



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

MARÍLIA GRAZIELLE CORDEIRO ALVES

Caso Diogo Nascimento e o *Jornal Já Paraíba*: uma
análise das estratégias do sensacionalismo

João Pessoa

2017

MARÍLIA GRAZIELLE CORDEIRO ALVES

Caso Diogo Nascimento e o *Jornal Já Paraíba*: uma
análise das estratégias do sensacionalismo

Monografia apresentada ao curso de jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito final para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Suelly Maux

João Pessoa

2017



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

A monografia de **Marília Grazielle Cordeiro Alves**, intitulada “Caso Diogo Nascimento e o *Jornal Já* Paraíba: uma análise das estratégias do sensacionalismo”, foi _____ pela banca examinadora.

Profa. Dra. Suelly Maux (Orientadora)

Profa. Dra. Margarete Almeida Napomuceno (Examinadora)

Profa. Dra. Zulmira Nóbrega (Examinadora)

João Pessoa, 08 de junho de 2017

AGRADECIMENTOS

Eu não poderia deixar de redigir esta página e registrar meu sentimento de gratidão a todos que, direta ou indiretamente, me deram apoio nesta fase tão significativa de minha vida que tem sido construída por grandes aprendizados.

Antes de tudo, ao soberano criador e regente do universo, pelo fôlego de vida, força e paixão por esta profissão. Ao meu pai, que fez o papel de pai e mãe e sempre me instruiu a crescer como profissional e ser humano. À minha mãe, uma grande mulher e revolucionária, cuja presença nunca se foi de verdade, que me deixou o exemplo da luta, da persistência e da busca pelo conhecimento. Ao meu noivo, que sempre me apoiou e incentivou em cada sonho. Aos demais familiares e amigos que, junto comigo, acreditam na importância do profissional de comunicação na sociedade.

Agradeço também à minha orientadora Suelly Maux, que passei a admirar pela dedicação e destreza; obrigada pela paciência, atenção e por cada sugestão de aperfeiçoamento. Às componentes da banca examinadora, que se dispuseram a compartilhar seus conhecimentos e suas avaliações acerca deste trabalho. E, por fim, a todas vivências do ambiente acadêmico, que me abriram a mente e semearam em mim o desejo de aprender cada dia mais.

RESUMO

Esta pesquisa analisa a construção de sentidos sobre o caso Diogo Nascimento no discurso do jornal impresso paraibano *Já*. Desta maneira, pretende-se identificar como o periódico faz uso de estratégias do sensacionalismo para retratar o assunto. O *Já* é o único impresso de cunho popular a ser comercializado atualmente na Paraíba, circulando desde 2009 e tendo como público-alvo as classes C, D e E. Para a análise, foram selecionadas edições de janeiro a abril de 2017 sobre o tema, no total, foram encontradas 25 matérias e nove manchetes de capa acerca da temática, destas, foram escolhidas as que consideramos com mais apelo ao sensacionalismo. Apresentamos discussões acerca de conceitos como sensacionalismo, *fait divers*, jornalismo popular e a influência do referido jornal na Paraíba. Foi utilizada a Análise de Discurso, mais especificamente os procedimentos adotados por Orlandi (2013) e as influências da corrente francesa para interpretação dos elementos da linguagem popular e estratégias do sensacionalismo. No percurso do estudo, foram essenciais as contribuições de autores como Angrimani (1995), Amaral (2003 – 2004 - 2006), Barthes (1971 - 2007), Orlandi (2013) e Ramos (2002 - 2012) a fim de identificar como o *Já* utilizou mecanismos sensacionalistas para noticiar o caso.

Palavras-chave: Jornalismo Sensacionalista. *Jornal Já*. Análise de Discurso Caso Diogo Nascimento. Jornalismo Popular.

ABSTRACT

This research analyzes the construction of meanings on the Diogo Nascimento case in the discourse in the Paraíba printed newspaper *Já*. In this way, it is intended to identify how the journal uses strategies of sensationalism to portray the subject. The *Já* is the only popular print to be commercialized in Paraíba, circulating since 2009 and targeting the classes C, D e E. For the analysis, editions were selected from January to April of 2017, on the subject. In total, there were 25 stories and nine headlines on the theme. Of these, we have chosen those that we consider more appealing to sensationalism. We present discussions about concepts such as sensationalism, *fait divers*, popular journalism and the influence of the newspaper *Já* in Paraíba. Discourse Analysis was used, specifically the procedures adopted by Orlandi (2013) and the influences of the French current for the interpretation of the elements of the popular language and strategies of sensationalism. In the study, the contributions of Angrimani (1995), Amaral (2003), (2004) and (2006), Barthes (1971) and (2007), Orlandi (2013) and Ramos (2002) and (2012) were essential to identify the Sensationalist mechanisms used by *Jornal Já*.

Keywords: Sensationalist Journalism. *Jornal Já*. Discourse Analysis. Case Diogo Nascimento. Journalism Popular.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Perfil de Leitores do Já.....	33
Figura 2 – Aproximação por meio da linguagem.....	34
Figura 3 – Exemplo de postagem no Facebook.....	37
Figura 4 – Exemplo de postagem no Instagram.....	38
Figura 5 – Exemplo da relação texto e imagem.....	54
Figura 6 – Disposição de textos e imagens nas páginas do <i>Já</i>	55
Figura 7 – Exemplo de ditado popular.....	56
Figura 8 – Características da linguagem oral.....	57
Figura 9 – Exemplo de contração.....	58
Figura 10 – Exemplo de desconstrução do <i>lead</i>	59
Figura 11 – Exemplo de repetição.....	61
Figura 12 – Exemplo de metáfora.....	62
Figura 13 – Exemplo de apelo às sensações.....	63
Figura 14 – Exemplo de descrição das emoções.....	63
Figura 15 - Exemplo de descrição da cena.....	64
Figura 16 – Exemplo de humor irônico.....	65
Figura 17 – Exemplo de descrição da cena.....	66
Figura 18 – Exemplo de <i>fait divers</i>	67
Figura 19 – Exemplo de <i>fait divers</i>	68
Figura 20 – Exemplo de <i>fait divers</i>	69
Figura 21 – Exemplo de <i>fait divers</i>	70

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Princípios de Causalidade e Coincidência no <i>fait divers</i>	29
Quadro 2 - <i>Jornal Já</i> nos rankings nacional e estadual de 2015 a 2017.....	35
Quadro 3 - Concentração de álcool por dosagem de bebida.....	41
Quadro 4 - Alteração no valor das multas na Lei Seca.....	42

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Edições vendidas ao mês entre 2015 e 2017.....	36
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 JORNALISMO POPULAR E SENSACIONALISMO.....	14
2.1 Sensacionalismo.....	19
2.2 <i>Fait divers</i>.....	26
3 JORNAL JÁ.....	32
3.1 O caso Diogo Nascimento	38
4 PERCURSO METODOLÓGICO e ANÁLISE	46
4.1 Análise do Discurso	46
4.2 Interdiscurso e formação discursiva	48
4.3 Tipos de Discurso	50
4.4 Dispositivo de Análise	51
4.4.1 Relação texto e imagem	53
4.4.2 Elementos de linguagem	55
4.4.3 Desconstrução do <i>lead</i>	59
4.4.4 Sensacionalismo.....	60
4.4.5 <i>Fait divers</i>	66
5 CONCLUSÃO.....	71
REFERÊNCIAS.....	74
ANEXOS.....	78

1 INTRODUÇÃO

A utilização da linguagem sensacionalista para transmitir informações não é um evento recente na comunicação, tampouco um privilégio da imprensa, essa vertente pode ser vista na televisão, no rádio e no ciberespaço; o sensacionalismo tem a sua forma própria de noticiar e é aplicado como uma estratégia das produções jornalísticas.

O propósito deste trabalho, no entanto, é entender o sensacionalismo na imprensa e, em segundo plano, como isso ocorre no *Jornal Já*, especificamente no Caso Diogo Nascimento; os acontecimentos que narram o atropelamento e morte de um agente de trânsito na Paraíba, bem como o andamento dos processos para julgar o acusado do crime.

Objetivo é verificar como o caso foi construído no periódico, considerando a linha editorial mais voltada ao sensacionalismo, um dos enfoques desta pesquisa. A partir disso, problematizamos de que maneira o *Já* representa as classes populares, quais os elementos de linguagem utilizados e como essas ferramentas contribuem para a construção de sentidos e sensações.

A justificativa do presente estudo é o número relativamente escasso de pesquisas que analisam o *Jornal Já*, ainda mais sobre um caso de grande repercussão como o esse. Deste modo, o estudo se torna pertinente por relacionar uma discussão tão relevante ao jornalismo como a presença do sensacionalismo com um fato local e uma questão de saúde pública, que é a relação álcool e direção.

Na Paraíba, a maioria das empresas de comunicação disputam a audiência por meio de telejornais de cunho sensacionalista, entretanto, a mídia impressa é dominada pelo único jornal popular nesta vertente: o *Já*, impresso lançado em 2009 pelo Sistema Correio de Comunicação, com a influência de publicações nacionais como *Extra* (RJ), *Diário Gaúcho* (RS) e *Agora São Paulo* (SP).

Trata-se de um tabloide diário que circula praticamente em toda a Paraíba por R\$0,50, valor considerado acessível ao público-alvo, as classes C, D e E. Além

dessa característica, o impresso se diferencia dos demais pelo emprego da linguagem coloquial e regionalizada, o uso de gírias, ditados populares, humor, ironia e frases de duplo sentido, textos curtos, imagens grandes, cores chamativas, letras garrafais e conteúdos relacionados ao esporte, à crônica policial e exposição da imagem feminina.

A amostragem é composta por matérias do caderno de cidades e capas entre os meses de janeiro e maio de 2017, período de publicação das edições analisadas; todo material foi obtido por meio da compra das edições físicas.

Por meio de uma pesquisa exploratória, foi possível verificar um número de 25 matérias e nove manchetes de capa sobre o tema, dentre essas, analisamos oito matérias e quatro capas, em seus conteúdos textuais e ilustrativos.

O segundo capítulo corresponde ao roteiro da fundamentação teórica, que disserta sobre o conceito de jornalismo popular, suas características, sua relação e diferenças no que se refere ao sensacionalismo. Tratamos, também, sobre o conceito de *fait divers* e a história do sensacionalismo na imprensa.

O *Jornal Já* foi o tema do terceiro capítulo; apresentamos pesquisas sobre a posição do periódico em âmbito nacional e local, contribuições do, à época, editor setorial, rotinas de produção, valores-notícia e um pouco da história do impresso. Na extensão deste capítulo, tratamos sobre o caso Diogo Nascimento e a aplicação das leis de trânsito no Brasil.

O capítulo quatro estrutura o percurso metodológico e a análise propriamente dita. Conceituamos a análise do discurso (AD), as correntes de interpretação, as influências dos autores e a proposta de construção dos dispositivos de análise. Seguimos com a aplicação da AD e as ferramentas de interpretação que foram divididas em: relação texto e imagem, elementos de linguagem, desconstrução do *lead*, sensacionalismo e *fait divers*.

Esta pesquisa não apresenta respostas definitivas em relação à temática, mas um debate acerca do sensacionalismo na imprensa paraibana, que possa ser proveitoso os profissionais de jornalismo e, principalmente, para a academia.

2 JORNALISMO POPULAR E SENSACIONALISMO

As constantes mudanças tecnológicas refletem diretamente na sociedade, nas relações e no exercício de diversas funções como a comunicação de massa; o jornalismo está sempre se reformulando para se adaptar às transformações, conforme declara Marcondes Filho (2000, p. 145),

Os sistemas informatizados de transmissão e consulta de informações estão ocupando o espaço que no passado era reservado aos jornais, sobretudo impressos (...). O jornalismo impresso, agora reduzido e debilitado, tende a se concentrar em dossiês, análises e comentários e na imprensa especializada. Ele deixa de existir como grande sistema de divulgação em massa, como ocorreu especialmente na primeira metade do século 20, transferindo essa função de ampla difusão ao rádio e sobretudo à TV e a função de atualização econômica, anúncios, consultas à Internet.

Em diversas cidades do Brasil cresce o número de impressos populares, editados por grandes empresas jornalísticas, que têm por objetivo alcançar leitores das classes C, D, E.

São periódicos que atendem regiões metropolitanas e apostam na editoria de cidades com a cobertura de fatos relacionados à inoperância do Poder Público, crimes, entretenimento e a rotina de famosos reconhecidos pelas pessoas da região e do mundo.

Em um mercado competitivo, empresas segmentam suas publicações para os diferentes perfis de público. Com o propósito de atingir os leitores de baixa renda, grandes grupos de comunicação que detêm redes de jornal, rádio e TV estão apostando no gênero popular, como é o caso do Grupo Folha de São Paulo (*Agora*), o Globo (*Extra*) e o Sistema Correio de Comunicação (*Jornal Já*, objeto desta pesquisa).

A intenção dessas organizações é atingir o público que não consome a mídia tradicional, para isso, elaboram um conteúdo informativo rápido, bem-humorado e de fácil compreensão.

Segundo Amaral (2004, p. 7), atualmente, os jornais se veem obrigados a satisfazer cada vez mais o público e os anunciantes e, por isso, se inclinam em direção ao leitor. Fortemente submisso aos planos empresariais, o segmento autodenominado popular é marcado pelos interesses econômicos e ideológicos das organizações midiáticas, mas também pela necessidade de conectar-se com o mundo popular.

A incorporação da fala das classes populares é uma das ferramentas utilizadas por essa imprensa. Este vínculo, o efeito de atar o discurso a pessoas que o público reconhece como existentes no seu cotidiano, é um dos caminhos para chamar a atenção do leitor a que se destina.

As pessoas leem jornais não apenas para se informar, mas também pelo senso de pertencimento, pela necessidade de se sentirem partícipes da história cotidiana e poderem falar das mesmas coisas que “todo mundo fala”. O ato de ler um jornal e de assistir a um programa também está associado a um ritual que reafirma cotidianamente a ligação das pessoas com o mundo. (AMARAL 2006, p. 59)

Para alcançar pessoas que não têm o hábito de ler jornais, as empresas utilizam basicamente duas ações: preços de capa baratos e produção de matérias que atendam aos anseios de quem consome as notícias.

Nesta perspectiva, autores como Amaral (2006) analisam as características do jornalismo popular e suas estratégias de comunicação e aproximação com o leitor. Em seu estudo sobre jornalismo popular impresso, a autora examina jornais brasileiros que marcaram sua história pela relação com os setores populares e desassocia a ideia de que todo jornal destinado aos grupos com menor poder aquisitivo é, necessariamente, sensacionalista.

Amaral (2006) mostra ainda que todos os jornais são feitos para o mercado e para chamar a atenção de seu público-alvo, tanto o jornalismo de referência quanto o popular, a diferença está na intensidade do uso das ferramentas associadas ao sensacionalismo, ou seja, o sensacionalismo não se limita apenas aos conteúdos designados às classes C, D e E.

O jornalismo popular soma elementos que relacionam aspectos específicos do público, como linguagem, experiências e questões do cotidiano e da vida das pessoas; tudo isso adicionado às características próprias do gênero jornalístico. “Além de fazerem propaganda política e veicularem reivindicações populares, utilizaram-se do sensacionalismo para aproximar-se das classes populares, bem como incorporaram elementos culturais desses setores.” (AMARAL 2006, p. 24).

Há fatos que têm mais probabilidade de serem noticiados na imprensa popular, que segundo Amaral (2006, p. 63) são: a capacidade de entretenimento, proximidade geográfica ou cultural do leitor, possibilidade de simplificação ou narração dramática, identificação dos personagens com os leitores e utilidade para o público. Entre esses ela destaca entretenimento, utilidade e proximidade como importantes valores-notícia da imprensa popular.

A comunicação popular tem como objetivo despertar o interesse, relacionando o conteúdo e os personagens das notícias com o universo do leitor. Na definição do conceito, Peruzzo (2004, p.114) afirma que

Quando se fala em comunicação popular, parece claro, à primeira vista, que se trata de comunicação do povo. Mas o adjetivo “popular” abrange uma multiplicidade de significados diferentes, sendo consensual apenas que tem a ver com o “povo”. Assim, é da definição de “povo” que se parte para explicitar o que é “popular”, embora essa categoria encerre a mesma problemática, podendo ser compreendida de várias maneiras.

A autora diz também que o popular ultrapassa o espetáculo, pois cria um ambiente de conexão com quem consome seu conteúdo. O jornalismo caracteriza-se como popular quando se interessa pela vida das pessoas, desse modo, um fato tem mais chances de virar notícia se tiver impacto no cotidiano das pessoas ou puder ser comentado entre elas. Esse tipo de comunicação abriga recursos com raízes na cultura popular e nas alterações que ela sofreu com a sociedade de massa.

Os primeiros jornais populares do século XVI eram editados por pequenas tipografias e comercializados em feiras e praças. Conhecidos como folhas volantes,

os impressos relatavam os pormenores da realeza, assassinatos, catástrofes, batalhas, transações comerciais e entre outros assuntos inusitados.

Outro relato é o ícone da imprensa no século XIX, o *penny press*, que significa imprensa de moeda. O periódico da *New York Sun*, dirigido às classes populares, custava apenas um centavo e ganhou fama com a imagem de um corpo coberto de sangue, vítima da violência urbana. Fundado em 1833, o *Sun* crescia com o slogan de um jornal que brilha para todos.

(O jornal) continha anúncios publicitários e atendia um público leitor que buscava informações ligadas ao seu cotidiano, relacionadas a dramas de pessoas comuns, polícia e o dia-a-dia nos parlamentos. Não se utilizava do folhetim, mas buscava o relato detalhado de feitos reais, crimes, dramas de família e narrações de interesse humano. Relatava extensamente os episódios sensacionais para assegurar a fidelidade do público (AMARAL, 2004, p. 101).

O *penny press* passou a oferecer informações mais atraentes, direcionadas a leitores que buscavam notícias próximas a eles. A narrativa assumia um perfil sensacionalista e as manchetes e títulos nas capas funcionavam como um novo sentido para fascinar e atrair o público.

