

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

A REPRESENTAÇÃO DA POLÍCIA MILITAR DE MINAS GERAIS
NO “SUPER NOTÍCIA”, O JORNAL MAIS LIDO PELOS MINEIROS

Juiz de Fora
Março de 2011

Marise Baesso Tristão

A REPRESENTAÇÃO DA POLÍCIA MILITAR DE MINAS GERAIS
NO “SUPER NOTÍCIA”, O JORNAL MAIS LIDO PELOS MINEIROS

Dissertação apresentada no Programa
de Pós-Graduação em Comunicação
da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Christina Ferraz Musse

Juiz de Fora
Março de 2012

Tristão, Marise Baesso.

A representação da Polícia Militar de Minas Gerais no “Super Notícia”:
o jornal mais lido pelos mineiros/ Marise Baesso Tristão.
– 2012.

165 f. : il.

Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Universidade Federal de
Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012.

1. Jornalismo impresso. 2. Jornalismo popular. 3. Identidade. 4.
Representação. 5. Polícia Militar. I. Título.

Marise Baesso Tristão

A representação da Polícia Militar de Minas Gerais no
“Super Notícia”, o jornal mais lido pelos mineiros

Dissertação apresentada no Programa de Pós-graduação em Comunicação (Mestrado) da UFJF

Orientadora: Profa. Dra. Christina Ferraz Musse

Dissertação aprovada em 15/03/2012 pela banca composta pelos seguintes membros:

Profa. Dra. Christina Ferraz Musse (UFJF) - Orientadora

Prof. Dr. Márcio Simeone Henriques (UFMG) - Convidado

Prof. Dr. Wedencley Alves Santana (UFJF) - Convidado

Juiz de Fora
Março de 2012

*“O jornalismo é uma representação discursiva
da vida humana na sua diversidade de vivências e ideias.”*

Jorge Pedro Sousa

Dedicatória:

Dedico esta obra ao meu filho Miguel, pela compreensão e pelo amor de sempre. Muitas vezes, enquanto eu estudava e escrevia, ele brincava dentro de casa, esperando o dia em que o meu tempo seria mais seu...

Ao meu companheiro de mais de duas décadas, Gil, pelo amor e carinho de sempre. Também pela presença e as discussões, que me fortaleceram no caminho. Pelas palavras e mensagens de otimismo quando eu mais precisava. Enfim por estar sempre ao meu lado.

Aos meus pais, Rita e Jorge, que sempre me estimularam a estudar e me ensinaram a não ter horizontes quando o assunto é o conhecimento. Minha mãe, com toda a sua garra, e meu pai, com sua sabedoria e curiosidade abertas para o mundo...

À minha tia Bebeth pela generosidade de sempre; aos meus irmãos, Mário e Júnia, companheiros de todas as horas; aos meus sobrinhos Aline e Davi, que acompanharam parte deste trabalho de perto. À pequena Luiza, minha sobrinha e afilhada. Também aos meus cunhados Alessandro e Solange.

Às minhas tias Maria e Elza, que foram muito importantes neste percurso até aqui.

Aos meus primos, Guilherme e Ana Luiza, que são como irmãos.

Agradecimentos:

A Deus, em primeiro lugar e sempre. Foram muitos os momentos difíceis, mas, com sua infinita força, tudo foi, é e sempre será possível.

À minha querida orientadora, Christina Musse, com quem foram muitas as conversas, as dúvidas, as mudanças de textos, os questionamentos para chegarmos até aqui. Christina sempre paciente e generosa, tendo colocado toda a sua biblioteca à minha disposição. Muito obrigada.

Ao professor Márcio Simeone Henriques pela gentileza de ter participado de forma brilhante da minha Qualificação e por, novamente, ter aceitado o convite para a Banca. Suas obras foram peça fundamental para esta dissertação.

Ao professor Wedencley Alves, a quem confiei as minhas angústias desde antes de ser aprovada no mestrado. Você sabe o quanto eu o admiro e como nossas conversas sobre violência, polícia, medo e muitas outras foram importantes nesta caminhada.

Ao professor Paulo Roberto Figueira Leal pelos ensinamentos em sala de aula, pela conduta ética, pela capacidade de ser um mestre generoso e que fascina a todos os alunos e ainda pelas colaborações e orientações dadas durante a minha Qualificação.

À amiga Fernanda Sanglard, companheira de viagens aos congressos, parceira de artigos e também aquela que sempre soube ouvir meus lamentos.

Ao professor André Moysés Gaio, a quem muito admiro e respeito e que muito me ensinou, trazendo-me o despertar para o mundo acadêmico.

À professora Cláudia Lahni, que me possibilitou novos olhares sobre o mundo, que me permitiu conhecer autores brilhantes e me fez repensar velhos conceitos.

À professora Iluska Coutinho e também à Ana Cristina pela eficiência e dedicação.

À professora Vera Malaguti Batista, atenciosa ao enviar material tão rico para esta produção.

A todos os meus colegas do mestrado, com quem tivemos calorosas discussões em sala de aula. Que saudade! Aos alunos com quem cursamos disciplinas isoladas e que foram muito importantes para abrir as portas do mundo acadêmico: Jonathan e Fernanda Coelho. Também à Fran, pesquisadora do jornalismo popular, que muito contribuiu com seus estudos.

Às pessoas com quem trabalho no jornal Tribuna de Minas, principalmente àquelas que permitiram que eu realizasse o sonho do mestrado. Paulo César, que ainda me incentivou por todo o percurso, Denise, Lilian, Gabriela e Jacqueline, o meu muito obrigada a vocês. Também aos repórteres da Editoria de Geral e à Simone, obrigada pela compreensão. Ao Guilherme e à Mariana, que me deram uma força na etapa final. À Daniela, pelas palavras de força sempre, e à Jeane, por levar os jornais da banca para mim. À Lucilene, pela gentileza de se dispor a fazer a revisão desta obra. Valeu, companheiros!!

À Lúcia, com quem pude contar em minha casa, para cuidar de minha família, enquanto passava horas no computador.

Resumo

Esta dissertação objetiva revelar a representação da Polícia Militar de Minas Gerais no “Super Notícia”, periódico fundado em 2002, que se enquadra na linha do jornalismo popular e tornou-se o veículo impresso mais vendido no país, mas com circulação restrita aos municípios mineiros. Para a avaliação do objeto de estudo, foi utilizada a Análise de Conteúdo, proposta por Laurence Bardin. Foram analisados 91 jornais, no período de abril a junho de 2010. Partindo das questões identitárias e das narrativas jornalísticas, o estudo utiliza-se de autores dos Estudos Culturais, do Interacionismo Simbólico e das Teorias do Jornalismo para mostrar a importância da mídia, notadamente do jornalismo, no processo de construção das representações sociais. O trabalho também mostra as características e as trajetórias do jornalismo impresso popular no país até chegar ao modo como as ações policiais militares são representadas neste tipo de imprensa, especificamente no diário analisado.

Palavras-chave: jornalismo impresso; jornalismo popular; identidade; representação; Polícia Militar

Abstract

This essay aims to reveal how Minas Gerais police is represented in "Super Notícia", a popular journalism publication founded in 2002, which became the best selling newspaper in the country, although distributed only in cities of Minas. To evaluate the object of study, we used the content analysis procedures proposed by Laurence Bardin. Ninety one daily issues, published from April to June 2010, were analyzed. Starting with identity subjects and journalistic narratives, the study quotes authors of Cultural Studies, Symbolic Interaction and Theories of Journalism to show the importance of the media, especially journalism, in the process of helping to build social representations. The paper also presents the characteristics and trajectories of popular journalism in the country, to reach the way the police actions are represented in this type of press, specifically in the newspaper analyzed.

Keywords: newspaper, popular journalism, identity, representation, police

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. DA QUESTÃO DAS IDENTIDADES ÀS NARRATIVAS JORNALÍSTICAS.....	16
1.1 A MÍDIA E AS NARRATIVAS IDENTITÁRIAS.....	17
1.2 FATORES QUE INTERFEREM NA CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA.....	24
1.3 VALORES-NOTÍCIA: UMA MANEIRA DE VER O MUNDO.....	26
1.4 A PERSONALIZAÇÃO E A DRAMATIZAÇÃO DAS NARRATIVAS.....	30
1.5 OS MODOS DE “DIZER” E DE PASSAR VERACIDADE NO JORNALISMO.....	34
1.6 O TEMPO, O ESPAÇO E A FRAGMENTAÇÃO DA NARRATIVA.....	37
1.7 O ENQUADRAMENTO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO.....	39
2. JORNAIS POPULARES E JORNAIS DE REFERÊNCIA.....	44
2.1 O QUE PODEMOS CHAMAR DE POPULAR NO CAMPO JORNALÍSTICO.....	44
2.2 AS VERTENTES TRADICIONAL E POPULAR.....	48
2.3 O QUE HÁ DE PRÓXIMO ENTRE AS DUAS VERTENTES.....	52
2.4 O SENSACIONALISMO E O SENSACIONAL NO JORNALISMO: O <i>FAIT DIVERS</i> COMO PRINCIPAL INGREDIENTE.....	58
2.5 A ESPETACULARIZAÇÃO NA MÍDIA.....	62
3. POLÍCIA MILITAR DE MINAS GERAIS E “SUPER NOTÍCIA”: FONTE E OBJETO DE ESTUDO.....	65
3.1 A INSTITUIÇÃO POLÍCIA COMO ORGANISMO DA ORDEM.....	66
3.2 A POLÍCIA MILITAR DE MINAS GERAIS.....	69
3.2.1 A representação da PMMG por ela mesma.....	74
3.2.2 A representação da polícia na mídia impressa.....	77
3.3 “SUPER NOTÍCIA”: UM FENÔMENO DE VENDA NO ESTADO.....	83
3.4 ANÁLISE.....	90
3.4.1 Metodologia: a Análise de Conteúdo.....	91
3.5 ANÁLISE QUANTITATIVA E QUALITATIVA DO JORNAL.....	96
3.5.1 Manchetes de capa: temas e enquadramentos.....	97
3.5.1.1 <i>Menção à PMMG nas manchetes: visibilidade.....</i>	<i>98</i>
3.5.1.2 <i>Menção às polícias em geral sem especificações nas manchetes.....</i>	<i>100</i>

<i>3.5.1.3 Menção nas manchetes a ações praticadas por organismos da ordem.....</i>	<i>107</i>
3.5.2 Imagens de capa para reforçar a narrativa da ordem.....	109
3.5.3 Além da manchete, o que dizem as chamadas de capa sobre a PM.....	112
3.5.4 A PMMG presente na “Notícia do Dia”.....	125
3.6 A PMMG NO “SUPER NOTÍCIA”.....	144
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	149
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	155
APÊNDICE.....	161
ANEXOS.....	166

INTRODUÇÃO

A forma como o espaço destinado à criminalidade urbana foi crescendo nas últimas décadas nas sociedades, ganhando lugar de destaque na mídia e preocupação nas mentes, sempre nos provocou inquietação. Apesar de o crime estar, em qualquer época, entre os assuntos de maior visibilidade nos veículos de comunicação, por seu próprio valor como notícia, a mídia passou a focar, com ainda mais intensidade, o tema, interferindo na maneira como os cidadãos o percebem. Estudo divulgado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)¹, em dezembro de 2011, aponta que o maior problema do país na percepção do brasileiro é a violência, atrelada à questão da segurança, ou seja, a preocupação com o crime violento. Para 23% dos brasileiros, o maior temor é a violência/segurança, seguido pela saúde (22,3%). Corrupção (13,7%) e desemprego (12,4%) aparecem como o segundo conjunto mais citado. Educação fica com 8%, e a pobreza/fome foi mencionada por 6,1% dos entrevistados. A pesquisa não faz referência ao fator mídia, mas acreditamos que esta variável seja uma das responsáveis por essa percepção, principalmente quando evidencia determinados tipos de crime com certa frequência. Afinal, a maneira como enxergamos o mundo é permeada pela visão dos meios de comunicação e, em alguns casos, preferencialmente por eles. Quando a mídia foca determinados assuntos prioritariamente direciona o público a um tipo de anseio, diminuindo a visibilidade para outros enquadramentos. No entanto, sabemos que ela não é a única variável responsável por esta construção.

Esta dissertação não tem como foco direto a criminalidade em si, mas a representação na mídia da Polícia Militar de Minas Gerais (PMMG), cujo trabalho está atrelado ao combate ao crime. Antes de chegarmos a ela, porém, passaremos, de início, às questões relacionadas às identidades, porque entendemos que a imagem das forças policiais está diretamente relacionada com o que a imprensa divulga sobre elas, o que também contribui com a forma como o crime ou as questões de segurança são percebidos pela sociedade. Por isso, estudar a representação de uma corporação policial nos veículos de comunicação induz que pensemos nas construções identitárias formuladas a partir das repercussões sociais das coberturas jornalísticas. O nosso olhar sobre as identidades e outras questões aqui presentes se fundamentará no caminho dos Estudos Culturais e do Interacionismo Simbólico.

Apesar da existência de outras instituições policiais, como são corporações que se destinam prioritariamente a investigações, entre outros atributos mais distantes do cidadão

¹ Pesquisa “Percepção sobre pobreza: causas e soluções”, realizada com 3.796 pessoas, entrevistadas no período de 8 a 29 de agosto de 2011. (www.ipea.gov.br)

comum, entendemos que é a Polícia Militar aquela que também está mais próxima da criminalidade, que, por seu valor-notícia, como dissemos, está tão perto do dia a dia das redações. É neste ponto que nos debruçamos neste trabalho, porque a representação da PMMG se dará a partir do resultado desta relação entre a imprensa e esta instituição pública. Acreditamos que o público apreende mais o que é esta corporação pelo que é divulgado na mídia do que pela maneira que ela gostaria de ser representada e do que a instituição diz ser.

Em geral, o contato inicial da redação de jornal com a informação policial, com os registros da criminalidade urbana, tornou-se restrito à sala da Polícia Militar destinada à imprensa. Claro que os repórteres estão nas ruas, frequentam as delegacias da Polícia Civil, recebem denúncias da comunidade, ouvem vítimas que se apresentam e observam realidades que acabam se expondo, mas, partimos do pressuposto de que o sustentáculo diário da informação criminal que chega aos jornais tem origem nas salas de imprensa policiais. Antes, com o repórter manuseando dezenas, centenas de boletins de ocorrências de papel. Agora, com o repórter tendo acesso apenas às ocorrências consideradas “de destaque” pelos próprios agentes da corporação que trabalham na assessoria de comunicação organizacional.

Se as organizações em geral se preparam para trabalhar com a imprensa, marcam horários para atender repórteres, fazer coletivas, organizam o ambiente com logomarcas, enfim, criam a cena e chamam para o “espetáculo midiático”, não podia ser diferente com esta instituição, que, cada vez mais, cria regras e normas para lidar com jornalistas. Ora, quem sabe o que a sociedade quer ou precisa saber sobre a criminalidade violenta? Quem decide os destaques que vão interessar a um veículo de comunicação?

Entendemos que tratar de polícia, então, é um caso de política. Criam-se políticas para que este problema, que tanto aflige e interessa, seja controlado. Mas, se a criminalidade recrudescer, é preciso saber lidar com os fatos, com os índices de assaltos, com os números de crimes contra a vida, principalmente os homicídios; é necessário criar estratégias para aumentar a vigilância e reduzir a sensação de insegurança. Se a mídia divulga, se o assunto negativo ganha a manchete, pode ser um indício de que a política de combate a determinado tipo de criminalidade violenta “visível” não anda tendo resultados. A questão, então, ganha, cada dia mais, uma dimensão política, diante da pressão de uma sociedade civil que aponta para a violência/segurança pública como o problema que mais percebe. Neste cenário, cresce a relevância deste estudo, levando-se em conta a relação deste tema com a Polícia Militar, instituição que está nas ruas com o objetivo de prevenir e reprimir a desordem.

Neste estudo, gostaríamos de entender a construção destes acontecimentos na mídia, mas não de uma maneira qualquer. Para isso, buscaremos compreender um ângulo que

consideramos ainda pouco explorado academicamente. O viés que vai buscar compreender como a mídia constrói a representação desta Polícia Militar, sendo ela própria uma das principais responsáveis pela divulgação e desenho do cenário da criminalidade violenta urbana. Ora, se esta instituição é constituída para manter a ordem, como ela é representada midiaticamente, sabendo que é, ao mesmo tempo, fonte da notícia do desvio e cobrada para que faça o seu papel e contenha este comportamento desviante?

Apesar de aparentemente os interesses de mídia e PM serem diferentes, uma de nossas premissas é de que ambas se colocam, em geral, na mesma posição ao “olhar” para um determinado acontecimento, ou seja, ambas querem a manutenção da ordem. Desta forma, a mídia reforça a política vigente, legitimando ações e discursos das corporações policiais, que ganham, cada vez mais, a imagem de repressoras e são “aplaudidas”, por exemplo, quando realizam operações para prender criminosos que, muitas vezes, terminam em mortes “acidentais” de suspeitos, ganhando assim a complacência da população e dos meios de comunicação. Em outras ocasiões, a mídia reforça o pedido de mais ordem, mais segurança e mais policiamento. A nosso ver, isso ocorre, principalmente, quando as classes privilegiadas se indignam com algum fato ou situação e vão exigir dos organismos da ordem mais eficiência para punir a “desordem”. Acreditamos, também que, em algumas ocasiões, ambas se contrapõem, e o resultado pode ser a indignação do leitor contra o comportamento da corporação diante de determinada matéria. Isso acontece, por exemplo, quando a imprensa denuncia ações desviantes de integrantes da polícia que deveriam dar o exemplo e não o contrário.

Mas nossa questão é de que o discurso da PM, que seria o mesmo do governo ao qual a corporação é subordinada, sobressai, na maioria das vezes, sobre o de outros envolvidos (vítimas, suspeitos e até jornalistas), o que significa que as matérias nas quais a corporação aparece seriam construídas principalmente sob a versão desta instituição. No entanto, temos ciência de que não só o acontecimento, mas a forma como ele será embalado, ou seja, transformado na mercadoria notícia, será essencial para a representação da corporação.

Para esta análise, precisamos olhar o jornal e ver como ele mapeia as questões que envolvem a PM, ou seja, as relacionadas com a criminalidade, seja a prevenção ou a repressão. Para responder esses questionamentos escolhemos um veículo da mídia impressa, o “Super Notícia”, tabloide mineiro, que hoje é o periódico de maior vendagem no país, mesmo com circulação restrita aos municípios do estado. A escolha recai sobre o jornalismo impresso porque, apesar das modificações que os veículos vêm sofrendo, acreditamos que esta mídia mantém-se como importante ferramenta de informação no Brasil. Os maiores conglomerados

de comunicação do país ainda se ancoram nos jornais impressos e na televisão, que continuam como importantes formadores de opinião e definidores das agendas.

Vamos procurar a representação da Polícia Militar nas páginas deste jornal popular, que tem, nos assuntos ligados à criminalidade violenta, uma das bases de seu tripé, composto ainda por matérias de futebol e variedades. Mas, quando a ação policial é incorporada a determinadas temáticas, onde seu espaço é dividido, por exemplo, com o futebol, o sexo e as variedades, entendemos haver uma despolitização deste assunto. Assim, o crime que ganha destaque, em geral, neste veículo, são as tragédias, que se resumem nelas mesmas. Ou seja, um acontecimento “normal” tem seu contexto, tem sua história, enquanto o *fait divers*, como veremos, não tem. Em geral, ele vai provocar apenas sensações, como medo ou pena, não levando a qualquer conexão com o cenário coletivo ou a reflexão.

Para a análise do nosso objeto de pesquisa, buscamos amparo principal na Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin. Foram três meses de estudo do periódico, perfazendo um total de 91 exemplares, no período de abril a junho de 2011.

No primeiro capítulo, além das questões identitárias, trataremos daquelas relacionadas com as narrativas jornalísticas, que são construções da realidade social e não reflexos dela. Para isso, recorreremos à Teoria do Jornalismo, mencionando questões sobre valores-notícias, fatores que interferem na construção da notícia, personalização e dramatização da narrativa com o objetivo de aproximar texto e público e ainda simplificar a mensagem, as várias maneiras de dizer e as técnicas utilizadas nas redações de jornais. O capítulo se complementa chamando atenção para fatores que influenciam a narrativa, como o tempo, o espaço e a forma fragmentada de contar a realidade. Esta primeira parte se encerra com os enquadramentos midiáticos, e nela falaremos das formas prioritárias encontradas pela narrativa jornalística para destacar alguns pontos e silenciar outros.

No segundo capítulo, nosso foco é o jornalismo popular e suas diferenciações e aproximações do jornalismo de referência, encontrado nos veículos chamados de *quality paper* ou *mainstream*. A necessidade de detalharmos o jornalismo popular se deve ao periódico escolhido para a análise, que se encaixa nesta modalidade. Este fato foi essencial também na hora da definição do objeto de estudo, visto que o número de jornais surgidos nos últimos anos no Brasil com este perfil mostra uma abertura de leitores neste campo. Mesmo não sendo produtos voltados para a classe A, considerada pela maioria como principal formadora de opinião, são veículos em franco crescimento e com entrada em várias camadas sociais, principalmente nas classes C e D, representantes hoje de 55% da população brasileira. As principais temáticas também serão em relação à narrativa destes periódicos, cuja raiz é

diferente daquela dos veículos tradicionais. São jornais que apostam no texto mais romanceado e de sensações, tendo, ainda, no *fait divers*, o seu grande filão.

