR RICARDO DUARTE GOMES SILVA

VIÇOSA - MG  
DEZEMBRO/ 2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA  
DEPARTAMENTO DE ARTES E HUMANIDADES  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL / JORNALISMO  
COM 490 – PROJETOS EXPERIMENTAIS  
PROFESSORA: SORAYA MARIA FERREIRA VIEIRA

## **VIOLÊNCIA, FUTEBOL E EROTISMO: SENSACIONALISMO E ESPETACULARIZAÇÃO NAS CAPAS DO TABLÓIDE**



AUTORA: PRISCILLA MARGARET MOREIRA ALMEIDA

ORIENTAÇÃO: PROFESSOR RICARDO DUARTE GOMES SILVA

Monografia apresentada como exigência final para aprovação e conclusão do Curso de Comunicação Social da UFV.

VIÇOSA - MG  
DEZEMBRO/ 2007

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiro a Deus, por ter-me dado força de vontade para superar as dificuldades inerentes à vida longe da cidade natal, da família e dos amigos.

Agradeço, em especial, a meus pais, Gilvaldo Camponez e Maria do Amparo, os quais foram os principais responsáveis pela realização deste meu sonho de estudar e me formar em Jornalismo, com a agravante de a graduação ter que ser concluída fora de casa.

Agradeço a minhas irmãs, Giselle, Carla e Sílvia, ao meu cunhado Alexandre, e aos meus queridos sobrinhos, Matheus, Bruna e João Vitor pelo apoio e carinho dispensados a mim, nestes quatro anos, e desde sempre.

Agradeço a meu namorado, Renato, pela paciência e compreensão, nos momentos de aperto e ansiedade. E por seu companheirismo e capacidade de me fazer ser uma pessoa melhor.

Agradeço aos meus amigos de Ouro Preto, pela compreensão nos tantos momentos que estive em falta, devido ao tempo curto para estar junto de pessoas que estimo tanto.

Agradeço ao meu orientador, o Professor Ricardo Duarte Gomes Silva, pela dedicação, esclarecimentos e atenção para com esta orientanda. Agradeço também ao Professor Juliano Pires e ao Jornalista José Paulo Martins, por aceitarem dividir esta pesquisa e este momento comigo.

E, nesta graduação, agradeço com carinho especial, aos colegas Vitor Secchin, Randy Razuq, Daniel Aroni, Felipe Fontes e Tábata Mori, os quais formaram uma segunda família para mim, em Viçosa. Amigos inesquecíveis que muito me ajudaram, fizeram-me ser uma pessoa mais compreensiva, e, com toda a certeza, fizeram-me ser uma pessoa muito mais feliz.

## **RESUMO**

Esta pesquisa analisa o sensacionalismo e a espetacularização em 40 edições do tablóide diário “Meia Hora de Notícias”, da cidade do Rio de Janeiro, por meio do tripé “Violência/Futebol/Erotismo”. Para tanto, trabalhamos com a identificação e a análise dos temas recorrentes nas capas do jornal, bem como dos elementos sensacionalistas presentes nestas.

Trabalhamos com o conceito de “sociedade do espetáculo” para Guy Debord e de sensacionalismo para os autores Danilo Angrimani, Delton Unglaub, Gabriel Collares Barbosa, Marcondes Filho, Roberto Ramos e Rosa Nívea Pedroso. Aspectos referentes à relação entre realidade e ficção, a qual o jornal explora em boa parte de suas capas, foram abordados com base em José Arbex Júnior e Marialva Barbosa.

Podemos perceber que o tablóide trabalha com produção discursiva sempre trágica e/ou violenta, além de extremamente exagerada. E percebemos, ainda, que, além de utilizar essencialmente a linguagem coloquial, o “Meia Hora” faz uso de palavras e termos específicos das classes C e D do Rio de Janeiro.

Foi constatado, finalmente, que o tablóide “Meia Hora de Notícias” recorre ao sensacionalismo nos textos das manchetes e nas fotos de suas capas e, que há, nestas, a recorrência de três temas basicamente – a violência, o futebol e o erotismo – os quais já são, comumente, associados ao jornalismo dito “popular”. Além disso, o jornal explora o dueto “realidade/ficção”, principalmente, na amostra analisada, na relação que faz entre o filme brasileiro “Tropa de Elite” e suas manchetes, tanto as ligadas à violência, como ao futebol ou ao erotismo.

**Palavras-chave:** Jornalismo, Sensacionalismo, Espetacularização, Realidade/Ficção.

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>06</b>
<b>CAPÍTULO 1: Dimensões Teórica e Metodológica</b> .....	<b>10</b>
1.1) Dimensão Teórica .....	<b>10</b>
1.1.1) Sociedade do Espetáculo .....	<b>10</b>
1.1.2) O Conceito de Sensacionalismo .....	<b>13</b>
1.2) Dimensão Metodológica da Pesquisa .....	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO 2: Descrição do Jornal “Meia Hora de Notícias”</b> .....	<b>22</b>
2.1) O Jornal “Meia Hora de Notícias” .....	<b>22</b>
2.2) Meia Hora de “Tropa de Elite” .....	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO 3: Análise das Capas do Jornal “Meia Hora de Notícias”</b> ...	<b>26</b>
3.1) Análise Geral .....	<b>27</b>
3.2) Análise das 15 Capas selecionadas .....	<b>31</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>42</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>45</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>48</b>

## INTRODUÇÃO

O objetivo desta pesquisa é realizar um estudo sobre sensacionalismo e espetacularização da notícia em 15 capas escolhidas entre 40 edições do jornal “Meia Hora de Notícias”, da cidade do Rio de Janeiro, por meio do tripé “Violência/Futebol/Erotismo”. Especificamente, pretende-se identificar, descrever e analisar quais são os assuntos que o jornal utiliza, predominantemente, em suas capas, apontando quais são os recursos que o jornal faz uso para espetacularizar suas manchetes, e estudando a presença do dueto “realidade/ficção” no texto destas manchetes e nas fotos das capas do jornal “Meia Hora de Notícias”.

O sensacionalismo é comumente visto como uma vertente marginalizada do jornalismo, talvez, pelo fato de se distanciar de dois princípios éticos básicos da profissão: a isenção e a objetividade. Tais princípios são frequentemente postos em discussão, porém, são arduamente defendidos pelos profissionais que acreditam exercer um jornalismo sério e comprometido. Patias (2006:81) considera o sensacionalismo como uma “*outra espécie de jornalismo*”, o qual “*traduz o cotidiano das grandes metrópoles, como se o ângulo de observação fosse do povo.*” E acrescenta:

O gênero, no seu estilo e forma, tende a explorar o extraordinário, o anormal, o *fait divers*, utilizando-se da linguagem do espetáculo e imagens chocantes que prendem a atenção do público, criando grande expectativa, mas perde o seu impacto inicial logo que a história é mostrada e consumida pelo telespectador. (p.81)

O sensacionalismo na mídia sempre suscitou questões relacionadas ao princípio da veracidade dos fatos e à manipulação de textos e imagens de forma exagerada e, portanto, duvidosa. Mais ainda, quando se considera que um dos preceitos básicos da mídia em geral, é de que aquilo o que ela veicula deva ser ou, ao menos, parecer verdadeiro, como explica Ramonet (1999:62):

O que é verdadeiro e o que é falso? Se a imprensa, o rádio ou a televisão dizem que alguma coisa é verdadeira, isto se impõe como verdade... mesmo que seja falso. O receptor não possui outros critérios de avaliação, pois, como não tem experiência concreta do acontecimento, só pode orientar-se confrontando os diferentes meios de comunicação uns com os outros. E se todos dizem a mesma coisa, é obrigado a admitir que é a versão correta dos fatos, a notícia “verdade oficial”.

Entretanto, se nem tudo o que é publicado pela imprensa traduz a totalidade da verdade do fato, há um agravamento quando o sensacionalismo está presente. Isto porque, havendo manipulação de textos e imagens que ilustram a notícia, esta se apresenta camuflada. E, assim sendo, o que passa a importar é a versão do fato e não o fato em si.

Visto por alguns como o maior grau de mercantilização da informação, o sensacionalismo colabora para a perda de credibilidade do veículo que dele se utiliza, ao distorcer e manipular os fatos. Além disso, muitas vezes tais veículos de comunicação recorrem ao dueto “realidade/ficção”, característica que coloca em dúvida a veracidade dos fatos veiculados.

No entanto, a mudança do princípio da veracidade não foi privilégio da imprensa sensacionalista, de acordo com Ramonet (1999:134),

Um quarto conceito se modificou, o conceito fundamental da veracidade da informação. Doravante, um fato é verdadeiro não porque obedece a critérios objetivos, rigorosos e confirmados pela fonte, mas simplesmente porque outros meios de comunicação repetem as mesmas afirmações e as “confirmam”... A repetição substitui a demonstração. (...) É cada vez mais difícil para a mídia distinguir, estruturalmente, o verdadeiro do falso.

A organização artesanal da imprensa desde o começo de sua história até o final do século XVIII, era concomitante ao engajamento político dos jornais da época. No entanto, a consolidação do estado burguês alterou a essência “politizadora” da imprensa, a qual passou a se enquadrar nos novos preceitos mercantilistas.

Para alguns autores, o sensacionalismo já se encontrava presente quando da consolidação da imprensa em alguns países, como na França e nos Estados Unidos, por exemplo. Segundo Longhi (2005), entre 1560 e 1631, os primeiros jornais franceses, *Nouvelles Ordinaires* e *Gazette de France*, já apresentavam características sensacionalistas, veiculando *fait divers*. Ainda de acordo com a autora, o primeiro jornal americano, *Publick Occurrences*, também possuía traços sensacionalistas. Mas, foi uma disputa editorial entre o *New York World*, de Joseph Pulitzer, e o *Morning Journal*, de William Randolph Hearst, que viria a caracterizar o “surgimento” da imprensa amarela<sup>1</sup>, no final do século XIX, nos Estados Unidos.

---

<sup>1</sup> Segundo Angrimani (1995:21), um personagem de História em Quadrinhos, denominado “Yellow Kid”, utilizado tanto pelo *World* como pelo *Journal*, inclusive em pôsteres de divulgação, passou a simbolizar o sensacionalismo para alguns críticos. “Ervin Wardman, do *Press*, referiu-se em artigo à ‘imprensa amarela’ de Nova York, dando uma conotação pejorativa à cor e o termo ‘pegou’”.

Ambos jornais apóiam-se no sensacionalismo para obter a hegemonia do mercado editorial de Nova Iorque. Utilizavam-se de manchetes escandalosas em corpo tipográfico excessivamente grande, em notícias que continham distorções e falsidades sobre os fatos, uso abusivo de ilustrações, muitas delas inadequadas ou inventadas, imposturas e fraudes de vários tipos. A briga entre os jornais atingiu seu ponto máximo durante a guerra dos Estados Unidos com a Espanha, em 1898 e durou quatro meses. O conflito entre os dois países teria sido alimentado pelos dois jornais sensacionalistas. (Longhi, 2005:3)

Temáticas sensacionalistas no Brasil são utilizadas a partir do final do século XIX. No entanto, será na década de 1920, que escândalos e tragédias edificarão o sensacionalismo brasileiro, com o surgimento dos jornais diários. A mudança de essência da imprensa foi alimentada, em 1945, com o surgimento da industrialização no país. Pedroso (2001:18) afirma que a mudança da fase artesanal ou semi-artesanal para a fase industrial provocou mudanças também na linguagem dos jornais, com destaque para os centros urbanos, *“fazendo com que o jornalismo, antes opinativo, político, doutrinário, partidário, polêmico, panfletário, se tornasse apolítico, objetivo, informativo, automatizado, descomprometido, desarticulado, não reflexivo, despolitizador, unidirecional.”*

Inovações gráficas provocadas pela evolução do maquinário fizeram com que empresas de comunicação (grandes jornais que se aliaram às grandes gráficas), em todo o mundo, “engolissem” os pequenos jornais ou os tornassem dependentes. Segundo Pedroso (2001:24), a concorrência da grande imprensa com os outros meios de comunicação, principalmente o rádio e a televisão, fez com que ela se efetivasse de modo rápido, ágil e econômico. *“A solução baseada pelos grandes jornais (...) é uma informação de qualidade gráfica (nem sempre de conteúdo) que mantém uma visão acústica e despolitizadora da realidade”.*

A partir desta nova realidade, alguns veículos pertencentes à mídia impressa, com o intuito de expandir seu público e aumentar a venda de exemplares nas bancas, passaram a adotar elementos sensacionalistas. Para Longhi (2005), tais elementos caracterizam um jornalismo que utiliza linguagem coloquial, prioriza acontecimentos triviais, tornando-os espetaculares, e tem gosto por temas deixados à margem pelo jornalismo de referência. Já para Angrimani (1995:41) *“sensacionalismo é basicamente uma forma diferente de passar uma informação; uma opção; uma estratégia dos meios de comunicação.”*

A partir da década de 1990, o campo da comunicação passou a apresentar modificações em velocidades cada vez mais surpreendentes. Arbex Jr. (2001:263), cita que um dado típico dos anos 90,

é o fato de que a extraordinária expansão da indústria da imagem alcança dimensões planetárias, que tendem a se ampliar cada vez mais, graças ao surgimento da Internet. Calcula-se que existam no mundo, em 1999, algo como 1,26 bilhão de televisores (mais de 200 milhões a cabo), aproximadamente 60 milhões ligados a uma rede digital. A World Wide Web (WWW), criada em 1990, atraiu em apenas nove anos cerca de 150 milhões de usuários, 6 milhões no Brasil.

Neste contexto, diversos fatores colaboram para a existência do sensacionalismo na mídia. Talvez, o principal deles seja o atual sistema socioeconômico, mantenedor de um mercado altamente competitivo para as comunicações, no qual a notícia passa a ser considerada mera mercadoria.

No primeiro capítulo desta pesquisa, definimos as dimensões teórica e metodológica. Em um primeiro momento, a discussão gira em torno do conceito de “sociedade do espetáculo” para Guy Debord e do conceito de sensacionalismo para os autores Danilo Angrimani, Delton Unglaub, Gabriel Collares Barbosa, Marcondes Filho, Roberto Ramos e Rosa Nívea Pedroso. Dentro da dimensão metodológica, apontaremos os elementos que compõem uma publicação sensacionalista, na visão de Danilo Angrimani, Gabriel Collares Barbosa, José Arbex Júnior, Muniz Sodré, Marialva Barbosa e Rosa Nívea Pedroso.