Os recursos narrativos da imprensa popular estão ligados ao melodrama, ao folhetim e também aos *fait divers*, o que resulta em informações somadas à sedução e ao divertimento espetaculoso. Uma das principais características do folhetim é envolver o leitor com a obra; ele se dirige às pessoas sobre as quais discursa, ou seja, os interesses mercadológicos estão ligados diretamente à conexão com o imaginário popular.

A abordagem dos *fait divers* contribui com a atividade jornalística no segmento popular, pois alimenta a relação com a folhetinização, dramatização das notícias e informações que não ultrapassam o âmbito da curiosidade.

Angrimani (1995) relata que, nos Estados Unidos, notam-se características sensacionalistas desde o primeiro jornal, o *Publick Occurrences*, que teve apenas uma edição, publicada em 25 de setembro de 1690, ela informava aos leitores sobre

uma epidemia de sarampo em Boston e ainda chamava os índios de selvagens miseráveis.

Em 1883 foram criados os jornais *New York World*, editado por Joseph Pulitzer, e o *Morning Journal*, de William Randolph Hearst. Esses dois periódicos sensacionalistas funcionaram como uma ferramenta para agregar negros libertos e migrantes europeus à sociedade norte-americana. Para isso, a imprensa investiu em estratégias de comunicação que atraíram o público com baixo nível de alfabetização.

Kovach e Rosenstiel (2004, p. 252) dizem que Pulitzer e outros importantes nomes da imprensa popular investiram em conteúdos voltados aos imigrantes. O estilo da escrita era simples e de fácil compreensão e as páginas editoriais os ensinavam a viver como cidadãos. Todas as noites os leitores se reuniam depois do trabalho para ler e discutir os assuntos relevantes do dia.

Um jornalista que produz conteúdo para o segmento popular está gerando informação para pessoas com características culturais específicas, na maioria das vezes, diferente daquelas que está acostumado. A construção da credibilidade desse campo está alicerçada em outros parâmetros, como proximidade e testemunho.

Moldar o discurso informativo de acordo com as apropriações culturais do leitor não está diretamente relacionado com o fim das responsabilidades éticas.

Os jornalistas devem tomar cuidado para separar o que de fato é mau jornalismo daquilo que é efetivamente jornalismo para uma determinada classe social, porém numa linguagem mais simples e chamativa. (AMARAL, 2006, p.22)

O jornalismo é responsável pela produção de conhecimento sobre os fatos do cotidiano e os jornais populares concedem visibilidade ao envolvimento das pessoas sobre o mundo, não apenas às produções sensacionalistas e policiais.

O sensacionalismo não é o bastante para caracterizar um jornal popular. Para Amaral (2006), esse segmento abrange características mais importantes, como

trazer o sentimento de pertencimento à comunidade, onde as pessoas percebem que o jornal passa a fazer parte do seu mundo; há uma aproximação com o leitor através da prestação de serviços e o entretenimento, além da cobertura jornalística.

Amaral (2006) ressalta a necessidade em diferenciar jornalismo popular de sensacionalismo. Os jornais populares, ampliadores dos índices de leitura nesse segmento, estão fundamentados em diversas características que devem ser abordadas de uma maneira não generalista reducionista, ou seja, nem todos os jornais destinados às classes populares são, obrigatoriamente, sensacionalistas.

As classes populares têm preferência por um determinado tipo de informação não porque são simplesmente manipulados ou destituídos de bom gosto e conhecimento, como pressupõe o senso comum, mas sim pelas suas histórias de exclusão social, cultural e econômica, que refletem determinados gostos e estilos de vida diferentes.

É preciso deixar de lado a ideia de que jornais destinados a esse segmento representam apenas distorção e mau gosto. Afastando-se do preconceito com o universo cultural do leitor, será possível elaborar estratégias e pôr em prática um jornalismo de qualidade e que converse com a realidade do público.

2.1 Sensacionalismo

Os acontecimentos que tecem o cotidiano são apurados e transmitidos à sociedade pela mídia, que configura uma força capaz de construir e desconstruir conceitos; dita modas, influencia opiniões, comportamentos e maneiras de interpretar o que acontece no mundo. Segundo Ramos (2012, p. 9),

A mídia impressa e eletrônica tem, na contemporaneidade, uma importância inestimável. Equipara-se e supera, pelo seu caráter massivo, em muitos casos, os significados do Estado e da Escola, sobretudo, no Brasil. Parece metaforizar três essências da hegemonia capitalista: o econômico, o cultural e o ideológico, em uma única moeda.

Grande parte das discussões sociais é conduzida pelo sistema midiático ou começa através dele, instituição considerada por alguns grupos como sinônimo de confiança no que se refere à transmissão dos principais acontecimentos do cotidiano.

Amaral (2003, p.137) descreve as relações de comunicação como relações de poder alicerçadas no capital simbólico, compreendido como capital econômico, cultural e social reconhecidos legitimamente; este poder simbólico é inerente ao poder dos discursos de manter ou alterar a ordem, visto que

As classes disputam esse poder, o poder de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, agir sobre o mundo. O jornalismo pode ser traduzido como um campo de disputa simbólica pela construção da realidade pública. Essa construção é interpelada por diversas forças culturais, econômicas, pressões políticas, estrangimentos organizacionais e profissionais.

A construção da realidade sob a ótica da mídia é um processo que envolve produção, circulação e reconhecimento. Antes e durante a composição da notícia, os acontecimentos passam por filtros e seleções a fim de comprovar sua relevância social e o retorno através da audiência do público; esses critérios correspondem aos valores-notícias.

Considerar a notícia como um produto comercializado, implica destacar uma hierarquia de interesses para a edição de seu conteúdo. Traquina (2005a) divide esses métodos de seleção em critérios substantivos e contextuais, o primeiro se refere à avaliação direta do acontecimento em relação à sua importância ou interesse, e o segundo às condições técnicas para o desenvolvimento da notícia. Como critérios substantivos podemos citar morte, novidade, tempo, conflito e escândalo, como contextuais, disponibilidade, tempo, visualidade e concorrência.

Os valores-notícia sinalizam as condições para que os fatos sejam transformados em informação jornalística. Nessa perspectiva, a notícia pode ser entendida como produto industrial resultante de um processo empresarial organizado que implica em uma narrativa prática dos acontecimentos.

A capacidade de entretenimento faz do sensacionalismo uma das mais eficientes estratégias de comunicação para fascinar e seduzir o público. Para Amaral (2003), o sensacionalismo não pode ser tratado em sua totalidade, já que se manifesta em vários graus e muitas vezes integra o rol de valores-notícia de uma publicação.

Ainda de acordo com Amaral (2003), a prática sensacionalista pode tanto representar o uso de recursos inaceitáveis para a ética jornalística, quanto se configurar como estratégia de comunicabilidade com seu público através de um perfil cultural e estético diferente daquele que comanda a imprensa de referência.

A mídia considerada sensacionalista dá preferência a acontecimentos espetaculosos, como violência, sexo e escândalos, podendo ser vista como uma importante ferramenta mercadológica para as empresas de comunicação, uma vez que as notícias se transformam em um produto barato, rápido e de fácil consumo pelo público.

O sensacionalismo não é um fenômeno contemporâneo e sim uma estratégia impulsionada pelo capitalismo desde as primeiras folhas noticiosas até o estabelecimento do jornal como engrenagem importante na sociedade.

Na França do século XIX, por exemplo, eram famosos os “*canards*”, que significa conto absurdo ou folhetim ilustrado, impressos de uma única página, com textos, ilustrações e títulos na parte frontal. O aspecto histórico-econômico da produção jornalística é uma condição importante para compreendermos a presença do sensacionalismo na imprensa.

No final do século XIX, nos Estados Unidos, os jornais *Morning Journal* e *New York World* travaram uma competição entre si pela atenção dos leitores. Nesse período surge a denominação Imprensa Amarela para designar jornais sensacionalistas.

Surgiram, nessa fase, alguns dos elementos, que lançaram as bases do Jornalismo moderno: manchetes garrafais, artigos sensacionalistas, ações esportivas, numerosas ilustrações etc. O jornal *World* tinha, em seu suplemento dominical, os desenhos de *Outcault (Yellow Kid)*, impressos em cor amarela, para atrair o público (RABAÇA; BARBOSA, 2001, p. 380)

A Imprensa Amarela utilizava manchetes escandalosas com o corpo tipográfico largo, as notícias fugiam do interesse público e apresentavam informações distorcidas, falsas entrevistas e, ao mesmo tempo, expunham um viés solidário, promovendo campanhas contra abusos e assistência aos leitores que necessitavam.

No Brasil, a expressão Imprensa Amarela foi substituída por Imprensa Marrom, há quem diga que a mudança relacionava à expressão francesa *impremeur marron*, identificação para impressores ilegais do século XIX na Europa.

Outras versões apontam que o termo apareceu pela primeira vez em 1960 com uma manchete do jornal *Diário da Noite* sobre o suicídio de um homem que foi chantageado pela Imprensa Amarela, nessa ocasião, o então chefe de redação, Francisco Calazans, sugeriu a troca dizendo que amarelo é cor alegre e que a cor marrom seria mais adequada, relatam Rabaça e Barbosa (2001).

Nos Estados Unidos o sensacionalismo está relacionado a nomes como William Randolph Hearst e Joseph Pulitzer, no final do século XIX e no Brasil os primeiros elementos desta imprensa estão associados aos folhetins, a partir de 1840.

Ramos (2012) explica que, no ano de 1994, com o Plano Real, as classes “D” e “E” aumentaram seu poder aquisitivo e passaram a ter acesso às mídias eletrônica e impressa, nesse cenário surgem jornais voltados para o público dessas classes, como o *Extra* (RJ, 1998), *Agora São Paulo* (SP, 1999) e *Diário Gaúcho* (RS, 2000). As estratégias de marketing combinam preços baixos, venda avulsa e distribuição de prêmios.

Também como consequência do Plano Real, aumenta o número de brasileiros com acesso à televisão, reconhecida como a segunda massificação da televisão, sendo a primeira em 1960. Foi nesse contexto que o sensacionalismo teve sua estética consolidada, uma oferta diferenciada e econômica para corresponder às necessidades de um novo telespectador favorecido pela estabilidade monetária.

Marcondes Filho (1989, p. 78) ressalta o aspecto mercadológico do sensacionalismo, classificando-o como “o grau mais radical da mercantilização da informação: tudo o que se vende é aparência e, na verdade, vende-se aquilo que a informação interna não irá desenvolver.”

Um dos propósitos desta imprensa é encontrar abrigo nas emoções, transportando o leitor para realidade da notícia; é como se ele estivesse na cena da tragédia, sentindo a dor ou a revolta dos personagens.

A narrativa se apoia nos instintos e fantasias humanas; uma soma de interesse, fetichismo, desejo, curiosidade, humor, justiça e espetáculo. O leitor compra, consome e satisfaz seu ego.

É na exploração das perversões e fantasias, na descarga de recalques e instintos sádicos que o sensacionalismo se instala e mexe com as pessoas [...] O meio de comunicação sensacionalista se assemelha a um neurótico obsessivo, um ego que deseja dar vazão a múltiplas ações transgressoras. (ANGRIMANI, 1995, p. 17)

A exposição da vida privada fundamenta as pautas, principalmente quando envolve crimes, sexo, tragédias e violência; o homem é ator e plateia no espetáculo das relações sociais onde a intimidade e o entretenimento são valores-notícia.

As matérias apresentam um discurso coloquial exagerado, com emprego de gírias e jargões que limitam os fatos da notícia e apelam para as emoções do leitor.

Além destas características, os conteúdos sensacionalistas estão firmados em bases precisas, uma delas é a expressão característica da linguagem oral, carregada de exageros, com imagens, cores e títulos chamativos. A outra

fundamenta sua estratégia comercial como uma ferramenta importante na venda do produto notícia.

Para fins didáticos, Dines (1971) separa o sensacionalismo em três grupos: gráfico, linguístico e temático. O gráfico é aquele que se destina a leitores sem hábito de leitura, com letras grandes e textos pequenos, onde a importância do fato abre espaço para a ênfase visual. O sensacionalismo de cunho linguístico ou de texto chama a atenção pelas palavras vivas e ricas que provocam sensações, e o temático é ligado às matérias que vendem.

Para atender a estes objetivos empresariais, um jornalista envolvido na produção deste conteúdo, compreende que precisa salientar os pormenores das relações humanas e extrair delas porções apelativas capazes de impressionar o público e, conseqüentemente, aumentar a circulação do jornal.

De acordo com Agrimani (1995), o sensacionalismo consiste em tornar sensacional um fato que, em outras circunstâncias, não receberia esse tratamento, geralmente, é enaltecer o lado atraente e aparente dos fatos, utilizando uma abordagem que extrapola o real.

O termo “sensacionalista” é comumente usado para caracterizar veículos com credibilidade discutível.

Na abrangência de seu emprego, sensacionalista é confundido não só com qualificativos editoriais como audácia, irreverência, questionamento, mas também com imprecisão, erro na apuração, distorção, deturpação, editorial agressivo – que são acontecimentos isolados e que podem ocorrer dentro de um jornal informativo comum. (ANGRIMANI, 1995. p. 14)

O objetivo do sensacionalismo não é a informação, mas responder as necessidades primitivas do público, utilizando uma linguagem vexatória, sádica e irônica para desviar o leitor da realidade.

Para satisfazer o leitor e, conseqüentemente, aumentar a circulação do material, o sensacionalismo se apoia em estratégias bem definidas, onde “é preciso

sentir o pensamento, o gosto (sic), a vontade, o interesse (sic) do leitor. Ter senso psicológico para entrar no meio do povo, na sua alma, e oferecer-lhe exatamente o que pretende comprar.” (PORTÃO 1971, p. 79)

Amaral (2006, p. 21) destaca as características de uma produção sensacionalista, sendo elas: valorização da emoção, exploração do extraordinário, conteúdos descontextualizados, troca do primordial pelo supérfluo, exploração do sofrimento humano, simplificação, banalização da violência, sexualidade e consumo, ridicularização de pessoas humildes e invasão de privacidade das pessoas pobres e famosas.

Todo produto jornalístico tem um pouco de sensacionalismo, tendo em vista o objetivo de chamar a atenção do público e garantir a audiência, o que determina é a linguagem que os meios usam para abordar os assuntos.

O sensacionalismo não está restrito nas ofertas culturais de matizes populares, encontra-se também em jornais ditos sérios, tradicionais e em conteúdos aparentemente associados ao estímulo da leitura e da educação. Ramos (2012, p.15) ressalta que as características podem ser vistas em diversas mídias, formatos e gêneros, pois se aplicam de acordo com a política editorial da empresa e o perfil do público a que se destina.

O objetivo sensacionalista está em toda a produção do jornalismo, onde o próprio *lead* entra como recurso para sublinhar as partes mais palpitantes da história e seduzir o público, segundo Dines (1971).

Conhecida como pirâmide invertida, a organização da notícia enfatiza os acontecimentos em ordem decrescente, tomando como ponto de partida a singularidade do enunciado. Através de um enfoque, o *lead* facilita a leitura da notícia, mas, principalmente, atrai a atenção do leitor; essas técnicas foram utilizadas pela primeira vez no *The New York Times*, em abril de 1861.

2.2 *Fait divers*

A expressão francesa *fait divers*, que em português se traduz como “fatos diversos”, define notícias que atraem o público com acontecimentos que chamam atenção, como suicídios, acidentes e catástrofes, é a expressão principal do sensacionalismo, estruturada no que é anormal e extraordinário, marcado, em essência, pela valorização do que é espetaculoso.

Os jornais sensacionalistas usam esse atributo como nutriente de suas notícias, visto que seu conteúdo informativo expressa conflitos e provoca a emoção do receptor com um acontecimento atual e próximo a ele.

Com a formulação da categoria *fait divers*, proposta por Barthes (1971), surge mais um campo de análise sobre o papel da mídia. De acordo com o autor, trata-se de uma informação sensacionalista, uma vez que mexe com o receptor pelos tentáculos da emoção, apesar do seu estilo jornalístico.

A principal característica do *fait divers* é abordar questões que não precisam de aprofundamento, não é necessário conhecimento específico para consumi-lo, pois ele não remete nada além dele mesmo.

Pode-se dizer que esse tipo de notícia apresenta um sentido inerente à informação jornalística, representado pela sua imediatividade, entretanto, não demonstra uma estrutura, suas condições, circunstâncias e desfecho estão fechados em si mesmo.

Barthes (1971, p. 263) desenvolve argumentações sobre o assunto por meio de uma abordagem estruturalista, ele o descreve como “informação monstruosa, análoga a todos os fatos excepcionais ou insignificantes, em resumos anônimos.”

São relatos de histórias presentes no cotidiano, como desastres, sequestros, assassinatos, assaltos ou acontecimentos que fujam do comum e provoquem a curiosidade, tudo isso com fartas porções de tragédia e drama, remetendo aos pormenores da vida humana, suas alienações, fantasias, medos e sonhos.

Os assuntos não prometem aprofundamentos, as motivações e os desdobramentos são dados na mesma notícia, sem extensão e sem contexto; o *fait divers* cumpre a função do sensacionalismo ao libertar as emoções e alimentar as curiosidades do público, oferecendo lazer em detrimento da notícia.

Proporcionar entretenimento também é uma característica das narrativas sensacionais que surgiram no fim do século XIX e permanecem na atualidade, agora denominadas pelo neologismo *INFOtenimento*.

O jornalismo de *INFOtenimento* é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano – os quais atraem, sim, o público. Esse termo sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos que atende às necessidades de informação do receptor de hoje. Enfim, manifesta aquele conteúdo que informa com diversão (DEJAVITE, 2007, p. 2)

O termo surgiu na década de 1980, mas só ganhou força cerca de dez anos depois, quando passou a ser usado por pesquisadores da comunicação. O sensacionalismo se insere nesse contexto como uma ferramenta importante na oferta das notícias que divertem o público, os tabloides e revistas nesse segmento são conhecidos por estampar revelações e escândalos sobre a vida de autoridades e celebridades.