Finalmente, no terceiro capítulo, detalharemos a polícia como organismo da ordem urbana e a história da Polícia Militar de Minas Gerais, a representação da corporação por ela mesma e a representação do organismo polícia na imprensa em geral. Antes de chegarmos à análise em si, discorreremos sobre o “Super”, considerado um fenômeno de venda que, em menos de uma década, subiu da casa dos seis mil exemplares diários vendidos, para os mais de 330 mil.

Neste contexto, propomos as seguintes questões: que tipo de representação da Polícia Militar de Minas Gerais é sugerida a partir dos enquadramentos da cobertura jornalística do “Super”? Lembrando que a imagem que se tem de uma instituição é feita pela opinião pública, mas se baseia na representação que esta instituição recebe, em especial nos meios de comunicação. As matérias do “Super” que fazem referência à PMMG são construídas majoritariamente segundo a versão desta corporação? Há vozes dos suspeitos ou de outras pessoas da comunidade? Há um incentivo ao caráter repressivo da polícia? Para responder a estas questões, analisaremos as manchetes e chamadas de capa, as imagens e a “Notícia do Dia”, principal seção do tabloide.

Ressaltamos ainda que, além de algumas reflexões finais e das referências bibliográficas, esta dissertação inclui um apêndice com a entrevista realizada pela autora com o editor do “Super Notícia”, Rogério Maurício Pereira, e também, nos anexos, apresentamos uma edição completa do jornal, para que o leitor possa conhecê-lo.

1. DA QUESTÃO DAS IDENTIDADES ÀS NARRATIVAS JORNALÍSTICAS

As questões que dizem respeito às identidades vêm sendo tratadas de diferentes maneiras por vários autores e correntes desde o final do século XX e início deste século. Neste estudo, o tema será desenvolvido aos olhos de autores dos Estudos Culturais e do Interacionismo Simbólico, que entendem a identidade como um fenômeno simbólico, que emerge como construção social da realidade e é efetivada na vida cotidiana. Fenômeno esse que também tem relações com o poder e com as disputas ideológicas².

Em se tratando de estruturas e processos sociais, acreditamos, como Stuart Hall (2006), haver um declínio das velhas identidades, enquanto novas vão surgindo, influenciadas, muitas vezes, por processos de comunicação, que não são mais diretos, mas sim mediados. Estas mudanças passam a interferir na formação do indivíduo moderno, que já não se reconhece, tal como em anos passados. Com relação às identidades culturais, em um mundo globalizado, onde as previsões eram de que as questões locais perderiam espaço, elas ressurgem mais fortes, porém, mais fluidas e suscetíveis a novas possibilidades. No primeiro caso, estariam mais fortes porque seriam lembradas, a todo momento, como forma de pertencimento a um lugar. Por outro, seriam mais fluidas diante do afrouxamento das fronteiras, permitido pelas tecnologias, que aproximam e possibilitam que os territórios de pertença não sejam apenas os geográficos, mas também os ligados ao interesse e à cultura.

Consideramos ser importante iniciar nossa dissertação com esta temática porque a questão da identidade envolve outras que são pertinentes para o nosso estudo, como a mídia e a representação. No nosso caso, trabalhamos com a busca da representação midiática de uma corporação policial bicentenária, a Polícia Militar de Minas Gerais (PMMG). Instituição tradicional, sendo a mais antiga corporação policial criada no país, que possui uma hierarquia rígida e lemas que se mantêm conservadores. No entanto, ela está presente em um mundo em que, cada vez mais, as identidades são fluidas e liquefeitas, dependendo, para sua construção, por exemplo, do que é divulgado na mídia para ser recriada no imaginário social. Isso significa que os processos de valorização ou desvalorização da identidade policial no Brasil que ocorrem em determinados momentos da história vão promover um ajustamento de sentido

² Nesta dissertação, usaremos o termo ideologia com base no pensamento de Antonio Gramsci (1891-1937), que atribuiu um papel central à dialise infraestrutura e superestrutura. Para o pensador, a infraestrutura é a base real da sociedade, que inclui as forças de produção e relações sociais de produção, enquanto a superestrutura é a ideologia, constituída pelas instituições, sistemas de ideias, doutrinas e crenças de uma sociedade, a partir do conceito de bloco hegemônico. De acordo com esse conceito, o poder das classes dominantes sobre o proletariado e as demais classes dominadas dentro do modo de produção capitalista não reside só no controle dos aparatos repressivos do Estado. Este poder é garantido pela "hegemonia" cultural que as classes dominantes logram exercer sobre as dominadas, por meio do controle do sistema educacional, das instituições religiosas e dos meios de comunicação.

ao que seja a Polícia Militar. As identidades, portanto, não são essencialistas, mas têm um caráter histórico e contingente, ou seja, estão sujeitas a transformações ao longo do tempo.

Passaremos das identidades para as representações, que são formas de retratá-las. Em seguida, interessa-nos mostrar que as representações dependerão da linguagem. No que diz respeito ao jornalismo, acreditamos que as narrativas são construídas para dar sentido aos acontecimentos. Ao elaborar seus textos, os jornalistas constroem uma narrativa sobre a realidade e precisam levar em conta uma série de fatores na tentativa de passar aos leitores uma veracidade necessária para dar credibilidade ao que é contado. O discurso jornalístico, então, usará recursos, desde os estilísticos e de linguagem até os técnicos, para tentar superar o fato de não ser aquele de “primeira mão”. Entre estes fatores, estão o ideal de objetividade, a necessidade de personalizar as histórias para atrair o leitor e a importância de trabalhar valorizando o tempo presente e dentro de um determinado espaço.

Para nosso propósito, usaremos diversos autores, como Stuart Hall, Douglas Kellner, Alfredo Vizeu, Nelson Traquina, Ciro Marcondes Filho, Luiz Gonzaga Motta, Afonso Albuquerque, Márcia Franz Amaral, Danilo Angrimani, Leonel Aguiar, entre outros.

1.1 A MÍDIA E AS NARRATIVAS IDENTITÁRIAS

Hall (2006) diz que alguns conceitos são colocados sob questionamentos, o que significa que não servem mais e devem ser refeitos. Ao mencionar sobre a dialética das identidades, este autor cita que um primeiro efeito de um mundo de fronteiras dissolvidas e de continuidades rompidas é um planeta em que as velhas certezas e hierarquias da identidade têm sido postas em questão. Um segundo efeito seria o alargamento do campo das identidades e uma proliferação de novas posições de identidades, com um aumento de polarização entre elas. O terceiro e o quarto efeitos são a possibilidade de que a globalização possa levar a um fortalecimento de identidades locais ou à produção de novas identidades.

Como as identidades são construídas a partir de práticas de linguagem, precisamos compreendê-las em contextos históricos e institucionais, no interior de determinadas formações e práticas discursivas, por estratégias e iniciativas específicas. Lembrando que as identidades são erguidas por meio da diferença e não fora dela. Identidades vão sendo formadas na medida em que vivemos, nos identificamos com elas e sentimos sensação de pertencimento. Mas também são formadas pela negação e distanciamento de outros fatores – sei que sou isso porque não quero ser aquilo.

À medida que rápidas e intensas modificações sociais, econômicas e políticas ocorrem no mundo, trazendo novos paradigmas, também há transformações nas questões identitárias de nações e pessoas. A principal distinção entre as sociedades “tradicionalistas” e “modernas” é que a mudança se torna constante, rápida e permanente. Há mudanças nos padrões de produção e consumo, que acarretam em surgimento de identidades novas e globalizadas. A migração dos trabalhadores de um país para o outro é crescente, produzindo identidades plurais. As transformações do mundo afetam nossas identidades e abalam a nossa própria ideia sobre nós mesmos, o que não quer dizer que não haja movimentos de nostalgia e busca pela manutenção de culturas mais homogêneas.

Segundo Hall (2006), há três concepções de identidade: o sujeito do Iluminismo, o sujeito Sociológico e o sujeito Pós-moderno. O primeiro é visto como um indivíduo centrado e unificado. Já o sujeito Sociológico refletia a crescente complexidade do mundo moderno, sendo formado na relação com outras pessoas. De acordo com esta visão, a identidade é formada na "interação" entre o eu e a sociedade. E o sujeito Pós-moderno é caracterizado como aquele que não tem uma identidade fixa ou permanente. O sujeito está se tornando fragmentado e composto por várias identidades.

A estrutura da identidade permanece aberta, na visão de Hall, ou seja, há diferentes leituras sobre as mudanças do mundo pós-moderno. Ele cita alguns autores, para mostrar esses vários olhares. Anthony Giddens (1990) centra os estudos na descontinuidade, enquanto David Harvey (1989) aponta a fragmentação como a principal característica da pós-modernidade e Ernest Laclau (1990) destaca a ruptura e o deslocamento do mundo pós-moderno.

Antes as sociedades estavam calcadas em estruturas sólidas e mais estáticas, que envolviam família, escola, religião e emprego. Hoje há um deslocamento dessas bases e um crescimento de um novo fator cada vez mais forte: a mídia. Portanto, é neste mundo onde as antigas âncoras sociais estão enfraquecidas que as identidades se tornam questões centrais, visto que as características, antes tradicionais, de uma família, de um povo, de uma organização são cada vez mais fluidas, enquanto outros fatores tomam proporções maiores nas definições das identidades, configuradas hoje pela interferência dos meios de comunicação.

As narrativas criam os referentes que possibilitam operar com a “realidade” sem tomá-la como representação, mas marcadores em relação aos quais os sujeitos passam a reconhecer-se ou diferir-se. Ter cabelo liso, perder a virgindade, assistir à telenovela, ser um policial militar, por exemplo, são referentes de classificação de pertencimento ou não a um grupo.

Mas esses referenciais estão em transformação. Enquanto, nos anos 1960 e 1970, determinados comportamentos, como a perda da virgindade ou o uso de cabelos compridos, representavam a contracultura, hoje são modos vistos dentro até mesmo de um certo padrão para os jovens. Douglas Kellner destaca esta trajetória das questões identitárias.

Segundo o folclore antropológico e sociológico, nas sociedades tradicionais, a identidade era fixa, sólida e estável. Era função de papéis sociais predeterminados e de um sistema tradicional de mitos, fontes de orientação e de sanções religiosas capazes de definir o lugar de cada um no mundo ao mesmo tempo e de circunscrever rigorosamente os campos de pensamento e comportamento. O indivíduo nascia e morria como membro de um mesmo clã, de um sistema fixo de parentesco, de uma mesma tribo ou grupo, com a trajetória de vida fixada de antemão. Nas sociedades pré-modernas, a identidade não era uma questão problemática e não estava sujeita à reflexão ou discussão. Os indivíduos não passavam por crises de identidade, e esta não era nunca radicalmente modificada. Na modernidade, a identidade torna-se mais móvel, múltipla, pessoal, reflexiva e sujeita a mudanças e inovações. Apesar disso, também social e está relacionada com o outro (KELLNER, 2001, p. 295).

Neste cenário complexo e instável, os homens comuns buscam âncoras sociais. Segundo Aluizio Ramos Trinta (2007), a perda de identidade angustia e deprime, levando o homem moderno a tentar obter, nos meios de comunicação de massa, além de informação e entretenimento, identificações e projeções possíveis, com relação a pessoas, personalidades e personagens, sejam reais, sejam imaginários. Ao delimitar comportamentos, modos de ser e agir, os meios de comunicação estabelecem normas, padrões, instauram referenciais identitários e, ao mesmo tempo, afirmam e constituem aquilo que é diferente a esta identidade, que não é apenas o seu oposto, mas é tudo aquilo que não está incluído nesta referência.

Os meios de comunicação criam homogeneidade onde há heterogeneidade. Por exemplo, quando pensamos as questões identitárias da Polícia Militar de Minas Gerais, com certeza, temos uma ideia única para toda a corporação que, no entanto, é formada por milhares de homens e mulheres que atuam nos 853 municípios do estado sob regras e hierarquias, mas de maneiras diversas. Ao dar este exemplo, queremos reforçar que isso acontece, entre outros motivos, porque as narrativas tratam simplificada e coisas complexas. E aqui nos interessa, em especial, a narrativa da imprensa.

A forma como a corporação e os seus integrantes se veem é muito importante, visto que, é a partir daí, que ela vai agir no mundo. E, neste ponto, é a comunicação que é a matéria-prima da identidade. Neste estudo, porém, não trabalharemos com a identidade da corporação - o que exigiria a adoção de outras metodologias -, mas com a representação dela em um veículo de comunicação. Mesmo que a questão identitária da PM não seja nosso foco,

queremos descobrir uma das representações midiáticas desta instituição para, quem sabe, em um estudo futuro, saber se o policial se reconhece neste discurso midiático.

Ao chegarmos neste ponto da questão da identidade, é preciso lembrar da sua relação com a imagem e também com a representação. Sistemas de representação estão diretamente ligados às questões das identidades. “Uma identidade é construída quando dado sistema de representações proporciona forte identificação por parte dos que o reconhecem, aceitam e adotam” (TRINTA, 2007, p. 153). As representações sociais também não são estáticas, elas estão em constante transformação.

O termo representação tem alguns significados, conforme afirma Aluizio Ramos Trinta. A origem é latina: *repraesentationis*. Ele pode significar o ato de representar; a expressão ou designação por meio de símbolos; ação ou fala em nome de uma pessoa ou grupos de pessoas; uma ideia ou imagem mental; a produção ou performance de uma peça de teatro. A representação é uma forma, um retrato do mundo e serve, assim, para fixar ou reafirmar estereótipos de todos os tipos e em todas as esferas sociais, profissionais, de gênero, étnicos, etc. Muitas vezes, estas formas de retratar o mundo são pejorativas, enquanto, em outras, são visões idealizadas e apresentadas como “normais”.

Aluizio Trinta acredita que, no caso da comunicação, o objeto mais comum são as representações sobre a maneira de encenação de pessoas, processos e estados. Isso torna ainda mais importante as formas analógicas, narrativas ou descritivas de um fato. O objeto é reconstruído no nível da representação. Portanto, uma coisa seria o objeto e a outra, a representação dele. Socialmente falando, o primeiro não existiria sem o segundo.

Este autor diz que as formas da representação podem ser a distorção, a suplementação e a impressão. Na distorção, as características estão presentes no objeto, mas vão aparecer mais exageradas ou aquém do que deveriam se mostrar. A suplementação seria a colocação de aspectos inexistentes no objeto, para adaptá-lo aos valores dominantes. Já na impressão, parte dos aspectos formadores dos objetos é extinta por critérios conotativos, ou seja, critérios que podem ser figurados e dependem sempre do contexto. “A representação seria, ao mesmo tempo, uma construção do objeto afastado do original e uma presença do mundo exterior na mente do indivíduo.” (TRINTA, sem data, p. 2).

O autor chama atenção para as representações midiáticas, que, em vez de serem consideradas um enquadramento possível, uma construção simbólica, acabam sendo tomadas pela audiência como substitutivas da pessoa, do objeto ou da corporação representada. Trinta exemplifica que, desta maneira, a propaganda política acaba vista como se fosse a própria política e não uma encenação eleitoral. A divulgação insistente de certos tipos de crimes pela

imprensa também pode ser vista como sinal de aumento destes índices de criminalidade, o que nem sempre é verdadeiro. Traquina (2008, p. 19) lembra, citando Thomas Patterson (1997), que as notícias sobre crime nos Estados Unidos duplicaram em 1993 em relação ao ano anterior, porém, o número de crimes baixou. Os meios de comunicação acabam se colocando entre os provedores principais de representações.

Representações midiáticas fazem parte do ambiente cultural em que se dão o pensamento, julgamento e ação dos seres humanos. Embora haja outras agências de produção de representações, como a escola, a ciência, o sindicato, para a maioria das pessoas, os meios são os provedores primordiais de representações sobre o estado da sociedade, da política, dos costumes, dos valores. Sua análise é, portanto, necessária, para afastar uma leitura ingênua dos meios, introduzindo o distanciamento e a “criticidade” nas audiências (TRINTA, sem data, p. 5).

A mídia influencia fortemente nas referências das pessoas e na construção das realidades porque as identidades têm dialogado intensamente com os meios de comunicação na contemporaneidade. Kellner (2001, p. 54) lembra que, desde a década de 1960, os Estudos Culturais britânicos vêm mostrando como a cultura da mídia produz identidades e formas de ver e agir que integram as pessoas na cultura dominante. Possibilitados pelas novas tecnologias, os meios de comunicação se tornam os mais rápidos e os principais difusores e portadores de textos e imagens. Desta forma, influenciam a visão de mundo do público.

O antropólogo indiano, radicado nos Estados Unidos, Arjun Appadurai (1991, p. 54) ressalta que será por meio da mídia, incluindo imprensa e indústria de entretenimento, que as populações irão perceber novas formas de vida e reinventar os laços e os espaços de identificação. Só para exemplificarmos de uma maneira simples, o ritmo acelerado da rotina de uma família impede a convivência tão próxima de pais e filhos, e a mídia aparece como mais um meio na formação educacional de crianças e jovens.

Desta forma, a mídia também acaba influenciando as organizações e suas identidades. Mas os Estudos Culturais, conforme Kellner, também ressaltam que uma das funções da mídia dominante seria reforçar e conservar fronteiras, legitimando o domínio de classe, da raça e do sexo hegemônico.

A relação espaço-tempo também está modificada neste mundo globalizado. O território já não é mais o geográfico e sim, cada vez mais, o cultural, o ideológico, aquele com o qual nos familiarizamos por algum motivo, facilitados pela tecnologia, pelos meios eletrônicos. Cicília Peruzzo destaca:

O território novo que surge pode ser de base cultural, ideológica, idiomática, de circulação de informação, etc. [...] Dimensões como as de familiaridade no campo das identidades histórico-culturais (língua, tradições, valores, religião, etc.) e de proximidade de interesses (ideológicos, políticos, de segurança, crença, etc.) são tão importantes quanto as de base física (PERUZZO, 2005, p. 4).

Os contatos diretos há muito deixaram de ser os únicos e, desde a segunda metade do século XX, começam a perder terreno como principais meios que vão interferir na formação de identidades, enquanto os veículos de comunicação assumem papel central na constituição das sociedades. Os contatos indiretos são possíveis e mais versáteis com as invenções tecnológicas, com o avanço dos meios tradicionais de comunicação e, principalmente, o da internet.

Apesar de reconhecidamente definitiva para a formação de ideias no mundo atual, a mídia não está sozinha, e vários discursos atravessam o dela.

As situações locais, nacionais e globais dos nossos dias são articuladas entre si por meio dos textos da mídia, esta, em si mesma, é uma arena de lutas que os grupos sociais tentam usar com o fim de promover seus próprios programas e ideologias, e ela mesma reproduz discursos políticos conflitantes, muitas vezes de maneira contraditória (KELLNER, 2001, p.32).

Acreditamos que a mídia também é responsável pela disseminação de um discurso contraditório sobre a Polícia Militar de Minas Gerais. Apesar de esta corporação ser identificada como aquela que promove a ordem; em alguns momentos, a imprensa cobra uma maior atuação desta ou revela situações em que integrantes dessa instituição agiram fora dos padrões esperados pela sociedade. Tudo vai depender do momento histórico, do jogo de interesses e da representação.

Se falamos de contraditório, também ressaltamos a diferença. É por meio da representação que a identidade e a diferença, como resalta Tomaz Tadeu da Silva (2000), vão adquirir sentido. A representação é utilizada como maneira de dinamizar o universo de símbolos que permeia, por exemplo, a cultura de uma organização, como a Polícia Militar. Estes símbolos ou estão relacionados com o presente ou com a história da organização. Portanto, são símbolos construídos ao longo do tempo e assim foram sendo consolidados à identidade da organização.

A linguagem e os sistemas simbólicos pelos quais identidade e diferença são representadas também são importantes. Silva diz que a identidade e a diferença são resultados de atos de criação linguística.

A identidade e a diferença têm que ser ativamente produzidas. Elas não são criaturas do mundo natural ou de um mundo transcendental, mas do mundo cultural e social.

Somos nós que as fabricamos no contexto de relações culturais e sociais. [...] Dizer, por sua vez, que a identidade e a diferença são resultado de atos de criação linguística significa dizer que elas são criadas por atos de linguagem. [...] É apenas por meio de atos de fala que instituímos a identidade e a diferença como tais (SILVA, 2000, p.77).

Ao analisarmos a representação da PMMG em um determinado meio de comunicação, especificamente no jornal impresso “Super Notícia”, vamos procurar evidenciar a importância da mediação na representação de uma corporação tradicional e bicentenária no estado. Afinal, a questão principal a ser levantada aqui é que representação o jornal popular faz desta organização. Ressaltando que, durante a análise, será preciso verificar, por outro lado, que representação a corporação apresenta de si mesma.

À medida que crescem as formas de comunicação mediadas sobre esta corporação, aumenta a importância de que se pense sobre os filtros existentes neste processo de representação. Lembrando que a mediação acontece, em primeira instância, por meio da linguagem. O autor português João Carlos Correia, no livro Sociedade e comunicação: estudos sobre jornalismo e identidades, afirma:

A linguagem aparece, assim, associada ao viver em comum. É através da mediação, designadamente, a mediação linguística, que se manifestam as expectativas recíprocas em que assentam as diversas interações praticadas no mundo da vida. A consciência da importância crescente das mediações simbólicas significa a abertura de um campo de tensão no qual se não aceita a absoluta conformação do mundo num sentido unilateral, mas, antes se reconhece a teia de relações complexas entre a linguagem e o mundo da vida (CORREIA, 2005, p. 9-10).