No capítulo dois, abordamos a história da criação do jornal “Meia Hora de Notícias”, pelo grupo *O Dia* e assinalamos a relação das capas do tablóide com o filme brasileiro “Tropa de Elite”. Este, ao ter como temática a violência e o tráfico de drogas na cidade do Rio de Janeiro, serviu de chamariz para as pretensões sensacionalistas do jornal, em boa parte da amostra analisada.

No terceiro capítulo, fazemos uma análise do “Meia Hora”, primeiramente de uma forma geral e ilustrativa nas capas das 40 edições que compõem o universo desta pesquisa. E, posteriormente, nas 15 capas escolhidas, nas quais são identificados elementos classificados como sensacionalistas para os autores acima citados.

Pretendemos assim, através de um estudo descritivo-analítico, tentar estabelecer, principalmente, a forma pela qual o sensacionalismo é construído nas capas do jornal “Meia Hora de Notícias”; a maneira com que o periódico trabalha com o tripé “Violência, Futebol e Erotismo”; bem como gerar uma reflexão acerca do uso de sensacionalismo no exercício do jornalismo.

## **CAPÍTULO 1:**

### **DIMENSÕES TEÓRICA E METODOLÓGICA**

#### **1.1) DIMENSÃO TEÓRICA**

##### **1.1.1) Sociedade do Espetáculo**

A consolidação dos meios de comunicação de massa, a partir do final do século XIX, contribuiu para uma mudança importante na sociedade, fazendo com que esta passasse a se reconhecer e legitimar por intermédio deles. Tal “fenômeno” pode ser definido como a transição da sociedade de consumo para a sociedade do espetáculo, na qual o ser humano se submete a espetáculos consumistas e perde a propriedade ou se abstém de ser sujeito ativo de sua própria história. Foi o filósofo francês Guy Debord quem desenvolve o conceito de “sociedade do espetáculo”, na década de 1960. Debord (2004:15) afirma não ser possível estabelecer uma oposição entre espetáculo e atividade social efetiva. Para ele,

O espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva. A realidade objetiva está presente dos dois lados. Assim estabelecida, cada noção só se fundamenta em sua passagem para o oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente.

Debord (2004:14) define espetáculo como sendo “*o modelo atual da vida dominante na sociedade*”. O que, de fato, se perpetuou ou se aguçou nas quatro décadas seguintes. Na sociedade contemporânea, o espetáculo domina não somente os mais variados meios de comunicação, como também outros campos, como o político, o religioso, o econômico e toda a sociedade em geral. Debord (*apud* Arbex Jr., 2004:69) afirma que,

O espetáculo (...) consiste na multiplicação de ícones e imagens, principalmente através dos meios de comunicação de massa, mas também dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum: celebridades, atores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias – tudo transmite uma sensação de permanente aventura, felicidade e ousadia.

Contudo, Bingemer (2007) reforça a relação entre espetáculo e sociedade, mas contesta a “mediatização” do mundo e das relações sociais, através do mesmo:

O espetáculo é ao mesmo tempo parte da sociedade, a própria sociedade e seu instrumento de unificação. Enquanto parte da sociedade, o espetáculo concentra todo o olhar e toda a consciência. Por ser algo separado, ele é o foco do olhar iludido e da falsa consciência; a unificação que realiza não é outra coisa senão a linguagem oficial da separação generalizada. O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. O espetáculo não pode ser compreendido como abuso do mundo da visão ou produto de técnicas de difusão massiva de imagens. Ele é uma visão cristalizada do mundo. No mundo realmente invertido, o verdadeiro é um momento do falso. (Bingemer, 2007)

A constatação de Debord, citada anteriormente, pode ser o que justifica o caráter sensacionalista que adotam alguns veículos de comunicação. Para eles, a sociedade do espetáculo exige uma mídia propagadora do sensacional, do espetacular. Na verdade, o que parece acontecer é criação de um ciclo vicioso, no qual é difícil precisar se é esta “nova” sociedade que alimenta o formato da mídia do espetáculo, ou se é esta última que incita na primeira a busca pela espetacularização.

Fato é que os meios de comunicação de massa, detentores dos meios de produção, têm colaborado para o consumo do supérfluo, do estereótipo, do grotesco e do escândalo. Marques (2006:55-56) alia essa colaboração à transformação pela qual a grande imprensa, especialmente no Brasil, vem passando desde as últimas décadas do século XX, efetivando-se como um dos elementos da sociedade do espetáculo.

Quando ela [a grande imprensa] passou a ficar cada vez mais organizada como atividade racionalizada de comunicação com o objetivo de produzir resultados econômico-financeiros (lucros e maior participação de mercado) para suas empresas, tivemos a transformação do jornal e da revista em mercadoria. A notícia e a atividade do jornalismo transformaram-se em mercadoria que deve fazer sucesso no mercado de publicações.

Há que se enfatizar que a transformação da notícia em mercadoria, inserida na sociedade do espetáculo, colabora para a alienação do público e para o empobrecimento reflexivo tanto da mídia como dos agora “consumidores” de seus produtos ou bens culturais. Maribondo (2007), afirma que a alienação do público expressa-se de forma que, quanto mais

ele contempla um objeto, menos ele vive e mais aceita reconhecer-se em um sistema dominante, no qual sua existência e desejo ficam cada vez menos compreensíveis. Para o autor, “a exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece no fato de que os seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que os apresenta a ele. Eis porque o espectador não se sente em casa em parte alguma, porque o espetáculo está em toda a parte.”

Esse “império” do espetáculo, faz com que a sociedade contemporânea permaneça em constante contradição e, de certa forma, atomizada. Diversos teóricos afirmam que a origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo, a abstração do particular, mas que, entretanto, partes do mundo são representadas perante o mesmo, sendo-lhe superior.

### 1.1.2) O Conceito de Sensacionalismo

Este projeto de pesquisa, ao definir como tema de estudo o sensacionalismo e a espetacularização nas capas do jornal diário “Meia Hora de Notícias”, irá trabalhar, neste item, com o conceito de sensacionalismo para Danilo Angrimani, Delton Unglaub, Gabriel Collares Barbosa, Marcondes Filho, Roberto Ramos e Rosa Nívea Pedroso.

O sensacionalismo é para Angrimani (1995:16) tornar sensacional um fato que, em circunstâncias editoriais diferentes, não mereceria esse tratamento. “*Sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato. Em casos mais específicos, inexistente a relação com qualquer fato e a ‘notícia’ é elaborada como mero exercício ficcional.*” Ao realizar uma modificação de linguagem, o jornal adentra o campo do sensacionalismo, como explica Angrimani (1995:152):

A linguagem sensacionalista preconiza um envolvimento do objeto com o sujeito. O sensacionalismo não admite distanciamento e explora o conteúdo emocional da notícia. Busca a fusão com conteúdos recalcados, reivindicando acessos imediatos à esfera emocional.

Contudo, Ramos (2004:5) afirma que a mídia é sensacionalista por natureza, em maior ou menor grau, estando submetida à audiência, aos patrocínios e ao lucro. “*À medida que a mensagem se encontra dominada pelo Valor de Troca, transforma-se em mercadoria. Não há como ela abdicar do Sensacionalismo, explícito ou implícito, mas presente.*”

No século XIX, os folhetins impulsionaram a efetivação do jornal como mercadoria. Tal “produto” recorria aos *fait divers*. Ramos (2004:1) fala sobre os *fait divers*, classificando-os como sendo a informação sensacionalista,

O *Fait Divers*, em suas diferentes manifestações, é utilizado na Mídia, com diversas abordagens. Aparece, no tratamento da realidade e da ficção, seja nas telenovelas, nos telejornais, nos *talk shows*, nos programas de humor, no noticiário da Imprensa e na Publicidade. (...) As suas estruturas são constituídas pelas anomalias e pelas excepcionalidades, marcadas, em essência, pela valorização do espetacular.

Geralmente, a imprensa faz uso de notícias do tipo *fait divers*, com o intuito de garantir vendagem. Os *fait divers* possuem linguagem simplificada e de compreensão fácil, uma vez que não necessitam de reflexão, interpretação ou associação com outros fatos e, ou, notícias.

De acordo com Unglaub (2007), o sensacionalismo está ligado à manipulação da informação, de forma parcial ou completa. E esta informação é apresentada de forma exagerada ou enganadora, o que pode resultar em audiência e também gerar mais sensacionalismo. Unglaub (2007) afirma que “*o sensacionalismo é, na verdade, uma questão mundial, mas no Brasil foi transformado em instrumento da competição entre emissoras de televisão e jornais.*”

Para Barbosa (2004:57), o sensacionalismo se faz presente quando há superdimensionamento do fato que, normalmente, não teria tanto destaque por si só. “*Tal qual numa hipérbole, figura de linguagem que se vale do exagero, extrapola-se o real. Não se produz assim um texto verossimilhante, mas um registro não demonstrável por aferição, descontínuo e que visa prioritariamente produzir sentimentos.*”

Marcondes Filho (*apud* Barbosa, 2004:59) escreve que o conteúdo da imprensa sensacionalista é composto por escândalos, sexo e sangue, interessando aí, o lado aparente, externo e atraente do fato. Desta forma, ficam de fora a essência, o sentido e a história que o fato possui.

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. Não se presta a informar, muito menos a formar. Presta - se basicamente a satisfazer as necessidades instintivas do público, por meio de formas sádica, caluniadora e ridicularizada das pessoas.

Angrimani (1995:14) afirma que, ao ser totalitário, o termo “sensacionalismo” pode levar à imprecisão. E o leitor faz ligação entre o termo e o meio de comunicação que, “*no entender dele, tenha cometido um deslize informativo, exagerado na coleta de dados (...), publicado uma foto ousada, ou enveredado por uma linha editorial mais inquisitiva.*”

Segundo Pedroso (2001:p.112-113), a construção sensacionalista de um fato elege certos aspectos da vida com o intuito de chamar a atenção do leitor e suscitar nele o interesse pela publicação. Para autora,

Os aspectos temáticos valorizados são sempre coloridos pela emoção, que não é introduzida pelo leitor. Para cativar a atenção, o texto sensacional desperta emoções no leitor que se dirigem a sua vontade (movimento físico pra a compra do jornal). Esse modo de cativar/seduzir/encantar o leitor é buscado no *efeito de fantástico* (que inspira admiração, medo, curiosidade pelo real exagerado e engendrado discursivamente como extravagante, mas verossímil). Isso permite a *prática do absurdo no jornalismo*, porque o consumo do discurso exige que o fato esteja preso a uma ilusão mesmo que imperfeita e enganosa da realidade.

Temos, então, como estratégias de sedução sensacionalista do público a veiculação de notícias relacionadas à violência, ao futebol, à exploração da nudez, à vida das celebridades e à ineficácia do poder público. Assuntos esses que estão relacionados diretamente com a vida das pessoas ou, simplesmente, as fazem sair um pouco de suas rotinas estressantes.

Diversos problemas, no entanto, podem advir com a prática do sensacionalismo, uma vez que nem sempre será possível prever o *feedback* do público leitor às notícias sensacionalistas. Debord (2004:28-29) aponta como um deles a perda de qualidade do jornalismo:

A tão evidente perda de qualidade, em todos os níveis, dos objetos que a linguagem espetacular utiliza e das atitudes que ela ordena apenas traduz o caráter fundamental da produção real que afasta a realidade: sob todos os pontos de vista, a forma-mercadoria é a igualmente confrontada consigo mesma, a categoria do quantitativo. Ela desenvolve o quantitativo e só pode se desenvolver nele. Esse desenvolvimento que exclui o qualitativo também está sujeito, como desenvolvimento, à passagem qualitativa: o espetáculo significa que ele transpôs o limiar de *sua própria abundância*.

Veículos de comunicação que optam por trabalhar com o sensacionalismo e com a expectativa do público pela “anunciação” do espetacular e do extraordinário, distanciam-se da isenção e da objetividade, dois princípios necessários ao exercício de um jornalismo de qualidade, ético e de referência.

## 1.2) DIMENSÃO METODOLÓGICA DA PESQUISA

Nosso objetivo é realizar uma pesquisa do tipo “Bibliográfica/Documental” e, para tal intuito, seguiremos uma metodologia que terá como universo de estudo 40 edições do jornal diário “Meia Hora de Notícias”, da cidade do Rio de Janeiro. Essas edições foram adquiridas durante cinco semanas e cinco dias, entre 27 de setembro e 5 de novembro de 2007, nas bancas da cidade de Viçosa (MG). As capas do jornal, em particular, foram obtidas também pela internet, no site do grupo *O Dia*<sup>2</sup>.

Em um primeiro momento, foi feita uma análise geral e ilustrativa nas capas das 40 edições que compõem o universo desta pesquisa. Em um segundo momento, a análise ateu-se a 15 capas escolhidas, nas quais se pretendeu identificar elementos classificados como sensacionalistas para Danilo Angrimani, Rosa Nívea Pedroso e Gabriel Collares Barbosa. E, uma vez que, o vértice “Violência”, dentro do tripé “Violência/Futebol/Erotismo” utilizado pelo “Meia Hora”, mostrou-se ser o de maior destaque, trabalhamos com este conceito para Muniz Sodré, Gabriel Collares Barbosa e Marialva Barbosa. Foi feita, ainda, uma análise baseada no dueto “realidade/ficção”, de acordo com reflexões de José Arbex Júnior e Marialva Barbosa.

A escolha do objeto de pesquisa se deu pelo jornal “Meia Hora de Notícias”, do Rio de Janeiro, pelo fato de este ser destinado às classes C e D e, também, pelo mesmo ser classificado pela própria diretora do Grupo *O Dia*, Gigi Carvalho, responsável pela publicação, como um jornal popular. Segundo Angrimani (1995:151), “*a segmentação de mercado oferece um lugar secundário ao jornal sensacionalista, relegando-o a um público de baixo poder aquisitivo e formação cultural precária.*” Durante a procura pelo objeto desta pesquisa foram adquiridos, ainda, por um período de duas semanas, os jornais “Super Notícia”<sup>3</sup> e “Aqui”<sup>4</sup>, igualmente direcionados para leitores pertencentes às classes C e D. No entanto, embora estes últimos sejam jornais mineiros, o periódico escolhido apresentou, em uma primeira análise, mais elementos apontados como sensacionalistas por alguns estudiosos da comunicação.

---

<sup>2</sup> C.f.: [www.odia.com.br](http://www.odia.com.br)

<sup>3</sup> O “Super Notícia” foi criado em 2003, pelo grupo *Sempre Editora*, de Minas Gerais. O jornal circula todos os dias da semana a R\$0,25. O site do jornal é [www.supernoticia.com.br](http://www.supernoticia.com.br).