Levando em consideração que as pessoas não recorrem aos jornais somente para se informar sobre assuntos relacionados à administração pública, Amaral (1987) diz que, além da função política, econômico-social e educativa, a imprensa cumpre uma função psicossocial através do entretenimento, pois muitas pessoas consideram a leitura de jornais como uma atividade prazerosa.

Os momentos escolhidos para ler os jornais são os intervalos de repouso: o descanso que segue o almoço, a espera do jantar ou a hora de dormir; a leitura dos jornais é a distração conscientemente procurada durante os tempos “mortos”, nos transportes, nas salas de espera, nos dias de feriados, quando chove. (AMARAL, 1987, p. 21)

Os *fait divers* estão presentes desde o início da imprensa, sendo um dos primeiros recursos editoriais utilizados para atrair a atenção, entreter e, conseqüentemente, agregar audiência.

Angrimani (1995) exemplifica com o *Gazette de France*, que em 1631 lançou edições extraordinárias de grandes tiragens consagradas aos *fait divers* sensacionais. Após esse jornal, editores de outros passaram a investir nessas publicações com mais frequência a fim de intensificar os rendimentos.

É na sua natureza trágica que o sensacionalismo se apropria e desenvolve uma lógica apoiada pela fatalidade, onde o inexplicável está reduzido a prodígios e crimes. Morin (1984, p. 114-115) descreve *fait divers* como “acontecimentos contingentes, que só se justificam por seu valor emocional”.

Trata-se de uma informação autossuficiente, com uma estrutura carregada de interesse humano, curiosidade, fantasia, impacto, raridade, humor e espetáculo, uma soma capaz de despertar sensações vividas em cenários de crime, sexo e morte. Sobre a exploração das emoções por meio do discurso, Pedroso (2001, p. 51) destaca que,

O jornal sensacionalista opera como um meio de liberação de desejos reprimidos e censurados, permitindo a projeção da culpabilidade do ato, que o leitor realiza na imaginação, sobre os personagens dos acontecimentos.

Ramos (2002, p. 116) faz uma comparação com a linguagem televisiva,

A Televisão e o *Fait divers* estão voltados em mostrar e não em demonstrar. Não solicitam nenhuma reflexão aprofundada, pois se notabilizam pela superficialidade, marcada pela emocionalidade. (...) O *Fait divers* recalca a demonstração e convoca o seu Sujeito Absoluto – a Fatalidade -, para harmonizar os conflitos existentes.

Sob o ponto de vista estrutural, Barthes (2007) relaciona duas características peculiares ao *fait divers*: causalidade e coincidência, ambas se subdividem e remetem à compreensão de seu funcionamento.

Quadro 1- princípios de causalidade e coincidência no *fait divers*

Causalidade	
Causa Perturbada	Causa Esperada
Causa desconhecida; o conflito se destaca no porquê da facticidade. Ex: Crime passional ou com motivação reprimida.	Causa aparente com ênfase nos protagonistas, que são os agentes do conflito. Ex: Dramatização de vítimas, julgamento de réus.
Coincidência	
Repetição	Antítese
O igual que se reproduz com pequenas diferenças. Ex: uma joalheria que foi assaltada três vezes.	Duas perspectivas antagônicas em uma única realidade. Ex: má sorte, figuras da tragédia grega.

Fonte: quadro elaborado pela autora

A Causalidade refere-se a ações, motivos ou circunstâncias e é subdividida em Causa Perturbada e Causa Esperada. A primeira diz respeito a um conflito que vem à tona pela facticidade, mas com causas desconhecidas ou imprecisas.

A situação é materializada no presente, mas conserva o motivo reprimido e submerso no passado. Ramos (2002, p. 111) diz que, na causa perturbada, “o determinado é visto, solidificado pela facticidade; o determinante, oculto, abstrato, deixando apenas índices de seu poder.”

A segunda apresenta uma explicação e enfatiza a dramatização dos personagens. Barthes (2007) explica a Causa Esperada apresentando três tipos de

personagens: mãe, criança e idoso; que representam os diversos ciclos da existência humana.

As três figuras, representadas pela mãe, criança e o idoso, já são revestidos de tragédia e drama, visto que simbolizam a fragilidade humana decodificada na dimensão do bem, caracterizam-se como vítimas.

A causalidade, estruturada em uma situação conflitiva ou na história de personagens protagonistas, pressupõe o objetivo de encontrar abrigo nas emoções humanas, característica própria do sensacionalismo. No *fait divers* toda causalidade fica presa entre o racional e o misterioso, posta em cenário de espanto, onde tudo parece conduzido pela força do acaso.

O segundo tipo, proposto como coincidência, subdivide-se em manifestações de Repetição e Antítese. A repetição de uma factualidade remete a uma noção de coincidência, e precisamente, de fatalidade. A antítese traz duas perspectivas diferentes e antagônicas, mas que são postas em uma mesma realidade como se fossem idênticas.

A repetição de um acontecimento incita a curiosidade, denota um sentido misterioso e implícito, na antítese há uma aproximação entre duas condições distantes em uma única realidade, como a situação de assaltantes que são surpreendidos por outros assaltantes, por exemplo.

No *fait divers* o essencial não é dito; acaba-se por colocar, mesmo que indiretamente, a fatalidade como sujeito absoluto, sem nada que transcenda o seu próprio contexto. Trata-se de um gênero narcisista por natureza, onde ele mesmo se põe como notícia.

O espetáculo é regido pela aparência das relações sociais. As histórias, os personagens e as situações adaptam-se ao tempo e ao espaço, de acordo com a estrutura do discurso. Não existe uma formação pura, é possível encontrar características de Causalidade e Coincidência interagindo em uma mesma notícia sensacionalista.

É nessa estrutura que o sensacionalismo se faz presente, materializando-se nos fatos, dramas e tragédias do cotidiano, mobilizado por questões de causalidade e consequência.

3 O JORNAL JÁ

Idealizado pelo, à época, diretor de jornalismo Walter Galvão, o impresso *Jornal Já*, que faz parte do Sistema Correio de Comunicação, circula na Paraíba desde maio de 2009 de segunda a sábado.

Galvão pesquisou e percebeu um nicho editorial em crescimento; ele viu que em Pernambuco, Manaus, Sergipe, Rio de Janeiro e São Paulo, grandes empresas de comunicação estavam montando jornais populares com enfoque principal no esporte e nas notícias policiais para alcançar o público que não consumia o impresso tradicional, especificamente, as classes C, D e E.

Para obter informações atualizadas, conversamos com Anjos (2017), editor do *Jornal Já* no ano de produção desta pesquisa. Segundo ele, a criação do impresso foi uma necessidade estratégica da empresa, no sentido de investir em um material de matiz popular, com preço mais acessível, voltado ao esporte, às crônicas policiais, fofocas das celebridades, curiosidades do mundo e prestação de serviços às comunidades.

Havia também, na época em que o jornal foi criado, a informação de que os concorrentes estariam trabalhando em um impresso com proposta popular, assim como acontecia nos sistemas de comunicação de todo Brasil, a exemplo Folha de São Paulo e O Globo.

Além da necessidade de atingir uma camada de leitores diferente daqueles que compravam o jornal Correio da Paraíba, o sistema de comunicação tentou obter vantagem em uma briga de mercado com as empresas da região.

Em menos de 15 dias a proposta foi estruturada e apresentada à diretoria da empresa, que aprovou a ideia e, em menos de uma semana, pôs o *Já* em circulação.

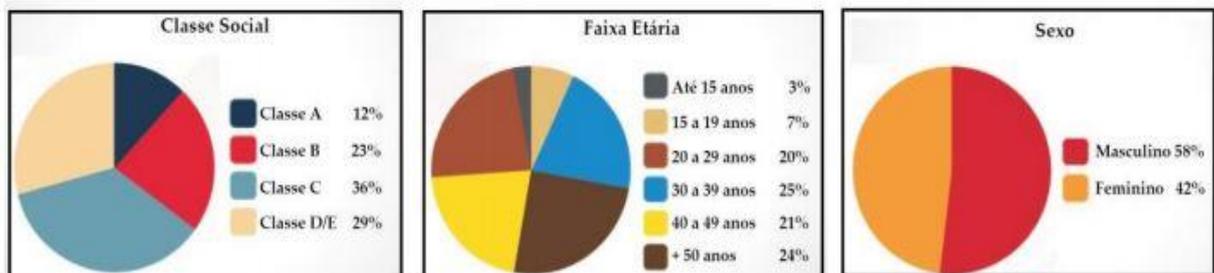
Na época em que o mesmo foi planejado, crescia também a disputa de audiência nos telejornais policiais na Paraíba, sendo o Correio Verdade, o mais conhecido na classe popular.

Com a criação de um periódico voltado para esse segmento, o Sistema Correio enxergou a oportunidade de fortalecer seu alcance e atingir outras camadas sociais com um material acessível, rentável e bem difundido.

Vendido até fevereiro de 2014 por R\$0,25 – atualmente, em junho de 2017, por R\$0,50 - o informativo aponta a que público se destina, tanto pelo preço quanto pela linguagem coloquial curta, simples, objetiva e com uso de gírias características à região da Paraíba e ao perfil dos leitores.

De acordo com dados oferecidos por Aquino apud Pereira (2014, p. 32), o leitor do *Jornal Já* é um público de maioria masculina entre 18 e 50 anos, com renda de zero a um salário mínimo.

Figura 1- Perfil de Leitores do *Já*



Fonte: Pereira (2014, p.32)

O periódico é vendido em bancas e de maneira avulsa, em pontos estratégicos como semáforos e paradas de ônibus em João Pessoa, Campina Grande, Monteiro, Patos, Sousa e nas regiões que compreendem o Brejo e a Borborema na Paraíba. Anjos (2017) classifica o jornal como popular, mas que utiliza estratégias do sensacionalismo para atrair o público, como ironia, humor, enfoques detalhados em cenários de crimes e violência.

Em formato de tabloide, o jornal é dividido em Super Notas, Divirta-se, Variedades, Classificados, Esportes, Cidades e Publicidade, em algumas edições

são acrescentadas páginas voltadas a assuntos como Emprego, Cultura e Vida Saudável.

Predomina em seu conteúdo temas como rotina de famosos, futebol, crimes, comentários sobre política, violência e ensaios fotográficos com mulheres seminuas. Segundo o editor, o intuito é colocar prestação de serviços em cada edição, como mudanças nas leis, concursos ou vagas de emprego; tudo na linguagem e nas necessidades do leitor das classes C, D e E, uma leitura clara, sem a linguagem técnica do jornal de referência.

Visivelmente regionalizada, a linguagem aparece como um instrumento de representação dos setores populares paraibanos, produzindo vínculos de identificação do impresso com os leitores. O texto é facilmente compreendido por todos que o leem, independente da faixa etária e escolaridade, visto que foge dos formalismos gramaticais e ortográficos.

Os títulos, por exemplo, têm a função de impactar por meio da ironia, do humor e da provocação, revestidos, na maioria das vezes, de expressões conhecidas pelo povo, a fim de aguçar a curiosidade e fortalecer a história descrita, observa Pereira (2014, p.76).

Figura 2- Aproximação por meio da linguagem



Fonte: Pereira (2014)

Nas notícias, os textos são curtos e as imagens recebem o maior destaque nas páginas. As matérias policiais, que narram prisões e crimes violentos, são

apresentadas no caderno de cidades, geralmente valorizando o que aparenta ser incomum, trágico ou cômico.

As fontes também são uma ferramenta de aproximação com as comunidades, além da fala de autoridades e especialistas, as fontes oficiais, é habitual a o depoimento de cidadãos comuns, que aparecem como vítimas, delinquentes ou testemunhas. Pereira (2014, p. 81) explica que esse tipo de fonte não tem o papel de explicar o que acontece na sociedade, mas de assumir a função testemunhal que gera sensação de proximidade e autenticidade na notícia.

Solicitamos ao Instituto Verificador de Comunicação ¹ (IVC) a colocação do *Jornal Já* nos rankings de todo país e no estado da Paraíba entre 2015 e 2017. A posição nacional compreende a categoria jornal impresso pago brasileiro, com um número de 82 periódicos. A categoria relacionada apenas ao estado da Paraíba somou onze jornais em 2015 e nove nos anos posteriores; a posição do *Já*, nessas condições, pode ser vista no quadro abaixo, que aponta queda na classificação nacional e estabilidade no ranking estadual.

Quadro 2- *Jornal Já* nos rankings nacional e estadual de 2015 a 2017

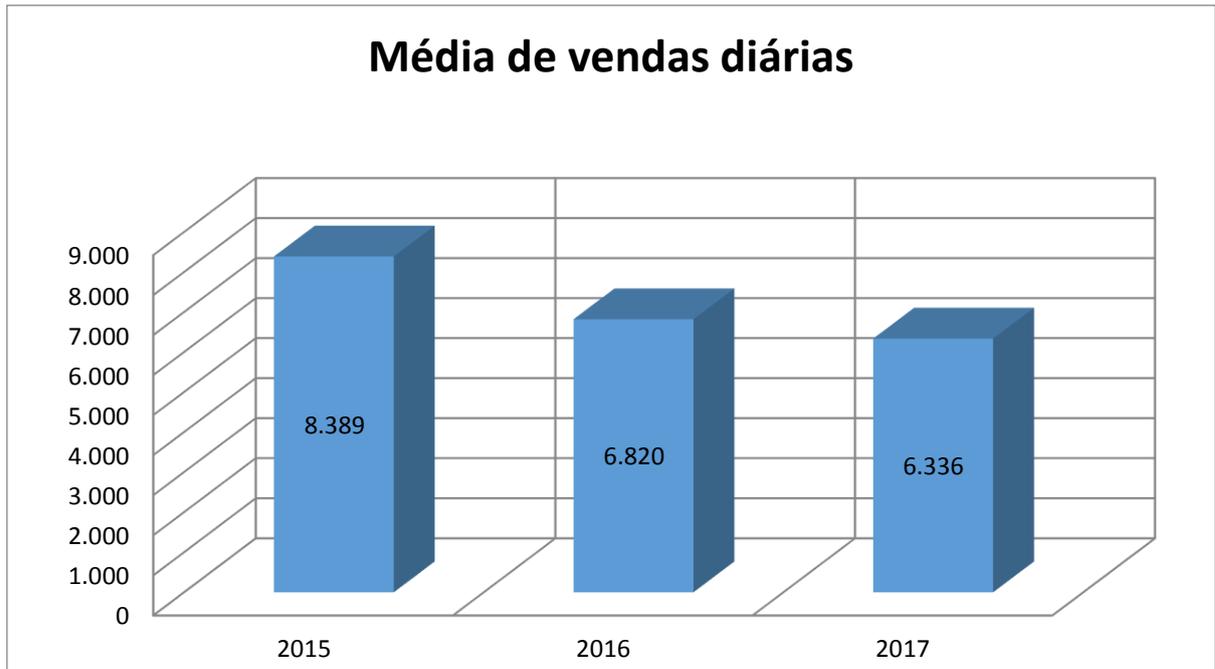
Posição em âmbito nacional e local		
Ano	Posição no ranking nacional	Posição no ranking local
2015	66º	2º
2016	65º	2º
2017	62º	2º

Fonte: quadro elaborado pela autora.

¹ A razão social foi modificada, passou de Instituto Verificador de Circulação para Instituto Verificador de Comunicação, devido a novas modalidades de auditoria realizadas pelo IVC; antes a verificação compreendia apenas publicações, atualmente é voltada, também, para websites, eventos, mídia exterior (OOH) e distribuições gratuitas.

O IVC nos cedeu, também, uma média geral dos exemplares vendidos diariamente, com exceção do ano de 2017, o qual equivale apenas aos meses de janeiro e fevereiro.

Gráfico 1- Edições vendidas ao mês entre 2015 e 2017



Fonte: gráfico elaborado pela autora.

De acordo com o Anjos (2017), as páginas mais lidas estão no caderno de esportes, que tem um peso fundamental junto à maioria do público. Além do preço e da linguagem, o *Já* se diferencia dos demais jornais do estado pelo teor de entretenimento; a leitura é rápida, sem o aprofundamento e desdobramento dos fatos.

O material é impresso no setor gráfico da empresa, junto com o Correio da Paraíba e um jornal do Rio Grande do Norte, parceiro da organização. A equipe é dividida em editoria geral, de esportes e cidades, com um grupo fixo de seis pessoas.

Ainda segundo Anjos (2017), a redação do Sistema Correio funciona como uma rede colaborativa para o *Já*, o Correio da Paraíba e o Portal Correio. As pautas são apuradas, transformadas em conteúdo informativo e adaptadas a cada plataforma e veículo, seja ele impresso, rádio, TV ou portal.

Pelo fato das matérias serem modificadas para as plataformas, as assinaturas são colocadas apenas quando o conteúdo é feito exclusivamente para o *Já*, o que acontece poucas vezes. Como exemplo de matérias especiais, Anjos (2017) cita temas como violência contra a mulher e explosões de caixas eletrônicos. No caso Diogo Nascimento, enfoque desta pesquisa, o jornal seguiu a linha factual, pautado pela justiça e pela polícia.

As notícias prontas são reconfiguradas para a linguagem do *Já* pela equipe responsável. Não há um dia determinado na semana para as reuniões de pauta, elas surgem no decorrer do dia, através dos contatos feitos pelos produtores, mas quando acontecem, são feitas com toda a equipe da redação.