O que faz com que determinado acontecimento se torne real é o meu conhecimento sobre esta realidade. Não como ela se deu, mas como foi vista pelo receptor e o que o influenciou ao ler determinada questão de uma maneira e não de outra.

Hall (2000, p. 109) lembra que as identidades têm a ver não tanto com as questões “quem nós somos” ou “de onde viemos”, mas, principalmente, com as perguntas “quem nós podemos nos tornar”, “como nós temos sido representados” e “como essa representação afeta a forma como nós podemos representar a nós próprios”.

Neste campo das representações, qual seria o papel exercido pelo jornalismo? Aqui é preciso ressaltar que o jornal é um campo semântico significativo, que representa o contexto social com suas características, valores e projeção de identidade. Quanto aos fatores que interferem nesta questão do jornalismo, que tem na notícia o seu principal representante, falaremos a seguir.

1.2 FATORES QUE INTERFEREM NA CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA

Ao tratar da questão da informação jornalística, teremos o foco em duas teorias específicas, que, a partir dos anos de 1960 e 1970, partilham o paradigma das notícias como construção social: as teorias estruturalista e interacionista. Ambas são contrárias à Teoria do Espelho, que defende que as notícias são o reflexo da realidade. Ambas situam os profissionais do jornalismo no seu local de trabalho e levam em consideração a importância dos constrangimentos organizacionais. As duas rejeitam uma visão instrumentalista das notícias e reconhecem que os jornalistas têm um grau de autonomia sobre o seu texto. Ao tratar das teorias da comunicação, Nelson Traquina (2005) ressalta que as teorias estruturalista e interacionista contestam a visão de que os jornalistas são observadores passivos e defendem a posição de que são ativos na construção da realidade. Estas correntes têm herança marxista, ao defenderem a importância do papel da mídia na reprodução da ideologia dominante.

Na Teoria Estruturalista, a estrutura social é relevante na construção midiática da realidade. Desta maneira, os estruturalistas identificam a reprodução da cultura e da ideologia hegemônicas como um aspecto essencial do discurso jornalístico. Para os estruturalistas, as notícias são um produto resultante de um processo social, no qual estão envolvidos alguns fatores, a saber. A organização burocrática da mídia; a estrutura dos valores-notícia, que constituem o “elemento fundamental da sociologia”, e a prática e a ideologia profissional dos jornalistas; e o próprio momento de “construção” da notícia, que envolve um processo de identificação e contextualização, valorizando o papel da cultura.

No caso do primeiro fator, é preciso levar em conta como é a organização da rotina dos jornais, as áreas noticiosas, que vão indicar para que tipos de acontecimentos o veículo está direcionado, o que depende da sua força de trabalho e estrutura.

O segundo fator, que será trabalhado de forma mais detalhada a seguir, diz respeito àquilo que será valor-notícia para constituir tema para as notícias, ou seja, haverá critérios que vão nortear o que entra e o que não entra no veículo de comunicação, histórias que são notícias e as que não são. Um assunto pode ser divulgado, por exemplo, por ser “fora do comum” e também por conta da visão do próprio profissional.

O terceiro fator é considerado o mais complexo, porque seria através deste processo, da identificação e da contextualização, que os acontecimentos se “tornariam significados” pela mídia. Traquina recorre ao pensamento de Hall, que acredita que um acontecimento só “faz sentido” se puder ser posto num âmbito de conhecidas identificações culturais e sociais.

Para estes autores, o papel da mídia é essencial no sentido de tornar inteligível um acontecimento social, primeiro porque são os meios de comunicação que definem para a maioria da população quais fatos serão significativos e, segundo, porque oferecem interpretações sobre como compreendê-los.

Para Hall *et al.* (1993), a mídia tende a reproduzir interpretações que servem aos interesses da classe dominante, mas são também um campo de luta ideológica. As notícias contribuem para a “hegemonia ideológica”, levando-se em conta, aqui, o pensamento de Gramsci³. Neste caso, Hall *et al.* consideram importante a relação entre a mídia e as fontes que seriam os porta-vozes dos poderosos, que são os chamados “definidores primários”. Já os jornalistas seriam os “definidores secundários”, porque teriam um papel crucial, mas secundário, “ao reproduzir as definições daqueles que têm acesso privilegiado, como que de direito, aos media como ‘fontes acreditadas’” (TRAQUINA, 2005, p. 179).

Mas os autores estruturalistas admitem que o processo não está fechado e apontam questões neste sentido quando afirmam que a mídia é uma instituição diferente de outras agências do Estado, possui motivos próprios que podem acabar em conflito com o que dizem os “definidores primários” e ainda as instituições que detêm a estrutura do poder podem entrar em disputas frequentes.

Com relação à maneira como as fontes são vistas, há uma divergência entre os estruturalistas e os interacionistas. É justamente o ponto em que os primeiros encaram a relação entre os “definidores primários” e os profissionais do campo jornalístico de uma maneira unidirecional. Neste caso, a crítica está no fato de haver um determinismo excessivo dos estruturalistas, que trabalham, geralmente, como se os jornalistas nunca desafiassem estas fontes poderosas. Já os interacionistas defendem que os jornalistas não são apenas observadores passivos, mas vivem, sim, sob a tirania do fator tempo, pressionados pela “hora do fechamento”. Assim, escolheriam fontes mais acessíveis e que conhecem o “linguajar” jornalístico para viabilizar a corrida contra o tempo, necessária à profissão, o que não significa dizer que, nestes momentos, concordariam com tudo o que é dito ou que procurariam apenas aquelas fontes que gostariam de ouvir.

Desta forma, as empresas jornalísticas precisam criar estratégias face ao desafio de narrar os acontecimentos, que não têm hora para acontecer, e ao imprevisível. Além disso,

³ Gramsci considera que a classe dominante mantém sua dominação pelo consentimento do povo e só usa o seu aparato coercitivo, as forças da lei e da ordem, como último recurso. A “hegemonia ideológica” seria a maioria da população aceitar o que está acontecendo na sociedade como “senso comum” e “natural”. (BURKE, 2005)

também é necessário ordenar o espaço cujos acontecimentos merecerão cobertura de uma rede noticiosa. Sobre esta questão que envolve ainda a territorialidade e outros aparatos jornalísticos, falaremos mais adiante. Agora destacaremos o que são os valores-notícia, fatores essenciais para a escolha dos acontecimentos que serão publicizados.

1.3 VALORES-NOTÍCIA: UMA MANEIRA DE VER O MUNDO

Os valores-notícia são uma forma de ver o mundo, atribuindo maior ou menor importância a determinados assuntos de acordo com algumas características específicas. Hall (1993) entende os valores-notícia como um “mapa cultural” do mundo social. Para Traquina e Pierre Bourdieu (1997), os jornalistas têm óculos através dos quais veem certas coisas e não outras. Veem de certa maneira as coisas, operando uma seleção e uma construção do que é selecionado. Mauro Wolf (1985) é quem ressalta que os valores-notícia vão estar presentes em todas as etapas da produção jornalística, desde o momento da escolha dos acontecimentos até a construção da notícia. Nesta seção, vamos mencionar alguns valores de acordo com levantamento feito por Traquina, após analisar vários estudiosos, para, em seguida, explicitar melhor os valores-notícia ligados diretamente à nossa questão central.

Os critérios de seleção estão subdivididos em substantivos e contextuais. Os primeiros dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos de importância ou interesse como notícia, enquanto os critérios contextuais estão ligados ao contexto de produção das notícias e funcionam como guias para a reunião de pauta, sugerindo o que deve ou não ganhar destaque, o que será omitido ou priorizado na abordagem da notícia.

Entre os critérios substantivos dos valores-notícia de seleção destaca-se a *morte*, porque “onde há morte há jornalistas. A morte é um valor-notícia fundamental para esta comunidade interpretativa e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas do jornal ou nos écrans da televisão.” (TRAQUINA, 2005, p. 79). Outro valor-notícia é o da *notoriedade*: celebridades ou pessoas da elite envolvidas em um acontecimento têm valor como notícia.

A *proximidade* de um fato é outro ponto decisivo para que ele seja noticiado. Esta proximidade diz respeito, sobretudo, ao território geográfico, mas também pode estar ligada à proximidade cultural, religiosa, entre outras. A *novidade* é mais um valor-notícia destacado por diversos autores para levar um assunto a ser divulgado pela mídia. Traquina (2005) reafirma que, devido à importância deste valor-notícia, o mundo jornalístico interessa-se muito pela primeira vez em que as coisas acontecem, pelo ineditismo.

Ainda dentro dos critérios substantivos dos valores-notícia de seleção, destacamos o fator *tempo*. Um acontecimento que já teve repercussão no passado pode voltar a ganhar as páginas de um jornal se tornar a acontecer, servindo como gancho para que o assunto seja retomado. E o próprio fator tempo pode ser o gancho para eventos que completam, por exemplo, aniversários com datas “cheias” ou “redondas”, como “Dez anos de morte de Cássia Eller”, “Trinta anos sem Elis Regina”, etc.

O ponto seguinte ressaltado por alguns estudiosos do jornalismo e mencionado por Traquina (2005) é a *notabilidade*. Para que um fato seja divulgado na mídia, é preciso que alguma coisa extraordinária aconteça. Por exemplo, as condições de trabalho difíceis de uma categoria vão ser mais facilmente noticiadas se houver uma greve. Isso porque a cobertura jornalística está mais voltada para o acontecimento concreto e não para a problemática. Ainda em se falando da notabilidade, alguns itens devem ser considerados, como a quantidade de pessoas envolvidas em um determinado fato e a questão da inversão do normal, por exemplo, “o homem que morde o cão e não o cão que morde o homem”. Também na notabilidade, podemos mencionar ocorrências insólitas, como o ladrão que devolve o carro roubado, e ainda as falhas, os acidentes e o excesso ou a escassez. Neste último caso, um exemplo são as condições climáticas: chuva demais ou seca por um longo período.

O *inesperado* aparece como outro valor-notícia de seleção nesta categoria de critérios substantivos. Nele, estão os megaeventos, também chamados de momentos de fratura, que surpreendem a comunidade de um determinado lugar ou mesmo o mundo e transformam as redações jornalísticas em um caos. No Brasil, podemos citar como exemplo a tragédia provocada pelas chuvas na Serra Fluminense, no início de 2011, enquanto, no mundo, um dos maiores exemplos foi o ataque ao *World Trade Center* em 11 de setembro de 2001.

O *conflito* ou a *controvérsia* é a denominação dada a mais um valor-notícia, levando-se em conta a questão da violência física ou simbólica. Para Traquina (2005), o valor-notícia da violência está ligado a outro critério de noticiabilidade, que é a infração. Neste item, está a importância do crime como notícia. Apesar de o crime ser rotineiro na sociedade, a mesma estrutura de outros valores-notícia encaixa-se aqui, ou seja, para que o caso vire notícia, há uma dependência de fatores, como o número de vítimas envolvidas, a notoriedade da vítima, a proximidade da ocorrência, etc. Além disso, qualquer crime pode ganhar ainda mais visibilidade se estiver associado com a questão da violência.

O valor-notícia infração está associado a outro, que é o *escândalo*. Neste, enquadra-se como um exemplo máximo o caso “Watergate”, no qual o jornalista se mostra como “um cão de guarda” das instituições democráticas. “A revelação de segredos ocultos do poder é vista

por alguns jornalistas como uma forma de exercer sua missão de guardiões do interesse público” (THOMPSON, 2002, p. 60). O mesmo autor (p.40) diz ainda que o escândalo, no sentido moderno do termo, refere-se a ações ou acontecimentos que estão relacionados com certos tipos de transgressões que se tornam conhecidos e que são sérios para provocar uma resposta pública.

Agora, passaremos aos valores-notícia de seleção, sob a ótica dos critérios contextuais, ou seja, os fatores ligados ao processo de produção da notícia e não aos acontecimentos. De acordo com o levantamento feito por Traquina, a partir de Wolf (1987), estes critérios se subdividem em *disponibilidade*, *equilíbrio*, *visualidade*, *concorrência* e *dia noticioso*. Com relação à *disponibilidade*, os jornalistas não podem estar em todos os lugares o tempo todo. Então, alguns fatos são priorizados, levando-se em conta as facilidades para se fazer determinada cobertura, o que ela exige, assim como os gastos que serão despendidos. Tudo é posto em uma balança, antes da definição dos temas que merecerão esforços por parte da redação.

Para explicar o *equilíbrio*, Traquina (2005) diz que um assunto que já foi noticiado pode não ganhar novamente a atenção da mídia, porque a noticiabilidade de um acontecimento pode estar ligada à quantidade de notícias já dadas sobre ele. Em se tratando de *visualidade*, é preciso verificar se haverá elementos visuais, para serem filmados e fotografados, o que fortalece a decisão sobre a cobertura ou não de determinado evento.

A *concorrência* aparece como outro valor-notícia à medida que o veículo não pode levar furo de outro com quem disputa a mesma audiência. Por outro lado, há assuntos que os meios de comunicação vão tratar como o seu diferencial, como assunto exclusivo. O último valor-notícia neste item é o *dia noticioso*. Isso significa que há ocasiões em que existem muitos acontecimentos com elevado valor-notícia, disputando espaço nas mídias, enquanto, em outros dias, os assuntos com estes valores são raros. Nestes dias de poucos acontecimentos considerados importantes para serem transformados em notícia, alguns assuntos e fotografias recebem um destaque além do que poderiam ganhar em um dia considerado rico para o noticiário. Nas mídias impressas, a disputa é pelo espaço gráfico, enquanto nas mídias eletrônicas, a concorrência é pelo tempo destinado a determinado assunto. Com o jornalismo on-line, porém, este valor começa a ganhar outro tipo de conotação.

A partir daqui, destacaremos os valores-notícia de construção, ou seja, critérios de seleção dos elementos dentro do acontecimento. Neste subgrupo, destacam-se a *simplificação*, a *amplificação*, a *relevância*, a *personalização*, a *dramatização* e a *consonância*.

A *simplificação* é aqui entendida como o fator que vai tornar a notícia menos complexa, menos ambígua e mais facilmente entendida pelo público. Traquina (2005) afirma que isso significa que um acontecimento mais facilmente compreensível será preferível a outro cheio de ambiguidade. No caso da *amplificação*, quanto mais amplificado for o acontecimento, maiores as chances de ele ser publicado. Neste caso, um exemplo pode ser: “Brasil chora a morte de Senna”. Já ao se referir à *relevância*, o mesmo autor lembra que é função do jornalista tornar o acontecimento relevante para as pessoas, fazer o público compreender a importância de determinado fato noticiado.

Vários estudiosos também ressaltam como valor-notícia de construção a *personalização* do discurso jornalístico. Personalizar quer dizer valorizar as pessoas envolvidas no acontecimento, focando a narração nos personagens. A ideia é buscar a atenção do público já que “pessoas se interessam por outras pessoas.” (TRAQUINA, 2005, p. 92). Na construção da notícia, a *dramatização* é outro valor-notícia. Isto significa que o texto vai reforçar o lado crítico e emocional da questão independentemente do tipo de mídia. Para finalizar, falaremos da *consonância*. Para que uma notícia interesse a um público, é preciso que o assunto faça parte da realidade deste público, esteja inserido em um contexto conhecido, que faça sentido para ele.

Esta forma de ver o mundo, pensando-o através de critérios de noticiabilidade, existe também por causa da necessidade, já que não há espaço para a publicação da infinidade de acontecimentos diários e também porque a notícia é uma mercadoria, que precisa ser vendável e atrativa. Além disso, mesmo entre os assuntos já escolhidos, determinados aspectos dos acontecimentos serão destacados em detrimento de outros. Alguns autores procuram trabalhar valor-notícia e noticiabilidade de maneiras distintas. É o caso de Gislene Silva.

Valores-notícia, as *características do fato em si*, em sua *origem*, são somente um subgrupo de fatores agindo juntamente com esse segundo conjunto de critérios de noticiabilidade, relacionados agora ao *tratamento do fato*. Estudar a seleção implica, inclusive, rastrear os julgamentos próprios de cada seletor, as influências organizacionais, sociais e culturais que este sofre ao fazer suas escolhas, os diversos agentes dessas escolhas postados em diferentes cargos na redação, e até mesmo a participação das fontes e do público nessas decisões (SILVA, 2005, p. 5).

Na hora da escolha da notícia, outros fatos são levados em conta, como o formato do produto, o público a que se destina, a linha editorial, custo, etc. Silva lembra que a seleção começa na etapa de ter de se escolher o que vai e o que não vai ser publicado e segue depois na escolha do que vai entrar nas chamadas dos telejornais e nas primeiras páginas dos impressos. Além de selecionar, existe o trabalho de hierarquizar as notícias.

Portanto, apesar da grande quantidade de valores-notícia, a prioridade na escolha dos critérios dependerá da organização jornalística, dos seus interesses, dos seus critérios e instrumentos. Além disso, outros fatores interferem nas escolhas, como a própria disponibilidade de profissionais e a estrutura do veículo. E, ainda assim, quando se define que um acontecimento é importante para que uma mídia o transforme em notícia, um outro fator incidirá sobre o produto final, que será o enquadramento.

1.4 A PERSONALIZAÇÃO E A DRAMATIZAÇÃO DAS NARRATIVAS

Vimos que dramatizar e personalizar são valores-notícia de construção, ou seja, eles estão diretamente ligados à forma como o acontecimento será narrado. Ambos nos interessam especialmente nesta dissertação. As reportagens, cada vez mais, utilizam personagens para humanizar os temas, e as edições fazem recortes de situações, assim como dramaturgos reúnem informações e suprimem outras, com objetivo de contar ou recontar histórias. Como mediadores, os veículos de comunicação também precisam de personagens e utilizam do reducionismo e da idealização para transmitir ao público o papel social que escolheram representar. Nas mais diversas relações sociais, o indivíduo utiliza máscaras e interpreta papéis diferentes de acordo com o espaço, contexto e atores com quem vai se relacionar. Assim, da mesma forma que a representação ocorre nos palcos, acontece na vida social e, por consequência, é transportada para os veículos de comunicação.

Mesmo que haja um ideal de jornalismo objetivo e padronizado e ainda que os jornalistas não admitam, em geral, as reportagens precisam contar histórias para que seja constituído sentido sobre aquilo que é narrado. Ao contar histórias, resgata-se o processo de personalizar os fatos sociais, criando conflitos, combates, heróis, vilões, mocinhos, bandidos e também punições e recompensas.

O personagem destacado em um texto tem, entre as suas funções, a de mobilizar paixões e sentimentos no público. Para isso, é preciso envolver um conjunto de fatores, desde as características físicas e externas até as questões relacionadas ao temperamento e ao comportamento geral. No melodrama ou na telenovela, como ressalta Aluizio Trinta (2007, p. 154), há, inclusive, tiques de falas e bordões típicos que vão acompanhar bandidos e mocinhos da história como marcas registradas destes personagens. O modo de ser e de aparecer destes personagens vai afetar as expectativas do público. Na narrativa jornalística, acreditamos que não se chega a tanto, mas é preciso mostrar como se dá o processo da personalização, para que ela seja compreendida nesta dissertação.

Aluizio Trinta fala das questões que envolvem os personagens de uma trama, na qual existem aqueles que integram a primeira perspectiva, que é a do exercício do poder, na qual estão os “doutores” e as “madames”. A segunda perspectiva é aquela referente ao prestígio social, que também está relacionada com os personagens que, “com o poder”, controlam as riquezas disponíveis, o que lhes dá “prestígio social”. E a terceira perspectiva, que diz respeito à condição socioeconômica. Neste caso, as “classes subalternas” são tratadas por meio de personagens ou “tipos bem populares”, até caricatos. A eles, na trama, são reservadas as cenas de maior comicidade, resvalando-se, geralmente, para os estereótipos.

Apesar de o autor realizar uma análise da telenovela, utilizamos a sua lógica de pensamento para mostrar que, de alguma forma, a personalização também está presente na narrativa jornalística, principalmente quanto às questões que envolvem os estereótipos, que são os padrões fixos e aptos à generalização. Acreditamos, assim, que a narrativa jornalística apresenta ao público arquétipos, que são conteúdos imagísticos e simbólicos tidos por universais, projeta-os como protótipos (modelos conceituais, identidade primeira). E, se esta narrativa der certo e for bem recebida, transforma arquétipos e protótipos em estereótipos. “Por não exigir maior esforço reflexivo e oferecer pronta visibilidade, estes últimos, em virtude do entendimento imediato que proporcionam, figuram entre os mais capazes de suscitar identificações e sugerir projeções” (TRINTA, 2007, p. 155).

Portanto, haverá sempre alguém que se identifica com algum personagem da história narrada ou, pelo contrário, se sinta aliviado por não ser ele o personagem de algum *fait divers*, que ganhou destaque, por exemplo, na página policial de um periódico popular.

Em nossa análise, não nos interessa quem é a personagem em si, mas como a narrativa constrói a imagem de tal personagem e o que este personagem faz na narrativa jornalística. Motta (2008) defende que as personagens costumam ser muito individualizados no jornalismo e são o eixo das histórias. Este autor destaca que personagens de vários mundos, seja da política, dos esportes, da aristocracia, entre outros, são retratados de determinadas maneiras pelos jornalistas, o que suscita, no público, sentimentos, como paixões, angústia, simpatias, como ocorre na literatura. Desta maneira, o personagem é construído não apenas no texto, mas há uma reconstrução por parte do receptor.