<sup>4</sup> O jornal “Aqui” foi criado em 2005, pelo grupo *Associados Minas*, também de Minas Gerais, para concorrer com o “Super Notícia”. O jornal também circula todos os dias da semana a R\$0,25. O site do “Aqui” é [www.odia.com.br](http://www.odia.com.br).

O enfoque da pesquisa foi a utilização de sensacionalismo e da espetacularização nas capas do tablóide “Meia Hora de Notícias”, por meio do tripé “Violência/Futebol/Erotismo”. A ênfase da análise concentrou-se na linguagem adotada nas manchetes, nas fotos e na recorrência de temas nas capas do jornal “Meia Hora de Notícias”.

Delineamos nossa pesquisa, em dois tipos, a “Pesquisa Bibliográfica” e a “Pesquisa Documental”, segundo a classificação de Gil (1999:64-65). Para ele, a primeira “*é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.*” E, a segunda, apesar de ser muito semelhante à primeira, possui natureza de fonte diferente. “*A pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos de pesquisa.*” Na análise foram utilizados “Dados Secundários”, pois recorremos a livros, artigos acadêmicos, artigos de Internet e às capas das edições do tablóide “Meia Hora”.

Foi reunido material bibliográfico sobre o tema, para averiguação de conceitos e estudos anteriormente realizados. Além disso, foram utilizadas como técnicas de análise dos dados coletados a “Observação Direta” (das capas do “Meia Hora”), a “Análise Literal de Textos” (da bibliografia e das manchetes das capas) e a “Análise Quantitativa/Qualitativa” (das 40 edições e das 15 capas escolhidas do “Meia Hora de Notícias”).

Ressaltamos que, embora a análise do discurso pudesse ser usada na presente amostra, optamos por fazer apenas uma análise de conteúdo das capas do “Meia Hora”. Essa opção foi feita devido ao fato de dispormos de um período relativamente curto de tempo para a elaboração desta pesquisa, uma vez que pretendíamos usar outro objeto de estudo, embora a temática fosse também o sensacionalismo na mídia.

Podemos classificar a presente amostra, de acordo com Gil (1999:104), como sendo uma “amostragem por acessibilidade ou por conveniência, na qual *“o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão.*” Acreditamos que a amostra recolhida e analisada (40 capas do “Meia Hora de Notícias”), mostrou-se bastante significativa, uma vez que percebemos que o jornal é recorrente em seus temas e, até mesmo, no tratamento que dispensa a eles.

As capas dos jornais e revistas impressos têm como finalidade chamar a atenção do leitor para o conteúdo da publicação. Para Cunha (2007:3),

A função de uma capa é mais comparável à repartição dos estabelecimentos comerciais e afins que se encarrega de receber os clientes e dar informações básicas sobre o que eles procuram. Responsabilidade muito apropriada quando se reconhece o caráter mercadológico assumido pelo jornalismo contemporâneo: a capa seria o aporte físico para o primeiro contato entre leitor e jornal e/ou revista. Ou melhor, a primeira impressão entre consumidor (o leitor) e o produto a ser consumido (a edição do jornal e/ou revista) produzido por uma empresa midiática. (p.3)

Temos como elemento constituinte desta “função” de primeiro contato com o leitor, as manchetes que compõem as capas da mídia impressa. Patias (2006:81-82) apresenta a manchete como sendo o elemento mais importante dentro do sensacionalismo, a qual *“faz o leitor ou telespectador ler ou assistir (comprar) apenas por atração, por sensação, por impacto, por curiosidade despertada, uma vez que o desenvolvimento da matéria não acrescentará nada além daquilo que já foi anunciado.”* Pedroso (2001:80) considera a manchete como oração principal do discurso jornalístico. Para ela, a manchete *“é o recurso da publicidade da edição do dia, o primeiro elemento que estabelece (ou não) uma comunicação do jornal com o leitor, a qual se materializa na leitura (o jornal exposto na banca consegue parar o passante) ou na compra do exemplar”*. Para Angrimani (1995:16),

A manchete, dentro da estratégia de venda de uma publicação que adotou o gênero sensacionalista, adquire uma importância acentuada. A manchete deve provocar comoção, chocar (...). São elementos que nem sempre estão presentes na notícia e dependem da “criatividade editorial”.

De acordo com Angrimani (1995:42), o sensacionalismo opta pela linguagem-clichê como ferramenta de manipulação das emoções do leitor, tanto nas manchetes, quanto no texto das reportagens. Para o autor, esta é a característica primordial que diferencia os jornalismo tradicional e sensacionalista. No entanto, esta linguagem seria *“amplamente discutível, mas que não comporta as acusações de (...) ‘imoral’ ou proibitiva a menores”* (1995:152).

Angrimani aponta, ainda, como elemento sensacionalista o uso de linguagem coloquial exagerada (1995:16):

Dentro do ponto de vista jornalístico, a linguagem sensacionalista não pode ser sofisticada, nem o estilo elegante. A linguagem utilizada é a coloquial, não aquela que os jornais informativos comuns empregam, mas a coloquial exagerada, com emprego excessivo de gíria e palavrões. Como se verá adiante, a linguagem sensacionalista não admite distanciamento, nem a proteção da neutralidade. É uma linguagem que obriga o leitor a se envolver emocionalmente com o texto.

Para Barbosa (2004:55), o jornalismo sensacionalista faz uso de *fait divers* e da exploração do grotesco, para atrair os leitores. Além disso, ele acrescenta que “*letras garrafais, por vezes coloridas, capturam a atenção do leitor utilizando frases de impacto que visam causar sentimentos como estranheza, curiosidade ou repulsa.*” Além disso, Barbosa elenca como elementos sensacionalistas da “imprensa amarela”:

Linguagem que persuade o público a valorizar matérias estampadas na capa como (...) as mais importantes da edição, por isso mesmo (...) as mais sensacionais, grotescas, espetaculares, escatológicas; veiculação exacerbada do extraordinário, do desproporcional, do anormal, do bizarro; (...) uso de linguagem vulgar como palavrões, gírias (...); destaque para matérias baseadas sobremaneira na temática do sexo, nudez, violência e demais desvios comportamentais. (2004: 57-58)

O sensacionalismo possui várias definições e variáveis que podem caracterizar um veículo de comunicação ou parte dele (seções/programas) como pertencentes a essa vertente. Pedroso (*apud* Angrimani, 1995:14) relata algumas delas:

Intensificação, exagero e heterogeneidade gráfica; ambivalência linguístico-semântica, que produz o *efeito de informar* através da não-identificação imediata da mensagem; valorização da emoção em detrimento da informação; exploração do extraordinário e do vulgar, de forma espetacular e desproporcional; (...) destaque de elementos insignificantes, ambíguos, supérfluos ou sugestivos; subtração de elementos importantes e acréscimo ou *invenção* de palavras ou fatos; (...) produção discursiva sempre trágica, erótica, violenta, ridícula, (...) grotesca ou fantástica; (...) escamoteamento da questão popular, apesar do pretenso engajamento com o universo social marginal.

Na presente análise, trabalharemos o uso do vértice “Erotismo” como elemento sensacionalista nas capas do tablóide “Meia Hora”, baseados na exploração do corpo feminino, com a escolha de fotos em que esse corpo é exposto, na maior parte das vezes, seminú ou em poses sensuais. Podemos, assim, usar o conceito do sujeito “mulher” para Pedroso (2001:73) como sendo o “*objeto de prazer sexual masculino que circula igual moeda pela utilidade ou uso livre do corpo, (...) pela experimentação da liberdade do desejo e pela falta de moralidade*”.

Além da análise feita baseada em elementos classificados como sensacionalistas para os autores acima citados, faremos, ainda, uma análise sobre o tipo de violência com o qual o tablóide “Meia Hora de Notícias” trabalha, de acordo com a modalização de violência para

Muniz Sodré, em *Sociedade, Mídia e Violência* (2002). Para o autor, a mídia encontra-se no centro das interrogações acerca do fenômeno do aumento exponencial da violência em todo o mundo.

Sobre a mídia tradicional: Um relatório da Associação Norte-Americana de Psicologia (U.S. News and World Report, de 12.7.93) afirma que uma criança, no fim da escola primária, à razão de três horas por dia, de exposição à tevê, terá visto cerca de 8.000 assassinatos e 100.000 atos violentos. Aos 18 anos de idade, o jovem aficionado dos videogames terá liquidado, sem remorsos, cerca de 40.000 adversários. Sobre a nova mídia: Na Europa, os governos vêm advertindo que a Internet está se tornando, devagar, mas notavelmente, uma plataforma para a pregação da violência de extrema direita. (p.10)

De acordo com Barbosa (2007), a violência transportada para o mundo do sensacional é romantizada no cotidiano dos leitores e transforma, mesmo que imaginariamente, sua realidade. A correlação entre a violência e a mídia é, para a autora, explorada pelo viés da dramatização do crime *“não como produto de sua própria vontade, mas exprimindo profundos sentimentos populares que, de certo modo, dramatizam a criminalidade e têm certa relação de identidade com o modo como a criminalidade é veiculada”*. Adorno (apud Barbosa, 2007)

A modalidade de violência que o jornal “Meia Hora” utiliza é, de acordo com Sodré (2002:12),

a violência representada, isto é, discursivamente modalizada e manejada tanto pelo jornalismo que tende a visibilizar, publicamente a agressão recorrente na vida cotidiana quanto pela indústria do entretenimento, especialmente em filmes e programas de televisão, com a finalidade de conquistar maior audiência.

Na utilização do tripé “Violência/Futebol/Erotismo”, a primeira se destaca como vertente sensacionalista utilizado pelo jornal “Meia Hora de Notícias”. Para Sodré (2002:13), *“normalmente, quando a mídia fala de violência, refere-se à anomia dos crimes e assaltos, objeto espetacularizado das estatísticas.”*

Dentro do presente universo de pesquisa de 40 edições do “Meia Hora”, manchetes que abordam o vértice “Violência”, vinculado à editoria de “Polícia”, aparecem em todas as capas. Além disso, tal tema foi destaque em 31 edições. De acordo com Barbosa (2004:46-47),

há uma busca desenfreada por fatos tensos, os quais valorizam a crônica policial. “Porém, não se trata de notícia qualquer porque a mensagem aí categorizada é tratada como produto de consumo que deve atrair a atenção a partir de componentes próprios. Isso pode ser feito através de apelos verbais, como os títulos e lides, apelos visuais ou ainda apelos afetivos.

Outra variável do conceito de sensacionalismo é o dueto “realidade/ficção”. De acordo com Arbex Jr. (2004:32), tal dueto é reforçado pelo sensacionalismo.

O acontecimento político (e, mais amplamente, social e/ou cultural) adquire as características de um grande *show*. Ora, uma das conseqüências da prática de apresentar o jornalismo como o “*show*-rnalismo” é o enfraquecimento ou o total apagamento da fronteira entre o real e o fictício. (p. 32)

Notícias da Editoria de Polícia ou relacionadas às tragédias diárias dos grandes centros urbanos, aproximam o leitor da publicação, fazendo com que ele se veja refletido nela e se sinta parte integrante dessa realidade. No entanto, alguns veículos de comunicação, como o tablóide analisado nesta pesquisa, optam pelo uso de sensacionalismo ao trabalharem com o dueto “realidade/ficção”, objetivando aproximar ainda mais o público para a construção de um mundo que mistura romance ao realismo. Barbosa (2007) afirma que na mídia imprensa sensacionalista:

As notícias sensacionais têm ao mesmo tempo a estrutura narrativa dos melodramas, dos romances folhetins, das telenovelas, embora os personagens agora sejam retirados de uma realidade objetiva. Buscando a edição fantasiosa da realidade, esta, entretanto, deve ser apresentada dentro de determinados parâmetros, em que a verossimilhança é o principal deles. Afinal, o jornal não é um produto no qual o sonho e a imaginação encontram o lugar natural. É preciso construir todas as descrições num meio-termo, em que a realidade fica envolta numa atmosfera de sonho. Assim, os elementos passionais não podem ser ocultados, sob pena de não despertar o interesse do leitor.

## **CAPÍTULO 2:**

### **DESCRIÇÃO DO JORNAL “MEIA HORA DE NOTÍCIAS”**

#### **2.1) O Jornal “Meia Hora de Notícias”**

Com os lemas "*Nunca foi tão fácil ler jornal*" e "*Se tempo é dinheiro, meia hora é só R\$ 0,50*", foi lançado na cidade do Rio de Janeiro, no dia 19 de setembro de 2005, o jornal diário “Meia Hora de Notícias”, pelo grupo *O Dia*.

O jornal é matutino, circula de segunda a sexta-feira, a R\$0,50 e, aos domingos, a R\$1,00. Possui de 32 a 48 páginas de conteúdo monocromático e colorido, em formato tablóide pequeno, um pouco mais largo que o tradicional. Tem como público-alvo as classes C e D e possui circulação na região metropolitana do Rio de Janeiro e em algumas cidades vizinhas ao estado. O nome do periódico faz alusão ao tempo que o jornal levaria para ser lido, no trajeto para o trabalho ou durante o horário de almoço dos leitores.

O “Meia Hora” foi criado para fazer concorrência direta ao jornal “Extra”, das *Organizações Globo*. A disputa por leitores no Rio de Janeiro, começou quando foi criado por Irineu Marinho, o jornal “O Globo”, que passou a disputar mercado com o “Jornal do Brasil”. No entanto, para concorrer com o “O Globo” entrou em cena o jornal “O Dia”, criado por Chagas Freitas. Somente em 1998, “O Globo”, comandando por Roberto Marinho, reagiu, lançando o jornal “Extra”. Desde então, e sob a tutela de Ary Carvalho, “O Dia” passou por momentos de crise, até que, em 2005, sob a direção de Gigi Carvalho, uma das herdeiras de Ary Carvalho, a reação veio com o “Meia Hora de Notícias”. No entanto, ele adquiriu público próprio, o que fez as *Organizações Globo* lançar o “Expresso”, em março de 2006, também a R\$0,50, para concorrer diretamente com o “Meia Hora”. O “Expresso” possui formato tablóide e circula, com 32 páginas, somente de segunda a sexta-feira, na região metropolitana do Rio de Janeiro. Tem como slogan “*Direto ao que interessa*” e é destinado às classes C e D.



Capas do “Extra” e dos concorrentes diretos, “Meia Hora” e “Expresso”.