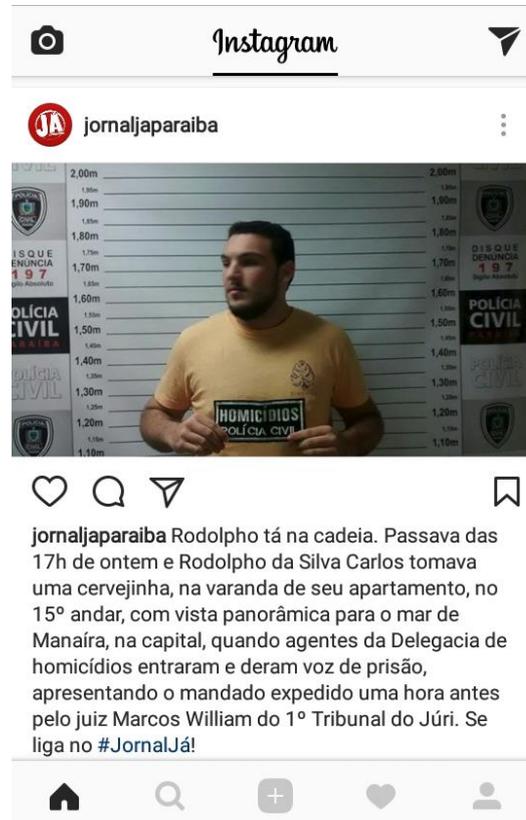
A presença do *Já* nas redes sociais é recente, fazendo uma breve pesquisa, percebemos que o Instagram e o Facebook foram criados em março de 2017. Em ambas as páginas são postadas, todos os dias, a capa e os principais destaques das edições, como podemos ver nas imagens abaixo.

Figura 3- Exemplo de postagem no Facebook



Fonte: print da autora

Figura 4- Exemplo de postagem no Instagram



Fonte: print da autora

Como o próprio nome sugere, o jornal tem como valor-notícia o factual, a imediatividade, o que há de mais recente na região e no mundo, especialmente, ao universo das celeridades, dos crimes, da política, do esporte e, sobretudo, do curioso, daquilo que possa despertar o interesse no público.

3.1 Caso Diogo Nascimento

O consumo excessivo de bebidas alcoólicas aliado à condução de veículos corresponde a um relevante problema de crime e saúde pública que influencia diretamente na morbimortalidade.²

² Relação entre o número de casos de enfermidade ou de morte e o número de habitantes em dado lugar e momento. Disponível em: <<https://dicionariodoaurelio.com/morbimortalidade>>. Acesso em: 30 mar. 2017

Dentre os vários problemas resultantes do uso nocivo de bebidas alcoólicas, os acidentes com veículos automotores ocupam um lugar de destaque. Estudos e pesquisas evidenciam a relação entre consumo abusivo do álcool aos acidentes de trabalho, episódios de violência e acidentes de trânsito.

Os acidentes de trânsito estão entre as principais causas de morte no mundo, somam 1,25 milhão de vítimas por ano, com óbitos principalmente em países pobres. Segundo o relatório da Organização Mundial de Saúde - OMS (2015) os países de baixa e média renda acumulam 90% das mortes no trânsito, enquanto somam 54% dos veículos no mundo.

Em um período de seis anos, entre 2009 e 2015, o número de acidentes de trânsito no Brasil deu um salto de 19 por 100 mil habitantes para 23,4 por 100 mil habitantes, o maior registro na América do Sul, segundo a ORGANIZAÇÃO... (2015).

As mortes no trânsito envolvem pedestres, ciclistas, motociclistas e usuários de transporte público. O relatório da WORLD... (2007), denominado *Youth and Road Safety* - traduzido como Juventude e Segurança na Estrada-, aponta que ações que incentivem a redução de velocidade nas vias e a ingestão de álcool podem ser eficazes no combate aos acidentes de trânsito, envolvendo jovens de até 24 anos, faixa com maior índice de acidentes.

O álcool passou a ser considerado uma ameaça ao desenvolvimento da sociedade entre o final do século XIX e as primeiras décadas do século XX; o enfrentamento começou com campanhas médicas destinadas a dois perfis, sendo o primeiro do sexo masculino, visto como bom pai, provedor, responsável pelo exemplo aos filhos; e o segundo ao sexo feminino, especificamente às mães, de onde vem o controle, o equilíbrio nos hábitos, instintos e apetites (MATOS, 2000). Nessa conjuntura, a família é o local onde as práticas sociais seriam adaptadas a uma nova realidade.

O Estado assumiu o papel central na mobilização e conscientização social com o auxílio de diversas instituições científicas, religiosas, educacionais e de comunicação, a implementação das campanhas começou em sindicatos, fábricas e

quartéis ao mesmo tempo em que eram solicitadas aos poderes públicos medidas legais, proibitivas, fiscais e restritivas, de combate ao abuso do álcool, uma grande dificuldade devido os interesses entre produtores, vendedores e o próprio governo (MATOS, 2000).

A primeira iniciativa de regulamentação de trânsito no Brasil foi o Código de Trânsito Brasileiro (CTB) (Decreto Lei n. 2.994 de 28 de janeiro de 1941) e a criação do Conselho Nacional de Trânsito (Contran). Ao longo de mais de sete décadas, os regimentos das leis foram alteradas, a fim de acompanhar as evoluções urbanas e as mudanças na sociedade.

O atual Código (CTB), que entrou em vigor em 1998, foi precedido por intensos debates e discussões na mídia acerca da relação álcool e direção, dentre as pautas, estavam questões como multas e penalidades mais rigorosas quanto ao nível de alcoolemia sanguínea.

O protocolo padrão do Contran para a identificação dos sinais visíveis de embriaguez são um conjunto de atitudes demonstradas pelo condutor. Para que a direção veicular seja considerada segura, é necessário que o condutor apresente algumas características cognitivas como atenção, concentração, coordenação visual e manual, reflexos rápidos e precisão, aspectos que ficam seriamente comprometidos com o consumo do álcool.

Rozestraten (1988) afirma que a desinibição é a primeira reação na maioria das pessoas que consomem álcool, o que propicia uma aceitação maior de correr riscos.

Em 2008, entra em vigor a Lei n. 11.705, conhecida como Lei Seca, que inibe o consumo de bebida alcoólica por condutor de veículo automotor, nesse mesmo período é estabelecido o decreto n. 6.488 que determina a margem de tolerância de álcool no sangue de acordo com dois tipos de testes, sendo o primeiro um exame de sangue, com a concentração igual ou superior a seis decigramas de álcool por litro de sangue; e o segundo, em aparelho de ar alveolar pulmonar (etilômetro,

popularmente conhecido como bafômetro) em uma concentração igual ou superior a três décimos de miligrama por litro de ar expelido.

Ainda não há um limite considerado “seguro” para dirigir após o consumo de bebidas alcoólicas, visto que a absorção e metabolização do álcool no organismo dependem de diversos fatores, como peso corporal e a combinação dos alimentos ingeridos, mas como pode ser visto no quadro abaixo, consumir o equivalente a uma lata de cerveja, uma dose de vinho ou uísque já é o bastante para ser multado.

Quadro 3- Concentração de álcool por dosagem de bebida

Quantidade de bebida	Concentração de álcool (em mg por litro de ar)		
	Homem de 60Kg	Homem de 70Kg	Homem de 80Kg
40 ml de pinga, uísque ou vodca (1 dose)	0,14	0,11	0,09
85ml de vinho do Porto, vermouths ou licores (1 cálice)			
140ml de vinho (1 taça)			
340ml de cerveja (1 lata) ou chope			

Fonte: Federal... (2008)

A medida legal alterou os artigos 165, 276 e 277 do CTB estabelecendo infração gravíssima (7 pontos na Carteira Nacional de Habilitação - CNH) para quem dirige sob a influência de álcool ou qualquer outra substância psicoativa. A penalidade, de início, determinava o valor de R\$957,70 e suspensão do direito de dirigir por 12 (doze) meses. Como medida administrativa aplica-se a retenção do veículo até a apresentação de condutor habilitado e recolhimento do documento de habilitação – artigo. 165.

O artigo 276 determina que qualquer concentração de álcool por litro de sangue sujeita o condutor às penalidades previstas no art. 165 do CTB, onde o Poder Executivo federal disciplina as margens de tolerância para os casos específicos.

A mudança aponta, também, para casos de acidentes de trânsito com condutores suspeitos de dirigir sob a influência de álcool, nesse caso, são submetidos aos testes de alcoolemia, exames clínicos, perícia ou outro exame que,

por meios técnicos ou científicos, em aparelhos homologados pelo Contran, permitam certificar seu estado – referente ao artigo 277.

Em 2012, a Lei Seca sofre alterações e passa a ser chamada de Nova Lei Seca (n. 12.760), com ela, a confirmação do estado alterado do condutor passa a ser feita, também, com vídeos e outras provas como o depoimento policial e testemunhos. Desde que entrou em vigor, em 2008, os valores das multas foram alterados.

Quadro 4- Alteração no valor das multas na Lei Seca

2008	R\$957,70
2012	R\$1.915,40
2016	R\$2.934,70

Fonte: quadro elaborado pela autora

Quando o condutor se recusa a realizar o teste do bafômetro ou apresenta uma quantidade de álcool que ultrapasse o limite (ver quadro nº 03), aplica-se a multa gravíssima, o recolhimento da habilitação, suspensão do direito de dirigir por 12 meses, além da retenção do veículo. No caso de reincidência em menos de um ano, a lei prevê a duplicação do valor.

De acordo com Possamai (2014), a Noruega vem no topo da lista quando o assunto é criação de políticas públicas de prevenção a acidentes causados por embriaguez no volante, desde 1936 o país vem aprimorando a legislação, caso o motorista apresente índices maiores que 2 decigramas de álcool no sangue, ele perde a carteira por um ano, é preso por, pelo menos, três semanas e submetido a trabalho obrigatório na cadeia; as multas aplicadas são proporcionais à renda do infrator.

Assim como no Brasil, países da Europa e Américas vêm mudando suas legislações de trânsito. Em alguns estados norte-americanos o condutor que se

recusa a fazer o “teste do bafômetro” tem apreensão imediata do veículo e da carteira de habilitação, é preso em flagrante e tem penas equivalentes a um condutor reprovado pelo teste.

Na França, o motorista que se recusa a fazer a avaliação é obrigado a realizar exame de sangue a fim verificar a quantidade de álcool ingerido. O objetivo do país é submeter um terço dos motoristas habilitados ao teste do bafômetro por ano.

No Reino Unido, além do teste através do sopro, as autoridades podem exigir exames de sangue ou urina aos condutores suspeitos. Caso não haja cooperação, o acusado é preso por até seis meses, perde o direito de dirigir por um ano e paga multa equivalente a cinco mil libras (cerca de 20 mil reais).

Os limites estabelecidos no Brasil foram definidos tendo como base a concentração de álcool no sangue e os efeitos correspondentes aos limites de concentração. Em função do elevado índice de acidentes de trânsito provocados pelo consumo abusivo de bebidas alcoólicas, o Governo Federal passou a tratar o tema como uma questão de segurança e saúde pública, o primeiro passo foi a proibição à venda de bebidas alcoólicas em rodovias federais, medida que influenciou as discussões no Parlamento e produziu a Lei Seca.

O artigo 24 do Código de Trânsito Brasileiro (2015) define o Agente de Trânsito como a pessoa “credenciada pela autoridade de trânsito para o exercício das atividades de fiscalização, operação, policiamento ostensivo de trânsito ou patrulhamento.”

Esse profissional é vinculado ao órgão responsável pela segurança viária, nos estados, municípios e no Distrito Federal, suas atividades visam a ordem pública, a integridade das pessoas e de seu patrimônio nas vias públicas.

A função de agente compreende a educação de trânsito, a informação e a orientação aos usuários; o controle e monitoramento de tráfego, a fiscalização, no exercício regular do poder de polícia de trânsito e a confecção de boletins de ocorrência de acidentes de trânsito.

A análise desta pesquisa tem como foco a narrativa do *Jornal Já* sobre um caso que ganhou repercussão em todo país, o atropelamento de um agente de trânsito em uma blitz da Lei Seca na cidade de João Pessoa, na madrugada do dia 22 de janeiro de 2017.

Diogo Nascimento era servidor do Departamento Estadual de Trânsito da Paraíba (Detran-PB) e comandava a operação no bairro do Bessa quando foi atingido por um carro que trafegava em alta velocidade. O motorista fugiu sem prestar socorro, mas devido ao impacto da batida, a placa do veículo caiu na pista e foi apreendida pelas autoridades.

O condutor era Rodolpho Gonçalves Carlos da Silva, de 24 anos, herdeiro do Grupo São Braz, a maior empresa alimentícia do Estado, neto de José Carlos da Silva Júnior, ex-vice-governador da Paraíba (1983-86) e primeiro suplente de senador pelo Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) entre 1995 e 2003, assumindo o cargo em duas ocasiões, por um breve período, em 1996 e 1999, seus familiares também são proprietários da Rede Paraíba de Comunicação, afiliada da TV Globo e da concessionária Brazmotors.

Após sair de um bar e ser parado na blitz de trânsito, o motorista acelerou seu carro e atropelou Diogo, fugindo do local sem prestar socorro ao agente, que chegou a ser levado com vida para o hospital, mas faleceu no dia seguinte com o diagnóstico de ausência de fluxo cerebral decorrente de um traumatismo craniano.

A Justiça chegou a decretar a prisão temporária do motorista, mas a ordem foi suspensa por salvo-conduto concedido ao suspeito, com a justificativa do mesmo ser réu primário e com bons antecedentes. O motorista teve carteira de habilitação recolhida e foi proibido de frequentar bares, respondendo em liberdade.

O acompanhamento do caso ganhou repercussão na capital da Paraíba e, posteriormente, no Brasil, com a cobertura de diversos telejornais, jornais impressos e portais de notícias.

Três meses após o atropelamento, precisamente no dia 24 de abril de 2017, Rodolpho foi preso. No dia seguinte, o advogado defesa solicitou um habeas corpus alegando que o acusado não apresentava antecedentes criminais, mas o pedido foi negado e Rodolpho foi encaminhado ao presídio, porém, no dia 12 de maio do mesmo ano, o acusado passou a responder pelo crime em liberdade.

4 PERCURSO METODOLÓGICO E ANÁLISE

O objetivo desta pesquisa é analisar como o impresso paraibano *Jornal Já* retratou o caso Diogo Nascimento, na cidade de João Pessoa, em janeiro de 2017. Para isso, selecionamos matérias que foram publicadas sobre o assunto durante os meses de janeiro a maio do mesmo ano. O caso foi posto nas páginas do referido periódico com 25 matérias e nove manchetes de capa, das quais foram analisadas oito matérias e quatro destaques de capa em seus conteúdos fotográficos e textuais.

4.1 Análise do Discurso

Como metodologia, foi empregada a Análise do Discurso (cuja nomenclatura será abreviada para AD, de agora em diante). Segundo Orlandi (2013, p. 26) “A Análise do Discurso não estaciona na interpretação, trabalha seus limites, seus mecanismos, como parte dos processos de significação.”

A palavra discurso, etimologicamente, traz consigo a ideia de movimento e percurso, referindo-se à prática da linguagem humana e seus signos; esse estudo possibilita compreender o que faz do homem um ser capaz de significar e significar-se.

Embora se apresente de uma forma não sistemática, seguindo diferentes perspectivas antes do século XX, a AD se constitui como um campo de estudo no ano de 1960, relacionando-se com três áreas disciplinares: Linguística, Psicanálise e Marxismo.

Esse campo de estudos, segundo Orlandi (2013, p. 20), questiona a Linguística por deixar a historicidade de lado, interroga o Materialismo acerca do simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como ela trabalha a relação da ideologia com o inconsciente sem ser absorvida por ele. Interpretando a convergência dessas áreas de conhecimento, a AD quebra fronteiras e propõe um novo olhar acerca da língua e da prática discursiva.

Podemos destacar duas importantes correntes de pesquisa nos estudos sobre o discurso: a pragmática e a francesa, sendo a primeira originada na Inglaterra e propagada com mais força nos Estados Unidos e a segunda bem difundida por nomes como Michel Foucault e Michel Pêcheux, autores que uniram linguística e história em uma mesma teoria.

A corrente pragmática incorporou elementos da sociologia, etnologia, psicologia e empirismo aos seus métodos, que uniam descrição do funcionamento interno dos textos aliados à contextualização dos mesmos, essa tradição entende que a fala é uma ação que nasce no indivíduo sem qualquer interferência externa. A linha francesa entende discursos como práticas sociais ligadas a um contexto sócio-histórico influenciado diretamente pela ideologia.

A AD busca entender a língua como um acontecimento e não apenas como uma estrutura, é um processo que inclui identificação, argumentação e construção da realidade.

[...] Não se trata apenas de transmissão de informação, nem há essa linearidade na disposição dos elementos da comunicação, como se a mensagem resultasse de um processo assim serializado: alguém fala, refere alguma coisa, baseando-se em um código e o receptor capta a mensagem, decodificando-a. Na realidade, a língua não é só um código entre outros, não há essa separação entre emissor e receptor, nem tampouco eles atuam numa sequência em que primeiro um fala e depois o outro decodifica etc. Eles estão realizando ao mesmo tempo o processo de significação e não estão separados. (ORLANDI, 2013, p. 21).

Pode-se dizer que o discurso é o espaço da relação entre a produção de sentidos através da língua e a ideologia, Pêcheux (1975) declara que há uma conexão entre eles, visto que não existe discurso sem o sujeito e não há sujeito sem ideologia.

Vale salientar que a AD não busca um sentido absoluto e único de interpretar, não há uma chave ou uma verdade oculta atrás de cada texto, mas sim interpretações que o constituem; essas nuances são vistas através de um dispositivo teórico construído pelo analista.

É importante desprender-se da compreensão de que, no interior de cada discurso encontra-se, intocada, a verdade que será despertada pelo pesquisador, para Foucault (1986) os enunciados e relações são colocados em funcionamento pelo próprio discurso.

Nesta perspectiva, analisar discursos seria levar em questão as relações históricas e as práticas que se fazem presentes nos enunciados, escapar da fácil interpretação e explorar ao máximo o material, enxergando a prática como produção histórica, política e de poder, tendo em vista que a linguagem é composta de práticas, assim como propõe Foucault (1986, p.56)

(...) o discurso não é uma estreita superfície de contato, ou de confronto, entre uma realidade e uma língua, o intrincamento entre um léxico e uma experiência; gostaria de mostrar, por meio de exemplos precisos, que, analisando os próprios discursos, vemos se desfazerem os laços aparentemente tão fortes entre as palavras e as coisas, e destacar-se um conjunto de regras, próprias da prática discursiva. (...) não mais tratar os discursos como conjunto de signos (elementos significantes que remetem a conteúdos ou a representações), mas como práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam. Certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse mais que os torna irredutíveis à língua e ao ato da fala. É esse mais que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever.