No caso do jornalismo, sabemos que a personagem representa uma pessoa com existência real. A pessoa real é sempre irreduzível às narrativas que se contam a seu respeito. Sucede que sabemos dessa pessoa apenas *a personagem* que os mídia nos oferece. Os receptores do jornalismo conhecem as figuras públicas e do espetáculo através de fragmentos que delas veicula o jornalismo. A mídia constrói personagens

de acordo com seus critérios jornalísticos e de verossimilhança (MOTTA, 2008, p.7-8).

É fácil exemplificar o que diz Motta com personagens como o ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva. Nós não sabemos quem é o presidente, mas acreditamos conhecê-lo por tudo que lemos sobre ele nos jornais ou vemos na televisão, por exemplo.

Alguns autores como Marcondes Filho (2009, p. 116) alertam para a maneira como o jornalismo explora a questão da personalização. Segundo ele,

O público aprende, com a ajuda da técnica de personalização, a questionar não as condições de sistema social no qual se trabalha e se vive, e sim as vantagens e desvantagens de pessoas, procedimento através do qual esse público se vê, ao mesmo tempo, exortado a buscar continuamente em si mesmo as causas para os problemas e as dificuldades que surgem no próprio meio (HOLZER & SCHUHLER, 1971, p. 404, apud MARCONDES FILHO, 2009, p. 116).

Este autor critica ainda o fato de o noticiário sentimentalizar as questões sociais, criando penalização no lugar de reação de descontentamento, principalmente no jornalismo sensacionalista. Isso se daria, particularmente, por meio de um mecanismo reducionista, que particulariza fenômenos sociais. Ao falar da personalização, Marcondes Filho (2009, p. 84) diz que:

Uma reportagem ilustrada sobre o assassinato de uma criança é suscetível de levantar a opinião pública pequeno-burguesa num movimento de condenação ao ato brutal, mas um estudo que demonstre, com dados estatísticos, que, no Nordeste do Brasil, morrem anualmente dezenas de milhares de crianças em consequência da subnutrição seria incapaz de suscitar maiores comoções.

Além do uso da personalização, que move sentimentos, as narrativas jornalísticas tendem a ser elaboradas valorizando outros fatores que, muitas vezes, são criticados, mas que acabam presentes nos textos. Entre eles estão as metáforas e as frases feitas. As imagens se juntariam às duas primeiras, sendo as três chamadas por Traquina (2005) de símbolos de condensação, que ajudam na aproximação e na identificação com o público.

A metáfora “é uma figura de linguagem que transfere um termo para uma esfera de significação que não é sua, com a finalidade de estabelecer representação do mundo por meio de analogias” (TRINTA, sem data, p.3). Busca-se, assim, uma compreensão mais fácil da mensagem que se quer passar. Entre os exemplos usados por Trinta está a frase: “O homem é uma máquina”. O corpo é usado como metáfora da máquina, na tentativa de esclarecer que uma máquina precisa de manutenção, por exemplo, para que funcione perfeitamente. Esta

metáfora acima explicaria outros enunciados, como “falta um parafuso na cabeça dele” ou “minha cabeça não está funcionando”.

As frases feitas, os clichês ou a repetição de lugares comuns também seriam outro artifício para aproximação e facilitação do entendimento de um texto, já que levam marcas da oralidade para o texto impresso. No entanto, os manuais de redação e estilo dos *quality papers* condenam estes recursos, bem como as gírias e os regionalismos. Já as imagens serviriam para reforçar aquilo que é dito e também seriam uma outra maneira de dizer. Acreditamos que as angulações das fotografias, os closes, os personagens ou as cenas destacadas também dizem muito e não serão ignoradas durante a análise do nosso objeto de estudo.

Ressaltamos aqui que algumas narrativas jornalísticas são construídas levando-se em conta todos ou alguns destes fatores como chave para seu entendimento e leitura. Entre estas, podemos incluir a chamada reportagem policial. Nestas reportagens, apesar de os personagens serem reais, a estrutura narrativa lembra a de romances. Elas se baseiam na polarização de personagens entre o bem e o mal e ainda na esquematização de arquétipos sociais, como ressalta Letícia Matheus (2011). Alguns temas, que reforçam o medo e o espetáculo, por exemplo, são priorizados, assim como a existência de alguns estereótipos.

Quando o valor-notícia está relacionado ao crime, há categorias apontadas por diversos autores que ganham destaque, como tipo de infração, escândalo, lógica do espetáculo, entre outros. Isabela Veiga, em sua dissertação, mostra que, no século XX, crimes, escândalos e investigações são consolidados como valores-notícias. Contudo, ressalta que estudo de Herbet Gans (apud TRAQUINA, 2005), que analisou telejornais de três cadeias norte-americanas (CBS, ABC e NBC), em 1967, e as revistas de informação Newsweek e Time (em três diferentes anos da década de 70), revelou a presença de outros valores-notícia, em especial o da notoriedade do ator principal do acontecimento.

Para ressaltar a relevância que os temas ligados às ações policiais e à criminalidade vêm ganhando nas últimas décadas, vale dizer que, na maioria dos jornais, a editoria de Polícia, que existia de forma independente, foi dissolvida e incorporada às editorias de Cidade ou Geral, como, aliás, sempre deveria ter sido, já que a questão de segurança faz parte da cidade e não é um tema isolado, merecendo ser tratado com a devida importância e não como um fator à parte em relação às outras questões sociais. “A mudança é importante por favorecer nos textos a integração do fenômeno da criminalidade a temas como educação, habitação, saúde, trânsito, etc.” (RAMOS; PAIVA, 2007, p.20).

Mas a incorporação deste assunto à editoria Cidade não bastou para modificar o tratamento da notícia policial, que, na maioria das vezes, continua sendo feito apenas de

maneira despolitizada e levando em conta somente personagens e sensações, em geral despertando o medo e o sentimento de insegurança ou alívio nos leitores, principalmente na imprensa popular, como veremos à frente e em nossa análise.

1.5 OS MODOS DE “DIZER” E DE PASSAR VERACIDADE NO JORNALISMO

O jornalista não é aquele que apenas comunica o conhecimento da realidade, mas também quem o produz e o reproduz. Vizeu (2003) ressalta que a notícia é algo que ajuda a constituir a realidade como um fenômeno social compartilhado, uma vez que, no processo de definir um acontecimento, ela dá forma ao fato. Por isso, em primeiro lugar, ao falar desta narrativa, é preciso lembrar que, para dar forma a um acontecimento, o jornalista vai contar com algo mais que as técnicas profissionais. Ele usará a linguagem, importante quesito na representação do real.

Segundo Vizeu (2003), a importância da linguagem se deve ao fato de que, no jornalismo, ela não é apenas um campo de ação, mas a sua dimensão constitutiva. Ele ressalta que é através dela que o sujeito constrói um real mediatizado. A enunciação jornalística é, portanto, o lugar que retrata e cria o local do outro, a partir de normas e regras determinadas. Primeiro, a palavra como representante da coisa e, segundo, o discurso relator com suas respectivas ideologias, já que a forma como a mensagem se organiza, do ponto de vista de suas propriedades, é carregada de ideologia. Quando uma mensagem é emitida, o significado está no modo como ela é dita e também naquilo que foi silenciado.

Não faremos aqui uma análise do discurso jornalístico, mas gostaríamos de ressaltar que cada palavra é carregada de significados e que, ao analisarmos alguns conteúdos em nosso objeto, também levaremos em consideração a força de algumas palavras, principalmente adjetivos, advérbios e verbos usados e se há palavras que se apresentam carregadas de sentidos favoráveis ou não à PMMG no nosso objeto, o “Super Notícia”. O veículo está diante de um fato jornalístico, e como ele se comporta? Quais são suas marcas típicas, lembrando que este periódico é caracterizado como um jornal popular. Portanto, as questões linguísticas serão observadas não para entender o seu funcionamento, mas para verificar como aquilo funciona discursivamente.

Lembramos que também são muitas as vozes e as práticas discursivas que atravessam o campo jornalístico. Desta forma, não se pode reduzir o jornalismo a uma simples técnica. É no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem estes discursos.

O discurso jornalístico é produzido com base na escolha e no efeito daquilo que lhe ofertam outros códigos, isto é, outras vozes provenientes de outros campos culturais, e ele tenta superar a impossibilidade de ser um discurso de “primeira mão”, por meio das multiplicidades de investimentos enunciativos (linguísticos, discursivos, pedagógicos), para, através de modalidades substitutivas, dar conta de mostrar um certo real. Anunciar, descrever, argumentar e persuadir são algumas das formas de enunciação.

De acordo com Vizeu, anunciar é dizer o que aconteceu ou irá acontecer ou o que alguém disse, ficando assim, subentendida a relevância do que foi dito. Descrever seria relatar as etapas de um fato, os quadros de uma situação ou os passos de um personagem. Já demonstrar é provar a relevância ou veracidade daquilo que já foi anunciado ou descrito. Quanto a argumentar, o mesmo autor aponta ser orientar inferências a partir do que foi dito e, finalmente, persuadir é a busca por convencer o outro da importância e da veracidade do relato. Para isso, lança-se mão de alguns recursos, como a sedução. Todas elas sofrem interferência de quem fala e em que tempo fala e tudo dependerá da intenção do interlocutor. Também há interferência da questão de para quem se fala. Por exemplo, o “Super Notícia” escreve imaginando um leitor ideal.

Portanto, haverá diferença do texto voltado para um tipo de público, que é leitor dos jornais chamados de referência, ou *mainstream*, e para o público leitor de um jornal popular. Cada veículo terá certas características linguísticas para a produção do seu efeito de evidência ou de transparência. Em muitos momentos, porém, acreditamos que o “Super” produz o jornalismo padrão, ou seja, o mesmo que se apresenta nos *quality papers*, enquanto, em outros, não. Este hibridismo seria uma marca deste veículo.

Outro princípio que aparece como valorizado no texto jornalístico é o ideal da objetividade. Uma notícia considerada bem escrita é aquela em que as marcas autorais ficam afastadas, para se dar um efeito de transparência, ou seja, uma coisa é tão impessoal que só pode ser verdade. Neste caso, vão sendo retiradas as marcas linguísticas que poderiam sugerir um posicionamento. No jornalismo opinativo, estas marcas ficam evidentes, enquanto, no jornalismo informativo, o posicionamento seria tácito, ou seja, escondido pelas regras.

Uma estratégia para este texto informativo sugerir a imparcialidade é aproximar a narrativa jornalística dos valores do conhecimento científico. Para que o texto pareça mais objetivo, rigoroso e exato, Motta (2008) lembra que um recurso é o uso de números e de estatísticas, o que confere precisão ao relato (idade, quantias, volumes, porções, dimensões, etc.). Esta seria mais uma estratégia de linguagem.

Entre as normas estabelecidas com esta finalidade estão práticas ensinadas nos manuais de redação. Para isso, o jornalista vai trabalhar com a língua, ouvindo todos os lados “envolvidos” em um mesmo fato, evitando adjetivação, enfim, investigando e checando todas as informações possíveis antes de divulgá-las e também indicações para a construção do texto em si: que verbos são mais bem colocados, quais devem ser evitados, que palavras deixam dúvidas ao invés de certezas, etc. Este texto também seria baseado em critérios de verificação.

Ainda para conferir veracidade à narrativa, destacaríamos o recurso das citações frequentes, principalmente daquelas pessoas que seriam representantes do discurso “perito”:

Elas são utilizadas para dar a impressão de que são as pessoas reais que falam, que o jornalista não está intervindo. Observe, porém, que, ao citar, o jornalista pinça da fala da fonte aspectos que pretende ressaltar dando outra dimensão ao discurso, dirigindo a leitura. As citações encobrem muito bem a subjetividade porque o leitor supõe que elas reproduzem literalmente o que a fonte disse e quis destacar. Produzem a sensação de uma proximidade entre a fonte e o leitor. Dissimulam a mediação (MOTTA, 2008, p. 10).

Motta (2008) defende ainda que, por mais que a narrativa jornalística pretenda ser isenta e imparcial, ela sempre estará atrelada a outros fatores, porque ela é determinada por um fundo ético ou moral.

Os jornalistas só destacam certos fatos da realidade como notícia porque esses fatos transgridem algum preceito ético ou moral, alguma lei, algum consenso cultural. A notícia representa sempre uma ruptura ou transgressão em relação a algum significado estável. Cabe ao analista identificar, interpretar e elucidar esse significado simbólico. Esse fundo ético e moral vai surgindo cada vez mais nítido ao longo da análise do acontecimento: é o plano da estrutura profunda da narrativa. Ele pode saltar logo no princípio, aparecer gradualmente quando os movimentos iniciais da análise forem sendo concluídos ou só se configurar ao final. Pode ser predominantemente de ordem ética, moral ou filosófica, ainda que também possa conter aspectos políticos, religiosos, psicológicos ou ideológicos. Nenhuma notícia está nos jornais sem que haja uma razão ética ou moral que justifique seu relato. É o pano de fundo sobre o qual se desenvolve a sequência de notícias sobre um determinado assunto. O analista precisa tomar consciência e contrapor esse fundo moral ao enredo da história que reconfigurou (MOTTA, 2008, p. 14).

No que diz respeito ao formato, de acordo com o modelo mais difundido no jornalismo moderno ocidental, o texto deve ter um primeiro parágrafo, chamado *lead*, no qual questões básicas devem estar presentes, como as respostas às seguintes questões: “quem, o quê, onde, quando, como e o porquê” de um acontecimento. As notícias que concentram estas respostas no início da matéria baseiam-se na fórmula da pirâmide invertida.

Albuquerque (2000) lembra que esta maneira de estruturar a realidade dispensa o suspense como elemento da explicação, porque um resumo do fato estará no primeiro

parágrafo, para depois haver um detalhamento do ocorrido. Mas, apesar de ser uma técnica jornalística, o autor chama atenção para, muitas vezes, haver dificuldade de compreensão para os leitores neste formato padronizado, em que o principal da “história” aparece primeiro, para depois ser esmiuçado.

Outros estudiosos, porém, consideram o *lead* como uma importante conquista e lembram que ele foi criado no momento de popularização da imprensa escrita, com o objetivo até mesmo de “organizador da singularidade do evento”. A localização do *lead* no começo da notícia:

Corresponde ao processo de percepção em sua ordem mais imediata, pois toma, como ponto de partida, o objeto reconstituído singularmente para, a seguir, situá-lo numa determinada particularidade. O *lead* é uma importante conquista da informação jornalística, pois representa a reprodução sintética da singularidade da experiência individual [...] além disso, o caráter pontual do *lead*, sintetizando algumas informações básicas quase sempre no início da notícia, visa à reprodução do fenômeno em sua manifestação empírica, fornecendo um epicentro para a percepção do conjunto (GENRO FILHO, 1987, p.197 apud AGUIAR, 2008, p.18).

Para Traquina (2005), todo este modelo é parte do que ele chama de “jornalês”. Uma forma de escrever típica do jornalista, na qual a adjetivação é evitada, as frases são curtas, as palavras são mais simples para não dificultar o entendimento, o texto é conciso, entre outras características que dão a aparência de neutralidade à matéria.

No entanto, estas seriam características ensinadas na academia, referentes a um tipo de jornalismo, o da grande imprensa, chamada de *quality paper*, o que nem sempre se encaixa em outras correntes do jornalismo. No percurso da notícia destinada às camadas populares, tema que é de nosso interesse, procuraremos descobrir se este modo de passar veracidade está próximo ou não do que aparece no “Super Notícia”, notadamente nas matérias em que são contadas as ações policiais.

1.6 O TEMPO, O ESPAÇO E A FRAGMENTAÇÃO DA NARRATIVA

Esta narrativa também terá como característica essencial o fato de estar sempre ligada à temporalidade. Se é uma narração, é porque o fato já aconteceu. O gênero adotado pela imprensa para organizar os fatos é usar uma sequência temporal. Ademais, o tempo mercadológico se sobrepõe ao natural. Fatos que acontecem em horários que facilitam a cobertura jornalística são contados de maneira mais detalhada do que aqueles que ocorrem

próximo ao horário de fechamento de um veículo. Sabendo disso, várias instituições, corporações, órgãos públicos, entre outros que têm ciência da importância da mídia na atualidade, organizam-se para trabalhar dentro do “tempo” da imprensa. As coletivas, por exemplo, quando do interesse das fontes, são realizadas em horários que permitam que o assunto tenha cobertura mais abrangente, longe de horário de fechamento do jornal impresso e também dos horários dos telejornais de maior audiência.

Vizeu (2003) lembra que o tempo do cotidiano é o escolhido pelo meio jornalístico para a construção da notícia. Jornais, radiojornais e telejornais mediam o passado e o futuro, convertendo todos os tempos no presente, convidando-os a atuar nesse tempo difuso, imaginado como um presente aberto ao que está por vir.

Outro ponto que Traquina (2005) destaca, além do tempo, é o fator espaço. Acontecimentos ocorridos em grandes centros e em locais onde a imprensa se estabelece têm coberturas e narrativas mais destacadas na mídia, enquanto fatos que ocorrem em espaços distantes é como se não tivessem ocorrido, passando ao largo dos veículos de comunicação, ou então, recebem coberturas restritas, realizadas mais na dependência de declaratórios de fontes, em geral feitos por telefone, do que na apuração propriamente dita, como veremos em nossa análise prática.

No Brasil, a concentração de esforços e de recursos da mídia se dá, principalmente, no Rio de Janeiro e em São Paulo. Só para aproximarmos o tema do nosso objeto de estudo, este fator também leva os brasileiros, em geral, a terem uma imagem das corporações policiais destes dois centros urbanos, visto que as reportagens policiais sobre estas capitais, especialmente o Rio de Janeiro, estão presentes em massa na mídia, principalmente no caso da capital fluminense, com assuntos que envolvam a violência urbana e o tráfico de drogas.

Já no caso da Polícia Militar de Minas Gerais, não há uma cobertura maciça na mídia nacional sobre o trabalho desta corporação, o que pode acarretar em um desgaste menor de imagem. No senso comum e em outros estados do país, o discurso é de que esta corporação seria uma das mais tradicionais e sérias do país, imagem que acreditamos ainda não ter sido desnudada. No entanto, tratar desta questão não é o objetivo central desta dissertação.

Com relação ao espaço, o modelo jornalístico de narrar também traz uma característica importante, ressaltada por Marcondes Filho (2009), na busca da construção do real. Este fator é a fragmentação do espaço real, porque as notícias aparecem separadas em editoriais, como se o mundo também fosse dividido em partes. Para o autor, a desvinculação da notícia de seu fundo histórico-social é um problema, porque o dado solto e independente não leva o público a ser capaz de compreender o assunto em um contexto mais geral. No entanto, a produção

fragmentada é uma técnica mercadológica, assim como outras que aparentam facilitar a forma de ver o mundo. A fragmentação também põe determinados assuntos em evidência, como, por exemplo, os casos que envolvem a criminalidade violenta, colocando-a em separado de outras questões, como as políticas.

Por tudo isso que dissemos neste capítulo, acreditamos que a maneira de narrar o fato é tão essencial quanto o conteúdo. No caso do fenômeno jornalístico, Albuquerque (2000, p. 71-72) opina que isso será definitivo, inclusive, para a sua compreensão e que ela é produto de uma habilidade coletiva compartilhada pelos profissionais de jornalismo. Para ele, as convenções narrativas empregadas pelos jornalistas nas notícias atuam não só para estruturá-las na forma de “histórias”, mas para delimitar o campo de uma competência profissional específica, da autoridade jornalística.

Este autor diz que, não apenas nas matérias mais humanizadas ou nas reportagens maiores e com textos mais elaborados, mas, mesmo nas chamadas *hard news*, nas quais as regras do ideal de objetividade predominam, a narrativa é importante. Para ele, as notícias se mostram como registros objetivos da realidade. Desta forma, valem-se de recursos narrativos destinados a organizar a informação de uma maneira clara e efetiva. Estas formas não impedem que um enquadramento sempre se sobreponha nas matérias, seja pela maneira de encadear o assunto, seja pelas pessoas ouvidas, seja pelo foco adotado.

Os jornalistas também se apresentam como intérpretes do mundo, fazendo parte de suas narrativas incluir e excluir, levando-se em conta os valores-notícia e os enquadramentos e obviamente as questões que interessam à organização da qual o jornalista faz parte, valorizando alguns assuntos em detrimento de outros, seja para atender o público-alvo ou ainda por questões estruturais e ideológicas.

1.7 O ENQUADRAMENTO NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Trataremos agora do enquadramento, que seria a maneira de interpretar e dar sentido àquilo que é representado. A noção de enquadramento foi criada por norte-americanos, e o principal conceito a este respeito foi desenvolvido na década de 1970 pelo sociólogo e teórico do Interacionismo Simbólico Erving Goffman (1974). A partir da teoria de Goffman, desenvolveu-se, ainda, a ideia de enquadramento de mídia ou enquadramento noticioso (*news framing*). Este termo se refere aos modelos de interpretação e seleção que definem aquilo que vai ser ressaltado ou silenciado, com o objetivo de organização do discurso.