Parte do conteúdo veiculado no “Meia Hora de Notícias” é retirada do jornal “O Dia”. São publicadas notícias - em textos curtos e com linguagem simples e direta - sobre cidades, utilidade pública, entretenimento e oportunidades, com destaque para polícia, futebol e a vida das celebridades. Locutores da Rádio “FM O Dia” escrevem colunas para o “Meia Hora”, promovendo interação entre os dois veículos de comunicação. Além disso, o jornal possui testes de conhecimento, promoções, piadas e a programação da rádio.

A idealizadora do “Meia Hora de Notícias”, Gigi Carvalho, diretora-presidente do Grupo *O Dia*, explana os motivos que levaram a empresa, à criação do jornal, além do desejo de expandir os negócios e democratização da informação:

Nos últimos anos, todos os jornais tradicionais e mais qualificados do Rio, e mesmo o jornal mais popular, registraram um forte decréscimo de circulação em razão do surgimento e do acesso a novas mídias, como a telefonia celular e a Internet. Pelos números que temos, deixaram de ser vendidos, desde 2001, cerca de 70 milhões de exemplares anualmente. Além disso, a questão do preço também excluiu um grande grupo de leitores e impediu a entrada de outros.<sup>5</sup>

O diretor de mídia impressa do “Meia Hora”, na época do seu lançamento, Eucimar de Oliveira, declarou que: *“O novo jornal, embora seja popular, traz um grau de qualidade de informação pouco comum em publicações do gênero. Tanto do ponto de vista gráfico como de texto. Teremos um jornal absolutamente útil, interativo, moderno, vibrante e companheiro do leitor.”*<sup>6</sup> O jornal, que se propõe a exercer uma comunicação de leitura rápida e fácil assimilação para um público novo, de baixo poder aquisitivo, contou com uma equipe de 20 profissionais para sair do papel e ir para as bancas. Em agosto de 2007, de acordo com o Instituto Verificador de Circulação (IVC), o “Meia Hora de Notícias” vendeu, de segunda a sexta-feira, em média, 231.823 exemplares, arrebatando 36% dos leitores cariocas.

<sup>5</sup> C. f.: <http://odia.terra.com.br/especial/outros/meiahora/index.htm>.

<sup>6</sup> Idem, *ibidem*.

## 2.2) Meia Hora de “Tropa de Elite”

Na amostra escolhida para a presente pesquisa, pode-se notar uma forte relação entre as manchetes do jornal “Meia Hora de Notícias” e o filme brasileiro “Tropa de Elite”, do diretor José Padilha. Tal relação parece ser intencional e estar ligada ao fato de ambos retratarem a violência na cidade do Rio de Janeiro de forma crua e realista, o que talvez justifique o grande interesse das classes C e D, tanto pelo jornal como pelo filme. De acordo com Barbosa (2007),

É preciso considerar essas publicações e seu conteúdo no espaço da recepção já que é nesse universo que as mensagens adquirem sentido. O receptor constitui um universo cultural complexo, explorado pelos veículos de comunicação de massa e por outras agências de sociabilização. Além disso, os leitores procedem a uma releitura das mensagens dessas mídias em função do lugar cultural que ocupam.

“Tropa de Elite” foi filmado neste ano de 2007 e tinha lançamento previsto para novembro do mesmo ano. No entanto, uma cópia pirata do filme espalhou-se pelo Rio de Janeiro e pela internet, o que gerou grande polêmica acerca do mercado pirata no Brasil. O enredo gira em torno do Batalhão de Operações Policiais Especiais (BOPE) e do combate ao tráfico de drogas nas favelas da cidade o Rio de Janeiro no ano de 1997.

O Bope é uma equipe treinada especialmente para operações de alto risco e que é apontada no filme como uma polícia honesta e violenta. Ao contrário, a Polícia Militar do Rio é retratada como corrupta, burocrática e ineficiente.

A idéia inicial do diretor José Padilha era fazer um documentário. No entanto, ele resolveu trabalhar com a ficção, pois nenhum membro da polícia se arriscou a declarar para as câmeras os pormenores da luta contra o narcotráfico no Rio.

O filme critica os usuários de drogas ao apontá-los como coniventes com o tráfico e, conseqüentemente, com a violência no Rio de Janeiro. E, estabelece, ainda, uma relação promiscua entre uma Organização Não Governamental (ONG) e os traficantes de uma favela carioca.

“Tropa de Elite” deu início a uma grande discussão na mídia brasileira, devido ao fato de práticas de tortura utilizadas por policiais do BOPE, além da execução extrajudicial de um traficante, mostradas no filme, estarem sendo consideradas normais ou “corretas” por muitos espectadores. Estes vêm atribuindo até mesmo, o título de “heróis” a alguns personagens

responsáveis por tais práticas, como acontece com o protagonista do filme, o Capitão Nascimento, interpretado pelo ator Wagner Moura. Por outro lado, alguns veículos da imprensa e críticos de cinema têm acusado a obra de possuir cunho fascista.

O filme foi baseado no livro “Elite da Tropa”, escrito pelo antropólogo Luiz Eduardo Soares, ex-secretário de Segurança do Rio de Janeiro, e pelos ex-comandantes do BOPE, André Batista e Rodrigo Pimentel.

O jornal “Meia Hora de Notícias” faz referência ao título e à temática do filme em 15 capas do total de 40 edições adquiridas como amostra desta pesquisa. E, nem sempre, relaciona-o, somente, com a editoria de polícia. A relação é ainda maior com o vértice “Futebol”, aparecendo também duas vezes, ligada ao vértice “Erotismo”, em uma mistura clara de realidade e ficção, a qual será analisada no capítulo 3 desta pesquisa. Sendo assim, o “Meia Hora” mostra-se oportunista ao sucesso que “Tropa de Elite” vêm obtendo tanto no estado do Rio de Janeiro, como no país inteiro.



**Cartaz do Filme “Tropa de Elite”**

### **CAPÍTULO 3:**

## **ANÁLISE DAS CAPAS DO JORNAL “MEIA HORA DE NOTÍCIAS”**

Para a presente pesquisa sobre sensacionalismo e espetacularização no jornalismo, foram adquiridas 40 edições do tablóide “Meia Hora de Notícias”, o qual vem se firmando na parcela de mercado brasileiro de jornalismo popular - apesar de ainda estar em seu terceiro ano de criação, o jornal já vende em média, durante a semana, 230.000 exemplares. Entre os jornais que são vendidos nas bancas da cidade de Viçosa, o “Meia Hora de Notícias” foi o que, em uma primeira análise, apresentou mais características relacionadas ao jornalismo sensacionalista.

A aquisição dos exemplares do “Meia Hora” foi feita, primeiramente, nas bancas, no período de 27 de setembro a 5 de novembro de 2007. Posteriormente, somente as capas do tablóide, puderam ser também coletadas no site do grupo *O Dia*, no endereço eletrônico [www.odia.com.br](http://www.odia.com.br).

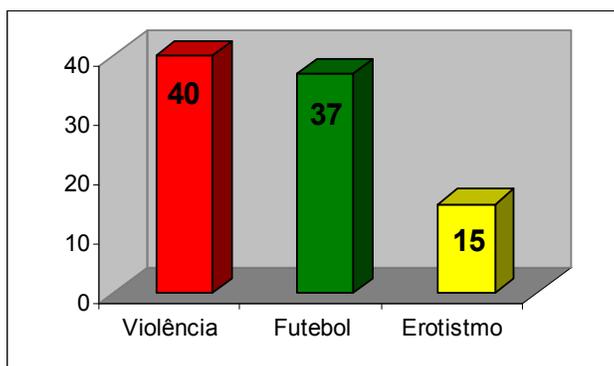
Nosso estudo será dividido em dois momentos. No primeiro, faremos uma análise geral das 40 capas do “Meia Hora” que compõem nosso universo de pesquisa (ver anexos 1 a 7). A análise, aqui, será de caráter ilustrativo/quantitativo e se aterá à recorrência de temas nas capas do tablóide e, dentro desta recorrência, a algumas variáveis.

No segundo momento, analisaremos 15 capas escolhidas (ver anexos 8 a 22) dentre as 40 adquiridas. A análise, então, se baseará no reconhecimento de elementos presentes nessas capas e apontados por Danilo Angrimani, Rosa Nívea Pedroso e Gabriel Collares Barbosa como sensacionalistas. O enfoque será para a linguagem utilizada nas manchetes e para as fotos publicadas nas capas do tablóide.

Ainda neste segundo momento, faremos uma análise do tipo de “violência” com o qual o “Meia Hora de Notícias” trabalha, em suas capas, baseando-se em conceitos de Muniz Sodré, Gabriel Collares Barbosa e Marialva Barbosa. E, para finalizar, abordaremos o uso do dueto “realidade/ficção” nas capas do jornal, baseados nos autores José Arbex Júnior e Marialva Barbosa, com destaque para a relação que o tablóide estabelece com o filme brasileiro “Tropa de Elite”.

### 3.1) Análise Geral

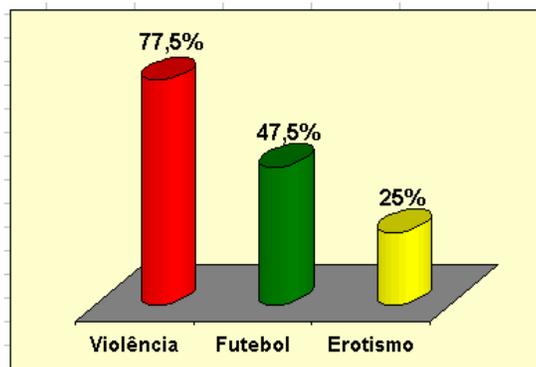
Nas 40 capas que compõem a amostra desta pesquisa, foi observada a recorrência de três temas basicamente: a violência, o futebol e o erotismo. O primeiro deles, a “violência”, aparece em todas as capas da amostra, representando 100% de presença. O segundo, “futebol”, aparece em 37 capas, representado 92,5% de presença. E, o terceiro, “erotismo”, está presente em 15 capas, com participação de 37,5%.



**Quantidade de capas em que determinado tema encontra-se presente**

Além de contabilizarmos o número de vezes que cada um desses temas aparece nas capas do “Meia Hora de Notícias”, observamos que os três temas estão presentes, simultaneamente, em 13 capas do tablóide, num total de 32,5%.

Além de recorrente, o tripé “Violência/Futebol/Erotismo”, destaca-se na maior parte das capas do “Meia Hora”, seja pela angulação e seleção das fotos, seja pelas manchetes escritas em letras garrafais, dentro de boxes coloridos que ocupam espaço privilegiado nas capas. O vértice “Violência” recebe tratamento destacado em 31 das 40 capas (77,5% das capas), o vértice “Futebol” em 19 (47,5% das capas) e o “Erotismo” em 10 (25% das capas).



**Destaque de temas nas capas do “Meia Hora de Notícias”**

Quantificamos, ainda, a presença de alguns elementos relacionados ao vértice “Violência”, nas fotos das capas do “Meia Hora de Notícias”, em relação ao total de 40 edições. Em 8 capas, apareceram fotos de corpos de pessoas mortas; em 12, apareceram fotos de armamento ou munição; e, também, em 12 capas, estão presentes fotos de policiais ou viatura da polícia. A tabela abaixo apresenta a porcentagem da presença desses elementos nas capas do tablóide:

Fotos relacionadas ao tema “Violência”		
Foto	Capas em que estão presentes	Porcentagem
De corpos de pessoas mortas	8	20%
De armamento ou munição	12	30%
De policiais ou viaturas	12	30%

Em relação ao vértice “Erotismo”, observamos que das 24 fotos que ilustram notícias sobre mulheres, em 16 delas, as mulheres aparecem em poses voluptuosas, seminuas ou com roupas que exploram sua sensualidade. Nas três capas abaixo, observamos o uso de fotos que insinuam a relação entre duas ou mais mulheres. Desta forma, o “Meia Hora de Notícias” trabalha com o sujeito “mulher” de acordo com o conceito de Pedrosa (2001:73), como sendo *“objeto de prazer sexual masculino que circula igual moeda pela utilidade ou uso livre do corpo, pela ousadia de ser o sujeito na busca de relações sexuais extraconjugais, pela experimentação da liberdade do desejo e pela falta de moralidade”*.



21-10-07



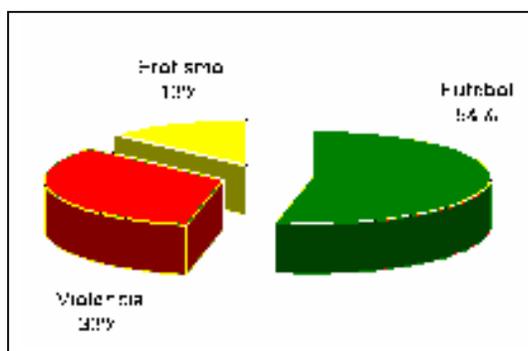
30-10-07



02-11-07

O uso de linguagem coloquial exagerada, empregando clichês, palavrões ou gírias - elemento classificado como sensacionalista para Angrimani (1995:16) e Barbosa (2004:57-58) - é verificado em todas as 40 capas do “Meia Hora de Notícias”, em uma ou mais manchetes de uma mesma edição.

A relação entre as capas do “Meia Hora” e o filme brasileiro “Tropa de Elite” aparece, como já dito, no item 2.2 desta pesquisa, em 15 edições das 40 analisadas. Identificamos, ainda, que a referência ao filme está associada às manchetes de “Futebol” 8 vezes (aproximadamente 54%); às manchetes de “Violência”, 5 (aproximadamente 33%); e às manchetes de “Erotismo”, 2 vezes (aproximadamente 13%), conforme gráfico a seguir:



**Associação entre o tripé “Violência/Futebol/Erotismo” e o filme “Tropa de Elite”, nas capas do “Meia Hora”**

Observamos, ainda, que o “Meia Hora de Notícias” trabalha com a manipulação de fotos e imagens em suas capas. Sobre as imagens, tal fato é observado em relação ao símbolo do BOPE, que remete ao filme “Tropa de Elite” e é alterado pelo jornal de acordo com a manchete que ilustra, como veremos mais detalhadamente no item 3.2 desta pesquisa. Quanto às fotos, a manipulação se dá na relação entre o filme e o vértice “Futebol”, identificada nas quatro capas a seguir:



02-10-07



28-10-07



Para Angrimani (1995:16), “*a inadequação entre manchete e texto – ou ainda, manchete e foto; texto e foto; manchete, texto e foto – é outra característica da publicação sensacionalista, o que pode reforçar a posição de descrédito do leitor perante o veículo.*”

Já a utilização do *fait divers*, o qual para Ramos (2004:1) constitui-se um elemento sensacionalista, não será por nós aqui analisada. Isto porque, o mesmo apareceu somente em seis capas do “Meia Hora”, nas edições dos dias 29/09, 30/09, 01/10, 06/10, 07/10 e 31/10/07.