Para o referido autor, tudo é prática e tudo está imerso em relações de poder e saber; de modo que, neste sentido, o discurso ultrapassa as simples referências, está além da mera utilização de termos ou junção de palavras e frases: apresenta questões intrínsecas a si mesmo. Foucault sugere que esse “mais” seja extraído do próprio discurso pela observação de quem o estuda.

4.2 Interdiscurso e formação discursiva

As condições de produção do discurso compreendem aos sujeitos, às situações, à memória e aos contextos social, histórico e ideológico. A memória, no que lhe concerne, é tratada como interdiscurso e este, de acordo com Orlandi (2013, p. 31), “é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. [...] Disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação dada.”

Desta maneira, para a autora, não há como possuir o que é dito, há uma relação entre o que falamos e o que já foi dito outrora, ou seja, entre a construção de sentidos e a sua formulação. Mais adiante, Orlandi (2013, p. 33) explica que “o interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determina o que dizemos.”

Quando Foucault (1986, p. 114) diz que os enunciados são ocupados por outros enunciados, ele afirma a ação do interdiscurso, pois,

...[não há] enunciado livre, neutro e independente; mas sempre um enunciado fazendo parte de uma série ou de um conjunto, desempenhando um papel no meio dos outros, neles se apoiando e deles se distinguindo: ele se integra sempre em um jogo enunciativo, onde tem sua participação, por ligeira e ínfima que seja. [...] Não há enunciado que não suponha outros; não há nenhum que não tenha, em torno de si, um campo de coexistências.

Segundo o pesquisador referenciado, cada formação discursiva entra ao mesmo tempo em diferentes esferas, e em cada uma ocupa uma função distinta; a interdiscursividade implica deixar que aflorem as diferenças, até mesmo as contradições, os esquecimentos e a heterogeneidade que está contida nos discursos.

É necessário diferenciarmos interdiscurso de intertexto, enquanto o primeiro remete a um sentido já dito e esquecido pela memória do sujeito, o segundo se refere à relação de um texto com outros.

Pêcheux (1975) distingue dois tipos de esquecimento, o de número dois, relacionado à enunciação, que compreende ao que falamos e por que fazemos de tal maneira e não de outra, ou seja, a percepção de que o que dizemos sempre poderia ser dito de outra maneira. E o esquecimento número um, de ordem ideológica; este explica o modo como o sujeito é afetado pela ideologia, uma ação que ocorre na instância do inconsciente, neste ponto, temos a ilusão de dizermos algo pela primeira vez, sendo que se trata de uma retomada de sentidos preexistentes.

O funcionamento da linguagem, assim como a formação discursiva, está fundamentado entre paráfrase e polissemia. A paráfrase relaciona o que é dito passando por um processo de recordações, uma reformulação do que ficou na memória, enquanto a polissemia denota o rompimento com os processos de significação, ou seja, o questionamento e as diferentes formas de interpretação.

Deste modo, entende-se que a relação entre esses dois pontos traz sentido aos discursos, onde a paráfrase reitera e a polissemia estabelece diferenças, conforme explica Orlandi, (2013, p. 36): “É nesse jogo entre paráfrase e polissemia, entre o mesmo e o diferente, entre o já dito e o a se dizer que os sujeitos e os sentidos se movimentam, fazem seus percursos, (se) significam.”

Esses dois processos mostram, ainda, que as condições de produção não são momentâneas, mas aquilo que, na memória já significa, a saber, o interdiscurso, isto é, os significados são determinados por sua relação com a memória. Não há sentido sem repetição da mesma forma que não há diversidade discursiva sem as diferentes interpretações e sentidos, ação da polissemia.

A formação discursiva não deriva das palavras e seus respectivos significados, mas de quem as fala, pois, os sentidos são determinados pela ideologia e pelo contexto social e histórico vivido pelo sujeito, uma vez que “as palavras mudam de sentido segundo as posições daqueles que as empregam” (ORLANDI 2013, p. 42-43), ou melhor, as mesmas palavras podem ter sentidos diferentes em formações discursivas diferentes.

Posto isto, o analista tem como atribuição observar as condições em que os discursos são formados, verificar o funcionamento da memória, os equívocos e, deste modo, interpretar o sentido que ali está proferido.

4.3 Tipos de discurso

O que caracteriza um discurso é, antes de tudo, o seu modo de funcionamento, as formações, quem fala e para quem se refere. Os tipos de

discursos e suas atribuições são classificados por Orlandi (2013) em três categorias: autoritário, polêmico e lúdico.

No discurso autoritário predomina a fala do locutor, como o único agente discursivo, sem trocas com os interlocutores, neste caso, a paráfrase é evidente e a polissemia é contida.

O discurso polêmico apresenta equilíbrio entre polissemia e paráfrase, de modo que nenhum sobressai o outro, mas há disputa de sentido pelos interlocutores.

Por sua vez, o discurso lúdico é o que tem caráter polissêmico predominante e expõe o interlocutor aos seus sentidos, classificado por Orlandi (1983, p. 143) como

Uso da linguagem pelo prazer (lúdico) em relação às práticas sociais em geral, no tipo de sociedade em que vivemos, contrasta fortemente com o uso eficiente da linguagem voltado para fins imediatos, práticos, etc.

Essas classificações não se referem a juízos de valor, mas descrições do funcionamento discursivo em relação às questões histórico-sociais e ideológicas, tanto de quem profere, quanto daqueles que captam o discurso. Essas diferenciações são importantes para que não haja uma aplicação pejorativa, onde o caráter autoritário se aplique precisamente ao locutor, por exemplo.

Vale salientar que não há um discurso que seja puro, o que há são misturas e conexões, onde o discurso apresenta fortes características polêmicas ou tende ao controle entre paráfrase e polissemia, etc, evitando assim rótulos de definições.

4.4 Dispositivos de análise

Para examinar a temática pretendida à luz da AD, faz-se necessário construir um dispositivo de análise ou interpretação, com ele o pesquisador está apto para colocar o dito em relação ao não dito e entender os sentidos das palavras colocadas.

Vale salientar que não há uma chave capaz de decifrar a verdade de um discurso, Orlandi (2013, p. 27) explica que “cada material de análise exige que seu analista, de acordo com a questão que formula, mobilize conceitos que outro analista não mobilizaria”, ou seja, os dispositivos de análise permitem que pesquisador estude determinado produto conduzido pela AD e por pressupostos teóricos.

Segundo Orlandi (2013) a interpretação ocorre em dois momentos: através do sujeito que fala e na descrição do próprio analista, visto que não há como fazermos uma leitura sobre determinado assunto sem fazer interpretações.

É importante que haja uma mediação teórica permanente entre o analista e os objetos simbólicos em questão, equilibrando a descrição e a interpretação colocadas por ele. O dispositivo embasado em pressupostos teóricos identifica os gestos que relacionam o sujeito com a memória, ideologia e filiações históricas, deste modo, não cabe ao analista colocar-se em uma posição neutra e à parte da interpretação, mas manter-se longe da transparência da linguagem e da literalidade dos sentidos.

No caso do objeto de estudo desta pesquisa, a pergunta que pretendemos responder com essa análise é: quais estratégias do sensacionalismo o *Jornal Já* utiliza em seu discurso sobre o Caso Diogo Nascimento?

Após delimitação do *corpus* da pesquisa - que segundo Dahlet (2002) é o encontro da problemática com a fundamentação teórica e dos dados coletados - o material foi dividido em dispositivos a fim de facilitar esta análise, o que não impede que o conteúdo seja analisado sob outras perspectivas. A relação dos elementos visuais em complemento ao discurso textual das matérias e manchetes também foram objeto de investigação.

4.4.1 Relação texto e imagem

Assim como uma vitrine apresenta as melhores opções para o cliente, um jornal seleciona a notícia que possa chamar mais atenção do público e a coloca na capa. As manchetes são como um anzol com isca, que tenta “fisgar” o leitor e assegurar o interesse do público; as montagens e cores reforçam o sentido do que é dito pelas imagens e textos, além de serem utilizadas como uma estratégia de sedução.

Modesto (2016) destaca que as manchetes do *Já* são importantes não só para atrair o leitor, mas também para garantir, dia após dia, a identificação do periódico com o estilo sensacionalista. Do total de matérias sobre o assunto desta pesquisa, nove foram destaques de capa.

Tanto nos telejornais policiais quanto na própria mídia impressa, é comum vermos a opinião do interlocutor reiterando o conteúdo apresentado. A imagem a seguir explica o sentido de atrair o leitor, a lógica é destacar com drama e espetacularização as notícias que perpassam o cotidiano das pessoas.

Figura 5- Exemplo da relação texto e imagem



Fonte: registro da autora, edição 02 de fevereiro 2017

A capa do dia 02 de fevereiro de 2017 aponta dois casos iguais, mas com pesos diferentes, o *Já* põe em pauta a aplicação da justiça entre ricos e pobres, colocando duas pessoas que cometeram o mesmo tipo de crime em uma balança. Nela Rodolpho aparece sorrindo e identificado como o “ricaço que segue solto após atropelar um agente”, do outro lado está Antônio Avelino sem expressão de alegria; um “flanelinha sem dinheiro” que rapidamente foi preso por também atropelar e matar uma pessoa. Abaixo da balança foi posto um martelo que aparenta ter estabelecido uma sentença para ambos: Rodolpho livre e Antônio preso.

A fotografia não é um elemento neutro no jornalismo, mas uma composição discursiva que, de forma não-verbal, comunica, ilustra e reafirma o que é dito com as palavras. Nesta ocasião, o jornal empresta sua voz às camadas populares e reverbera o discurso que a justiça não se aplica àqueles que tem dinheiro.

A função da imagem no *Jornal Já* é complementar os textos curtos e objetivos. Como o público das classes C, D e E não tem o hábito de leitura, segundo Anjos (2017), as imagens acabam por ocupar a maior parte das páginas.

Figura 6 - Disposição de textos e imagens nas páginas do *Já*



Fonte: registro da autora, edição 23 de janeiro de 2017.

Debray (1994, p.92-94) indica que “imagem é emoção. Mais do que a ideia, ela põe multidões em movimento [...] Uma imagem viaja melhor que um texto [...] Salta por cima das fronteiras.” Posto isto, vale considerar que a imagem é qualitativa, concisa, justifica o presente e causa sensações pela identificação projetiva.

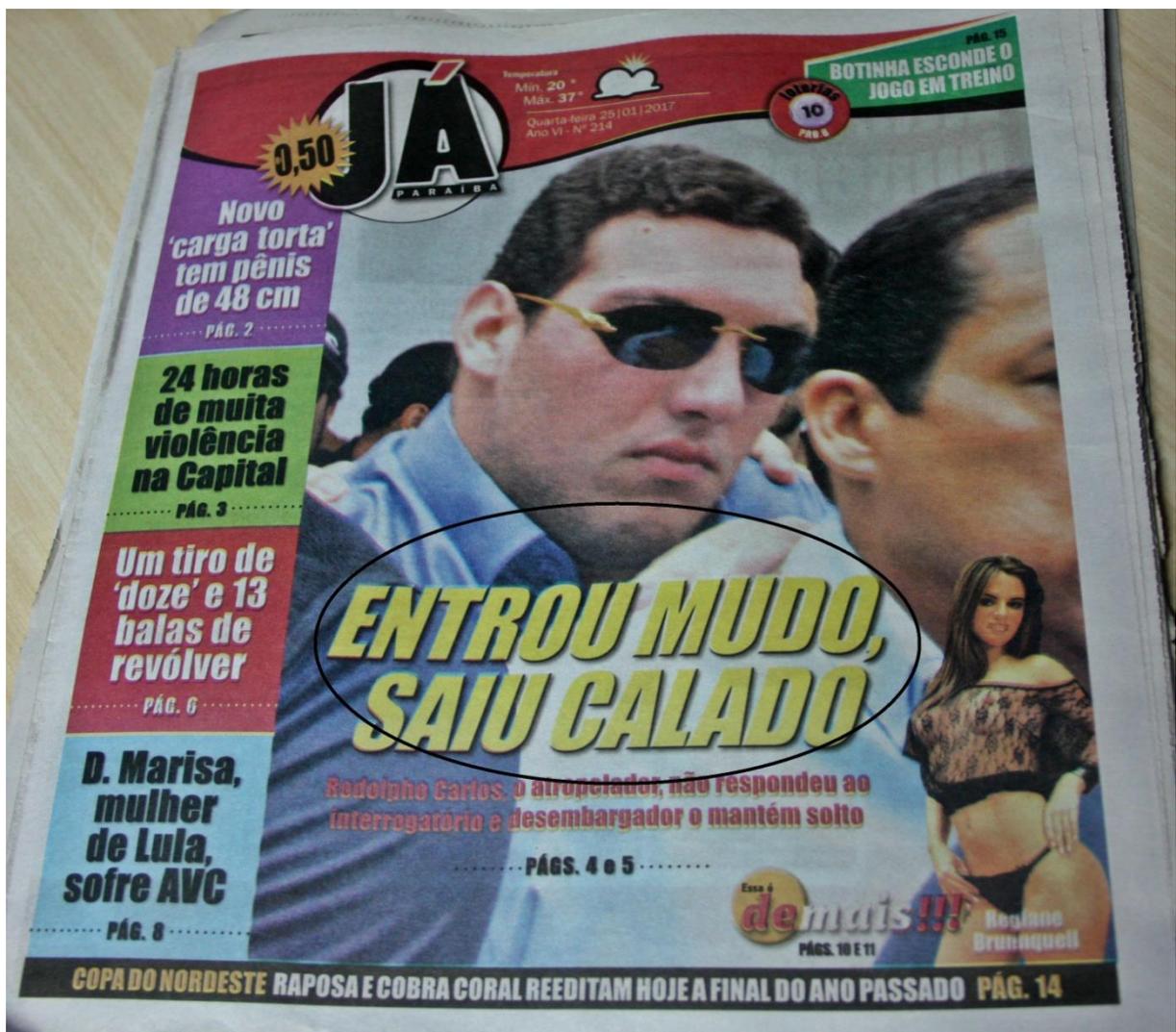
4.4.2 Elementos da linguagem

A linguagem coloquial é um ponto marcante nas manchetes dos jornais populares, além de sinalizar o público-alvo, essa é uma estratégia para legitimar o espaço do periódico junto dos leitores.

É comum o uso de jargões, ditados populares e a busca por frases de impacto, as manchetes se encarregam de trazer um viés humorístico às notícias apresentadas no *Já*.

Visto que não há um discurso puro, consideramos o *Já* com predominância do discurso lúdico, considerado por Orlandi (1983) como aquele que é empregado para promover prazer (lúdico) ao público.

Figura 7- exemplo de ditado popular nas manchetes



Fonte: registro da autora, edição 25 de janeiro de 2017.

A imagem acima corresponde à capa da edição do dia 25 de janeiro de 2017, o destaque foi o dia em que Rodolpho se apresentou na delegacia onde foi

questionado sobre o atropelamento de Diogo, na ocasião, o acusado não respondeu a nenhum dos questionamentos.

Os textos são curtos, com informações claras que dispensam formalismos gramaticais e as características da imprensa de referência. No exemplo abaixo percebemos as características da linguagem oral com uma carga de exagero, quando Rodolpho é posto como “ricaço”.

Figura 8- características da linguagem oral nas manchetes



Fonte: registro da autora, edição 02 de fevereiro de 2017.

O destaque feito no corpo do texto mostra a presença da adjetivação; que pode ser definida como a atribuição de qualidade a algo ou alguém, nesse caso ela aparece com o objetivo de intensificar ainda mais a comparação feita entre o acusado e Antônio Avelino, flanelinha preso semanas depois por cometer o mesmo tipo de crime. O texto diz que “o estudante Rodolpho Carlos da Silva, *membro de uma família rica*, não foi preso em momento algum.”

A adjetivação também revela o envolvimento do narrador que, ao dar ênfase ao personagem, acaba por expor seu ponto de vista e a intenção de criar um debate sobre a justiça aplicada.

Sobre o emprego de adjetivos em conteúdos jornalísticos, Santos (2009, p. 73) explica que, ao atribuir qualidades a alguém, a dimensão informativa é ampliada e passa a englobar, também, o campo da opinião, manifestando as intencionalidades e os sentidos que o narrador quer ver implicados.

Abaixo encontramos mais um exemplo da atribuição da linguagem falada à notícia, neste caso com a utilização de contrações.

Figura 9- Exemplo de contrações nas manchetes



Fonte: registro da autora, edição 25 de abril de 2017

Os jornais populares constroem seu espaço incorporando características específicas do cotidiano do público a que se destina, os valores-notícia estão fundamentados na proximidade geográfica e cultural e na oferta de entretenimento.

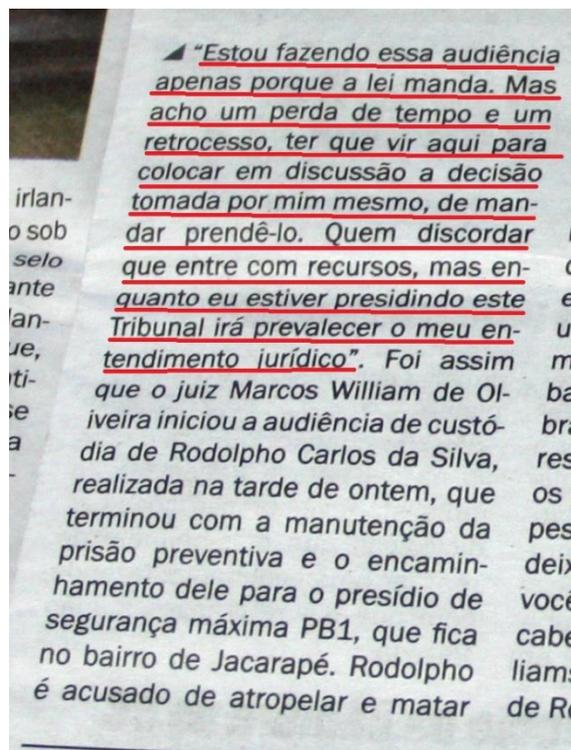
Um fato será notícia na imprensa popular se puder causar a sensação de proximidade com a realidade das pessoas, a aproximação pode acontecer pelo conteúdo e pelos personagens, no primeiro caso com acontecimentos recorrentes à rotina dos cidadãos e no segundo, quando o personagem retratado é alguém “do povo”, no contexto desta pesquisa, Diogo, a vítima, é tratado como uma figura importante na sociedade, um homem que trabalha para promover a segurança no trânsito.