Autores como Gaye Tuchman (1978), Todd Gitlin (1980) e Robert Entman (1993) aprofundam os estudos da relação do enquadramento com os meios de comunicação e o jornalismo. Apesar de este trabalho não propor um rigor metodológico com relação ao enquadramento, iremos utilizá-lo para se entender melhor qual a chave-de-sentido proposta na notícia: quem são as fontes procuradas, qual é o tópico em discussão, quais as causas apontadas para o problema, as soluções e possíveis julgamentos morais apresentados. A socióloga Tuchman defende que o enquadramento constitui uma característica das notícias, pois elas “impõem um enquadramento que define e constrói a realidade, [...] a autora sugere que notícias são um recurso social cuja construção limita um entendimento analítico da vida contemporânea”. (PORTO, 2004, p. 79).

Mas é Todd Gitlin (1980) quem vai propor a primeira definição mais clara a respeito do conceito de enquadramento:

Os enquadramentos da mídia (...) organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira (GITLIN apud PORTO, p. 80, 2004).

Finalmente, para Entman, enquadrar é selecionar faces da realidade percebida e transformá-las em destaques na informação jornalística.

O enquadramento envolve essencialmente seleção e saliência. Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN apud PORTO, p. 82, 2004).

Outros autores da comunicação, como Nelson Traquina (2008, p. 16), também utilizam este termo em seus estudos. Traquina define enquadramento como uma ideia organizadora central para dar sentido a acontecimentos relevantes e ainda sugerir o que seria um tema. A definição foi elaborada a partir de estudos de outros teóricos, levando em conta o termo *framing* (enquadramento).

No Brasil, Mauro Porto (2004) desenvolveu referencial teórico a respeito do tema. Ele lança mão da psicologia cognitiva para explicar o enquadramento, ressaltando que um mesmo fato terá diferentes interpretações, dependendo da forma como é contado. Desta maneira, o enquadramento pode ser visto como um instrumento de poder, porque os “efeitos de formulação podem ocorrer sem ninguém ter consciência do impacto do enquadramento

adotado nas decisões e podem ainda ser explorados para alterar a atratividade relativa das opções. (PORTO, 2004, p. 79).

O avanço dos estudos neste campo identificou alguns tipos de enquadramento presentes na mídia. Traquina (2008) aponta as pressuposições tradicionais do jornalismo para explicar o que ocorre durante a produção das notícias. Segundo ele, as notícias envolvem acontecimentos e não as condições que os produzem. As notícias privilegiam pessoas em detrimento dos grupos, elas destacam o conflito e não o consenso e ainda favorecem o fato que alimenta a estória e não aquele que vai explicá-la. Sem contar que a notícia ainda depende daquele que a escreve, o jornalista.

Porto encontra dois tipos principais de enquadramentos, que seriam os noticiosos e os interpretativos. Os primeiros seriam padrões de apresentação, seleção e ênfase usados para a organização do relato dos jornalistas. Seriam o “ângulo da notícia”, o ponto de vista adotado na reportagem, que vai destacar alguns elementos da realidade e não outros. “Uma característica importante dos enquadramentos noticiosos é o fato de que eles são resultado de escolhas feitas por jornalistas quanto ao formato das matérias, escolhas estas que têm como consequência a ênfase seletiva em determinados aspectos de uma realidade percebida”. (PORTO, 2004, p. 91-92). Portanto, o enquadramento noticioso é constituído através dos métodos e técnicas adotados pelo jornalista. A seleção e a exclusão fazem parte desse processo.

Entre os enquadramentos noticiosos destacados por este autor, estão vários tipos, como o enquadramento temático (destaca um nível ou contexto analítico mais geral, que vai além dos fatos); enquadramento corrida de cavalos (em época de eleições políticas, a mídia apresenta quem está crescendo ou caindo, focalizando o desempenho dos candidatos nas pesquisas de intenção de voto e as estratégias para manter a dianteira ou melhorar o desempenho nas pesquisas); enquadramento episódico (tem foco em eventos e faz com que as pessoas atribuam a responsabilidade pelos problemas políticos e sociais a indivíduos, em vez da consideração de fatores sociais mais amplos); e enquadramento de interesse humano (focaliza indivíduos e personaliza a cobertura da mídia, dando relevância ao emocional).

Já o enquadramento interpretativo teria um nível mais específico e maior independência relativa em relação ao jornalista. Segundo Porto (2004, p. 92), eles são vistos como padrões de interpretação que promovem uma avaliação particular de temas e/ou eventos políticos, incluindo definições de problemas, avaliações sobre causas e responsabilidades, recomendações de tratamento. Estas interpretações são promovidas por atores sociais, como movimentos sociais, representantes do governo, partidos políticos, sindicatos e associações profissionais. Este enquadramento se origina, em geral, em atores sociais e políticos externos à prática jornalista. Trata-

se aqui de interpretações oriundas de um contexto mais amplo que podem ser incorporadas ou não pela mídia.

Segundo Porto (2004, p. 92), os enquadramentos noticiosos são criados, de maneira geral, por jornalistas, enquanto os interpretativos são elaborados por atores políticos e sociais. Como o jornalismo presa por princípio, como a imparcialidade e a objetividade, os pensamentos do jornalista são inibidos nas matérias. Desta forma, seria nos espaços de opinião ou em matérias analíticas que os jornalistas apresentariam seus enquadramentos interpretativos. Até mesmo por meio das fontes ouvidas, o jornalista apresenta a sua interpretação a respeito dos fatos.

Feita a resenha a respeito dos conceitos de enquadramento, é importante ressaltar que este tema ganha relevância em um mundo cada vez mais midiático, no qual se faz presente a necessidade de uma reflexão sobre quais seriam os critérios de escolha no processo de mediação. Lembrando aqui que os meios de comunicação não reproduzem a complexidade real. Como vimos, eles selecionam e enquadram partes do cotidiano, trabalhando, assim, com a representação da realidade, a partir dos aspectos que consideram mais relevantes.

O assunto enquadramento nos leva a outro, que é a imagem. Afinal, o “olhar” destacado de forma recorrente por um mesmo viés, ou por um viés predominante, vai fortalecer um tipo de imagem sobre o real, um tipo de narrativa. Por exemplo, quando se reforçam os mesmos enquadramentos sobre uma corporação policial na mídia, estes podem ser os principais vínculos desta instituição com o mundo.

E que maneira é essa de enquadrar o mundo, de tratar a informação? Traquina (2008) diz, baseando-se nos autores mencionados, que esta maneira é contar histórias, definição que não é aceita pela maioria dos jornalistas. Porque estes acreditam que escrevem um relato sobre um acontecimento, fotografam e transmitem autenticamente aquilo que veem.

O fenômeno mais impressionante no jornalismo ocidental, tanto na prática como na teoria, é a fé metafísica obstinada e conservadora de que a linguagem é transparente. Ou, de outra forma: o erro assenta na recusa dos jornalistas, mas também dos estudantes de jornalismo, em situar a profissão onde esta pertence, isto é, no contexto de expressão humana da atividade expressiva. É a recusa de lidar com a escrita das notícias por aquilo que é na essência – contar ‘histórias’ (ROEH, 1989, p. 161 apud TRAQUINA, 2008, p.17-18).

O enquadramento da mídia é crucial para o entendimento de como se estabelece o processo de produção do discurso jornalístico, no qual certos enfoques são privilegiados em detrimento de outros. Ou seja, alguns assuntos terão mais destaque inevitavelmente, mas a forma como serão contados também. Ao fazer uma denúncia, por exemplo, contra a corrupção de um policial, o enquadramento geralmente preferido pela mídia é o do personagem

individualmente, principalmente se este indivíduo for do alto escalão da corporação. Em vez de buscar mostrar o que leva a este esquema de corrupção ao longo dos anos, de revelar o esquema fraudulento que pode envolver outros tantos policiais e até mesmo a corporação como um todo e o próprio Estado, a mídia simplifica e denuncia o personagem.

Isso se dá também e, principalmente, no campo da política, em que, de tempos em tempos, denúncias de corrupção vêm à tona contra o político X ou Y, sem que se use um enquadramento para contextualizar que tal situação pode ser mais abrangente. Entendemos, então, que faz parte do jogo midiático jogar holofotes em determinados pontos, enquanto outros permanecem à sombra.

Dessa maneira, os meios de comunicação contribuem de forma decisiva para a reafirmação do modelo desenhado, em geral, pelas classes dominantes. “Os media modernos são elementos centralmente constituintes das formas atuais de organização social e de configuração cultural, caracteristicamente urbanas, e dos fluxos globalizadores que as atravessam.” (COSTA, 2002, p.19).

Portanto, é de extrema importância ter uma noção do processo de produção de uma notícia e entender, que a maior parte dos veículos tem uma forma de ver o mundo, que será contada por meio de narrativas que possuem regras, normas e que os enquadramentos são inevitáveis. Apesar de a mídia agir conforme enquadramentos definidos pelo seu contexto sociocultural, influenciada por ideologias, nem sempre isso é assumido pelos jornalistas e pelos veículos.

Independentemente do tipo de mídia, se popular ou *quality paper*, por exemplo, os enquadramentos existem, mas as diferenças vão residir nas características de linguagem, no formato e na narrativa, que se adaptam de acordo com as condições e as necessidades do veículo.

2. JORNAIS POPULARES E JORNAIS DE REFERÊNCIA

Após falarmos da narrativa jornalística, gostaríamos de mostrar que existem diferentes tipos de periódicos impressos, de acordo com o público a que se destinam. No entanto, há diversidades e proximidades na composição destes veículos que se enquadram na linha considerada popular e naqueles que ora chamaremos de jornais de referência, ora *quality papers* ou *mainstream*.

As duas correntes têm origens diversas, mas se apresentam próximas em várias ocasiões, principalmente por serem veículos produzidos, muitas vezes, pelas mesmas empresas de comunicação. Antes de chegarmos às características da imprensa, falaremos da questão do que é o *popular* na relação com os meios de comunicação, sob a lógica dos Estudos Culturais Britânicos.

2.1 O QUE PODEMOS CHAMAR DE POPULAR NO CAMPO JORNALÍSTICO

Para entendermos a questão do popular e sua relação com os meios de comunicação que se autodenominam populares, usaremos, mais uma vez, a ótica dos Estudos Culturais Britânicos. Para Stuart Hall (2006), há três possibilidades para o conceito de popular. A primeira é a que se refere ao senso comum: “algo é popular” porque a grande maioria lê, consome e aprecia. Esta seria a definição comercial ou de mercado. Neste caso, corrobora-se com a opinião de que a massa é passiva e sem escolha. A este significado estaria contraposta a cultura “alternativa”, pura, genuinamente popular e íntegra.

O segundo conceito é o de que popular são todas as coisas que “o povo” faz. “Esta se aproxima de uma visão antropológica do termo: a cultura, os valores, os costumes e mentalidades (*folkways*) do ‘povo’. Aquilo que define seu ‘modo característico de vida’” (HALL, 2006, p.239-240). O último conceito de popular seria o de que “(...) em qualquer época, as formas e atividades cujas raízes se situam nas condições sociais e materiais de classes específicas, que estiveram incorporadas nas tradições e práticas populares” (idem, p. 241). Esta última definição é a encampada pelo autor.

Fundamentada nesta corrente, também falaremos da cultura popular, que é vista como aquela em que há um movimento duplo de conter e resistir. Portanto, é uma visão que contraria aquela da cultura popular como cultura de massa e como associada a uma conotação de passividade e negatividade. Para entender esta cultura como lugar de negociação e embate, os autores desta corrente recuperam argumentos gramscianos. O campo da cultura popular

está envolvido na disputa pela hegemonia, em especial por meio dos aspectos da vida cotidiana, porque, para Gramsci, o processo pelo qual a hegemonia é disputada se engendra no dia a dia. Marco Antonio Cabral dos Santos afirma:

Gramsci estrutura o termo popular a partir do movimento dialético entre resistência e cooptação. Através do conceito de hegemonia, Gramsci também ajuda a pensar a cultura a partir das condições materiais de existência, como um lugar de conflito entre as classes subalternas e hegemônicas que divergem, dentre outros aspectos, de visões de mundo e, com isso, decorre um processo de incessante busca pela conquista da hegemonia de uma classe social que se pretende amparada pelo consenso moral e político da maioria da população (SANTOS, 2008, p.2).

Ao se referir à imprensa comercial popular, Hall (2006) ressalta que existe uma audiência formada pela classe trabalhadora. Essa imprensa, fundada na cultura e na linguagem do “João Ninguém”, teria o poder suficiente para representar para si mesma essa classe da forma mais tradicionalista, o que nem sempre acontece. A partir disso, Hall desdobra os conceitos imbricados na problemática da “cultura popular” e os cuidados que devem ser tomados ao nos referirmos a ela. Ele refuta a definição restritiva de que o popular tem que ser algo de mau gosto e tosco e argumenta não existir uma cultura popular íntegra, autêntica e autônoma, nem o poder da classe dominante de “encapar nossas mentes”, de fazer a massa objeto de manipulação.

Para os Estudos Culturais, o popular é entendido como o campo que abriga tensões daquilo que pertence à elite ou à cultura da “periferia”. Sendo a cultura o campo de batalha permanente e de lutas contínuas entre classes, “a cultura popular é um dos locais onde a luta a favor ou contra a cultura dos poderosos é engajada. É a arena do consentimento e da resistência” (HALL, 2003, p. 263). É também “terreno sobre o qual as transformações são operadas” (idem, p. 249).

Mas o popular se resumiu a algo que tem visibilidade, que é conhecido pela maioria e que seria “pior” do que aquilo que é elitizado. Em se falando de meios de comunicação, o termo popular se aproxima daquilo que as massas compram, leem, consomem e apreciam, ou seja, o termo ficou relacionado principalmente ao quantitativo, quanto mais vendido for um produto ou ideia, mais ele é popular. Ou seja, ao mencionar “maioria da população”, forma-se a concepção mais comum do que é popular no que diz respeito às relações sociais. São os aspectos comerciais ou de mercado atribuídos ao termo.

Partindo do pressuposto de que um público desacostumado a consumir jornal diário é um público que terá dificuldades de entender textos mais complexos e aprofundados, a imprensa comercial popular oferece o mínimo possível a seus leitores, no que diz respeito à

necessidade de reflexão. O que se vê, geralmente, nesta mídia massiva, não são veículos defensores da chamada cultura popular, mas jornais que evitam temas socialmente relevantes em prol dos assuntos espetaculares.

Nestes jornais populares, em geral, entre os critérios de noticiabilidade que se destacam como primordiais para definir o que será colocado nas páginas estão o *fait divers*, o entretenimento e o escândalo. Apesar de outros critérios ganharem espaço, como a prestação de serviço, ainda são menos valorizados, com algumas exceções. Além disso, como ressalta Freitas (2009), ao analisar o popular “Extra”, do Rio, o que o jornal faz, ao dar espaço para os serviços, é destacar estratégias de sobrevivência.

Seja anunciando concursos públicos para empregos estáveis, seja respondendo cartas sobre como ter acesso à justiça ou exercer direitos, seja com matérias sobre como economizar, o Extra demonstra a preocupação com a forma como o seu leitor vai administrar seu orçamento. E essa preocupação, de alguma forma, se reflete na forma como o jornal noticia os crimes ocorridos (FREITAS, 2009, p 109).

Ou seja, existe também uma demanda por ordem, mas a esperança é sempre de estabilidade. Mas o dogma da pena está sempre presente, o pedido é de prisão. E ainda é preciso ressaltar que a cobertura, em geral, aparece como entretenimento, o relato ganha contornos de romance policial. Notícias deste tipo, que ganham as manchetes dos populares, em geral, são apenas notas nos *quality paper*, a não ser que haja outros valores-notícia atrelados, como os crimes que acontecem em locais diferentes dos frequentes, que envolvam famosos, autoridades, jogadores de futebol, enfim, os olímpianos.

Desta forma, em vez de ter conteúdos midiáticos que favoreçam a formação cidadã, os assuntos que recheiam a mídia popular acabam colaborando para o reforço de estereótipos.

[...] ao ter ao alcance de suas mãos (e de seu bolso) jornais e programas da televisão aberta que transformam mortes, crimes e sexo em notícia e em espetáculo, o indivíduo se convence de que esse é o seu lugar dentro da lógica informativa (e também social) e assume o papel para si. O argumento favorável a esse tipo de jornalismo pode afirmar que, de fato, as pessoas se interessam pela sua realidade, permeada de mortes, crimes e sexo: “ao valorizar a notícia que traduz um fato violento, o jornal sensacionalista está apenas atendendo a um desejo específico de seu público (ANGRIMANI, 1995, p. 57).

Francislene de Paula lembra que a “anátema está no fato de essa ser a única opção possível para essas pessoas” (PAULA, 2009, p.41). A autora defende que, pelo senso comum, acredita-se que, no Brasil, as pessoas que fazem parte das classes mais pobres não teriam capacidade intelectual para ter acesso ou refletir sobre assuntos mais “sérios”.

Recorrer ao pensamento de Paulo Freire aqui e usá-lo nesta questão do jornalismo popular é uma alternativa apenas para se fazer um paralelo. O educador lembra a forma como o analfabetismo é tratado no Brasil: “[...] como a manifestação da ‘incapacidade’ do povo, de sua ‘pouca inteligência’, de sua ‘proverbial preguiça’” (FREIRE, 1978, p. 13). O educador adverte que o “analfabetismo não é um problema estritamente linguístico, nem exclusivamente pedagógico, metodológico, mas político, como a alfabetização, através da qual se pretende superá-lo” (idem, p. 16).

Freire lembra ainda que os trabalhadores mais simples não são como “vasilhas vazias”, nas quais os “especialistas” vão depositando conhecimento. Cada um tem sua sabedoria, que deveria ser considerada, por exemplo, no momento da alfabetização de adultos. Sabedoria esta que deveria ser aguçada, no sentido de desenvolver um pensamento crítico no trabalhador e, aqui, uso este princípio para chamar a atenção para o leitor.

Mas, nos jornais ditos populares, dificilmente se veem conteúdos que estimulem este pensamento. Justamente estes veículos que chegam às mãos de pessoas que antes não tinham o hábito de leitura de uma mídia impressa e poderiam ser o grande filão no sentido de formação da cidadania. Em geral, também são reduzidos os assuntos regionais e comunitários nestes impressos. Os populares viraram periódicos com circulações recordes, preços acessíveis e que, em muitos casos, apresentam venda casada, no sentido de oferecer não só a informação, mas também brindes.

Jornalismo voltado para uma camada da população que, segundo o imaginário construído em anos de história, está em busca de sensações e divertimento, seja qual for o assunto tratado. Por esse imaginário difundido, indivíduos das classes C e D têm por opção jornais que primam por uma linguagem popular (com uso de gírias e palavras), fotos de mulheres seminuas nas capas, que também têm pequenas chamadas, muitas vezes com duplo sentido, das notícias do dia (PAULA, 2009, p.38).

Com a explosão deste segmento, no qual os jornais são vendidos por preços inferiores ao de outras publicações tradicionais, a questão financeira é superada. Os produtos são comercializados por valores que vão de R\$ 0,25 a R\$ 0,70. O leitor se sente informado, mas vê o mundo sob um determinado enquadramento, aquele que espetaculariza e transforma em sensacionais apenas alguns assuntos da vida cotidiana.

Quando o jornalismo assume o estilo popular, normalmente, tende a dedicar mais espaço ao esporte do que a assuntos políticos, suas notícias são mais concentradas nos problemas individuais do que em instituições, a ênfase empregada está no imediato e não nas imediações internacionais e de longo prazo, e assim por diante (SANTOS, 2008, p.10).

Nas páginas destes jornais impressos, são destacadas histórias de crimes, tragédias, mulheres com corpos expostos e o futebol. Portanto, é uma estrutura que se encontra despolitizada, com as experiências individuais sobrepondo-se e sendo exploradas como modo de compreensão da totalidade cotidiana.

2.2 AS VERTENTES TRADICIONAL E POPULAR

Antes de confrontarmos estas duas realidades do jornalismo mundial, é preciso salientar que os jornais de referência, chamados de *quality paper* ou *mainstream*, são aqueles considerados modelos dentro dos parâmetros jornalísticos ocidentais. No Brasil, estariam enquadrados neste grupo jornais como “Folha de S.Paulo”, “O Globo”, “Estado de Minas” e “O Estado de S.Paulo”. A maioria é apresentada no formato standard⁴ e é destinada, prioritariamente, às classes média e alta. São veículos que têm como peso editoriais relacionadas à política e à economia e que se constroem a partir de um enquadramento dominante para as classes mais abastadas, além da classe média.

Estes veículos estariam mais voltados para o jornalismo de informação, com textos mais densos e profundos, apostas em reportagens⁵, principalmente aos domingos, separação em cadernos, dando prioridade, nas primeiras páginas, para as editoriais já mencionadas, além de assuntos destinados aos problemas sociais e urbanos. São também chamados de jornais mais sérios por alguns autores, como Fabia Angélica Dejavitte. “O conteúdo sério seria aquela matéria que aprofunda, investiga, critica e transmite informações novas, tendo por finalidade o ponto de reflexão” (DEJAVITE, 2008, p. 42).

Para Márcia Franz Amaral (2006), estudiosa do jornalismo popular, o jornalismo de referência se baseia em algumas vertentes, como o conceito ocidental de jornalismo, com a matriz cultural calcada no racional-iluminista, que tem como base as teorias de liberdade de imprensa, ideias iluministas, baseadas no ideal de imparcialidade ou dos fatos que fariam por si, e responsabilidade social. Para manter a credibilidade necessária para sua sobrevivência, os jornais tentam obedecer a padrões éticos.