### 3.2) Análise das 15 capas selecionadas

Faremos, agora, uma análise mais detalhada em 15 capas selecionadas entre as 40 capas que compõem nosso universo de pesquisa.

#### **Capa 1 – Quinta-feira, 27 de setembro de 2007 – Nº 723 (Ver anexo 8)**

A capa é composta por cinco manchetes. Nela está presente o tripé “Violência/Futebol/Erotismo”, todos ilustrados por fotos, com destaque para os dois primeiros temas.

Nas manchetes “PM BATE DE FRENTE COM O CV NA PENHA” e “LADRÕES DE CARRO RODAM EM REALENGO”, podemos observar o uso de linguagem coloquial exagerada, apontada como sendo um elemento sensacionalista, para Angrimani (1995:16) e Barbosa (2004:57-58), nos termos “BATE DE FRENTE” e “RODAM”.

A manchete “VOTA EM MIM, VOTA!”, é ilustrada por foto em que a apresentadora Sabrina Sato encontra-se seminua, o que caracteriza para Pedroso (*apud* Angrimani, 1995:14), “*a valorização do vulgar de forma desproporcional*”, uma vez que a manchete está falando de possível candidatura de Sabrina às eleições de 2008 e não seria necessário que a foto escolhida fosse da apresentadora quase nua.

#### **Capa 2 – Sexta-feira, 28 de setembro de 2007 – Nº 724 (Ver anexo 9)**

A capa possui seis manchetes, das quais quatro estão ligadas ao vértice “Violência”. Nas manchetes “MORADORES DA BAIXADA EM PÂNICO: MANÍACO MATA MENINA E JOGA CORPO NO POÇO” e “PRÉDIO DE TRÊS ANDARES CAI EM CIMA DE CRIANÇAS”, percebemos “*uma produção discursiva sempre trágica e violenta*”. Elemento apontado como sensacionalista para Pedroso (*apud* Angrimani, 1995:14). Além

disso, a foto escolhida para ilustrar a segunda manchete é apelativa, uma vez que retrata os corpos cobertos de duas vítimas do desabamento. O que para Barbosa (2004:46-47) seria “*tratar a notícia como produto, através de apelo visual*”.

Há que se observar, que nesta edição, o “Meia Hora de Notícias” fez uso de apenas uma gíria, na manchete “FOGÃO PERDE DO RIVER E É ELIMINADO”, ao utilizar o termo “FOGÃO” ao invés de “BOTAFOGO”.

### **Capa 3 – Sábado, 29 de setembro de 2007 – Nº 725 (Ver anexo 10)**

Das oito manchetes de capa dessa edição, duas estão destacadas e são relacionadas ao vértice “Violência”. Novamente, a foto usada para ilustrar uma dessas manchetes, é apelativa, uma vez que mostra o corpo coberto de um homem sendo observado por diversas pessoas, inclusive crianças.

A linguagem coloquial exagerada faz-se presente duas vezes na manchete “HINO DO MENGÃO: LEVE PARA CANTAR HOJE NO MARACA”, nos termos “MENGÃO” e “MARACA”, bem como no termo “CARA-DE-PAU” utilizado no “chapéu” “CARA-DE-PAU DISSE QUE SE ARREPENDEU” da manchete que anuncia o assassinato de um pai pela própria filha.

Há, nesta edição, uma primeira referência, dentro da amostra analisada, ao filme “Tropa de Elite”, na manchete “TROPA DE ELITE SALVA BEBÊ FEITO REFÉM”. Tal referência pode ser classificada como sensacionalista por fazer uso do dueto “realidade/ficção”, que para Arbex Jr. (2004: 32), representa “*o total apagamento entre o real e o fictício*”. Além disso, ilustrando outra manchete, “OLAVO MATOU TAÍS”, é exibida uma foto do protagonista do filme “Tropa de Elite”, o ator Wagner Moura, com uma arma em punho, em cena da novela “Paraíso Tropical”, a qual se encerrara no dia anterior à edição.

### **Capa 4 – Terça-feira, 02 de outubro de 2007 – Nº 728 (Ver anexo 11)**

Nesta edição, o “Meia Hora”, destaca duas entre as seis manchetes de capa. Uma, relacionada à “Violência” e outra ao “Futebol”.

Há, ainda, que se ressaltar a ampla utilização de linguagem coloquial exagerada utilizada nas manchetes. Em “O CALDEIRÃO FERVEU: LADRÃO METE 38 NA CARA DE LUCIANO HUCK – PILANTRA LEVOU RELÓGIO DE BACANA QUE ANGÉLICA DEU PARA O MARIDÃO”, tal recurso sensacionalista para Angrimani e Barbosa aparece

cinco vezes, nos termos “O CALDEIRÃO FERVEU”, “METE 38 NA CARA”, “PILANTRA”, “BACANA” e “MARIDÃO”.

Em outra manchete, “TRAFICANTES SE DÃO MAL NA ZONA OESTE: PM QUEBRA ZOIÃO E COMPARSA NA VINTÉM – BANDIDÕES PREPARAVAM SAÍDA DE CARGA DE PÓ PARA OUTRA FAVELA DA ADA, MAS POLÍCIA DEU O BOTE”, há a utilização de tal recurso mais quatro vezes, em “SE DÃO MAL”, “PM QUEBRA ZOIÃO”, “BANDIDÕES” e “DEU O BOTE”.

Podemos observar mais uma referência ao filme “Tropa de Elite”. E, dessa vez, a mistura entre realidade e ficção aparece ligada ao vértice “Futebol”, na manchete “MICAÇO DO FOGÃO VIRA ZOAÇÃO NA INTERNET”. É feita uma simulação de um dos diálogos do filme - inclusive ilustrada pelo “Meia Hora”, com cena do mesmo – na qual um dos “soldados” desistiria de ser botafoguense, assim como, no filme, desistiu de fazer parte do Batalhão de Operações Policiais Especiais (BOPE). Além disso, a manchete é ilustrada por uma figura que faz um trocadilho com o símbolo do BOPE, substituindo a caveira pertencente a este, pelo símbolo do Botafogo.



**Símbolo original  
do BOPE**



**Símbolo criado pelo  
“Meia Hora”**

#### **Capa 5 – Quarta-feira, 03 de outubro de 2007 – Nº 729 (Ver anexo 12)**

Na capa desse dia, o “Meia Hora de Notícias” utiliza recurso sensacionalista, por meio de duas “*manchetes que comovem e chocam*” (Angrimani, 1995:16) os leitores. Na primeira delas, “BANDIDO COVARDÃO MATA APOSENTADO”, a foto que ilustra a manchete constitui-se um elemento chocante, uma vez que retrata o aposentado morto no meio da rua no centro do Rio de Janeiro. Na segunda, o elemento comovente é o conteúdo da manchete “MÃE DESALMADA TENTA JOGAR SEU NENÉM EM CIMA DA VAN. MENINA ESCAPA POR MILAGRE”. Nota-se, ainda, nessas manchetes o uso da linguagem coloquial

exagerada em “COVARDÃO” e “DESAMALDA”. Tal recurso sensacionalista ainda é usado em mais duas manchetes: “VASCÃO, FLUZÃO E FOGÃO EM CAMPO HOJE” e “POLÍCIA ACHA O CAFOFO DE MÁSCARA”, nos termos “VASCÃO, FLUZÃO E FOGÃO” e “CAFOFO”.

**Capa 6 – Sábado, 06 de outubro de 2007 – Nº 732 (Ver anexo 13)**

O destaque desta capa é o vértice “Futebol”, em manchete que ocupa mais de meia página do tablóide, traz letras garrafais e é ilustrada por três jogadores do Flamengo vibrando. Há ainda o símbolo do BOPE, novamente alterado pelo “Meia Hora”, no qual a caveira ganha uma expressão ameaçadora. Nessa manchete, é feita novamente uma ligação entre o tema “Futebol” e o filme “Tropa de Elite”, em mais um apelo sensacionalista do tablóide ao uso do dueto “realidade/ficção”. Além disso, parte da manchete faz um trocadilho com uma das músicas exibidas no filme, a qual diz “Tropa de Elite, osso duro de roer.”, enquanto que, a manchete diz “MENGÃO É TROPA DE ELITE, OSSO DURO DE ROER”.



**Símbolo original  
do BOPE**



**Símbolo criado pelo  
“Meia Hora”**

Na manchete “HOMEM ATIRA EM ÔNIBUS E QUEBRA 2 LADRÕES” há o que Pedroso (*apud* Angrimani, 1995:14), classifica como sensacionalista ao representar “*ambivalência lingüístico-semântica, que produz o efeito de informar através da não-identificação imediata da mensagem*”. Isso porque, a manchete, tal como foi redigida, não permite ao leitor uma compreensão imediata do fato.

**Capa 7 – Segunda-feira, 08 de outubro de 2007 – Nº 734 (Ver anexo 14)**

O tema “Futebol” novamente é destaque na capa do “Meia Hora”, nessa edição, ocupando como na capa analisada anteriormente, mais de metade do espaço. O dueto “realidade/ficção” aparece novamente na relação entre manchete e o filme “Tropa de Elite”, bem como em uma possível resposta que o Fluminense teria dado ao Flamengo, ao vencê-lo no jogo do fim de semana. A manchete vem carregada de ironia e linguagem coloquial exagerada: “FLUZÃO É A S.W.A.T.: CADÊ A TROPA DE ELITE? – TRICOLOR, QUAL É A TUA MISSÃO? INVADIR O MARACA E DEIXAR URUBU NO CHÃO.”

O símbolo do BOPE é, mais uma vez alterado, ilustrando uma caveira medrosa, o que refletiria a reação do Flamengo depois de perder para o rival Fluminense.



**Símbolo original do BOPE**



**Símbolo criado pelo “Meia Hora”**

A manchete, “CUCA VOLTA PRO FOGO”, ainda sobre o vértice “Futebol”, cabe na classificação de Barbosa (2004:55) como sensacionalista, por ser uma “*frase de impacto*” e, na classificação de Pedroso (*apud* Angrimani,1995:14), por ser “*ambivalente*”, uma vez que seu real sentido seria que o Técnico de Futebol, Cuca, voltou para o time do Botafogo.

Na foto que ilustra a manchete sobre o quadro “Dança no Gelo”, do programa “Domingão do Faustão”, da Rede Globo, a atriz Giselle Itié, participante do quadro, aparece vestindo uma blusa que põe em evidência os seus seios.

**Capa 8 – Quarta-feira, 10 de outubro de 2007 – Nº 736 (Ver anexo 15)**

O dueto “realidade/ficção” aparece nesta capa do “Meia Hora”, dentro do tema “Violência” e relacionado com filme norte-americano, “Doze Homens e um Destino”. A manchete principal traz a foto de doze suspeitos detidos pela Polícia Militar do Rio, e o seguinte texto: “DOZE HOMENS E UM DESTINO: A CADEIA”. No subtítulo da manchete, “PM FAZ LIMPA NO MORRO DO TIMBAU E DÁ CARTÃO VERMELHO PARA UM

TIME INTEIRO DO TRÁFICO, QUE ERA COMANDADO PELO ‘TÉCNICO’ KITO, CHEFÃO DA ADA” podemos observar uma relação “ficcionalizada”, ainda, com o vértice “Futebol” e o uso de linguagem coloquial exagerada nos termos “PM FAZ A LIMPA”, “DÁ CARTÃO VERMELHO” e “CHEFÃO”.

Tal recurso sensacionalista é observado também em outras duas manchetes de menor destaque: “POLÍCIA ACHA CEMITÉRIO DA BANDIDAGEM” e “VASCÃO VAI PRA CIMA DOS GRINGOS HOJE”, nos termos “BANDIDAGEM” e “VASCÃO VAI PRA CIMA DOS GRINGOS”.

Em outra manchete, há a exposição do corpo feminino, em foto da apresentadora Sabrina Sato, em trajes de banho. A mesma é chamada de “JAPA”, “MUSA” e uma pessoa que “NÃO QUER MAIS DAR MOLE” nas ruas do Rio, depois que seu pai foi assaltado. É feito, ainda, um trocadilho entre o chapéu da manchete “EM PÂNICO”, com o programa da “RedeTV!”, da qual a apresentadora faz parte, chamado “Pânico na TV”.

#### **Capa 9 – Segunda-feira, 15 de outubro de 2007 – N° 741 (Ver anexo 16)**

O tripé “Violência/Futebol/Erotismo” compõe a capa desta edição. No vértice “Futebol” há, ainda, uma alusão ao vértice “Violência”, tanto no texto da manchete “Vascão joga o Botafogo na Vala”, quanto na foto, na qual um jogador do Botafogo encontra-se caído, como se estivesse sido liquidado pelo rival Vasco.

Em outra manchete, “ELITE NA PRAIA – GAROTAS DE IPANEMA TAMBÉM SÃO CAVEIRA”, o uso do dueto “realidade/ficção” desta vez é relacionando ao vértice “Erotismo”. Tal manchete é ilustrada com a foto de uma mulher de costas e só de biquíni e no qual, na parte de baixo, vê-se estampado o nome do filme “Tropa de Elite”.

#### **Capa 10 – Quarta-feira, 17 de outubro de 2007 – N° 743 (Ver anexo 17)**

Na capa da edição de número 743, o tripé “Violência/Futebol/Erotismo” é recorrente., com destaque para os temas “Violência” e “Erotismo”.

Em relação ao vértice “Violência”, a manchete “PÂNICO FOI GERAL: MORREU COM BALAÇO NO PEITO QUANDO VIA ‘TROPA DE ELITE’ NO CINEMA. VÍTIMA É AGENTE PENITENCIÁRIO INVESTIGADO POR SUSPEITA DE FACILITAR ENTRADA DE DROGA EM CADEIA”, possui três elementos sensacionalistas. O primeiro, é o uso do dueto “realidade/ficção”, uma vez que tal manchete está relacionada diretamente

com o filme “Tropa de Elite”. O segundo, é a utilização de linguagem coloquial exagerada, nos termos “BALAÇO” e “FACILITAR ENTRADA”. E o terceiro é para Pedroso (*apud* Angrimani, 1995:14) a “subtração de elementos importantes e acréscimo ou invenção de palavras ou fatos”, uma vez que a manchete não deixa claro que tal morte não foi provocada por assassinato, mas um suicídio.

Já em relação ao vértice “Erotismo”, o “Meia Hora”, recorre mais uma vez ao uso de foto apelativa, na qual a atriz Flávia Alessandra aparece seminua e em pose sensual, para ilustrar a manchete “COVARDIA CONTRA ATRIZ – AGÊNCIA OFERECE PROSTITUTA COM FOTO DE FLÁVIA ALESSANDRA”.