4.4.3.Desconstrução do lead

Também conhecido como abertura ou a cabeça de um texto jornalístico, o *lead* “é o primeiro parágrafo de uma notícia e deve narrar, resumidamente, o fato mais relevante da série de fatos que compõem a notícia. ” (CALLADO, 2002, p.46). Ele é responsável por responder seis perguntas norteadoras: o quê? (a ação), quem? (o agente), quando? (o tempo), como? (o modo), onde? (o lugar) e por quê? (o motivo).

A matéria do dia 26 de abril de 2017 narra a chegada de Rodolpho ao presídio, a notícia começa com uma citação do juiz responsável pela audiência de custódia, na ocasião, a fala da fonte aparece como uma resposta ao questionamento do leitor que se pergunta quanto tempo ele ficaria preso; é como se o mais importante fosse trazer uma resolução do caso e se a prisão seria revogada mais uma vez, ou seja, satisfazer a curiosidade do leitor e apresentar, de antemão, aquilo que ele quer saber.

Figura 10- Exemplo de desconstrução do lead



Fonte: registro da autora, edição 26 de abril de 2017

O trecho que antecede às perguntas do *lead* mostra o juiz dizendo: “[...] quem discordar que entre com recursos, mas enquanto eu estiver presidindo este tribunal, irá prevalecer o meu entendimento jurídico.” Após essa citação, o segundo parágrafo segue narrando o acontecimento conduzido pelas perguntas do *lead*.

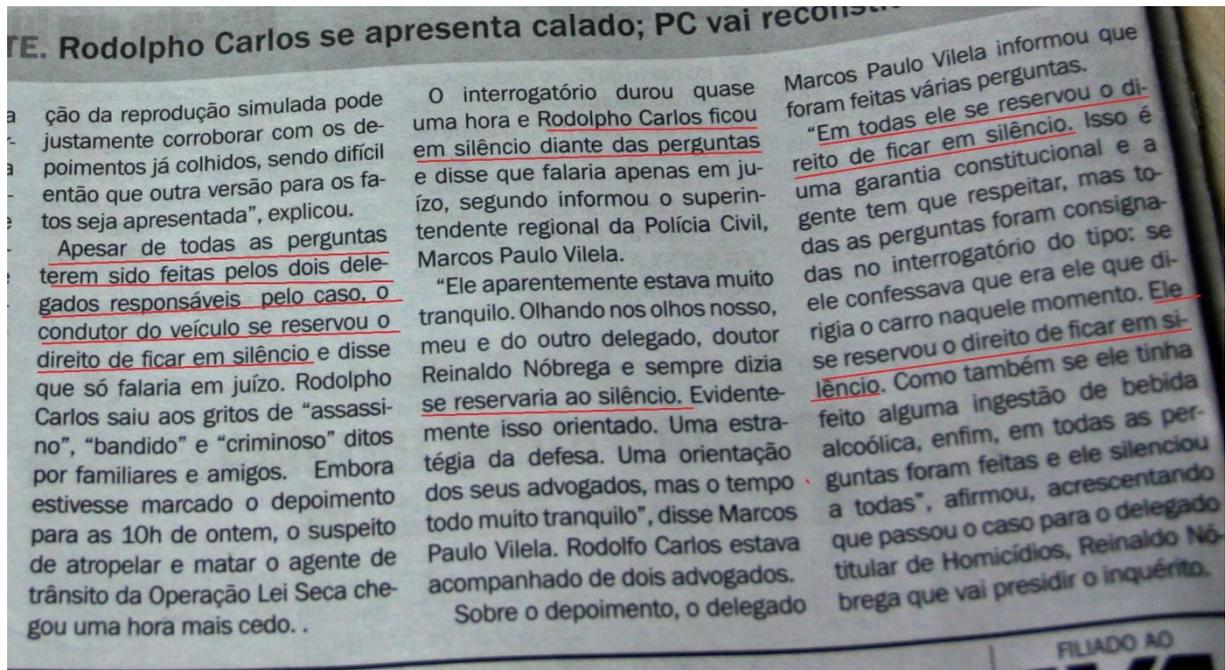
4.4.4. Sensacionalismo

O caso Diogo Nascimento repercutiu na mídia local e nacional pela forma como os acontecimentos se desdobraram. De acordo com José Vieira, presidente do sindicato dos trabalhadores do Detran-PB, em uma entrevista ao *Jornal Já* (edição 24 de janeiro de 2017), nenhum agente havia morrido em uma blitz em decorrência da fuga de um condutor. O acusado seguiu em liberdade por três meses, foi preso, mas em menos de trinta dias foi solto. O contexto de impunidade gerou mobilizações na Paraíba e em outros estados do Brasil.

O *Já* acompanhou os fatos; as notícias receberam destaque nas capas e nas redes sociais do jornal na perspectiva do sensacionalismo, sempre com um tom irônico e humorístico, intensificando as emoções de cada circunstância. Fizemos alguns recortes para apresentar as estratégias adotadas pelo referido periódico.

Na edição do dia 25 de janeiro de 2017, a capa (ver figura 07) chama atenção para o silêncio do acusado no interrogatório sobre o atropelamento da vítima, no texto é repetido cinco vezes que “Rodolpho se reservou no direito de ficar calado”, a repetição aparece como um artifício argumentativo de convencimento.

Figura 11- Exemplo de repetição



Fonte: registro da autora, edição 25 de janeiro de 2017.

A repetição pode ser usada pelo locutor como um recurso para enfatizar determinado enunciado e levar os interlocutores a acreditar no seu discurso, é o que destaca Preti (2003, p. 107) acerca da linguagem oral, mas que também pode ser aplicada ao jornalismo impresso, visto que,

[...] o falante persegue quase sempre o objetivo de levar o seu interlocutor a crer no que diz. Para tanto, porém, ele precisa alcançar um objetivo anterior: que seu enunciado seja linguisticamente construído de maneira tal que o ouvinte reconheça a intenção comunicativa do falante, isto é, que lhe compreenda o enunciado. Em outras palavras, ao falante cabe oferecer uma “proposta de compreensão” ao ouvinte, a partir da qual este possa mostrar a reação esperada.

Ao mesmo tempo que intensifica as colocações, a repetição tenta persuadir pelo “martelar” de suas expressões, no caso desta matéria, o interesse é mostrar uma estratégia da defesa para dificultar as investigações, ao mesmo tempo que denota desinteresse e o não arrependimento do acusado.

No dia 23 de janeiro o periódico publicou uma matéria sobre um dia de paralização dos agentes. A metáfora usada para explicar a atitude dos profissionais

é que eles estão “*em choque*” com a morte de Diogo, com esta figura de linguagem o sentido figurado é aplicado para destacar as emoções, uma das estratégias do sensacionalismo.

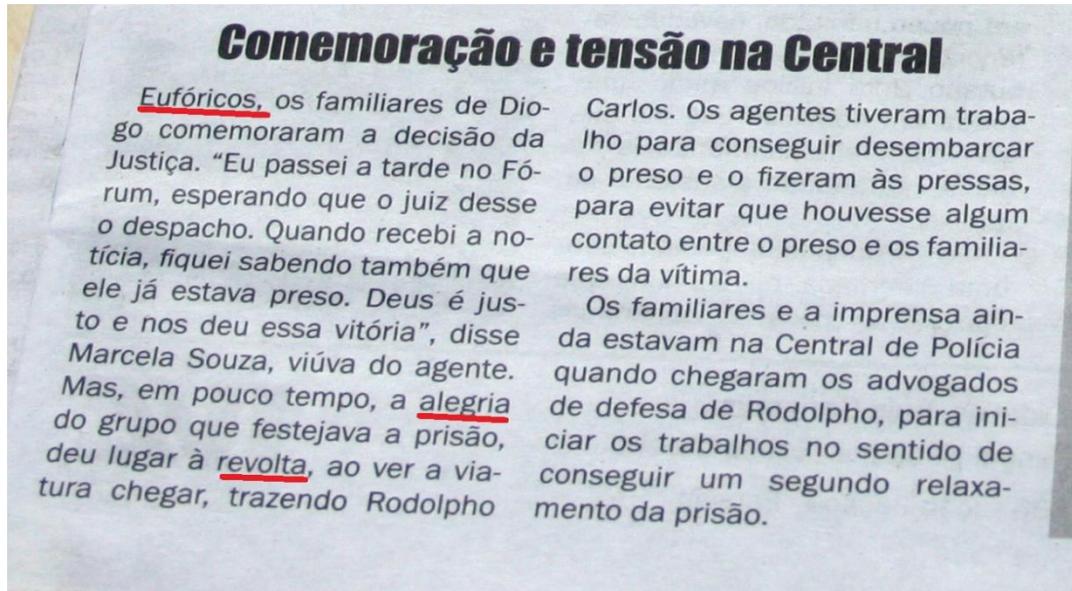
Figura 12- Exemplo de metáfora



Fonte: registro da autora, edição 23 de janeiro de 2017.

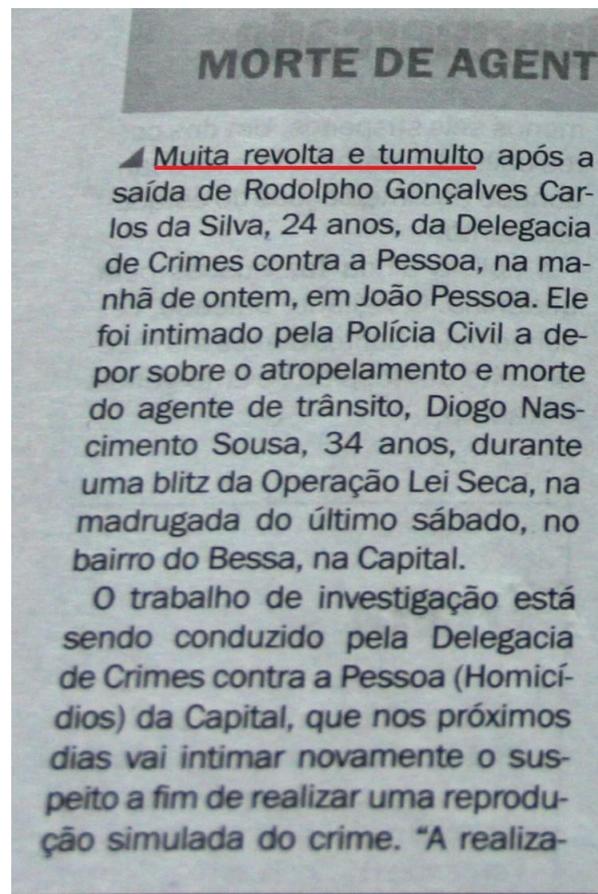
A figura 13 é mais um exemplo do apelo às emoções, agora com enfoque sobre família do agente, o narrador destaca suas reações ao ver o culpado na cadeia. “*Eufóricos*, os familiares de Diogo comemoram a decisão da Justiça”, posteriormente, enfatiza que “em pouco tempo, a *alegria* do grupo que festejava a prisão, deu lugar à *revolta*, ao ver a viatura chegar, trazendo Rodolpho Carlos.” Ao descrever as cenas com detalhes, é mais fácil envolver o leitor emocionalmente.

Figura 13- Exemplo de apelo às sensações



Fonte: registro da autora, edição 25 de abril de 2017

Figura 14- Exemplo de descrição das emoções



Fonte: registro da autora, edição 25 de abril de 2017.

O *Já* não economiza na descrição das emoções que cada cenário carrega, na matéria acima, o texto começa dizendo que havia “*muita revolta e tumulto* após a saída de Rodolpho”, além de relatar os sentimentos, o narrador emprega o advérbio de intensidade “muito” para dar ênfase a indignação das pessoas.

Com sarcasmo, o jornal expõe sua inclinação ao sensacionalismo; faz parte da tentativa de divertir o público e fazer com que ele se distraia de uma forma prazerosa. Nessa conjuntura, tudo que possa atrair o olhar das pessoas tem o potencial para se tornar notícia no sensacionalismo, visto que o entretenimento está intimamente vinculado às sensações e emoções.

Figura 15- Exemplo de ironia



Fonte: registro da autora, edição 26 de abril de 2017.

O humor também é uma ferramenta empregada para despertar sensações, com ele o sensacionalismo diz o que a imprensa de referência não diria; dá lugar às ironias e superdimensiona o sentido das palavras.

A edição do dia 12 de maio narra a saída do motorista da penitenciária 17 dias após a prisão, o título é um trocadilho com o nome dele, uma piada explicando que Rodolpho está em liberdade, “soltinho da Silva”.

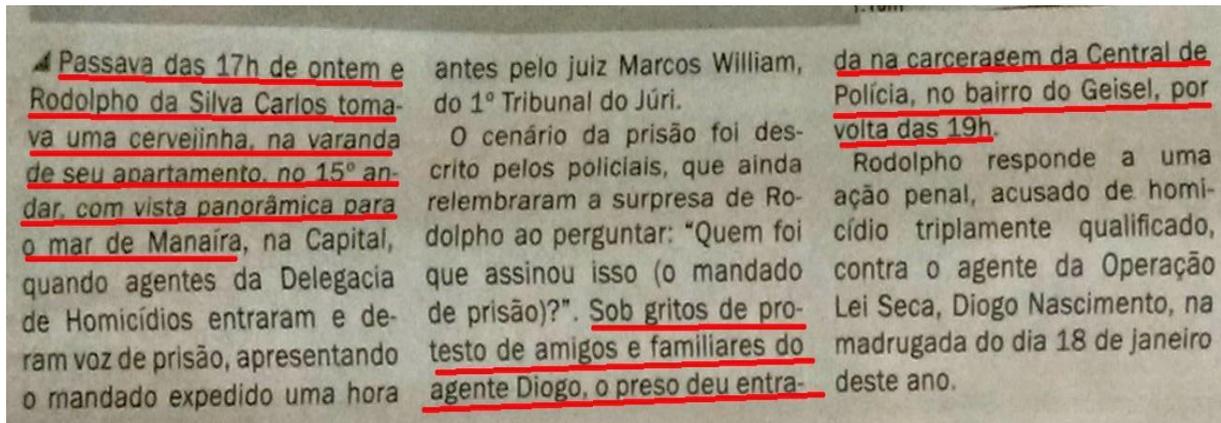
Figura 16- Exemplo de humor irônico



Fonte: da autora, edição 12 de maio de 2017.

Na figura 17 podemos ver como o interlocutor narra com detalhes e sarcasmo o cenário da prisão, assim é mais fácil despertar as emoções e fazer com que o leitor imagine o episódio.

Figura 17- exemplo de descrição da cena



Fonte: registro da autora, edição 25 de abril de 2017.

A quem interessa saber o cômodo da casa em que Rodolpho estava na hora em que foi preso, em qual andar do prédio ele se encontrava, como é a vista de lá e qual bebida ingeriu neste momento? Amaral (2006) destaca que o sensacionalismo substitui o essencial pelo supérfluo, ou seja, o interesse não é informar, mas aguçar a curiosidade do leitor para criar em seu imaginário toda a cena narrada.

O *Já* não se limita em dizer que o condutor foi preso e seguir as explicações do *lead*, é necessário descrever detalhadamente a cena, intercalando as descrições com uma fala do acusado que pergunta "quem foi que assinou isso (o mandado de prisão)?" Angrimani (1995) diz que é típico de uma edição sensacionalista mesclar depoimentos e a narração de um locutor experiente em dramatizar a notícia.

4.4.5 *Fait divers*

Esta expressão representa as notícias que não são necessariamente de interesse público, mas que podem atrair o leitor pela sua carga emocional e pela capacidade de satisfazer sua curiosidade. Para narrar um *fait divers*, é preciso chocar o público e fazer com que ele se entregue às emoções, entre na cena e sinta o mesmo que o personagem. A linguagem editorial deve ser surpreendente e causar impacto, pois o sensacionalismo não admite moderações, explica Angrimani (1995).

Neste caso, a notícia é construída em tom dramático, a composição do texto precisa intercalar os depoimentos com a fala do locutor que abusa de adjetivações e dos detalhes do cenário.

O exemplo abaixo corresponde a uma matéria do *Já* sobre um protesto realizado pelos familiares do agente em frente à Central de Polícia, em João Pessoa.

Figura 18- Exemplo de *fait divers*



Fonte: registro da autora, edição 25 de janeiro de 2017.

O título é uma fala da viúva de Diogo, que aponta Rodolpho como *assassino*; o texto corresponde ao desabafo da mulher e um recado de Alex Cândido, concunhado do agente, ao motorista responsável pelo atropelamento. Além de exacerbar as emoções por meio dos depoimentos, a ilustração da matéria expõe o desespero da mulher que chora ao falar do marido.

A notícia é construída, basicamente, na fala de Dayana e Alex, seus depoimentos não explicam o acontecimento, mas assumem a função testemunhal para autenticar as emoções.

Na circunstância acima, observamos o *fait divers* de causa esperada, onde a ênfase recai sobre o drama dos personagens. A mulher é posta como frágil e sujeita à condição de vítima, o que torna mais fácil para o leitor se colocar em seu lugar, como forma de piedade e solidariedade.

No cenário de protesto, a família, os colegas e os populares recebem voz e são os protagonistas da revolta e da busca por justiça. No fim do texto, é posto que Rodolpho chegou a levar “*chineladas*” e que os policiais interviram para acalmar os ânimos de Alex Cândido, que foi levado à delegacia pelos policiais.

Figura 19- Exemplo de *fait divers*



Fonte: registro da autora, edição 12 de maio de 2017.