⁴ Standard é o formato do papel utilizado pela maioria dos jornais impressos tradicionais no Brasil que se enquadram no jornalismo do tipo *quality paper*. Portanto, seria o tamanho considerado padrão. A mancha gráfica de um standard é de aproximadamente 55cmx30cm. A metade do tamanho do standard é o tabloide.

⁵ Para Nilson Lage, há diferença entre notícia e reportagem. A notícia seria um relato objetivo, imediatista, tendo o tempo como fator determinante e deve trazer novidades. Já a reportagem é criada a partir de um fato programado, com mais liberdade no vocabulário e trata de assuntos que não precisam ser novos. Preocupa em ser mais abrangente e com maior detalhamento e contextualização (LAGE, 2001).

Já o jornalismo popular teria outra inspiração. Ele estaria balizado no melodrama e no folhetim, portanto esta seria outra matriz cultural de inspiração, a simbólico-dramática. De acordo com Amaral, esta matriz é fruto de uma concepção religiosa e dicotômica do mundo, que o divide nos polos bem/mal, riqueza/pobreza, dentre outros. A linguagem dos produtos dessa matriz é baseada no apelo visual – imagens – e, por isso, seria pobre em conceitos. Ela apresenta os conflitos histórico-sociais no âmbito interpessoal, como acontece no melodrama.

Este jornalismo popular do qual falamos é aquele que se refere a um grupo de jornais, que se autodenomina “popular”. São publicações que não possuem equivalência com periódicos comunitários, alternativos ou sindicais. Nos últimos anos, este tipo de veículo passou por várias mudanças e, alguns deles, viraram sucesso de venda, como é o caso do “Super Notícia” (fundado em 2002, em Contagem-MG), do “Aqui” (inaugurado em 2005, em Belo Horizonte-MG) e do “Meia Hora” (também surgido em 2005, no Rio de Janeiro-RJ). Apesar dos poucos anos, já atingem milhares de leitores diariamente, ainda que tenham circulação maciça apenas em determinadas áreas e regiões e não nacionalmente.

O lançamento de diários de caráter mais popular demonstra uma clara tendência de buscar público na faixa da população que não tinha o hábito de leitura de jornais. Para alcançar esse público, os jornais utilizaram basicamente duas ações: preços de capa excepcionalmente baratos e produção de matérias que atendam aos anseios desse público (FLIZIKOWSKI, 2007, p.1).

O resultado foi que os jornais populares passaram de 663 mil exemplares no país, no ano de 2001, para 1,2 milhão, em 2009, segundo o IVC. Isso significa uma alta de 85%.

Este tipo de jornalismo não é novo e teria sua origem no século XIX, na chamada *penny press*. Esses periódicos surgem nos Estados Unidos na década de 1830. São publicações baratas, noticiosas, com discurso fácil e acessível, politicamente independentes e direcionadas para pessoas comuns. São vistas como negócio empresarial e começam a competir com os jornais voltados para a elite

Esses jornais são a primeira geração de jornais populares. Eles recuperaram e reformataram as ideias originais das folhas volantes, dos livros noticiosos e das gazetas, que, entre os séculos XVI e XVII, geraram o jornalismo moderno, configurando-o como um negócio de produção e difusão de notícias, escritas de forma suficientemente simples para serem, inclusivamente, compreendidas pelos muitos iletrados que pagavam uma moeda de baixo valor unicamente para ouvirem alguém ler o que as gazetas traziam (SOUSA, 2008, p.105-106).

Com a ampliação do número de veículos de comunicação na época, o que foi permitido, entre outros fatores, pelo surgimento das rotativas e impressoras, começa a haver uma maior diversidade dos assuntos abordados e da maneira de tratar a notícia, há um alargamento do espaço nos matutinos e vespertinos para publicação de acontecimentos, além da política e da opinião.

A primeira geração de jornais populares do século XIX, surgida nos Estados Unidos, logo teve sucessores na Europa, sendo também designada por primeira geração da *penny press* (o nome advém do baixo preço), para se distinguir da imprensa política (*party press*). As soluções discursivas, normativas e funcionais da *penny press* iriam contaminar o jornalismo em todo o mundo (SOUSA, 2008, p. 106).

Desta maneira, começaram a ganhar lugar na imprensa temas discutidos nos tribunais, a polícia, os acontecimentos de rua, os acontecimentos locais. Algumas destas publicações dedicavam-se especificamente a notícias sobre crimes e julgamentos. Este tipo de jornalismo terá ainda uma segunda geração, no final do século XIX, também nos Estados Unidos. É a imprensa popular de massas, que passa a ser sustentada por empresas que visavam mais ao lucro econômico do que ao benefício político. Segundo Sousa, assim nascem os jornais generalistas, com elevadas tiragens, predominantemente noticiosos, apelativos, com textos simples, uso de manchetes e imagens, grafismos inovadores, títulos chamativos no que diz respeito a questões gráficas e de conteúdo, baixo preço e dirigido à generalidade dos cidadãos.

O sensacional e o escândalo também ganharam espaço neste tipo de imprensa. O nome *penny press* deu lugar a outros, como *yellow press* (“jornalismo amarelo”), expressão surgida também no final do XIX em um episódio de concorrência entre os jornais “New York World”, editado por Joseph Pulitzer, considerado um inovador do jornalismo impresso, e “Morning Journal”, de William Randolph Hearst, que brigavam para ter, em suas páginas, a primeira tira de quadrinhos da história, com as aventuras de Yellow Kid.

Segundo Vilson Antonio Romero (2011), a disputa dos periódicos nos bastidores teria sido tão pesada que o amarelo do personagem acabou se tornando sinônimo de publicações sem escrúpulos. No Brasil, a *yellow press* se tornou “imprensa marron”. Há várias histórias a respeito de como o nome teria sido adotado no país. Romero (2011) conta que, em 1959, a redação do jornal carioca “Diário da Noite” recebeu a informação de que uma revista de nome “Escândalo” extorquia dinheiro das pessoas fotografadas em situações comprometedoras.

Conta a história que o jornalista Alberto Dines, hoje editor do programa de TV *Observatório da Imprensa*, preparava, para a manchete do dia seguinte, algo como

“Imprensa amarela leva cineasta ao suicídio”. O chefe de reportagem, Calazans Fernandes, achou o amarelo uma cor amena demais para o caráter trágico da notícia e sugeriu trocá-la por marrom (ROMERO, 2011).

Apesar desta história, Angrimani (1995, p. 22) diz que o termo marrom teria vindo do francês *imprimeur marron* (impressor ilegal): “O senso de *marron* como coisa ilegal, clandestina, aparece no início do século XIX na França. [...] a origem possível do termo teria sido uma apropriação do adjetivo *cimarron*, que se aplicava na metade do século XVII aos escravos fugidos ou em situação ilegal.”

Segundo Amaral (2006), no Brasil, os jornais populares surgiram a partir da década de 1920. Entre os que se destacaram estão “Folha da Noite” (São Paulo, 1921-1960), “O Dia” (Rio de Janeiro, 1951 até hoje), “Última Hora” (Rio de Janeiro, 1951-1964), “Luta Democrática” (Rio de Janeiro, 1954-1979) e “Notícias Populares” (São Paulo, 1963-2000).

Passado mais de um século desde o início da *penny press*, muitas características se mantiveram, outras foram modificadas neste tipo de imprensa. No Brasil, o nome imprensa marrom caiu em desuso, até mesmo pelas modificações que estes tipos de veículos vêm sofrendo. Estes jornais fazem parte hoje da mídia chamada de popular. São publicações voltadas prioritariamente para a classe C, mas também com grande circulação entre as classes B e D. Em geral, são jornais que têm o conteúdo balizado no tripé: esporte, polícia/crime/sexo e variedades. As editorias de política e de economia não são contempladas, há um apelo para títulos chamativos e capas em cores. Quando a política aparece, é, especialmente, de maneira personalizada, ressaltando algum feito de um político, alguma doença que esta autoridade esteja enfrentando, algum escândalo, etc.

Quanto aos textos, são veículos que se utilizam da fórmula do folhetim, porque buscam ter uma proximidade com o leitor para que ele se reconheça ali, ao contrário dos veículos de referência, que procuram reforçar seus discursos com fontes oficiais e especializadas.

No folhetim, a incorporação do mundo do leitor se dá, de acordo com Martín-Barbero (1997), por intermédio de dispositivos de reconhecimento de um leitor imerso na cultura oral, da fragmentação da leitura, da organização em episódios, do suspense, do relato, da experiência da violência e da luta pela sobrevivência e, por último, um que nos interessa particularmente: da identificação do leitor com os personagens. Uma das principais características do folhetim é o envolvimento entre o leitor e a obra. Ou seja, o folhetim dirige-se às mesmas pessoas sobre as quais discorre. (GUEDES, 2009, p.6).

Amaral defende que a imprensa popular existe ligada a grandes conglomerados de comunicação pela necessidade de ampliação do mercado de consumidores de jornais para um público diferenciado do dominante, que vive diferente situação social, cultural e econômica. “Os jornais assumem formas específicas, porque o que move essa imprensa é, antes de qualquer coisa, a sedução do público e não a credibilidade ou o prestígio” (AMARAL, 2006, p. 20).

Ainda para fidelizar este público, acrescentamos que, muitas vezes, estes periódicos se valem de venda casada, quando realizam promoções para que o leitor compre o jornal por vários dias seguidos para que possa concorrer a um brinde. Observamos este artifício durante a análise do “Super Notícia”.

2.3 O QUE HÁ DE PRÓXIMO ENTRE AS DUAS VERTENTES

Alguns autores mostram que a *penny press* teria sido uma das originárias deste jornalismo que privilegia as notícias e os acontecimentos, em detrimento do jornalismo panfletário-político. No entanto, outros chamam atenção para os rumos diferenciados que ambas as correntes tomaram na história, uma caminhando para a razão e a outra para a sensação. Porém, acreditamos haver hoje, novamente, uma aproximação dos veículos representantes destes dois tipos de mídia.

Em primeiro lugar, isso estaria ocorrendo porque os conglomerados de comunicação têm apostado nas duas vertentes, usando as mesmas redações, com os mesmos profissionais, para produzir informação para os dois tipos de publicação. Em segundo lugar, porque os jornais tradicionais impressos estariam dando maior espaço para as notícias relacionadas com o crime, o entretenimento e o espetáculo como estratégia de venda. Em terceiro lugar, porque os próprios jornais populares estariam mais comedidos na questão que chamaremos de “espreme que sai sangue”⁶. Isso sem falar que todos, independentemente de público a que se destinam, passam pela transformação do mercado. Esta transformação envolve a adoção de cores, diagramação “leve”, ampla utilização de mapas e artes didáticas, corpo do texto maior, parágrafos mais enxutos. Para José Arbex Júnior (2001), a transformação de um “fato” em “notícia” passa, cada vez mais, pela sanção do mercado.

Em nossa análise, apostamos que, aliada à linguagem, a forma de vender a notícia seria o maior diferencial hoje nestas duas mídias. Ou seja, uma é “embalada” de uma maneira,

⁶ Referência ao título do livro de Danilo Angrimani, lançado pelo Summus Editorial, em 1994, no qual o autor faz um estudo sobre o sensacionalismo na imprensa.

em formato tabloide, com mais cores, letras garrafais nos títulos, entre outras características gráficas. Nesse contexto, a capa e os títulos, em especial o da manchete, são o lugar onde o real vai ganhar o ar de extraordinário, para que convença o leitor a ler e comprar. Na análise sobre o jornal “O Dia”, Antônio Serra afirma que:

Estes títulos são dados numa frase que quebra a linearidade de um real convencional, naturalmente aguardado. Em seu interior se estabelece uma relação insólita, rompendo os padrões normais e estabelecidos, produzindo não apenas o efeito “chamativo” da notícia, mas demarcando-a pelo desvio (SERRA, 1979, p. 39).

O título é importante para revelar também o tom da reportagem e dá pistas sobre o tipo de narrativa que será encontrada. Em muitos periódicos populares, as manchetes têm algumas características comuns, como lembra Dias (1996). Ela detalha que recursos da linguagem oral e popular são levados para as manchetes, assim como o estilo hiperbólico, as frases feitas, as frases de construção triádica (Foi, matou, venceu; Parou, olhou, morreu), características que a autora encontrou ao estudar o jornal “Notícias Populares”⁷. Também em outros periódicos, como o analisado por Dias, era comum o abuso do duplo sentido das manchetes, em particular com o objetivo de explorar a malícia referente à vida sexual.

Já os textos, nas páginas internas, com exceção daqueles que seriam a aposta do dia do jornal popular, estariam mais próximos da mídia tradicional, com o diferencial de que há mais espaço e detalhamento nos jornais tradicionais, enquanto, nos populares, as notícias seriam mais curtas e se encerrariam no tripé mencionado anteriormente. Chama atenção que isso reflete uma necessidade da gestão: o aproveitamento da cobertura por veículos diferentes, mas pertencentes ao mesmo grupo.

No caso do “Super Notícia”, ele integra o Grupo Sempre, cujo proprietário é o ex-deputado federal pelo PSDB Vitório Mediolli, também dono do jornal “O Tempo”, cujo modelo é de um *quality paper*. Em entrevista a esta autora, o editor do “Super”, Rogério Maurício Pereira⁸, confirma que as redações do “Super” e do jornal “O Tempo”, que são do mesmo grupo de comunicação, funcionam juntas e que parte do material produzido é o mesmo.

O também mineiro e popular “Aqui” é ligado ao mesmo grupo do “Estado de Minas”, ambos dos Diários Associados, um dos mais tradicionais do estado. No Rio de Janeiro, a

⁷ Foi um jornal que circulou em São Paulo entre 15 de outubro de 1963 e 20 de janeiro de 2001 e era conhecido por suas manchetes violentas e eróticas. É considerado até hoje “sinônimo de crime, sexo e violência”. O jornal era publicado pelo Grupo Folha, mesma empresa que publica o jornal *Folha de S. Paulo*.

⁸ Entrevista concedida por telefone, a esta autora, no dia 25 de agosto de 2011.

mesma situação se repete: o popular “Extra” é integrante do Infoglobo, mesmo grupo de “O Globo”, enquanto o “Meia Hora” está ligado ao “Dia”. Portanto, são jornais criados para atender, acima de tudo, os interesses da corporação, já que há um crescimento do poder econômico da classe C e uma migração de muitos leitores de veículos de referência para a internet.

Enquanto isso, o jornalismo de referência vem diminuindo sua circulação e está sendo obrigado a se reconfigurar para não perder seus leitores. Em Minas, o exemplo é o tradicional jornal “Estado de Minas”, que está em processo de mudanças e vem adotando medidas que visem a recuperar a fidelidade do leitor, como uma capa mais chamativa – pode-se dizer mais sensacionalista. Os números apresentados demonstram que a circulação de jornais impressos diários está crescendo apenas entre os veículos populares. Assim, pode-se inferir que esse público está “aprendendo” a ler jornais com as mídias populares. Em contraposição, pode-se dizer que, diante dos avanços tecnológicos, o leitor do jornal de referência, acostumado a ler notícias, agora, quer participar da produção dos veículos através de novos modelos de jornalismo, como o colaborativo - esse público já faz isso por meio da internet (GUEDES, 2009, p.4-5).

Neste cenário, outros jornais de referência se modificam e têm oferecido diagramações mais leves aos seus leitores, com menos textos, mais imagens, fotografias e espaços em branco nas páginas, um formato distinto de décadas passadas. Além da questão da imagem, estes veículos têm buscado assuntos de maior apelo para ampliar suas vendas.

Autores, como Letícia Cantarela Matheus (2011), chamam atenção, porém, para as matérias sobre crimes, que precisam ser vistas sem preconceito e pelo viés da curiosidade que despertam em todas as pessoas, independentemente da classe à qual o veículo se destina. Ao estudar dois casos de violência criminal narrados em “O Globo”⁹, esta autora também encontrou uma configuração melodramática da realidade. No entanto, Matheus diz ter visto as sensações de formas dosadas “para que se mantenha uma espécie de revestimento de credibilidade em uma cultura que discrimina o jornalismo sensacionalista” (Matheus, 2011, p. 13). Estudos como o desta autora são importantes para mostrar que não se pode generalizar e afirmar o que são características apenas do *quality paper* e outras que são exclusivas do jornal popular. As fronteiras, então, estão mesmo borradas, dissolvidas, como apontam autores dos Estudos Culturais. Os gêneros estariam cada vez mais híbridos.

Se antes as notícias de editoriais consideradas mais pesadas no que se refere à informação eram as únicas que “seguravam” as manchetes de primeira página dos periódicos

⁹ Letícia Matheus analisa duas coberturas policiais produzidas no ano de 2003 por “O Globo”: a primeira sobre a morte de uma adolescente de 14 anos, durante um tiroteio em uma estação do metrô, na Tijuca, em março; e a segunda sobre um ataque a tiros a um campus universitário no Rio Comprido, do qual saiu ferida uma aluna de 19 anos, em maio. (MATHEUS, 2011, p 10-11)

chamados de *mainstream*, hoje as manchetes relacionadas com tragédias, segurança pública, entre outras, são cada vez mais comuns nestes veículos como forma de reforço das vendas em banca. Ou seja, os jornais de referência, tomam os assuntos e dão tratamento a eles diferenciados, mas também mancheta temas sensacionais da mesma forma que o popular.

Assim há uma valorização do que chamaríamos aqui de assuntos ligados ao entretenimento e às sensações, porém atrelados à informação, segmento que vem ganhando espaço e está sendo chamado de infotainment ou *infotainment*. Em tempos de evolução rápida de novas plataformas midiáticas, “o entretenimento, junto à informação, aparece como um dos valores emergentes do cenário contemporâneo” (DEJAVITE, 2008, p. 38).

Por outro lado, os jornais chamados de populares também vêm sofrendo amplas modificações nas últimas décadas. Alguns destes jornais já não se posicionam tanto com um linguajar policialesco e, até mesmo pela própria cobrança dos movimentos ligados aos direitos humanos ou por ações de ordem jurídica, foram sendo obrigados a implantar mudanças editoriais no caminho, por exemplo, de buscar maior respeito no tratamento dado aos suspeitos de crimes, o que antes não existia.

No caso da Justiça, um veículo que sofreu obstrução por causa da sua linha editorial foi o “Notícias Populares”. A gota d’água, segundo Angrimani (1995, p. 88), teria sido a publicação da manchete “Maradona bom de bola e ruim de taco”, que mostrava o jogador argentino nu. Um promotor do Ministério Público teria considerado que aquilo era uma violência à família e obrigou que o jornal fosse vendido envelopado, determinando, ainda, que tivesse a advertência de ser “inadequado para menores de 18 anos de idade” sempre que houvesse cenas de sexo, violência ou emprego de expressões chulas ou obscenas. A situação deste jornal, já extinto, acabou servindo de exemplo para a adoção de um novo modelo na linha popular. A mudança, a nosso ver, seria resultado também da necessidade de atender aos próprios interesses do leitor. A rigor, segundo Dias, “o gosto e o interesse do leitor determinam diariamente a construção da manchete” (1996, p. 62).

No caso da cobertura policial dos jornais populares, era comum os repórteres destes periódicos se confundirem com os próprios agentes, publicarem os nomes dos suspeitos nas reportagens de maneira acusativa, e as matérias serem colocadas como se fossem um veredicto contra os que cometiam os crimes e com uma linguagem agressiva e preconceituosa. O estilo escatológico também chegou a predominar em uma época, mas hoje, muitos destes periódicos, em especial o “Super”, já não se baseiam no modelo “espreme que sai sangue”, que se valia de fotografias de corpos de pessoas assassinadas nas capas para atrair o público.

Quanto à linguagem, Amaral argumenta não haver mais espaço destinado ao chulo e ao ofensivo. A informação também ganha importância em detrimento do apelo, mas ainda faltam matérias críticas e que cobrem políticas públicas na área de segurança.

[...] o noticiário de polícia permanece, mas de maneira menos apelativa. Não se mostram mais cadáveres, só em casos excepcionais. O noticiário de polícia tem valorizado mais a cobrança das autoridades no que diz respeito à explosão da violência e às falhas da segurança pública, ouve o outro lado dos acusados, fiscaliza o abuso policial e a corrupção. Se a cobertura de polícia perdeu bastante o tom criminal e sensacionalista e trata mais da segurança pública, seu grande problema atual é a prioridade para casos factuais, individualizados, como os crimes isolados. São necessárias ainda mais matérias informativas, colunas opinativas e reportagens sobre políticas de segurança pública, com cobertura completa e fontes especializadas, mais dados e estatísticas. As polícias ainda são a fonte preferencial e a temática da fiscalização das polícias tem tomado cada vez mais espaços (AMARAL, 2006, p.121-122).

Neste novo jornalismo popular, Aguiar (2008) cita dois jornais cariocas que seriam exemplos de mudança, “O Extra” e “O Dia”. Segundo o autor, ambos têm conseguido mesclar editorialmente notícias importantes e interessantes, já tendo, inclusive, conquistado prêmios jornalísticos, com reportagens vencedoras do Prêmio Esso, principal premiação do jornalismo brasileiro, existente desde 1955.

Como “notícia interessante”, Aguiar considera aquelas que procuram narrar um acontecimento com base na perspectiva do “interesse humano”, das curiosidades que atraem a atenção e do insólito. Para ele, é esse critério de relevância – notícia interessante com potencialidade de entretenimento – que se coloca em contradição com o critério da importância própria dos acontecimentos.