**Capa 11 – Quinta-feira, 18 de outubro de 2007 – Nº 744 (Ver anexo 18)**



Capa da edição de nº 744

A presente capa do “Meia Hora de Notícias” possui destaque para o tema “Violência”, devido ao espaço dedicado para sua manchete principal (quase toda a página do tablóide) e ao “conteúdo” da foto que ilustra tal manchete: “COURO COMEU EM SENADOR CAMARÁ – 12 MORTOS NA ZONA OESTE”. Essa manchete faz com que a presente capa seja talvez a mais sensacionalista da amostra coletada para esta pesquisa. Isto porque é utilizada no texto a linguagem coloquial exagerada, ao empregar os termos “COURO COMEU” (no texto principal) e “ESTOURARAM” (o qual o próprio jornal escreve entre apóstrofes), “BANDIDÃO” e “ROLOU SOLTO” (no subtítulo). Há ainda, no termo “12 MORTOS”, o “uso de letras garrafais e coloridas” (Barbosa, 2004:55), tendo sido utilizada a cor vermelha, a qual remete à cor do sangue. Além disso, o jornal traz em um balão de borda também vermelha, o anúncio “FOTOS CHOCANTES DA GUERRA”, tratando “*a notícia como produto através de apelos verbais*” (Barbosa, 2004:46-47). O jornal traz, também, a manchete “POLÍCIA MANDA 10 TRAFICANTES PARA O INFERNO”, deixando clara uma produção discursiva que Pedroso (*apud* Angrimani, 1995:14) classifica como “*violenta e grotesca*”.

A foto que ilustra tal matéria chega a ser ainda mais chocante. Retrata um policial do BOPE armado e sorrindo, de costas para o corpo de um homem estendido no chão, do qual se pode ver o sangue derramado. Percebe-se aqui, o que Sodré (2002:12), classifica como um tipo de violência “*representada, isto é, discursivamente modalizada e manejada tanto pelo jornalismo que tende a viabilizar, publicamente a agressão recorrente na vida cotidiana quanto pela indústria do entretenimento (...), com a finalidade de conquistar maior audiência*”. Ou no caso do tablóide, em questão, aumentar a venda de exemplares nas bancas.

Dentro do vértice “Futebol”, o jornal faz uso do termo sensacionalista “esculacha”, na manchete “BRASIL ESCULACHA O EQUADOR”.

### **Capa 12 – Domingo, 28 de outubro de 2007 – Nº 754 (Ver anexo 19)**

Quatro elementos sensacionalistas podem ser observados nas cinco manchetes da capa aqui analisada.

Primeiro, no uso do dueto “realidade/ficção” na manchete “TROPA DE ELITE DO MENGÃO AVANÇA PARA A LIBERTADORES – HOJE É DIA DE APAGAR O LANTERNINHA”. Nesta, além de relacionar o vértice “Futebol” com o filme “Tropa de Elite”, o jornal, na segunda parte da manchete, parece sugerir o assassinato de alguém - fato

recorrente no filme. Segundo, e ainda em relação à segunda parte da manchete, na ambivalência lingüístico-semântica, a qual Pedroso (*apud* Angrimani, 1995:14) afirma ser sensacionalista. Isso porque, na verdade, o que a manchete quer dizer é que na partida de futebol daquele dia, o Flamengo deverá vencer o América do Rio Grande do Norte, que ocupava a última posição no Campeonato Brasileiro.

Terceiro, ao optar pela produção discursiva trágica, Pedroso (*apud* Angrimani, 1995:14), tanto na manchete “TRAGÉDIA MATA SETE NA AVENIDA BRASIL”, como na foto que a ilustra, na qual se pode ver os destroços dos veículos envolvidos no acidente.

E quarto, ao utilizar linguagem coloquial exagerada, tanto nos termos “MENGÃO AVANÇA” e “APAGARÁ O LANTERNINHA” da manchete acima citada, como nos termos “EX-CHEFÃO DO PÓ” e “SE DÁ MAL”, de outras duas manchetes: “NO BATUQUE: EX-CHEFÃO DO PÓ, TUCHINHA GANHA DISPUTA DO SAMBA NA LINS IMPERIAL” e “TÁ EM CANA: QUADRILHA DO TRÁFICO DE BEBÊS SE DÁ MAL”.

### Capa 13 – Quarta-feira, 31 de outubro de 2007 – Nº 757 (Ver anexo 20)

O tripé “Violência/Futebol/Erotismo volta à cena na capa dessa edição do “Meia Hora”. O vértice “Violência” é destaque com a manchete “PM PASSA O RODO E QUEBRA 2 EM VIGÁRIO”, uma vez que o texto vem dentro de box preto impresso em letras coloridas garrafais. Em um primeiro momento, é difícil identificar o que o jornal quer dizer com a manchete, devido ao uso dos termos coloquiais “PASSA O RODO” e “QUEBRA 2”. Podendo-se aí identificar, mais uma vez, a “ambivalência lingüístico-semântica, que produz o efeito de informar através da não-identificação imediata da mensagem” Pedroso (*apud* Angrimani, 1995:14).

O vértice “Futebol” abarca, novamente, o dueto sensacionalista “realidade/ficção”, em três partes: na manchete “TROPA DO MENGÃO VAI ABATER O GAVIÃO”, na foto ilustrada com diálogo entre técnico e jogador do Flamengo: “É 100%, ZERO NOVE?/ CAVEIRA, MEU CAPITÃO!” – que se assemelha a diálogos do filme.

O tema “Erotismo”, além de trazer foto da modelo Dani Sperle em pose e trajés sensuais, vai além, ao oferecer ao consumidor que comprar o jornal e pagar mais R\$10,50, uma musa do carnaval 2007 quer virará a *stripper* dos sonhos do leitor. Percebe-se, aí, a

presença de elemento sensacionalista para Barbosa (2004:57-58), que é o de “*destacar matérias com temáticas em sexo, nudez e demais desvios comportamentais*”.

Uma outra manchete chama atenção pela potencialidade de “*provocar comoção e chocar*” (Angrimani, 1995:16) os leitores: “MONSTROS! PAIS LARGAM BEBEZINHO EM BERÇO DE MACONHA.”

#### **Capa 14 – Sexta-feira, 02 de outubro de 2007 – Nº 759 (Ver anexo 21)**

As manchetes da capa, em análise, são voltadas para o tripé “Violência/Futebol/Erotismo”. Em todas as três há o uso de linguagem coloquial exagerada. Dentro do tripé “Violência”, a manchete diz “VAGABUNDO QUE FUZILOU POLICIAL LEVA CHUMBO NA FÉ: PM FOI RECEBIDA A TIROS E GRANADAS NA FAVELA, REAGIU E MANDOU NEM DA PAZ PARA O INFERNO”. Aqui, além do uso de linguagem sensacionalista nos termos “LEVA CHUMBO” e “MANDOU NEM DA PAZ PARA O INFERNO”, já citada por Angrimani (1995:16) e Pedroso (2004:57-58), aparece um novo item dentro desta classificação que é o uso do palavrão “VAGABUNDO”.

Também o tripé “Futebol”, traz sensacionalismo nos termos “URUBU”, “TIRA ONDA”, “PAULISTADA” e “MENGÃO”, na manchete “URUBU TIRA ONDA COM A PAULISTADA: MENGÃO É PENTA DESDE 92”.

Já o tema “Erotismo”, além de usar linguagem coloquial em “PELADINHAS”, na manchete “MUSAS DO ‘CASSETA’ PELADINHAS”, ilustra a mesma com foto das três mulheres seminuas e em poses insinuantes ou que sugerem alguma relação sexual entre elas. O tablóide, trabalha assim, novamente, com o sujeito “mulher” como sendo “*objeto de prazer sexual masculino*” (Pedroso 2001:73).

#### **Capa 15 – Sábado, 03 de outubro de 2007 – Nº 760 (Ver anexo 22)**

Na última capa por nós analisada, nesta pesquisa, o vértice “Violência” é preponderante e ocupa três das cinco manchetes.

Percebe-se em duas delas, a “*produção discursiva trágica e violenta*” para Pedroso (*apud* Angrimani, 1995:14) e o uso de “*manchetes que chocam*” (Angrimani, 1995:16). São elas: “PATRICINHA QUE MATOU OS PAIS PODE SAIR DA JAULA” e “DEPOIS DE 18

HORAS, CORPO É RETIRADO DO MEIO DA RUA: CAVEIRÃO DA PM VIRA RABECÃO EM OLARIA”. Há, novamente, o uso de linguagem coloquial exagerada e sensacionalista nos termos “PATRICINHA”, “SAIR DA JAULA”, “CAVEIRÃO” e “RABECÃO”. Esse elemento aparece também na manchete sobre “Futebol”: “FLUZÃO PARTE PARA CIMA DO NÁUTICO NO MARACA”, no emprego dos termos “FLUZÃO”, “PARTE PARA CIMA” e “MARACA”.

A foto que ilustra a manchete principal, que ocupa mais da metade da capa, e é apelativa, ao mostrar o momento em que policiais do BOPE recolhem um corpo para dentro do veículo. Isso, caracteriza, mais uma vez, a existência de uma “*produção discursiva trágica*”, de acordo com Pedroso (*apud* Angrimani, 1995:14), e a utilização de um tipo de “*violência representada*”, segundo Sodré (2002:12), nas capas do tablóide diário “Meia Hora de Notícias”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos objetivos de identificar, descrever e analisar quais são os assuntos a que o jornal “Meia Hora de Notícias” recorre predominantemente, e como se estabelece a presença de recursos sensacionalistas nas manchetes e nas fotos de suas capas, chegamos a algumas considerações acerca da ocorrência de sensacionalismo nas capas do “Meia Hora”, essencialmente nas manchetes relacionadas ao tripé “Violência/Futebol/Erotismo”.

Em nosso trabalho, procuramos fazer uma pesquisa bibliográfica que abordasse e discutisse o conceito de “sociedade do espetáculo” e suas possíveis implicações, como o sensacionalismo e a espetacularização na imprensa brasileira e, mais especificamente, nos jornais destinados às classes C e D. Já a pesquisa documental foi direcionada para um tratamento analítico que pudesse identificar e discutir elementos sensacionalistas nas capas do tablóide carioca “Meia Hora de Notícias”.

Periódicos rotulados de sensacionalistas, não raras vezes, são vistos com desconfiança pelo ponto de vista da credibilidade. Isto porque costumam não seguir uma linha editorial isenta e objetiva. Contudo, deve-se lembrar que nesse gênero jornalístico a informação está sim presente e que, também o jornalismo dito de referência não está livre de apresentar características sensacionalistas ou espetaculares. Amaral (2003:142) considera que

as notícias não emergem naturalmente do mundo real, não são simplesmente o reflexo do que acontece. São redigidas a partir de formas narrativas, pautadas por símbolos, estereótipos, frases feitas, metáforas, imagens. Muitos fatores interferem na produção de uma notícia, que vão desde o posicionamento do jornal, o empenho do jornalista, as pressões do tempo, os constrangimentos organizacionais, as pressões políticas e econômicas, entre outros.

Assim sendo, talvez a marginalização de tais periódicos não esteja ligada somente à questão de eles não seguirem fielmente alguns dos preceitos básicos do jornalismo – se considerarmos que nem a imprensa dita “de referência” consegue fazê-lo. Mas, também, pelo fato de que alguns veículos recorrem ao sensacionalismo de forma exagerada. Constatamos, nesta pesquisa, ser este o caso do “Meia Hora de Notícias”, o qual apresenta como recurso sensacionalista predominante o que Danilo Angrimani classifica como uma “linguagem coloquial exagerada” e Gabriel Collares Barbosa reforça como sendo uma “linguagem vulgar”, com emprego excessivo de gírias e palavrões. O jornal faz uso, ainda, na amostra

analisada, de um número considerável de siglas. Tais características configuram uma peculiaridade do tablóide, o qual faz as vezes de um jornal especializado para as classes C e D do Rio de Janeiro - ao adotar uma linguagem, à primeira leitura, reconhecível somente pelos cariocas – mas que, na verdade, não é um jornal do tipo especializado.

Outro exagero do “Meia Hora” ocorre na utilização do dueto “realidade/ficção” entre as manchetes e fotos da capa e o filme “Tropa de Elite”. O dueto encontra-se presente nos três temas recorrentes do tablóide: a “Violência”, o “Futebol” e o “Erotismo”. E, embora a primeira seja tema principal do filme, são nas manchetes ligadas ao “Futebol” que mais podemos identificar uma “ficcionalização” da notícia, dentro da amostra utilizada (ver gráfico da página 23).

Ainda dentro do vértice “Futebol”, constatamos que o “Meia Hora” demonstra-se parcial em relação aos times cariocas. O jornal chega a classificar o Flamengo como a “Tropa de Elite” do futebol brasileiro em seis capas [anexos 05 (capa 22/10), 06 (capa 29/10), 07 (capa 04/11), 13, 19 e 20] e o Fluminense como a “S.W.A.T.” (anexo 14).

O “espetáculo da violência” promovido pelo jornal é alimentado por uma sociedade na qual a violência é crescente e instituições como a família e a polícia estão em crise ou enfraquecidas. O tablóide recorre sempre que possível a fotos e manchetes sanguinolentas e de apelo dramático. E possui discurso pessimista na maioria de suas capas, seja pelos textos das manchetes, pelas fotos selecionadas ou pelo ângulo que é dado às notícias. Parece haver um bombardeio de elementos apelativos que alimentam, cada vez mais, no leitor, o gosto por este tipo de angulação editorial. Porém, Barbosa (2007) afirma que tal gosto não é exclusivo das classes C e D:

O sensacionalismo explora esse desejo do extraordinário, do violento, do grotesco, do excepcional, que existe não apenas nos grupos populares, mas que atravessa os grupos sociais. (...) Os desvios, as aberrações apelam ao imaginário, ao subjetivo de todos os grupos, ainda que os que detêm poder, decorrente do padrão monetário do que possuem, não admitam a função catártica do discurso sensacional também em seu cotidiano.

Ao trabalhar com a manipulação de fotos e imagens em suas capas, ainda que essa manipulação não seja do fato em si nas manchetes ligadas ao vértice “Futebol”, e ao optar pela inadequação entre manchetes e fotos em algumas notícias relacionadas ao vértice “Erotismo”, o “Meia Hora” abre precedente para que sua credibilidade seja questionada. Barbosa (2007) lembra que não só o texto produz o “protocolo da leitura”, pois há uma outra marca profundamente significativa, a da edição.