O exemplo acima explica bem o conceito de sensacionalismo segundo Marcondes Filho (1986), o autor destaca que esta imprensa não se presta a informar, mas em satisfazer as necessidades instintivas do público. A matéria repete a mesma história descrita na edição que retrata a prisão, no dia 25 de abril (ver figura 17) com um tom de humor e sem nenhuma informação relevante.

Angrimani (1995, p. 40) exemplifica dizendo que “a edição não pode cortar a imagem da mãe que chora desesperada a morte de seu filho. Ao contrário, deve, de preferência, mostrar o cadáver, ou o sangue no chão.”

A matéria sobre o velório, por exemplo, é posta como capa da edição do dia 24 de janeiro, a foto mostra a viúva e os demais familiares debruçados no caixão, ao

redor estão os colegas de trabalho e outras pessoas que acompanharam o sepultamento, umas, inclusive, fotografando o momento.

Figura 20- exemplo de *fait divers*



Fonte: registro da autora, edição 24 de janeiro de 2017.

O título da notícia descreve as emoções dizendo que houve “comoção no enterro do agente”. O texto narra o percurso do corpo até os últimos momentos do sepultamento, a ilustração complementa, mostrando os agentes do Detran pondo o corpo no túmulo.

Figura 21- exemplo de *fait divers*

Fonte: registro da autora, edição 24 de janeiro de 2017.

Mais uma vez aplica-se o *fait divers* de causa esperada, a qual representa a tragédia pela perspectiva dos personagens. Por excelência, a narrativa dos *fait divers* é a principal expressão do sensacionalismo e caracteriza a fatalidade como sujeito absoluto.

5 CONCLUSÃO

Não se pode dizer com exatidão quando o sensacionalismo surgiu na imprensa, trata-se de uma estratégia mercadológica presente desde as primeiras folhas noticiosas. Esta produção discursiva valoriza a emoção em detrimento da informação, com exagero gráfico, linguístico e exploração do extraordinário em acontecimentos que envolvem crimes, tragédias, desastres, sexo e escândalos.

As produções sensacionalistas têm como objetivo mostrar o lado atraente dos fatos e satisfazer as curiosidades do público com um conteúdo capaz de chocar, comover e proporcionar divertimento, geralmente por meio de uma linguagem coloquial exagerada com emprego de gírias.

Na Paraíba, o *Jornal Já* se destaca por ser o único impresso voltado às classes populares; seu conteúdo é marcado pela crônica policial, esporte, rotina das celebridades, temas com apelo erótico e a presença dos *fait divers*, a principal expressão do sensacionalismo, que traz consigo o circunstancial, aquilo que, na verdade, não informa, mas mexe com o leitor pelo tentáculo das emoções.

Para esta pesquisa, examinamos nove matérias e quatro manchetes de capa acerca do Caso Diogo Nascimento; o objetivo foi identificar elementos do sensacionalismo no discurso do referido jornal, para alcançá-lo, aplicamos a análise do discurso e ferramentas de interpretação que nos permitiram compreender como os sentidos foram construídos visando o estímulo às sensações.

As notícias escolhidas narram o atropelamento e a morte de um agente do Detran de João Pessoa, bem como, o julgamento do acusado, Rodolpho Carlos da Silva.

Para se aproximar e representar do seu público-alvo, o *Já* utiliza elementos culturais característicos do povo, tais como: linguagem, gírias regionalizadas, expressões da linguagem oral e ditados populares. A ironia e o sarcasmo também fizeram parte do discurso que, por vezes, incitava revolta e inquietação, sentimentos

de comoção e tristeza foram construídos com base nos depoimentos de familiares e amigos da vítima.

O periódico se encaixa nas três categorias do sensacionalismo, que são linguístico, temático e gráfico, sendo eles responsáveis por: apresentar palavras cheias de sensações; temas que “vendem” e ênfase ao conteúdo visual, respectivamente.

O *Já* tende ao discurso polissêmico, tendo em vista o exagero nos títulos das manchetes, as hipérboles e tendência em superdimensionar os fatos; uma maneira de atrair o leitor. Percebemos também a presença do discurso lúdico, a inclinação em entreter e entregar uma leitura prazerosa ao leitor, seja por meio do humor, da provocação ou de um texto que apresente algo curioso e impactante.

Com base no estudo dos elementos textuais e visuais aqui colocados foi possível alcançar o objetivo proposto, isto é, identificar práticas inerentes ao sensacionalismo.

Com as contribuições de Amaral (2006) entendemos como o referido jornal pode ser definido; trata-se de um impresso popular, uma vez que tem como público as classes C, D e E, incorpora elementos culturais destes grupos no seu conteúdo e, com isso, se insere como uma parte de suas realidades. Todavia, com base nas definições de Angrimani (1995), também podemos classificá-lo como sensacionalista, devido às suas inclinações a temas como tragédia, crimes, banalização da vida privada, sexo e tudo que possa seduzir o público por meio das sensações.

As explicações de Ramos (2012) e Barthes (2007) foram fundamentais para interpretarmos o conceito de *fait divers* dentro do sensacionalismo e como este foi usado para noticiar o caso.

Os procedimentos empregados por Orlandi (2013) embasaram a construção desta pesquisa, que teve como influência a interpretação da corrente francesa de análise do discurso (AD). A partir da construção dos dispositivos de interpretação

separamos as matérias por categorias: relação texto e imagem, elementos de linguagem, desconstrução do *lead*, sensacionalismo e *fait divers*.

Os textos e as ilustrações se completavam em seus dizeres, enfatizaram os sentidos apresentados e equilibraram as expressões verbais e não verbais de forma a alcançar o objetivo do estímulo às sensações. Os elementos de linguagem explicaram o perfil de jornalismo popular do *Já* e o intuito de se aproximar do público por meio de gírias, contrações, ditados e adjetivações.

A desconstrução do *lead* também foi estudada, uma vez que desestrutura o texto jornalístico apenas para entregar o que o leitor quer saber de antemão, neste caso, a fala de uma fonte que apareceu no papel de testemunha. O sensacionalismo e o *fait divers* foram percebidos nos textos que descreviam claramente as emoções dos personagens e em passagens que não informavam, mas apenas satisfaziam a curiosidade do público, nas fotos, estavam em cenas de tragédia e comoção.

Em relação às capas, notou-se a predominância de cores quentes como amarelo, vermelho e laranja, que exercem o papel de ganhar a atenção do leitor, assim como as letras garrafais, as imagens escandalosas e a exposição do nu feminino, o que acaba por reforçar a natureza sensacionalista do *Já*.

Posto isso, concluímos que a base de fundamentação teórica e os dispositivos de análise aplicados corroboraram para o propósito desta pesquisa, ou seja, compreender a narrativa sobre o caso Diogo Nascimento e os elementos do sensacionalismo que foram empregados pelo *Jornal Já Paraíba*.

As percepções que ficaram com todos esses processos de observação discursiva expressam o poder da linguagem e o alcance das mídias de informação; os enunciados podem assumir o controle das emoções, dos sentidos e daquilo que se entende como verdade. Entendemos, também, que cada palavra empregada possui uma intenção e um conjunto de outras palavras e significações já ditas.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Leonel Azevedo. **O jornalismo sensacionalista e a lógica da sensação**. VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, SBPJor. São Paulo, 2008.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

AMARAL, Luiz. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1987.

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

_____. **Lugares de fala do leitor no Diário Gaúcho**. 2004. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – UFRGS, Porto Alegre, 2004.

_____. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

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

ANJOS, José Carlos. João Pessoa, 11 abr. 2017. Gravação em áudio (18min:54). Entrevista concedida à autora.

BARTHES, Roland. **Crítica e Verdade**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.

_____. **Ensaio Críticos**. Lisboa: Edições 70, 1971.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1987.

_____. **A Economia das Trocas Linguísticas: o que falar quer dizer**. 2ª ed. São Paulo: Edusp, 1998.

BRASIL. **Código Nacional de Trânsito**. Lei Nº 13.154 1966, de 30 de julho de 2015. República Federativa do Brasil. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9503Compilado.htm> Acesso em: 03 de Mar, 2017.

_____. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Ações Programáticas Estratégicas. **Álcool e redução de danos: uma abordagem inovadora para países em transição** / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Ações Programáticas Estratégicas. – 1. ed. em português, ampl. – Brasília: Ministério da Saúde, 2004.

CALLADO, Ana Arruda. **O texto em veículos impressos**. São Paulo: Loyola, 2002.

DAHLET, Véronique Marie Braun. **O proceder da pesquisa:** quais as relações entre problemática, dissertação e corpus? *Revista Letras*, v. 21, n 1, 2002.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo:** comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem.** Petrópolis: Vozes, 1990.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **A Notícia light e o jornalismo de infotainment.** 2007. Disponível em: <intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf> Acesso em: 27 de março, 2017.

DINES, Alberto. **Sensacionalismo na Imprensa.** Comunicações e Artes. Uma Semana de Estudos sobre Sensacionalismo, São Paulo, n. 4, p. 67 –75, 1971.

FEDERAL, Departamento de Polícia. **Conhecendo a Lei Seca.** 2008. Disponível em <<http://www.dprf.gov.br/PortallInternet/leiSeca.faces>>. Acesso em: 02 de Abril, 2017.

FOUCAULT, M. **A Arqueologia do saber.** Rio de Janeiro: Forense, 1986.

INSTITUTO Verificador de Comunicação. **Circulação do Jornal Já nos anos de 2015, 2016 e 2017** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <suellymaux@gmail.com> encaminhada para <cordeiomarilia80@gmail.com> em 17 abr. 2017.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo.** São Paulo: Geração Editorial, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da Notícia:** jornalismo como produção social de segunda natureza. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1989.

_____. **Jornalismo. A saga dos Cães Perdidos.** São Paulo Hacker Editores São Paulo, 2000.

MATOS, M. I. S. **Meu lar é o botequim:** alcoolismo e masculinidade. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2000.

MODESTO, Celina. **Mulheres sensacionais:** uma análise da construção da mulher no *Jornal Já*. 2016. 162 f. Dissertação (Mestrado em jornalismo) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2016.

MORENO, D. H. (1998). **Psicofármacos e direção.** *Revista de Psiquiatria Clínica*, 25 (1), 13-15.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX, o espírito do tempo – 1 neurose.** 6.ed. Tradução de Mara Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1984.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Relatório Global Sobre o Estado da Segurança Viária**, 2015. Disponível em <www.who.int/violence_injury_prevention/road_safety_status/2015/Summary_GSRR_S2015_POR.pdf> Acesso em: 31 de Março, 2017.

ORLANDI, Eni P. **A Linguagem e seu Funcionamento**: as Formas do Discurso. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 11. ed. Campinas: Pontes, 2013.

PÊCHEUX, M. **Les Vérites de La Palice**. Paris Maspéro, 1975.

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

PEREIRA, Andrezza Gomes. **Violência, interesse do público e sensacionalismo**: uma análise das estratégias de sedução no jornal impresso paraibano *Já*. 2014. 115 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014.

PERUZZO, Cicilia M.K. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

PINTO, Celi. **O Clientelismo Eletrônico**: a eficácia de um programa popular de rádio. *Humanas: Revista do IFCH/UFRGS*, Porto Alegre, v. 16, n. 1, jan./jun., 1993.

PORTÃO, Ramão Gomes. **Como se faz Notícias Populares**. *Comunicações e Artes. Uma Semana de Estudos sobre Sensacionalismo*, São Paulo, n. 4, p. 77 – 87, 1971.

POSSAMAI, C. C. **Políticas públicas de prevenção e enfrentamento ao uso de bebidas alcoólicas no trânsito brasileiro**: estudo sob o viés da segurança pública. 2014. 73 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma.

PRETI, Dino F. **Análise de textos orais**. São Paulo: Humanitas, 6 ed., 2003.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

RAMOS, Roberto. **A Ideologia da Escolinha do Professor Raimundo**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2002.

_____. **Os sensacionalismos do sensacionalismo**: uma leitura dos discursos midiáticos. Porto Alegre: Sulina, 2012. 166 p.

ROZESTRATEN, R. J. A. **Psicologia do trânsito**: conceitos e processos básicos. São Paulo, EPU, 1998.

SANTOS, Janaíne. **Construção de opinião no texto informativo**: adjetivos, advérbios e figuras de linguagem como estratégias discursivas em *Veja*, *Istoé* e *Carta Capital*. 2009. 100 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo Volume 1**: porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005a.

_____. **Teorias do Jornalismo Volume 2**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005b.

VELOSO, Layse. **Imprensa sensacionalista e seus recursos**: Uma análise do *jornal JÁ* da Paraíba. 2011. 90 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Youth and road safety**, 2007 Disponível em <who.int/publications/2007/9241595116_eng.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2017.

ANEXO A - Matéria completa 23 de janeiro 2017

Agente morre no Trauma JP

CONFIRMADO. Diretora-geral do hospital revelou em nota óbito de Diogo Nascimento

▲ O Hospital de Trauma de João Pessoa confirmou, no início da noite ontem, a morte do agente do Detran, Diogo Nascimento de Souza, atropelado na madrugada de sábado, durante uma blitz no bairro do Bessa.

Diogo Nascimento foi atropelado pelo jovem Rodolpho Gonçalves Carlos da Silva, que dirigia um veículo Porsche, de placas PBX 0909, de Brasília, registrado em nome da concessionária Brazmotors, pertencente à sua família.

"No início da noite, foram realizados novos exames, que mostraram não mais haver fluxo cerebral,

confirmando-se, portanto, o óbito do paciente", diz a nota assinada por Sabrina Bernardes, Diretora-Geral do Hospital.

O acidente aconteceu na Avenida Argemiro de Figueiredo, bairro do Bessa, em João Pessoa. Durante uma blitz da Operação Lei Seca, Diogo Nascimento, que realizava fiscalização, foi atropelado por Rodolpho. Segundo testemunhas, ele não obedeceu a ordem de parada e dirigia em alta velocidade.

Rodolpho Gonçalves Carlos da Silva é filho do empresário Ricardo Carlos e neto do empresário José Carlos da Silva Júnior.



Prisão revogada por desembargador

O acusado de atropelar o agente do Detran, durante uma blitz da Operação Lei Seca, teve a prisão temporária revogada depois que o desembargador João de Brito Pereira Filho concedeu, na madrugada de ontem, salvo-conduto em favor do acusado, ou seja, ele não pode mais ser preso como havia sido decretado pela juíza Andréa Arcoverde, no mesmo dia. Rodolpho deve se apresentar à Polícia Civil esta semana, segundo o advogado de defesa Sheyner Asfora.

O delegado de Defraudações e Falsificações, Lucas Sá, lamentou a decisão, "Apesar de todos

os esforços empreendidos pelas forças de segurança após a cruel tentativa de homicídio praticada contra o agente da Operação Lei Seca, Diogo Nascimento, ocorrida na madrugada deste sábado, a defesa do acusado conseguiu a concessão de um salvo-conduto ao suspeito Rodolpho Gonçalves Carlos da Silva, poucas horas após a Polícia Civil ter conseguido a decretação de sua prisão temporária", disse, Rodolpho responderá em liberdade o crime praticado.

"A defesa do acusado preparou um documento para a Polícia Civil, informando que o suspeito estava

'muito abalado psicologicamente' e que iria apresentá-lo nos próximos dias, objetivando nitidamente 'livrar o flagrante' e dificultar as investigações do crime praticado", criticou Lucas Sá.

No salvo-conduto 01/2017, o desembargador afirma que Rodolpho não pode ser preso "por entender não existir justa causa a justificar o cerceamento do direito de locomoção, ressalvados fatos novos justificadores da medida extrema durante a instrução". O documento é, inclusive, assinado pelo próprio acusado, às 3h deste domingo.

A reportagem questionou o advogado Sheyner Asfora se seu cliente havia ingerido bebida alcoólica e, se não, qual seria a justificativa para acelerar o veículo e fugir da blitz. "Ainda não tivemos contato. Ele vai se apresentar no início desta semana, mas não sei se será na segunda", afirmou. Asfora disse que está colhendo alguns depoimentos e que, por enquanto, não poderia dar mais informações sobre o caso. O advogado garantiu ainda que Rodolpho está em João Pessoa.

ANEXO B – matéria completa 02 de fevereiro de 2017

JA CIDADES Paraíba, 2 de fevereiro de 2017 3



Ricaço em casa e pobre no Roger

DOIS PESOS? Rodolpho Carlos continua solto e flanelinha tem prisão decretada

▲Menos de 24 horas depois de atropelar um idoso no bairro do Varadouro, em João Pessoa, o flanelinha Antônio Avelino dos Santos, enfrentou uma audiência de custódia no Fórum Criminal e já foi conduzido para o presídio do Roger.

O flanelinha atropelou um idoso ao manobrar um carro em um estacionamento, no Centro da Capital. O caso gerou uma inevitável comparação com a morte do agente da Lei Seca, Diogo Nascimento, cujo acusado, o estudante Rodolpho Carlos da Silva, membro de uma família rica, não foi preso em momento algum.

Antônio Avelino foi preso em flagrante na segunda-feira e, ontem, na audiência de custódia, foi mandado para o presídio do Roger, para cumprir uma prisão preventiva, por tempo indeterminado. Para o advogado criminalista Abraão Beltrão, a condição econômica de contratar advogados em tempo hábil para conseguir um habeas corpus, fez a diferença entre os casos.

De acordo com o processo, Antônio Avelino dos Santos lavava carros na Praça Pedro Américo, no Centro de João Pessoa, quando o proprietário de um carro o entregou as chaves para que fosse feita a lavagem interna. Em dado momento, o flanelinha decidiu posicionar o carro de uma forma que facilitasse a lavagem. Sem ser condutor habilitado, ser ter costume de dirigir veículo de câmbio automático e com o agravante de ter ingerido bebida alcoólica, Avelino perdeu o controle do veículo, subiu na calçada, atropelando Wilson José dos Santos, de 73 anos, que sofreu fratura exposta e morreu horas depois no hospital.