De acordo com o Instituto Verificador de Circulação (IVC) de 2010, há um crescimento no setor de jornalismo popular. No ranking dos dez mais vendidos em 2010, cinco se enquadram neste segmento: “Super Notícia (MG), que ficou em primeiro lugar, com 295.701 exemplares de circulação média diária; “Extra” (RJ), que ficou em quarto lugar, com 238.236; “Meia Hora” (RJ), com 157.654 e sétimo lugar no ranking; “Diário Gaúcho” (RS), que chegou a 157.409 exemplares vendidos e ocupou a nona posição; e ainda o mineiro “Aqui”, em décimo lugar, com 125.676 exemplares.

Os outros cinco que se mantêm com maiores vendas no país são considerados jornais de referência, como a “Folha de S.Paulo”, com 294.498 exemplares e o segundo lugar; “O Globo”, com tiragem de 262.435, e a terceira posição; o “Estado de S.Paulo”, em quinto, com 236.369; “Zero Hora” (RS) em sexto lugar, com 184.663, e o “Correio do Povo” (RS), em oitavo, com um 157.409 de vendagem diária.



Fonte: Super Notícia - 2010

Portanto, ao se falar em crise nos jornais impressos no Brasil, é preciso levar em conta que pode ter havido uma queda no faturamento de alguns, mas, por outro lado, houve a ampliação no número de títulos.

Assim, o setor de jornalismo diário impresso não está em crise, mas em mudança. Essa mudança levou diversas empresas jornalísticas a investir em reformulação editorial e gráfica, lançar cadernos especializados, suplementos segmentados, guias de serviço, coleções e diversas iniciativas com o objetivo de conquistar leitores, ao mesmo tempo em que busca aumentar o investimento publicitário no setor. (FLIZIKOWSKI, 2007, p. 1)

No entanto, ainda há muito a se trilhar, no sentido de levar o leitor a ter uma visão diferenciada das ações policiais, que não seja através da personalização e dos casos isolados. Ainda permanece o viés que favorece o medo, que valoriza a punição de infratores e não busca instruir seus leitores sobre as questões de seu tempo e espaço como cidadãos.

Não há também uma mudança de ponto de vista em relação ao trabalho da polícia, até porque faltam críticas e aprofundamento sobre a realidade que leva a determinados crimes, sobre políticas públicas de segurança, etc. A dramaticidade persiste e, muitas vezes, predomina.

Se, por um lado, essa ampliação de leitores é positiva, por outro, é preocupante, visto que o tipo de mídia crescente para as classes de menor renda é aquela que ainda prioriza quase que exclusivamente o entretenimento e a criminalidade. Fora isso, as matérias, em geral, tratam os assuntos de maneira superficial, havendo omissão em vários campos, como veremos

adiante no jornal avaliado para este estudo. Desta forma, esta seria a maneira de enquadramento da realidade para os leitores destes jornais.

2.4 O SENSACIONALISMO E O SENSACIONAL NO JORNALISMO: O *FAIT DIVERS* COMO PRINCIPAL INGREDIENTE

O sensacionalismo no jornalismo seria o exercício de tornar sensacional um fato que não mereceria este tratamento, ou seja, seria superdimensionar, escandalizar um acontecimento, principalmente com o objetivo de “vender” a notícia. Angrimani (1995) ressalta que o termo, na imprensa, passou a designar o veículo de comunicação ou a reportagem que distorce as informações.

Este autor diferencia o sensacional do sensacionalismo. O primeiro termo seria aquilo que produz sensação intensa, mexendo com os sentimentos do público. O segundo acabou por ganhar vários significados quando se fala de imprensa, especialmente o fato de ser confundido com imprecisões editoriais, erros, distorção e deturpação de um fato noticioso. Angrimani recorre a outros autores para falar do assunto, como Marcondes Filho, que caracteriza o sensacionalismo como “o grau mais radical da mercantilização da informação [...] O jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece” (MARCONDES FILHO, 1986 apud ANGRIMANI, 1995, p. 15).

Quando mencionamos a palavra sensacionalismo ao jornalismo, o senso comum leva à imaginação imediata de que ela se refere às práticas jornalísticas adotadas pelos veículos populares, aqueles que são, em sua maioria, tabloides, com preocupação secundária em relação à informação e maior inclinação a levar o público a ter sensações. Desta maneira, haveria uma aproximação maior entre o veículo e o público, enquanto a neutralidade, característica vendida como prezada pelo jornalismo dito “sério”, estaria mais distante.

Nessa classificação, a linguagem é elemento determinante. Para levar ao envolvimento do leitor, o periódico popular usa uma linguagem “clichê” e humanizada, para que haja um reavivamento do fato. A maior preocupação seria com esta aproximação e não com outras características defendidas nos manuais de redação e com o ideal de objetividade.

O veículo sensacionalista destaca questões que não teriam o mesmo tratamento em outros meios e teria uma mensagem moralista a passar a seu leitor. No rol de assuntos que interessam a um meio com estas características, está o comportamento chamado de desviante. Para Angrimani (1995), estas questões referem-se aos comportamentos sexuais diferentes dos padrões, assuntos considerados tabus, entre outros, que serão tratados sempre com a

prevalência da instância moral. Entre os exemplos destacados por este autor estão o tratamento dado ao homossexual, que é descrito de maneira preconceituosa em um jornal sensacionalista, como aquele que afronta a moral da maioria e, mesmo que ele tenha sido assaltado, estuprado ou morto, recai sobre ele, indiretamente, a culpa, apenas por ele ser homossexual, ou seja, autor de um comportamento “anormal”, “transgressor”.

Portanto, quando ele sofre uma violência, quando é assassinado, o jornal sensacionalista edita a notícia de forma paralela, estendendo a ação criminosa ao lado da homossexualidade da vítima. O propósito implícito parece ser o de ‘justificar’ (ou pelo menos ‘compreender’) o ato violento (ANGRIMANI, 1995, p. 70).

Além da linguagem textual, fatores visuais são importantes para estabelecer este vínculo entre o jornal popular e o sensacionalismo. Entre eles estaria a exploração da imagem de um corpo de mulher na capa. Angrimani explica a importância deste corpo como fetiche nestes veículos em que “a mulher colocada estrategicamente na capa, em sintonia com a manchete escabrosa, é fetichizada a tal ponto que, às vezes, chega a não existir. Está no jornal, na capa, mas como objeto fetiche” (ANGRIMANI, 1995, p. 73). Esta mulher está sempre vestida de maneira a alimentar este sentimento, usando lingerie, sapatos de salto e acessórios, como as luvas.

Outro vínculo estabelecido pelo autor entre veículo popular e sensacionalismo é com o voyeurismo e com o sadomasoquismo. Fatos diferentes da vida cotidiana vão ser mostrados de forma exibicionista-voyeurística, provocando reações nos leitores. Desta maneira, Angrimani (1995) busca respaldo em autores da psicanálise para mostrar os assuntos e as maneiras de mexer com o psicológico das pessoas.

O meio de comunicação sensacionalista se assemelha a um neurótico obsessivo, um ego que deseja dar vazão a múltiplas ações transgressoras – que busca satisfação no fetichismo, voyeurismo, sadomasoquismo, coprofilia, incesto, pedofilia, necrofilia – ao mesmo tempo em que é reprimido por um superego cruel e implacável. É nesse pêndulo (transgressão-punição) que o sensacionalismo se apoia. A mensagem sensacionalista é, ao mesmo tempo, imoral-moralista e não limita com rigor o domínio da realidade e da representação. Nessa soma de ambiguidades se revela um agir dividido, esquizofrênico (ANGRIMANI, 1995, p. 17).

Este acontecimento diferente, incomum, surpreendente, ganhou o nome de *fait divers* no linguajar jornalístico e se tornou o ponto forte do jornalismo popular, o seu principal “nutriente”, de acordo com Angrimani. A expressão foi cunhada pelo semiólogo francês Roland Barthes, introduzindo-a a esta categoria de notícias. O *fait divers*

[...] não remete formalmente a nada além dele próprio; evidentemente seu conteúdo não é estranho ao mundo; desastres, assassinatos, raptos, agressões, acidentes, roubos, esquisitices; tudo isso remete ao homem, à sua história, à sua alienação, a seus fantasmas, a seus sonhos, a seus medos (...); mas trata-se aí de um mundo cujo conhecimento é apenas intelectual, analítico, elaborado em segundo grau por aquele que fala do *fait divers*, não por aquele que o consome (BARTHES, 1964, apud OLIVEIRA, 2008).

Barthes afirma que há duas relações imanentes ao *fait divers*. Uma seria a de causalidade, na qual se identificam dois tipos de manifestação. Uma é a causa perturbada, na qual se apresentam casos de um efeito expropriado de causa e ainda situações em que uma pequena causa produz um efeito imenso. Outra manifestação é uma causa esperada, com personagens dramáticos, como um idoso, uma mãe e uma criança. De acordo com Barthes, a relação de causalidade é tomada pelo aspecto de aberração ou da surpresa, marcada pelo espetáculo.

A outra relação é de coincidência, seja no sentido de repetição, como ganhar três vezes na loteria, ou então da aproximação paradoxal, que une personagens dissonantes em um único texto. Neste caso, o fato é associado a uma anomalia. Para Nogueira, estes dois movimentos são os constituidores de muitas das notícias do “Super”. “Muitas das matérias podem, inclusive, ser comparadas a caixas de presentes, bonitas e exuberantes, mas, que, ao serem abertas, não possuem nada ou um presente bem abaixo das expectativas” (NOGUEIRA, 2007, p. 38).

Alguns autores, como Muniz Sodré, apontam que a estrutura do *fait divers*, sem duração e sem contexto, aproxima-se à do folhetim, narrativa que ajudou a alavancar o jornal.

Angrimani ressalta ainda que o sensacionalismo busca, no insólito e na extravagância do *fait divers*, o ingrediente preponderante para a manchete da primeira página.

[...] A intenção de produzir o efeito de sensacionalismo no *fait divers* visa a atrair o leitor pelo olhar na manchete que anuncia um acontecimento produzido, jornalística ou discursivamente, para ser consumido ou reconhecido como espetacular, perigoso, extravagante, insólito, por isso, atraente (PEDROSO apud ANGRIMANI, 1995, p. 26).

É certo que o *fait divers* está situado fora dos contextos históricos, mas os assuntos isolados que viram manchete dos jornais populares se reportam sempre a problemas maiores. Isso é o que diz Angrimani, destacando o pensamento de Alain Monestier (1995, p. 28). Segundo este autor, a despeito do aspecto fútil do *fait divers*, ele vai tratar de temas fundamentais e universais, como a vida, a morte, a natureza humana e o destino.

No entanto, apesar de muitas características sensacionalistas estarem presentes no jornalismo popular, estes elementos não se restringem a este tipo de mídia. Jornais e revistas considerados da linha tradicional e a televisão apresentam reportagens de cunho sensacionalista, principalmente em casos que ganham repercussão nacional.

Letícia Matheus (2011) fala de sensacional e de sensacionalismo no jornalismo, lembrando que, desde o final do século XIX, a imprensa brasileira de grande tiragem incluiu os chamados crimes de sensação em suas páginas, o que, conseqüentemente, levou à popularização dos impressos.

A palavra passou a designar o jornalismo que privilegia a superexposição da violência, por intermédio da cobertura policial e da publicação de fatos considerados chocantes, distorcidos, usando uma linguagem que, não raras vezes, apela para gírias, palavras e inclui no seu repertório narrativo expressões de fácil entendimento para os grupos populares. (MATHEUS, 2011, p. 32)

Esta autora diz ter encontrado fartos recursos utilizados para “sensacionalizar” os dois casos de violência criminal que estudou em “O Globo”. Entre eles, a melodramatização e “inúmeras referências ao pânico” (idem, p. 34).

Amaral chama atenção para as mudanças da mídia popular, que já não se utiliza apenas da forma sanguinolenta e sensacionalista para vender. São periódicos que começam a ser vistos de outra maneira, até mesmo com menos preconceito e não apenas como sensacionalistas, mas, de certo modo, como prestadores de serviço e jornais da família, como nosso objeto de estudo, o “Super”, quer ser conhecido. A autora lembra que jornais populares, em várias partes do mundo, estão se modificando, mas os estudos acompanhando estas mudanças ainda são restritos.

Acreditamos, como diversos autores, entre eles Aguiar (2008) e Matheus (2011), que divulgar o sensacional é uma das razões de ser do jornalismo, independentemente da corrente a que se destina o veículo. Neste caso, estamos falando dos acontecimentos que se baseiam nas sensações e que vão levar o leitor a chorar, sorrir, enfim, mexer com suas emoções, despertar as sensações. Este apelo, porém, como vimos, ganhou outra conotação em alguns meios, descambando para o exagero, mas Matheus (2011, p. 39) defende que “o fantástico e o sensacional estão longe de ser antitéticos ao jornalismo”.

As narrativas jornalísticas sensacionais, enquanto uma ordem do discurso, estão arraigadas no próprio modo de produção moderna da notícia, tal como a consumimos hoje. Mas também é aceitável compreender que, como o jornal deve utilizar recursos gráficos e

estilísticos para se tornar um produto vendável, o que vai diferenciar a imprensa de referência - denominada "séria" - da imprensa sensacional é o grau de utilização dessas narrativas sensacionais. (AGUIAR; BARONI, 2009, p. 2). O sensacional está presente na imprensa, independentemente se considerada de referência ou popular (MATHEUS, 2011). Porém, a imprensa popular vai “carregar nas tintas”, enquanto o jornal que não é considerado sensacionalista vai procurar manter uma relação mais objetiva com o leitor, o que, segundo Angrimani (1995, p. 51), leva à somatória “informação-reflexão-opinião”, distante dos aspectos emocionais da notícia.

Mas Matheus (2011) critica o fato de frequentemente ser criada uma imagem na qual o sensacionalismo se opõe ao jornalismo informativo e defende que a própria ficção está ligada ao jornalismo. Também para Lage (1979), o “sensacionalismo é uma das formas de produção da informação”.

Ele permite manter um elevado índice de interesse popular, refletindo na divulgação de crimes e grandes passionais, uma realidade violenta muito próxima de imprecisos sentimentos do leitor; oferece-lhe, em lugar de consciência, uma representação de consciência. As campanhas e os apelos à unidade nacional prestigiam a liderança. Quanto aos problemas, eles se esvaziam no sentimentalismo ou se disfarçam na manipulação da simplificação e do inimigo único (LAGE, 1979, p. 24).

Retomando a nossa questão e independentemente de discutirmos aqui a redução de assuntos destinados às classes populares, vamos verificar, em nossa análise, como a representação da Polícia Militar é feita diante destes assuntos sensacionalistas.

2.5 A ESPETACULARIZAÇÃO NA MÍDIA

Falar da espetacularização da mídia também é necessário para nos acercarmos de nosso objeto, já que a construção das notícias policiais passa pelo fenômeno do estético-espetacular. Para isso, usaremos um pouco dos conceitos de Guy Debord (1997, p.13), para quem “tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”. A Sociedade do Espetáculo, descrita por Debord, autor de inspiração marxista (1931-1994), é aquela na qual a imagem é o que existe de maior valor, enquanto a vida real é pobre e fragmentária. Este autor usa o prefácio de “A Essência do Cristianismo”, do filósofo alemão Ludwig Andreas Feuerbach, para fazer um esboço de um dos conceitos relacionados ao espetáculo:

E sem dúvida o nosso tempo prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser. O que é sagrado para ele, não é senão a ilusão, mas o que é profano é a verdade. Melhor, o sagrado cresce a seus olhos à medida que decresce a verdade e que a ilusão aumenta, de modo que, para ele, o cúmulo da ilusão é também o cúmulo do sagrado (DEBORD, 1997, p.8).

O texto mostra a contemplação de um fenômeno que, já naquela época da história, em 1841, unificava a sociedade em uma falsa consciência. O espetáculo é a afirmação de uma aparência, é a negação da realidade e a prisão a sonhos fomentados por aparências. A relação estabelecida pelos veículos de comunicação entre imagem, consumo e dinheiro faz com que as sociedades neguem, cada vez mais, a realidade, por meio de produções culturais altamente diluídas.

As pessoas são obrigadas a consumir as imagens daquilo que lhes falta na existência real. O olhar se volta para os políticos, as estrelas que viveriam no lugar dos simples mortais. A soberania nesta sociedade está no aparecer. Desta forma, é a sociedade que valoriza não mais o ser, mas o ter e o aparecer. A vida é um show em que as melhores imagens não podem ser perdidas. O espetáculo nesta sociedade em que a economia não é mais um meio, mas um fim, é uma verdadeira religião terrena e material. Ele trabalha as emoções e desejos da sociedade, reduzindo o pensamento reflexivo das pessoas e alienando-as por meio de produções midiáticas que as motivam a um comportamento hipnótico.

Em 1967, Debord toca na questão política e na divisão do mundo entre capitalistas e comunistas, distinguindo, então, dois tipos de espetáculo, que ele chama de “difundido”, para o tipo ocidental e “democrático”, e o “concentrado.” O primeiro seria aquele caracterizado pela abundância de mercadoria e produtos e uma aparente liberdade de escolha. O segundo seria o existente nos regimes totalitários, no qual a identificação com o poder era imposta a todos os indivíduos. Mas estes dois tipos de espetáculo cederam lugar a um tipo único: o “integrado”. A sociedade foi remodelada sob a máscara da democracia, segundo a própria imagem.

Nesta sociedade, em que “a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real” (DEBORD, 1997, p. 15), é justamente este espetáculo que vai definir as prioridades do que se conhece e sobre o que se deve pensar. O que é bom vai aparecer e o que aparece será considerado bom. Além disso, o espetáculo não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo, formando-se, então, uma sociedade fundamentalmente espetaculista.

Nunca a tirania das imagens e a submissão ao império da mídia foram tão marcantes quanto agora, porque a imagem passou a ser dominante em todos os setores, seja na arte, na

economia, na política, enfim, em tudo. Hoje existe muito mais interatividade entre meios de comunicações e espectadores/leitores do que na década de 1960. Então, a mídia, muitas vezes, nos orienta sobre o que pensar e como estabelecer modelos na sociedade contemporânea do espetáculo, do descartável, do instantâneo. “O espetáculo [...], com suas formas dramáticas e sensacionalistas, produz identidades e sentimentos, numa hierarquização de temas entre os que são de interesse público e os que não se enquadram em tal categoria” (FREITAS, 2004, p. 71).

A relação do homem com o mundo passa a ser pela midiaticização. Os veículos da mídia, por sua vez, se especializam e criam discursos diferentes de acordo com cada classe diferente a que se destinam. O jornalismo popular insere-se na sociedade do espetáculo por assuntos-show que causem comoção no leitor. Ele enfatiza assuntos de interesse humano, que são personalizados e descontextualizados, assumindo, desta maneira, a função de entretenimento e espetacularização.

Amaral (2005, p. 7) diz que a matriz dramática à qual está ligada o jornalismo popular da grande imprensa tem uma linguagem baseada em imagens, sendo pobre em conceitos, e, com os conflitos histórico-sociais apresentados como interpessoais. A estética é a sensacionalista e a melodramática. Maria da Consolação Guedes, que também pesquisa o “Super Notícia”, chama atenção para as características da espetacularização neste periódico:

A chamada sociedade espetacular dissemina seus produtos, principalmente, através de mecanismos culturais de lazer e consumo, serviços e entretenimentos regulamentados pelos critérios da publicidade e de uma cultura da mídia comercializada. Os produtos midiáticos são feitos para serem consumidos por um público cada vez maior, ou seja, massivamente. Nessa lógica, podemos exemplificar com o Super Notícia, que tem um preço acessível e formato tabloide que facilita a leitura e manuseio, assim como um layout agradável e colorido, além de brindes e sorteios para seus leitores (GUEDES, 2010, p. 39).

Para se aproximar do nosso objeto, tanto no que diz respeito ao sensacionalismo quanto à espetacularização, precisamos pensar se, mesmo com todas as modificações deste tipo de imprensa, se ainda há uma valorização destes fatores ao se narrarem as ações da PMMG no “Super”. Que ações são midiaticizadas, já que a imprensa não se interessa por todas as manobras policiais diárias, enquanto outras contra determinados tipos de crimes considerados repugnantes pela sociedade ou quando o próprio policial é o agente deste comportamento desviante, principalmente se estamos falando de um *fait divers*, são manchetes.

3. POLÍCIA MILITAR DE MINAS GERAIS E “SUPER NOTÍCIA”: FONTE E OBJETO DE ESTUDO

Segundo Kellner (2001), os Estudos Culturais têm uma maneira de analisar as formas sociais e culturais hegemônicas de dominação e buscam encontrar forças contra-hegemônicas de resistência e luta baseados no pensamento de Gramsci, para quem as sociedades mantêm a estabilidade através da combinação de força e hegemonia. Nelas, algumas instituições exercem o poder de forma violenta para que sejam conservadas as fronteiras sociais. Entre estas instituições, podemos citar as polícias, as forças militares e os grupos de vigilância. Já outras instituições serviriam para reforçar, dar anuência, à ordem dominante. Neste caso, estariam a mídia, a escola, a religião, entre outras. Este grupo no qual a mídia se encaixa estabelece o domínio ideológico de determinado tipo de ordem social, como o capitalismo liberal, por exemplo. Mas, em alguns momentos, acreditamos que a mídia se mostra de maneira diversa, colocando holofotes em situações contrárias às que se apresentam predominantemente.