O leitor recebe, pois, um segundo tipo de instrução contido no próprio texto: a edição. A disposição do texto na página, a ilustração, os cortes produzidos na narrativa, a tipologia empregada, a diagramação, tudo indica um leitor e uma forma de leitura. (...) Indica que a leitura se faz também pela apreensão de um outro sentido: a visão. Não apenas porque muitos desses leitores são parcamente alfabetizados, mas porque a materialização do acontecimento, através da imagem, produz um sentido de realidade que a descrição textual sozinha não contém. A narrativa detalhada e coloquial se faz necessária para que produza ele mesmo, leitor, o seu texto, a partir de sua imaginação criadora.

Embasados nos autores aos quais recorreremos nesta pesquisa, bem como na amostra analisada, podemos afirmar que o tablóide “Meia Hora de Notícias”, ao trabalhar com o emprego de linguagem exagerada, com a espetacularização da violência, com a exploração do erotismo e, além disso, ao tornar estreito o limite entre o real e o imaginário, mostrou ser um jornal sensacionalista, através da utilização do tripé “Violência/Futebol/Erotismo”.

Na verdade, ao adotarmos o “Meia Hora” como objeto de estudo e ao tomarmos conhecimento mais aprofundado da linha editorial de outros jornais destinados às classes C e D, a constatação a qual chegamos não foi das mais positivas. Amaral (2003:142) enfatiza que, no segmento popular da grande imprensa,

os limites do campo são menos nítidos, pois a atividade jornalística é mais incisivamente atravessada por interesses mercadológicos. Assim, este segmento, com sua lógica heterônoma, tenciona cotidianamente os princípios tradicionais do campo jornalismo. Essa imprensa é muito vulnerável ao mercado publicitário e, portanto, busca agradar os leitores a qualquer custo.

Entretanto, parece ser difícil acreditar que editores e repórteres do tablóide em questão, cursaram uma faculdade de jornalismo, na qual o pressuposto é que sejam enfatizados preceitos básicos de ética, objetividade e isenção. Pior ainda, é constatar que tal realidade ocorre porque também o jornalismo se rende aos ditames econômicos, tratando a notícia e a profissão – associada, em sua origem a uma linha editorial contestadora e engajada politicamente - como mera mercadoria. E os lemas do “Meia Hora de Notícias”, *“Nunca foi tão fácil ler jornal”* e *“Se tempo é dinheiro, meia hora é só R\$ 0,50”*, talvez ilustrem com primazia tal realidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Márcia Franz. **Jornais Populares. Menos escatologia, mais qualidade.** Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=390AZL002>. Capturado em 05 de outubro de 2007.

AMARAL, Márcia Franz. **Sensacionalismo: inoperância explicativa.** Porto Alegre: Revista Em Questão, jan-jun. de 2003, v. 9, n.º 1, p. 133-146.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa.** São Paulo: Summus, 1995. 160p.

ARBEX JR., José. **Showrnlismo. A notícia como espetáculo.** São Paulo: Casa Amarela, 2002. 2ª ed. 294p.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica. História da Imprensa Brasileira.** São Paulo: Ática, 1990. 445p.

BARBOSA, Gabriel Collares. **Jornalismo, Espetáculo e Desvio: Violência e Criminalidade na Imprensa através de estudos de caso.** Tese de Doutorado. Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ECO/UFRJ. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: [http://dominiopublico.mec.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select\\_action=&co\\_obra=43644](http://dominiopublico.mec.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=43644). Capturado em: 19 de outubro de 2007.

BARBOSA, Marialva. **Jornalismo Popular e o Sensacionalismo.** Disponível em: <http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=3&s=9&a=31>. Capturado em 19 de outubro de 2007.

BINGEMER, Maria Clara Lucchetti. **Sociedade do Espetáculo: mal de uma época.** Disponível em <http://www.adital.com.br/site/noticia.asp?lang=PT&cod=17639>. Capturado em 06 de dezembro de 2007.

CUNHA, Karenine Miracelly Rocha da. **Capas na mídia impressa: a primeira impressão é a que fica.** ANAIS: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. 11p.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Tradução: Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004. 5ª ed. 238p.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** São Paulo: Atlas, 1999. 5ª ed. 206p.

LONGHI, Naiara. **Sensacionalismo e Jornalismo Popular: um estudo de caso.** ANAIS: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2005. 13p.

ENNE, Ana Lúcia S., BORGES, Wilson. **Sensacionalismo e modernidade: como uma relação intrinsecamente ambígua se transformou em estratégia de distinção cultural?** ANAIS: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. 12p.

MARIBONDO, Luca. **Sociedade do Espetáculo: se não é espetáculo, não existe.** Disponível em <http://www.overmundo.com.br/banco/sociedade-do-espetaculo-se-nao-e-espetaculo-nao-existe>. Capturado em 06 de dezembro de 2007.

MARQUES, Fábio Cardoso. Uma reflexão sobre a espetacularização da imprensa. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto. CASTRO, Valdir José de. (orgs.) **Comunicação e sociedade do espetáculo.** São Paulo: Paulus, 2006. 214p.

**O Dia Online: Jornal Meia Hora.** Disponível em: <http://odia.terra.com.br/especial/outros/meiahora>. Capturado em 06 de outubro de 2007.

PATIAS, Jaime Carlos. O espetáculo no telejornal sensacionalista. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto. CASTRO, Valdir José de. (orgs.) **Comunicação e sociedade do espetáculo.** São Paulo: Paulus, 2006. 214p.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001. 140p.

PEREIRA, Lúcia Helena Mendes. **Jornalistas para que e para quem?** Anais: 10º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo, 2007. 15p

RAMONET, Ignácio. **A Tirania da Comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 1999. 2ª edição.

RAMOS, Roberto. **Mídia e sensacionalismo: uma relação semiológica**. Famecos. Revista da ADPPUCRS. Porto Alegre: nº5, p.57-62, dez. 2004. Disponível em: [www.adppucrs.com.br/informativo/midiae%20sensacionalismo.pdf](http://www.adppucrs.com.br/informativo/midiae%20sensacionalismo.pdf). Capturado em 05 de outubro de 2007.

SODRÉ, Muniz. **Sociedade, Mídia e Violência**. Porto Alegre: Sulina: Edicuprs, 2002. 112p.

FERREIRA JÚNIOR, José. **Evolução gráfico-visual da mídia impressa brasileira**. ANAIS: II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. Florianópolis, 2004. 10p.

UNGLAUB, Delton. **O que é sensacionalismo**. Disponível em: <http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/debate/tercedi%C3%A7%C3%A3o/debate6.htm>. Capturado em 05 de outubro de 2007.

**ANEXO 01**

**Capas MEIA HORA: 27-09-07 a 02-10-07**



27-09-07



28-09-07



29-09-07



30-09-07



01-10-07



02-10-07

**ANEXO 02 Capas MEIA HORA: 03-10-07 a 08-10-07**


03-10-07



04-10-07



05-10-07



06-10-07



07-10-07



08-10-07

## ANEXO 03 Capas MEIA HORA: 09-10-07 a 14-10-07



09-10-07



10-10-07



11-10-07



12-10-07



13-10-07



14-10-07

## ANEXO 04 Capas MEIA HORA: 15-10-07 a 20-10-07



15-10-07



16-10-07



17-10-07



18-10-07



19-10-07



20-10-07

## ANEXO 05 Capas MEIA HORA: 21-10-07 a 26-10-07



21-10-07



22-10-07



23-10-07



24-10-07



25-10-07



26-10-07

**ANEXO 06 Capas MEIA HORA: 27-10-07 a 01-11-07**


27-10-07



28-10-07



29-10-07



30-10-07



31-10-07



01-11-07

**ANEXO 07 Capas MEIA HORA: 02-11-07 a 05-11-07**


02-11-07



03-11-07



04-11-07



05-11-07

## ANEXO 08

CAPA 1 – Quinta-feira, 27 de setembro de 2007 – Nº 723

H

MEIA

RA

DE NOTÍCIAS

SELO

8

R\$

0,50

QUINTA-FEIRA, 27 DE SETEMBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 723

**CHEFÕES BICA E DA LUA VAZARAM**

03
12

## PM BATE DE FRENTE COM O CV NA PENHA





Três pessoas morreram e duas ficaram feridas durante operação na Chatuba. Segundo a polícia, mortos são traficantes, mas famílias, revoltadas, negam

José Henrique chega a hospital; ele foi um dos mortos na ação. PM apreendeu explosivos

**É VERDADE**



VOTA  
EM MIM,  
VOTA!

Sabrina Sartori concorrerá uma vez na Câmara de Vereadores de São Paulo

**CADEIRO DE ESPORTES**

## VASCÃO É O TIME DA VIRADA



Cruzmalinos enfiam 3 a 0 nos argentinos do Lanús e se classificam para as quartas-de-final da Copa Sul-Americana. Leandro Amaral (foto) meteu dois gols. Hoje, Fogão pega o River

**'PARAÍSO'**

Marion vai virar camelô

**NO BATAR**

Ladrões de carro rodam em Realengo

## ANEXO 09

CAPA 2 – Sexta-feira, 28 de setembro de 2007 – Nº 724

**HO MEIA RA** DE NOTÍCIAS **RS 0,50**

SEXTA-FEIRA, 28 DE SETEMBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 724

**DESAPARECIDA DESDE DOMINGO** 03

# MORADORES DA BAIXADA EM PÂNICO MANÍACO MATA MENINA E JOGA CORPO EM POÇO

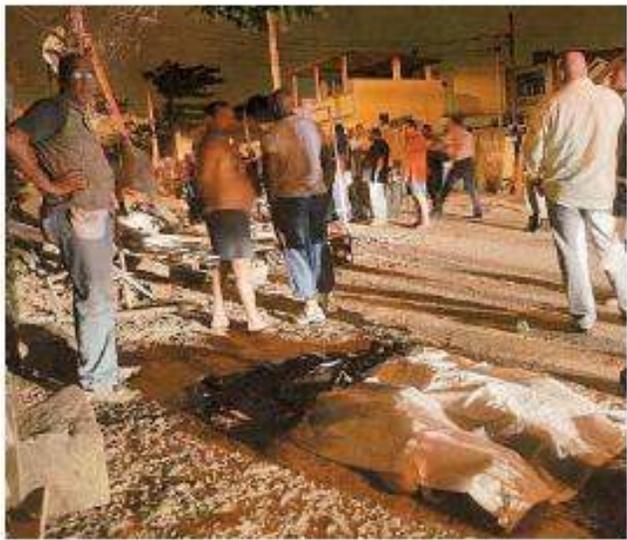
Garota de 8 anos estava com mãos e pés amarrados com fio de telefone

**TRAGÉDIA**

## DOIS MORTOS EM MARECHAL HERMES

# PRÉDIO DE TRÊS ANDARES CAI EM CIMA DE CRIANÇAS

Duas meninas morreram e outras 12 pessoas ficaram feridas. **PÁGINAS 10 E 11**



**ESPORTES**

Fogão perde do River e é eliminado

**BAIXADA** 06

Invasão casa de juiz que prendeu PMs

**EM 24 HORAS** 05

## NOVE MORTOS EM SÃO GONÇALO

**CASA REFORMA**

**HOJE**  
CASA PRÓPRIA  
FICA MAIS FÁCIL

## ANEXO 10

CAPA 3 – Sábado, 29 de setembro de 2007 – Nº 725

**H MEIA RA** DE NOTÍCIAS **SELO 10- R\$ 0,50**  
SÁBADO, 29 DE SETEMBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 725

**CARA DE PAI DISS E QUE SE ARREPENDEU** 03

**TRAGÉDIA EM FAMÍLIA EM MERITI**  
**PAI VETA NAMORO**  
**E É MORTO PELA**  
**FILHA DE 12 ANOS**  
Menina deu tiro certo na nuca, enquanto a vítima dormia

**ESPORTES**  
**CUCAIU** BEIRÃO/REDAÇÃO

**CHAPA QUENTE EM CAXIAS** 05

**SUSPEITO DE JOGAR GAROTA EM POÇO É DEGOLADO NA BAIXADA**

**'MEIA' TRAZ EM PRIMEIRA MÃO O NOVO**  
**HINO DO MENGÃO**  
LEVE PARA CANTAR HOJE NO MARACA  
**PÔSTER GRÁTIS**

**NO CENTRO** 07  
**Tropa de Elite salva bebê feito refém**

**MILAGRE** 06  
Maria-mole evita morte em Mal. Hermes

**GÊMEA MÁ DESCOBRIU PLANO DO VILÃO E RODOU**  
**OLAVO MATOUTAÍS**  
Bebel terminou com senador ricaço, nunca boa. PÁGINA 29 BEIRÃO/REDAÇÃO

**15 ANOS MORVO** 10  
Beira-Mar se casa dentro da cadeia

## ANEXO 11

CAPA 04 – Terça-feira, 02 de outubro de 2007 – Nº 728

H

MEIA

RA

DE NOTÍCIAS

Promote  
**ESCAPULÁRIO**  
2

R\$ 0,50

TERÇA-FEIRA, 2 DE OUTUBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 728

## MICAÇO DO FOGÃO VIRA ZOAÇÃO NA INTERNET

Em vídeo que está bombando na rede, torcedores de times rivais dublaram cenas do filme 'Tropa de Elite' para tirar onda com o mau momento do Alvinegro. As imagens foram batizadas com o título de 'Tropa de Sofredores'.

Doze, o senhor ainda é botafoguense?

Eu desisto, senhor!

AINDA DÁ PARA COMEÇAR

10 SELOS + R\$ 7,00 = 1 Escapulário

FOLHEADO A OURO

DETALHES NA PÁGINA 11

O CALDEIRÃO FERVEU
03

LADRÃO METE 38 NA CARA DE LUCIANO HUCK

Pilantra levou relógio de bacana que Angélica deu para o maridão

PERDIU 25 ANOS

06

Condenado bombeiro que matou médica

---

IMPERDÍVEL!