ANEXO C – matéria completa 25 de abril de 2017



Rodolpho tá na cadeia

CASO DIOGO. Acusado de matar agente da Lei Seca teve a prisão decretada

▲ Passava das 17h de ontem e Rodolpho da Silva Carlos tomava uma cervejinha, na varanda de seu apartamento, no 15º andar, com vista panorâmica para o mar de Manaíra, na Capital, quando agentes da Delegacia de Homicídios entraram e deram voz de prisão, apresentando o mandado expedido uma hora

antes pelo juiz Marcos Williams, do 1º Tribunal do Júri.

O cenário da prisão foi descrito pelos policiais, que ainda lembraram a surpresa de Rodolpho ao perguntar: "Quem foi que assinou isso (o mandado de prisão)?" Sob gritos de protesto de amigos e familiares do agente Diogo, o preso deu entra-

da na carceragem da Central de Polícia, no bairro do Geisel, por volta das 19h.

Rodolpho responde a uma ação penal, acusado de homicídio triplamente qualificado, contra o agente da Operação Lei Seca, Diogo Nascimento, na madrugada do dia 18 de janeiro deste ano.

No mesmo dia do fato, a Justiça de primeira instância decretou a prisão preventiva do estudante mas, em menos de 24 horas, a decisão foi derrubada pelo desembargador João de Brito Pereira, do Tribunal de Justiça da Paraíba (TJPB), que concedeu um habeas corpus ao investigado.

Medida para garantir instrução

A decisão sobre o novo pedido de prisão só foi tomada ontem, pelo juiz Marcos Williams, já que o habeas corpus concedido precisava ser julgado pelo TJPB. No início do mês de março, o Tribunal tomou sem efeito o habeas corpus e abriu caminho para uma nova decisão sobre a prisão de

Rodolpho. O juiz decidiu que solto, Rodolpho pode comprometer a instrução do processo, a geração de provas. "A Justiça também mostrou para a sociedade que rico também vai pra cadeia, que isso não acontece só com pobres", disse a promotora Artemise Leal, que atua no caso.

Comemoração e tensão na Central

Eufóricos, os familiares de Diogo comemoraram a decisão da Justiça. "Eu passei a tarde no Fórum, esperando que o juiz desse o despacho. Quando recebi a notícia, fiquei sabendo também que ele já estava preso. Deus é justo e nos deu essa vitória", disse Marcela Souza, viúva do agente. Mas, em pouco tempo, a alegria do grupo que festejava a prisão, deu lugar à revolta, ao ver a viatura chegar, trazendo Rodolpho

Carlos. Os agentes tiveram trabalho para conseguir desembarcar o preso e o fizeram às pressas, para evitar que houvesse algum contato entre o preso e os familiares da vítima.

Os familiares e a imprensa ainda estavam na Central de Polícia quando chegaram os advogados de defesa de Rodolpho, para iniciar os trabalhos no sentido de conseguir um segundo relaxamento da prisão.

Marvin, amigo de Patrick, é suspeito de estupro

Após ser acusado de participar do planejamento da chacina que matou uma família na Espanha, o jovem Marvin Henriques, de 18 anos, amigo de Patrick Gouveia, agora está sendo investigado por suspeita de estupro de vulnerável na cidade de João Pessoa. A denúncia foi feita na última quarta-feira (19) pela mãe da suposta vítima de estupro na Delegacia da Mulher. A Delegacia de Infância e Juventude investiga o caso. De acordo com a Delegada da Infância e Juventude, Joana D'arc Sampaio, a garota, de 13 anos, realmente se relacionou sexualmente com Marvin com consentimento dela pela garota, contudo afirmou que se trata

de um caso de estupro de vulnerável, que acontece quando a vítima é menor de 14 anos.

Segundo a delegada, os dois se conheceram na praia e seria a terceira vez que os dois tiveram relações sexuais. A delegada disse que a mãe descobriu o caso quando os dois estavam no carro. A delegada afirmou ainda que não sabe desde quando estava acontecendo o envolvimento entre a menina e Marvin e que ainda vai ouvir as partes para saber.

A delegada Joana D'arc disse que está aguardando o resultado dos exames, mas que independente de qualquer coisa o acusado será indiciado.

ANEXO D – matéria completa 26 de abril de 2017

CIDADES | Paraíba, 26 de abril de 2017 | 3

Rodolpho é o novo hóspede do PB1

CASO DIOGO. juiz manda acusado para presídio em Jacarapé

▲ “Estou fazendo essa audiência apenas porque a lei manda. Mas acho um perda de tempo e um retrocesso, ter que vir aqui para colocar em discussão a decisão tomada por mim mesmo, de mandar prendê-lo. Quem discordar que entre com recursos, mas enquanto eu estiver presidindo este Tribunal irá prevalecer o meu entendimento jurídico”. Foi assim que o juiz Marcos William de Oliveira iniciou a audiência de custódia de Rodolpho Carlos da Silva, realizada na tarde de ontem, que terminou com a manutenção da prisão preventiva e o encaminhamento dele para o presídio de segurança máxima PB1, que fica no bairro de Jacarapé. Rodolpho é acusado de atropelar e matar o agente Diogo Nascimento, em uma blitz da operação Lei Seca, em janeiro deste ano.

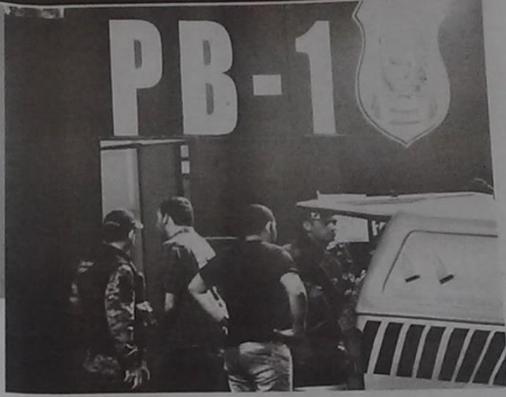
Um dos advogados tentou incluir no debate a ação de amigos do agente Diogo, que estavam na Central de Polícia na hora em que Rodolpho chegou e gritaram em protesto contra ele. “Houve um momento em que fiquei com medo de ser agredido, porque bateram no carro e tentaram quebrar o carro”, disse o acusado, ao responder seu advogado. “Foram os policiais que mandaram essas pessoas gritarem? Os policiais deixaram as pessoas baterem em você? Se não, esse assunto não cabe aqui”, retrucou Marcos Williams, interrompendo a resposta de Rodolpho.

Ao ver que não conseguia emplacar as tentativas de criação de um fato, que colocasse Rodolpho como vítima, durante a prisão, a defesa partiu para outra estratégia: tentar evitar que o estudante fosse enviado para um presídio, já que o juiz havia deixado claro que não discutiria a prisão preventiva, decretada por ele mesmo.

Um dos advogados propôs que o acusado fosse para um batalhão da Polícia Militar ou dos Bombeiros, mesmo sem ter curso superior, alegando que as manifestações contra ele, que tem ocorrido nas ruas, poderiam influenciar os outros presos e Rodolpho ser agredido dentro do presídio.

O pedido foi rejeitado pelo Ministério Público e também pelo juiz, que determinou a ida do estudante para o PB1. “Vou fazer recomendações à direção do presídio para que mantenham você em uma sela mais segura”, disse o magistrado.

Ele teme sofrer agressões



ANEXO E – matéria completa 25 de janeiro de 2017

4 Paraíba, 25 de janeiro de 2017 CIDADES



O silêncio do atropelador

MORTE DE AGENTE. Rodolpho Carlos se apresenta calado; PC vai reconstituir o crime

▲ Muita revolta e tumulto após a saída de Rodolpho Gonçalves Carlos da Silva, 24 anos, da Delegacia de Crimes contra a Pessoa, na manhã de ontem, em João Pessoa. Ele foi intimado pela Polícia Civil a depor sobre o atropelamento e morte do agente de trânsito, Diogo Nascimento Sousa, 34 anos, durante uma blitz da Operação Lei Seca, na madrugada do último sábado, no bairro do Bessa, na Capital.

O trabalho de investigação está sendo conduzido pela Delegacia de Crimes contra a Pessoa (Homicídios) da Capital, que nos próximos dias vai intimar novamente o suspeito a fim de realizar uma reprodução simulada do crime. “A realiza-

ção da reprodução simulada pode justamente corroborar com os depoimentos já colhidos, sendo difícil então que outra versão para os fatos seja apresentada”, explicou.

Apesar de todas as perguntas terem sido feitas pelos dois delegados responsáveis pelo caso, o condutor do veículo se reservou o direito de ficar em silêncio e disse que só falaria em juízo. Rodolpho Carlos saiu aos gritos de “assassino”, “bandido” e “criminoso” ditos por familiares e amigos. Embora estivesse marcado o depoimento para as 10h de ontem, o suspeito de atropelar e matar o agente de trânsito da Operação Lei Seca chegou uma hora mais cedo.

O Interrogatório durou quase uma hora e Rodolpho Carlos ficou em silêncio diante das perguntas e disse que falaria apenas em juízo, segundo informou o superintendente regional da Polícia Civil, Marcos Paulo Vilela.

“Ele aparentemente estava muito tranquilo. Olhando nos olhos nosso, meu e do outro delegado, doutor Reinaldo Nóbrega e sempre dizia se reservaria ao silêncio. Evidentemente isso orientado. Uma estratégia da defesa. Uma orientação dos seus advogados, mas o tempo todo muito tranquilo”, disse Marcos Paulo Vilela. Rodolpho Carlos estava acompanhado de dois advogados.

Sobre o depoimento, o delegado Marcos Paulo Vilela informou que foram feitas várias perguntas.

“Em todas ele se reservou o direito de ficar em silêncio. Isso é uma garantia constitucional e a gente tem que respeitar, mas todas as perguntas foram consignadas no interrogatório do tipo: se ele confessava que era ele que dirigia o carro naquele momento. Ele se reservou o direito de ficar em silêncio. Como também se ele tinha feito alguma ingestão de bebida alcoólica, enfim, em todas as perguntas foram feitas e ele silenciou a todas”, afirmou, acrescentando que passou o caso para o delegado titular de Homicídios, Reinaldo Nóbrega que vai presidir o inquérito.

ANEXO F – matéria completa 23 de janeiro de 2017

4 | Paraíba, 23 de janeiro de 2017 | CIDADES

Agentes não farão blitz hoje

REAÇÃO. Categoria está em choque com morte de colega



▲ Os agentes de policiamento do Departamento Estadual de Trânsito da Paraíba (Detran-PB) publicaram nota em que repudiam a decisão do desembargador Joás de Brito Pereira Filho, emitida na madrugada de ontem. Ele concedeu habeas corpus à Rodolpho Gonçalves Carlos da Silva, principal suspeito no caso do atropelamento do agente de policiamento Diogo Nascimento de Souza. Também na tarde de ontem, o órgão realizou uma reunião secreta na sede do sindicato para divulgar ações que serão realizadas nos próximos dias como protesto e pedindo que a justiça seja feita com

a prisão do acusado. Em função do choque causado pela morte do colega, outros agentes não realizarão blitz hoje.

O superintendente do Detran-PB, Agamenon Vieira, afirmou que existe a possibilidade de uma paralisação ou greve em sinal de protesto contra a decisão do desembargador, mas essas ações só serão confirmadas na manhã de hoje, quando os serviços estarão prejudicados em função das deliberações que serão feitas também durante expediente. “Nos próximos dias não teremos condições de realizarmos blitzes, ninguém tem con-

dições para isso, mas as operações serão retomadas”, conta. Ontem, durante o dia, uma mensagem circulava pelo WhatsApp afirmando que os agentes não iriam mais parar ninguém nas operações, porém a notícia foi desmentida.

“Não se espera, de maneira alguma, o cerceamento do direito de defesa do acusado, mas também, não se espera nenhum grau de parcimônia por parte do poder judiciário com relação à conduta criminosa por ele praticada. Sendo assim, os agentes de policiamento do Detran-PB e todos os envolvidos direta e indiretamente com a Operação

Lei Seca na Paraíba, clamam para que o caso seja tratado de maneira isonômica, e que o cidadão Rodolpho Gonçalves Carlos da Silva, independente de classe, cor, raça ou condição financeira, responda por suas condutas como estão sujeitos todos os cidadãos brasileiros”, diz o documento.

No momento do atropelamento, o agente encontrava-se em exercício da função, coordenando a equipe da Operação Lei Seca durante blitz realizada no Bessa, quando foi brutalmente atropelado pelo motorista, que tentava escapar da abordagem.

ANEXO G – matéria completa 12 de maio de 2017

4 Paraíba, 12 de maio de 2017 CIDADES



Rodolpho tá de volta às ruas

FORA DO PB1. Justiça manda soltar acusado da morte do agente Diogo Nascimento

▲ Rodolpho Carlos da Silva, acusado de matar o agente da Lei Seca, Diogo Nascimento, já está solto. O Tribunal de Justiça da Paraíba julgou favorável o pedido habeas corpus impetrado pela defesa. Por 2 votos a 1, a Câmara Criminal do TJ concedeu liberdade ao acusado, que estava preso desde o último dia 24. Horas depois da sessão do TJ, Rodolpho deixou o presídio PB1, no bairro de Jacarapé, na Capital, onde passou 17 dias. A decisão de libertar Rodolpho foi tomada na tarde de ontem, quando o TJPB analisou o mérito do habeas corpus apresentado pela defesa no último dia 26, dois dias após o estudante ser preso.

Na abertura da sessão, o relator do processo, desembargador Carlos Martins Beltrão Filho votou pela manutenção da prisão, mas foi vencido com os votos dos desembargadores Marcio Murilo da Cunha Ramos, que votou contrário ao relator e Luiz Silvio Ramalho, que acompanhou a decisão de Márcio.

Convocado para substituir o desembargador Arnóbio Alves Teodósio, durante as férias, o juiz Marcos William está integrando a Câmara Criminal, mas ficou impedido de votar no julgamento do HC, por ter sido o juiz que decretou a prisão de Rodolpho. Em poucas palavras, ele lamentou o resultado da sessão. “Infelizmente não pude votar”, disse. O relator Carlos Beltrão e o desembargador Márcio Murilo, não quiseram comentar a decisão.

“Infelizmente não pude votar”

Na hora da prisão ele tomava uma

A prisão preventiva de Rodolpho Carlos tinha sido decretada pelo juiz Marcos William de Oliveira, titular do 1º Tribunal do Júri da Capital, na tarde do dia 24. Horas depois, o acusado foi preso pela Polícia Civil, sendo encontrado tomando cerveja na varanda do apartamento onde mora, no 15º de um prédio, na praia de Manaíra. Passou pela audiência de custódia, no dia seguinte, quando teve a prisão mantida e foi levado para do Fórum Criminal direto para o PB1.

A preocupação dos assistentes

A decisão tomada ontem pelo TJPB deixou os assistentes da acusação temerosos que o processo caia em uma lentidão. “Com ele preso, o trâmite seria diferente, porque os réus presos têm prioridade. Agora, teremos essa primeira audiência, porque já está marcada para o próximo dia 26. Mas depois disso, não sabemos mais o que vai acontecer”, disse o advogado Luiz Pereira.

No entanto, ele destacou que a prisão já foi uma vitória para a família da vítima. “De certa forma essa decisão de hoje (ontem) já era esperada porque, ao mandar soltar um flanelinha que responde por igual processo, o TJ criou um argumento para libertar Rodolpho. Em todo caso, esses dias de prisão foram suficientes para ele e a família dele perceberem que não são inatingíveis. Que ele está passível de punição assim como qualquer outra pessoa”, concluiu.

ANEXO H – matéria completa 24 de janeiro de 2017

4 | Paraíba, 24 de janeiro de 2017 | CIDADES

Comoção no enterro do agente

DESPEDIDA. Familiares e amigos pediram justiça para Diogo Nascimento



Comoção e cobrança por justiça marcaram o velório e o enterro do agente do Departamento Estadual de Trânsito da Paraíba (Detran), Diogo Nascimento Sousa, de 34 anos, que morreu no último domingo após ser atropelado enquanto fazia uma blitz da Lei Seca, no bairro do Bessa, em João Pessoa, na madrugada do sábado. Ele era casado e pai de dois filhos.

O corpo do agente foi velado no ginásio da Escola Técnica do Estado, no bairro de Mangabeira, e contou com a presença de servidores do Detran e de outros órgãos de trânsito do Estado, como a Superintendência de Mobilidade Urbana da capital e do município de Cabedelo, Batalhão de Policiamento de Trânsito e Polícia Rodoviária Federal. Por volta das 16h, o corpo de Diogo Nascimento foi levado para o cemitério em um caminhão do Corpo de Bombeiros, acompanhado por batedores e vários carros.

O sepultamento de Diogo Nascimento ocorreu sob forte comoção de familiares e amigos por volta às 16h50, com muitos aplausos e cobrança por justiça para a punição de Rodolpho Gonçalves Carlos da Silva, que dirigia o Porsche que furou a blitz e atropelou o agente.

Diogo Nascimento foi enterrado com honras militares, com direito a toque de silêncio. Em cima do caixão, foi colocada uma bandeira da Paraíba.

Familiares, amigos e colegas do Detran e de outros órgãos de trânsito, além de centenas de populares, acompanharam o sepultamento do corpo.

Apoio à família da vítima

O presidente do Sindicato dos Trabalhadores do Detran, José Vieira, adiantou que a equipe de advogados da entidade vai representar a família no inquérito policial que apura o caso. "Vamos apoiar a família no que for necessário. O nosso advogado já tomou conhecimento do caso e vai representar a família na Justiça. Esse crime não pode ficar impune", afirmou.

O presidente do Sindicato dos Trabalhadores do Detran-PB, José Vieira, informou que ainda essa semana, a entidade se reunirá com a diretoria do Departamento para que tomem providências para que ocorrências como a que aconteceu no sábado não se repita.

"Nós vamos acionar também a nossa equipe de advogados para ajudar a família porque isso não foi um acidente de trânsito. Isso foi um crime. Isso foi um crime premeditado queria realmente matar e foi o que ele fez, mas vamos tomar as providências de Deus e também dos homens", revelou, destacando que já foram registradas situações de atropelamentos em blitz, mas nenhuma delas chegou ao ponto de uma morte de um agente.