02

Prefeitura abre 5 mil vagas em cursos grátis

TRAFICANTES SE DÃO MAL NA ZONA OESTE

## PM quebra Zoião e comparsa na Vintém

Bandidões preparavam saída de carga de pó para outra favela da ADA, mas polícia deu o bote. PÁGINA 06

## ANEXO 12

CAPA 05 – Quarta-feira, 03 de outubro de 2007 – Nº 729

**HO MEIA RA** IDE NOTÍCIAS **Promoção ESCAPULARIO 3** **R\$ 0,50**

QUARTA-FEIRA, 3 DE OUTUBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 729

**CRIME À LUZ DO DIA NO CENTRO**

# BANDIDO COVARDÃO MATA APOSENTADO

**CRIME**



Vítima sai de banco e levou tiro na nuca. Quadrilha de 'saidinha' foi em caça ontem

PÁGINAS 06 E 11

**MEIA HORA MOTOR**

**HOJE 5 MIL OFERTAS**

SÃO CARLOS (SP) - 20/09/2007

**COBRE LÁ! 02**

**Três mil empregos temporários no comércio**

**ESPORTES**

Vascão, Fluzão e Fogão em campo hoje

**É, SIM, LÁ EM ACABE 03**

## POLÍCIA ACHA O CAFOFO DE MÁSCARA

**MONSTRUOSIDADE EM CAMPO GRANDE 13**

## MÃE DESALMADA TENTA JOGAR SEU NENÉM EM CIMA DE VAN. MENINA ESCAPA POR MILAGRE



## ANEXO 13

CAPA 06 – Sábado, 06 de outubro de 2007 – Nº 732

**MEIA HORA** DE NOTÍCIAS

Promoção ESCAPULÁRIO **6** R\$ **0,50**

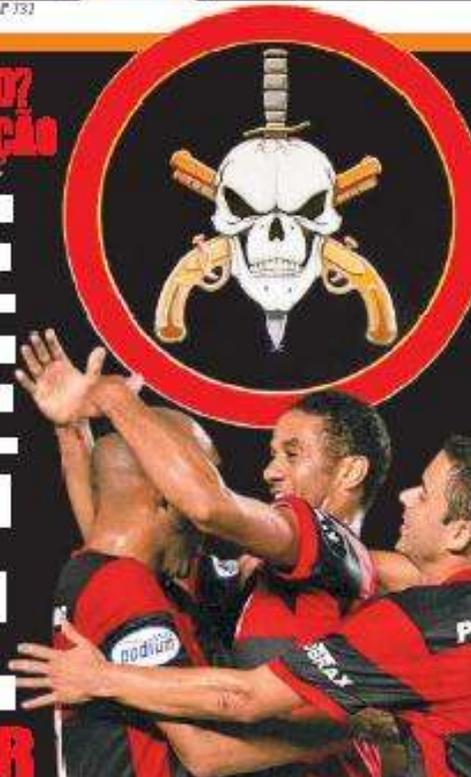
SÁBADO, 6 DE OUTUBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 732

CADEIRÃO DE ESPORTES

**INGÊNUO-MEGRÃO, QUAL É TUA MISSÃO?  
MILITANDO O MARACÁ E EMPOLGANDO A NAÇÃO**

**MENGÃO É  
TROPA DE  
ELITE**

**OSSO DURO DE ROER**



**TINHA 12 ANOS NA ÉPOCA** **03**

**SEMENTE DO MAL DIZ QUE MATOU TIM**

Adolescente que queimou o jornalista é preso em Alagoas

**BANGUE-BANGUE EM CAXIAS** **05**

**Homem atira em ônibus e quebra 2 ladrões**

**IMPERDÍVEL!** **02**

**LISTÃO TEM 2 MIL VAGAS PARA ESTÁGIOS**

**NA OUTRA** **08**

**CAMINHÃO LEVAVA CARNE E MACONHA**

## ANEXO 14

CAPA 07 – Segunda-feira, 08 de outubro de 2007 – Nº 734

**MEIA HORA** DE NOTÍCIAS

Premio ESCAPULARIO 8 R\$ 0,50

SEGUNDA-FEIRA, 8 DE OUTUBRO DE 2007 • ANO 9 • Nº 734

CADEIRÃO DE ESPORTES

**FLUZÃO É A S.W.A.T.**

**CADÊ A TROPA DE ELITE?**

**TRICOLOR, QUAL É A TUA MISSÃO? INVADIR O MARACA E DEIXAR URUBU NO CHÃO**

Fuminense esmaga o Flamengo e faz 2 a 0, gols de Somália (foto) e Thiago Neves. Chora, Coveira! Em Curitiba, Vasco perde do Atlético-PR no finzinho: 1 a 0

**CUCA VOLTA PRO FOGO**

**MARÉ 05**  
PM salva vida de menino seqüestrado pelo tráfico

**DANÇA NO GELO 44**  
APOS TOMBO, GISELLE ITIÉ VOLTA AO 'DOMINGÃO'

**FABRISTE 03**  
Sargento mata ladrão e é morto em Caxias

**MEIA HORA / NEGÓCIOS**  
**HOJE**  
1.835 EMPREGOS PARA COSTUREIRAS  
SÓ RECLAMAR DO REGÃO D'AVILA



## ANEXO 15

CAPA 08 – Quarta-feira, 10 de outubro de 2007 – Nº 736

# MEIA HORA DE NOTÍCIAS

Promoção ESCAPULÁRIO 10 R\$ 0,50

QUARTA-FEIRA, 10 DE OUTUBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 736

QUADRILHA IA INVADIR FAVELA DO TGP NO COMPLEXO DA MARE 03

## DOZE HOMENS E UM DESTINO: A CADEIA

PM FAZ A LIMPA NO MORRO DO TIMBAU E DÁ CARTÃO VERMELHO PARA UM TIME INTEIRO DO TRÁFICO, QUE ERA COMANDADO PELO 'TÉCNICO' KITO, CHEFÃO DA ADA

**EM PÂNICO**

### PAI DE SABRINA É ASSALTADO E JAPA VAI COMPRAR CARRO BLINDADO

Musa, que já fez até treinamento da Swat, está com medo da violência e não quer mais dar mole nas ruas.

**PÁGINA 11**

**NOTE CERTEIRO NOS MARGINAIS**

### CV DA NOVA HOLANDA TINHA GRANADA PARA EXPLODIR CAVEIRÃO

**EM CAXIAS** 07

Polícia acha cemitério da bandidagem

**MEIA HORA MOTOR**

### HOJE 5 MIL OFERTAS

30 DIAS DE PREÇOS BAIXOS PARA O ESCAPULÁRIO

**ESPORTES**

Vascão vai pra cima dos gringos hoje

## ANEXO 16

CAPA 09 – Segunda-feira, 15 de outubro de 2007 – Nº 741

H

MEIA

RA

DE NOTÍCIAS

FIM DE NAMORO: IRIS ESTÁ NA PISTA DE NOVO! PÁGINA 30



R\$ 0,50

SEGUNDA-FEIRA, 15 DE OUTUBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 741

COMEÇA HOJE

200

RECEITAS LIGHT DE 15 MINUTOS



● LANCHES ● DOCES  
● PRATOS ● SOPAS

10 SELOS + R\$ 3 = 4 LIVROS

Pague sua cartela na página 10

VIRADOURO E TIJUCA TAMBÉM JÁ TÊM SEUS VENCEDORES

03

# TUCHINHA É O REI DO SAMBA NA MANGUEIRA

Ex-chefão do tráfico no morro, que está em liberdade condicional, é o autor do hino que a Verde-e-Rosa vai levar para a Sapucaí em 2008

ELITE DA PRAIA

06

CADERNO DE ESPORTES

# VASCÃO JOGA O BOTAFOGO NA VALA



Leandro Amaral (foto) abriu o placar para os cruzmaltinos. O Alvinegro até empatou, mas Jorge Luiz fez 2 a 1. Time de São Januário agora vai com tudo para cima do Mengão



GAROTAS DE IPANEMA TAMBÉM SÃO CAVEIRA

BRASIL
fica no
0 a 0
com a
Colômbia

## ANEXO 17

CAPA 10 – Quarta-feira, 17 de outubro de 2007 – Nº 743

**H MEIA RA** DE NOTÍCIAS **R\$ 0,50**

QUARTA-FEIRA, 17 DE OUTUBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 743

**PÂNICO FOI GERAL** **13**

**MORREU COM BALAÇO NO PEITO QUANDO VIA 'TROPA DE ELITE' NO CINEMA**

Vítima é agente penitenciário investigado por suspeita de facilitar entrada de droga em cadeia

**CADERNO DE ESPORTES**

**Pra frente, BRASIL!**

Com Kaká e Robinho, Seleção volta ao Maracã para encarar o Equador pelas Eliminatórias da Copa

**PREFEITURA CRIA O DIA DO MENGÃO**

**GUÁRDIA CONTRA ATRIZ** **03**

**AGÊNCIA OFERECE PROSTITUTA COM FOTO DE FLÁVIA ALESSANDRA**

**MEIA HORA MOTOR**

**HOJE 5 MIL OFERTAS**

50 50 50 50

**AINDA DÁ PRA COMEÇAR**

CARTELA NOVA **HOJE**

PODE ABRIR A PÁGINA II!

10 SELOS + R\$ 3 = 4 LIVROS

**200**

RECEITAS LIGHT DE 15 MINUTOS

- LANCHES
- DOCE
- PRATOS
- SOPAS

**POLÍCIA DÁ OLE** **12**

**Quadrilha de Lucas perde erva e escopeta**

O Sobrinho tem uma ótima notícia: a expectativa de vida do nicotínico e pequena empresa aumentou.

## ANEXO 18

CAPA 11 – Quinta-feira, 18 de outubro de 2007 – Nº 744



## ANEXO 19

CAPA 12 – Domingo, 28 de outubro de 2007 – Nº 754

H

MEIA

R

A

1

DE NOTÍCIAS

4

R\$

DOMINGO, 28 DE OUTUBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 754

CADERNO DE ESPORTES

TROPA DE ELITE DO MENGÃO  
AVANÇA PARA A LIBERTADORES

HOJE É DIA  
DE APAGAR O  
LANTERNINHA

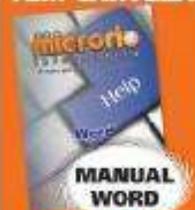


Flava vai para cima do América-RN para ficar pertinho do topo da tabela. Vascão recebe o Palmeiras, e Fogão encara o Juventude. Ontem, no Maracã, Flu tropeçou no Atlético-MG: 1 a 1

03 - FABIO LUCIANO    10 - MAXI    07 - IBSON    09 - SOUZA

PRIMEIRA  
DICAS DE  
INFORMÁTICA

AMANHÃ  
TEM CARTELA



6 SELOS + R\$ 1  
= 1 LIVRO

PRIMEIRA  
DICAS DE INFORMÁTICA

CURINGA

PEÇA SEU CURINGA PARA  
A COLEÇÃO DO 4º LIVRO

FAMÍLIA DESTRUIDA EM ACIDENTE EM SANTÍSSIMO

TRAGÉDIA MATA SETE  
NA AVENIDA BRASIL

Motorista perde o controle do carro e bate em caminhão. Todos os ocupantes do Corsa morreram, 3 eram crianças



NO BATUQUE!

Ex-chefão  
do pó,  
Tuchinha  
ganha  
disputa  
do samba  
na Lins  
Imperial

TÁ EM CABO!

Quadrilha  
de tráfico  
de bebês  
se dá mal

## ANEXO 20

CAPA 13 – Quarta-feira, 31 de outubro de 2007 – Nº 757

**H MEIA RA** DE NOTÍCIAS

Associação BRASILEIRA DE INFORMÁTICA  
Vol.2 Word **3** R\$ **0,50**

QUARTA-FEIRA, 31 DE OUTUBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 757

TIROTEIO PAROU TRENS POR 40 MINUTOS 11

# PM PASSA O RODO E QUEBRA 2 EM VIGÁRIO

**DVD AMANHÃ!**  
DANI SPERLE, A MUSA DO CARNAVAL 2007  
Em DVD ousado, ela vira a stripper dos seus sonhos



**MEIA HORA + R\$ 0,50**

**ZAMBORÃO EM BORDO**

## TROPA DO MENGÃO VAI ABATER O BASTÃO



É 100%, ZERO NOVE?

CAVEIRA, MEU CAPITÃO!

**MEIA HORA MOTOR**

### HOJE 5 MIL OFERTAS

**MONSTROS!** 08

Pais largam bebezinho em berço de maconha

**VASCO PRECISA VENCER E TORCER PELO RIVAL FLA**

**FLUZÃO ENCARA O FIGUEIRENSE FORA DE CASA**

## A COPA É NOSSA!

## ANEXO 21

CAPA 14 – Sexta-feira, 02 de novembro de 2007 – Nº 759

**H MEIA RA** DE NOTÍCIAS

REVISTA DICAS DE BUDGETALICIA  
Vol.2 Word **5** R\$ **0,50**

SEXTA-FEIRA, 2 DE NOVEMBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 759

**COMPLEXO DA PENHA** 03

# VAGABUNDO QUE FUZILOU POLICIAL LEVA CHUMBO NA FÉ

PM foi recebida a tiros e granadas na favela, reagiu e mandou Nem da Paz para o inferno

**CADerno DE ESPORTES**

## URUBU TIRA ONDA COM A PAULISTADA MENGÃO É PENTA DESDE 92



CBF diz que só o São Paulo tem cinco títulos brasileiros, mas a torcida rubro-negra não tá nem aí e comemora assim mesmo. Ontem, Fogão goleou Cruzeiro (4 a 1) e manteve Fla em 3º lugar

**MUSAS DO 'CASSETA' PELADINHAS** 36



**ALISTIN** 08

### Poliçada quebra 4 bandidos na Baixada

**CASA & REFORMA**

### HOJE

Como deixar seu banheiro novo sem gastar muito

SÓ REFORMAS DO FOGÃO DIVULGADO

## ANEXO 22

CAPA 15 – Sábado, 03 de novembro de 2007 – Nº 760

**H MEIA RA** DE NOTÍCIAS

REVISTA ENCICLOPÉDICA DE INFORMÁTICA Vol. 2 Word **6** RS **0,50**

SÁBADO, 3 DE NOVEMBRO DE 2007 • ANO 3 • Nº 760

**MORADORES DA ÁREA FICARAM REVOLTADOS** 03

DEPOIS DE 18 HORAS, CORPO É RETIRADO DO MEIO DA RUA

# CAVEIRÃO DA PM VIRA RABECÃO EM OLARIA



Homem foi assassinado na Rua Itapé, que fica no conjunto habitacional da polícia. Comando do batalhão da área mandou investigar motivo da demora

**ESPORTES**

**Fluzão parte para cima para cima do Náutico no Maraca**

**NO BEM-BOM** 05

Patricinha que matou os pais pode sair da jaula

**BRIGA DE TRÂNSITO VIRA FAROESTE** 06

**PM METE BALA EM DOIS MILITARES NO REBOUÇAS**

**SEGUNDA TEM CARTELA**

DICAS DE UP ONLINE  
6 SELOS + R\$ 1  
= 1 LIVRO DE INFORMÁTICA