Tendo este aparato teórico como pano de fundo, gostaríamos de vislumbrar a representação simbólica da Polícia Militar de Minas Gerais (PMMG) na imprensa escrita do estado, especificamente no jornal “Super Notícia”. Acreditamos que a representação que iremos encontrar foi empreendida pela cultura hegemônica. Ao dar anuência às ações policiais, os veículos de comunicação reforçam, por exemplo, a necessidade de manter uma sociedade na qual é preciso punir e manter o caráter repressivo, sempre com o objetivo de fortalecer o *status quo*, a atual estrutura da sociedade.

Ao analisar a representação da PMMG na imprensa mineira, importa destacar se seu poder de autoridade será reafirmado pela narrativa do “Super”, se a corporação é apresentada como a autoridade que coloca ordem e tenta por fim a uma situação de anormalidade que se instalou e também se há outras representações desta corporação, até mesmo contraditórias. Então, quais serão as principais representações que o jornal constrói sobre os policiais e sua forma de ação? É a polícia comunitária, pacificadora ou a repressora e justiceira que está estampada no jornal? Para atingirmos o objetivo deste estudo, será necessário entender de que forma podemos analisar os discursos que a mídia produz sobre as coberturas das ações da PMMG. Usaremos a Análise de Conteúdo para tal proposta. A partir do levantamento do material e análise de evidências empíricas sobre a representação dada a esta corporação pela imprensa, podem-se colocar à prova pressupostos e hipóteses aqui levantados. Antes de chegarmos à análise de fato, falaremos sobre o organismo policial, a

Polícia Militar de Minas Gerais, a representação da corporação policial na mídia e o “Super Notícia”.

Para tratarmos de questões sociológicas e da própria corporação policial, serão utilizadas, neste capítulo, obras de autores como Márcio Simeone Henriques, Luis Flávio Saponi, Vera Malaguti Batista, Cláudio Beato, Amílcar Cardoso Vilaça de Freitas, Marcos Antônio Cabral dos Santos, entre outros.

3.1 A INSTITUIÇÃO POLÍCIA COMO ORGANISMO DA ORDEM

Em uma sociedade em que tudo é possível e na qual as relações de consumo são velozmente estimuladas, cada vez mais leis são criadas pelos governos para garantir a ordem. Diante desta crescente complexidade da sociedade urbana, a legislação torna-se a maneira considerada justa e eficaz no sentido de vigiar e criminalizar ações da população, principalmente aquelas praticadas pelas camadas mais empobrecidas. Se, por um lado, é uma sociedade que se pensa cada vez mais livre, por outro, é uma sociedade cada vez mais controlada e criada no sentido de desenvolver a sensação do medo.

A criminalização de atos que antes eram possíveis e permitidos atinge todos os setores da sociedade e todos os tipos de comportamento. Urinar em via pública tornou-se crime, a venda de ingressos por cambistas na porta dos estádios em dia de jogo é crime, não há tolerância com flanelinhas e com mendigos e exige-se ação policial para que eles sejam retirados das ruas. Em geral, percebe-se que há sempre uma tentativa de “enquadrar” e até criminalizar, em especial, ações praticadas pelos pobres, a chamada “classe perigosa”, com o objetivo de higienizar as ruas. A professora de criminologia e socióloga carioca Vera Malaguti Batista (2003) recorre a Zigmunt Bauman para chamar a atenção para as políticas de segurança “tolerância zero”, na busca da ordem urbana direcionadas especificamente contra “a impureza” de camelôs, flanelinhas e mendigos. Segundo este autor, a busca da pureza moderna expressou-se com a ação punitiva contra as classes perigosas. Já a busca da pureza pós-moderna expressa-se com a punição contra moradores de áreas pobres e de locais urbanos proibidos, contra os considerados vagabundos e indolentes.

A função dos governos, então, passou a ser, em muitos casos, separar os espaços da pobreza e o da abundância. Diante de uma sociedade mais liberal de um lado e mais leis para vigiar e punir de outro, há uma instituição que funciona como fator regulador, responsável por fazer cumprir as leis: a Polícia Militar. À polícia coube o papel de estabelecer os padrões de convívio e de higiene. Para Hermann Goldstein, “em uma sociedade livre, pela natureza

estrita de suas funções, a polícia é uma anomalia”, o que gera um paradoxo: “para manter o grau de ordem que torna possível uma sociedade livre, a democracia depende de maneira decisiva da força policial” (GOLDSTEIN, 2003, p. 13 apud HENRIQUES, 2008, p. 22).

Em sua tese de doutorado, Iraci Salles ressalta que

O Estado foi tecendo a rede de poderes marcadamente policialescos visando manter a população pobre da cidade de São Paulo nos limites da ordem, instigando-os ao trabalho regular e a uma vida moralizada, de tal modo que os pobres fossem mantidos sob o olhar vigilante da sociedade, ao alcance da polícia e dos poderes instituídos. (SALLES, 1995 apud SANTOS, 2005, p. 72).

Portanto, logo que foi criada, a polícia era a instituição por meio da qual se dava o contato do Estado com as camadas mais baixas da população. Ela seria o organismo de vigilância das chamadas classes perigosas e, ao mesmo tempo, de proteção das demais classes. Era ela quem, em princípio, controlava e disciplinarizava os hábitos e costumes das cidades, não só as questões criminais, mas também, como lembra Santos (2005), questões que se referiam “às esferas da salubridade, da higiene e da gestão da vida urbana” (SANTOS, 2005, p. 64), que se tratavam, sobretudo, da noção de fazer civilizar-se a população. O mesmo autor ressalta que o termo polícia está ligado ao termo política, vindos ambos da palavra grega *politeia*. Desta maneira, a noção mais clássica de polícia remeteria à ideia de manutenção da unidade da polis.

No século XVIII, o termo polícia passou a dizer respeito mais especificamente à regulamentação e manutenção da ordem e da tranquilidade pública. Já no século seguinte, segundo Santos (2005), a palavra polícia ganhou o sentido atual. Ele ressalta o pensamento de Monet, que afirma que isso se deu graças a um duplo processo de especialização: da própria polícia e das instâncias judiciárias.

No Brasil, a vocação da polícia em resolver problemas que não necessariamente diziam respeito à esfera da segurança pública encontra seus ecos na criação da primeira Guarda Real de Polícia, em 1809, no Rio de Janeiro. O então intendente Paulo Fernandes Viana implementou obras de calçamento de ruas, aterrou pântanos, regularizou o fornecimento de água, construiu pontes, chafarizes e o cais do Valongo, sempre contando com a mão de obra oriunda dos quadros da polícia. Dessa forma, a atividade policial ligava-se a outras mais relativas ao próprio ato de governar, ao menos enquanto instrumento eficaz de gestão do espaço público urbano. Não é de se estranhar que a polícia tivesse ligações tão estreitas com a efetiva implementação de medidas sanitárias, sobretudo considerando que, muitas vezes, a população se mostrava refratária ao autoritarismo que envolvia projetos como a higienização do espaço público e a vacinação obrigatória. Portanto, enxergava-se na polícia a própria materialização do braço executor das políticas de Estado. Nesse sentido, em 1897, Campos Salles afirmava que “uma boa polícia é condição de um bom governo” (SANTOS, 2005, p. 66).

A polícia é o instrumento por meio do qual o Estado detém o chamado monopólio da violência legítima, com o objetivo de conter a violência praticada pelos sujeitos. Ora, para exercer o controle, principalmente da chamada população “desocupada”, são criados os ambientes de tensão e hostilidade permanentes entre polícia e os demais que se sentiam e ainda se sentem constantemente vigiados e que precisam comprovar sua honestidade e enquadrar seu comportamento. Portanto, chegamos ao ponto atual que colocaria, de um lado, os policiais e, de outro, a população economicamente mais pobre. De um lado, aqueles que vão defender os interesses dos governantes e das classes dominantes e, de outro, aqueles que precisam ser “invisíveis” na sociedade atual.

Mas, no Brasil, no período da ditadura militar, a partir da década de 1960, a polícia deixa de ser o órgão que atua principalmente contra o crime e em questões de limpeza e higiene, para se ver em confrontos frequentes com outro público, mais intelectualizado e proveniente, principalmente, da classe média, envolvida com protestos políticos. A população começa a questionar abusos policiais e a denunciar casos de corrupção. É um período em que assassinatos, tortura e intimidação são atribuídos aos responsáveis por manter a “ordem”. Mariano (2004) diz que este regime fortalece o caráter repressivo do policiamento ostensivo.

Dos períodos autoritários, da ditadura Vargas ao governo militar, herdou-se uma força policial truculenta, repressiva e militarizada, marcada pela violência policial fatal [...]. Nos períodos de arbítrio na República, adotou-se a prática de prender para investigar, retomando a prática de tortura, abolida na Constituição de 1824. O policiamento ostensivo, em que a força militar esteve quase sempre presente, foi fortalecido pela lógica da repressão (MARIANO, 2004, p. 31).

Estes acontecimentos ligados a fatores políticos e sociais levaram a uma evidente perda de confiança do público na polícia a partir da segunda metade do século XX. Passado este período, estas polícias continuam sendo organismos da ordem, que precisam manter a chamada segurança pública, mas muitas práticas acabam sendo proteladas, afinal, depois de tantos anos, muitos comportamentos estão arraigados. Mas Simeone Henriques (2008) chama atenção para o modelo que foi se tornando hegemônico no século XX, baseando-se na progressiva profissionalização no combate ao crime e no qual a polícia funciona principalmente como força repressiva.

O desenvolvimento da criminologia e das técnicas de controle da criminalidade, diante dos desafios técnicos de lidar com formas cada vez mais complexas de crimes e de criminosos, provocou o rápido aprimoramento dos instrumentos científicos de inteligência policial, tornando a polícia cada vez mais uma burocracia especializada, o que constituiu a sua principal fonte de legitimação junto à sociedade. Alguns fatores, no entanto, passaram a abalar as práticas tradicionais e as bases sobre as quais se constituiu a legitimação dos modelos de policiamento

tradicionais. Não somente se revelou com intensidade a insuficiência do modelo de policiamento de base repressiva na contenção da violência e da criminalidade, como também a inadequação do aparelho policial ao formato de um Estado democrático de Direito, onde deve atuar em absoluto respeito aos direitos humanos. Uma politização cada vez maior sobre a questão da polícia e da segurança pública nas últimas décadas provocou uma nítida deterioração da imagem da polícia junto à população, que se traduziu em falta de confiança na instituição policial (HENRIQUES, 2008, p. 13).

Ligadas aos governos estaduais, as corporações policiais de várias unidades da federação vêm trabalhando no sentido de buscar mudar esta realidade e de tentar modificar sua imagem perante os cidadãos. Muitas delas, como a Polícia Militar de Minas Gerais, apostam em projetos para tentar uma aproximação com a comunidade e também numa melhor comunicação com a mídia, criando novas estratégias, além de estruturas mais complexas de assessoria de imprensa, como veremos a seguir.

3.2 A POLÍCIA MILITAR DE MINAS GERAIS

Antes de chegarmos à representação da Polícia Militar de Minas Gerais, é preciso tentar compreender um pouco sua história, sua origem, afinal as instituições têm uma história, sendo impossível tentar compreendê-las sem este conhecimento.

As polícias militares no Brasil são as forças de segurança pública das unidades federativas e do Distrito Federal, que têm o objetivo primordial de fazer o policiamento ostensivo e de preservar a ordem pública, de acordo com as disposições do artigo 144 da Constituição da República Federativa do Brasil, de 1988. Estas corporações são subordinadas aos governadores dos Estados e do Distrito Federal. Segundo o texto constitucional, as Forças Militares Estaduais são auxiliares e reserva do Exército Brasileiro e integram o Sistema de Segurança Pública e Defesa Social. Os seus integrantes são denominados de militares dos Estados e do Distrito Federal (art. 42 da Constituição).

Dentre todas as instituições policiais do país, a Polícia Militar de Minas Gerais (PMMG) é a mais antiga, tendo sido criada no ano de 1775. Desde sua fundação, já recebeu várias denominações, como Regimento Regular de Cavalaria de Minas, Corpo Policial, Brigada, Força Policial e outras designações, até ser chamada de Polícia Militar a partir de 1946. Hoje a corporação está presente em todos os 853 municípios mineiros e é formada por cerca de 45 mil homens e mulheres.

Segundo o site da corporação, compete à PMMG

A prevenção criminal, de segurança, de trânsito urbano e rodoviário, de florestas e de mananciais e as atividades relacionadas com a preservação e a restauração da ordem pública, além da garantia do poder de polícia dos órgãos e entidades públicos, especialmente das áreas fazendárias, sanitária, de proteção ambiental, de uso e ocupação do solo e de patrimônio cultural (site PMMG, 2010).

Além da sua função social de manutenção da ordem pública, até recentemente, a PM teve a incumbência de defesa interna. “Diante disso, esteve subordinada diretamente ao Exército Brasileiro e, assim, conviveu, por um bom período, com formação profissional e estruturas atinentes àquela Instituição” (PMMG, 2009).

A partir da segunda metade da década de 1990, Simeone Henriques (2008) chama atenção para o trabalho da corporação direcionado também para as políticas nacionais de segurança pública. Tanto a PMMG quanto organismos policiais de outros estados passaram a buscar novas práticas, no sentido de conter a violência urbana e a insegurança. Para isso, procuraram agir adaptando experiências internacionais bem-sucedidas.

Com vários trabalhos publicados sobre a PMMG, Simeone Henriques atesta que uma ampla reforma foi proposta e vem sendo feita nesta corporação, na busca de reposicioná-la no contexto das sociedades democráticas e de criar uma imagem naturalmente positiva nos meios de comunicação de massa. Hoje a corporação preza pela observância do princípio de *accountability*, termo usado por Simeone Henriques, para definir a noção de responsabilidade, controle e transparência. O termo refere-se à adequação entre o comportamento da polícia e os objetos da comunidade. Este princípio é essencial para a relação com a mídia e, conseqüentemente, com a sociedade. Segundo este autor, há ainda uma aposta da corporação no projeto de Polícia Comunitária, que busca a prevenção e a proximidade das ações com a população.

Até chegar a propostas de ações mais preventivas, como a do policiamento comunitário, a Polícia Militar de Minas Gerais enfrentou momentos difíceis, entre eles uma crise interna sem precedentes, que ficou conhecida como a “Greve de 1997”. Este movimento, que tomou as ruas da capital mineira, expôs a situação da corporação, ganhando repercussão nacional, principalmente com o “atípico desfile militar” pelo Centro de Belo Horizonte.

O fato que foi o estopim do protesto foi um aumento salarial concedido pelo então governador de Minas, Eduardo Azeredo, para os oficiais (tenente, capitão, major, tenente-coronel e coronel) em detrimento dos praças (soldado, cabo, sargento e subtenente). Esta situação de crise estaria se resvalando para a sociedade, tendo como reflexos o aumento da criminalidade no estado. A corporação estava sem recursos e, segundo notícias publicadas na época, a situação era de viaturas quebradas e falta de verba para manutenção.

Este momento tornou-se um marco histórico para a corporação e, a partir de 1999, como reação à crise, surge a proposta de elaborar o programa chamado de “Polícia de Resultados”. A filosofia da Polícia Comunitária se fortaleceu a partir daí, com a criação deste programa, no âmbito do Comando de Policiamento da Capital. Em 2000, a corporação estimulou a implantação dos Conselhos Comunitários de Segurança Pública (Consep) na 8ª Região da PM (BH e Sabará). A proposta era de uma mudança de paradigma, com um novo *modus operandi* e nova maneira de lidar com a sociedade.

Baseava-se em duas grandes ideias gerais: o mapeamento da criminalidade, através de técnicas de geoprocessamento (possibilitando melhor planejamento estratégico de operações) e o atendimento descentralizado às demandas das comunidades em cada fração policial, através da criação de Conselhos Comunitários de Segurança Pública (Consep). Concebido e iniciado em 1999, foi institucionalizado como diretriz operacional mais tarde, em 2002. Mas nos três primeiros anos várias iniciativas já foram empreendidas, especialmente em Belo Horizonte, que envolviam uma significativa mudança estrutural e gerencial (HENRIQUES, 2008, p.50).

A partir daí, a PM vai dar mais ênfase a um de seus pilares, a prevenção, projeto que inclui, entre outros, a Polícia Comunitária, o Programa Educacional de Resistência às Drogas e à Violência e projetos ligados aos direitos humanos. Simeone Henriques considera que o conjunto de iniciativas é disperso e recente, não havendo condições de ser feita uma avaliação sistemática a respeito. Para ele, é necessário considerar que a natureza das atividades preventivas não as faz tão visíveis quanto as repressivas. Além disso, algumas atuações não provocam impactos imediatos nos índices de criminalidade violenta e demandam maior tempo de maturação.

Não é nossa proposição entrar nas questões da Polícia Comunitária, mas apenas entendemos que este foi um marco na tentativa de mudança de uma corporação bicentenária. Processo este que ainda não se consolidou. Simeone Henriques entende que esse é mesmo um caminho lento e que, primeiro, é preciso ser vencido dentro da própria polícia, onde ainda predominam uma “cultura autoritária e uma imagem estreitamente ligada à repressão e à violação de direitos humanos e, por conseguinte, de uma desconfiança de segmentos da população” (idem, p.15).

Outras tentativas têm sido feitas para tentar combater o recrudescimento da criminalidade no estado. Segundo Luis Flávio Saporì e Scheila Andrade (2008), ainda na década de 1990, foi apresentada a proposta de integração do trabalho das polícias Civil e Militar no Estado de Minas Gerais. “Sem demandar modificações no texto constitucional,

propõe-se uma transição gradual para outro modelo de policiamento que induza a integração operacional do policiamento ostensivo com o policiamento investigativo” (SAPORI; ANDRADE, 2008, p. 429).

A experiência de integração, porém, só veio a ser tentada no início dos anos 2000, precisamente a partir de 2003. A pedra fundamental para o trabalho foi a criação da Secretaria de Estado de Defesa Social (Seds), substituindo as secretarias de Estado de Segurança Pública e a de Justiça e Direitos Humanos. Sob a responsabilidade do novo órgão ficam a coordenação operacional das atividades das Polícias Civil e Militar, do Corpo de Bombeiros Militar, da Defensoria Pública e da Subsecretaria de Administração Penitenciária. No campo administrativo e financeiro, porém, as Polícias Civil e Militar têm suas autonomias garantidas.

Neste processo de integração, comissões foram implantadas para a criação de projetos específicos integrados. Entre os desafios foi preciso estruturar centros de comunicações responsáveis por dar informações às unidades territoriais geograficamente integradas e integrar as próprias áreas de atuação, já que PM e Polícia Civil tinham formas diferenciadas de delimitar seus espaços.

Sapori e Andrade (2008) afirmam que as primeiras mudanças aconteceram na Região Metropolitana de Belo Horizonte. Só em meados de 2005, houve avanço no sentido de levar essa concepção para o interior, contemplando os municípios que apresentavam os maiores índices de criminalidade e/ou aqueles cuja população era superior a 250 mil habitantes. Os autores fazem algumas críticas ao projeto e ao lento avanço, lembrando que a política de integração até 2008, ano em que publicaram o artigo, havia chegado prioritariamente à região da capital mineira.

Estas duas questões, relativas à Polícia Comunitária e à Integração, são consideradas importantes nesta dissertação para entendermos alguns pontos da “nova” PMMG e para verificarmos se eles estarão evidentes na narrativa do “Super Notícia”.

Com estas mudanças estruturais e várias outras divulgadas nos últimos anos pela corporação, também ficava evidente a necessidade de investir no Setor de Comunicação Organizacional. Este setor passa a ser uma necessidade básica na divulgação de todas estas complexas mudanças. Porém, para entendermos um pouco da relação da imprensa com as corporações policiais, voltaremos à virada do século XX, período, segundo Simeone Henriques, no qual as bases dos serviços de relacionamento com a imprensa foram lançadas. Assim, um novo campo de práticas especializadas foi sendo criado, constituindo um modelo de comunicação chamado de “informação pública”. Este modelo considera primordial responder, por meio do relacionamento com a imprensa, às cobranças da sociedade e à

vigilância sobre as atitudes das organizações públicas ou privadas (GRUNIG, 1983 apud HENRIQUES, 2008, p. 62).

Lembramos que as mudanças com relação à comunicação tiveram início na década de 1970, mas foram crescentes a partir do fim da ditadura militar e com a Constituição de 1988. Segundo este autor, a Sala de Imprensa da PMMG foi instalada em 1975 e, logo em seguida, criado o Setor de Relações Públicas. Uma das seções da corporação, denominada PM 5, na capital mineira, e P5, nos batalhões do interior, passa a ser a responsável pelo trabalho direcionado à imprensa.

Na década de 1980, o comando da corporação percebe a importância tomada pela demanda dos assuntos relacionados à comunicação. Assim, em 1986, a Quinta Seção, PM 5, passa a denominar-se “Comunicação”. Em 1989, segundo o major Edelson Gleik¹⁰, que foi assessor de comunicação da 4ª Região da PM, com sede em Juiz de Fora, instala-se definitivamente, com o nome de P 5, nas unidades operacionais (batalhões) do estado.

Na passagem para a década de 1990, fica clara uma preocupação com a mudança de imagem da polícia, principalmente para ‘descolar’ essa imagem daquela que a marcara pelos anos de regime militar e adequá-la a uma nova missão institucional. A cultura interna das polícias – tradicionalmente fechada e hierárquica – fortalecerá ainda mais os seus traços repressivos e autoritários nos anos em que esteve a serviço da repressão política, acarretando uma falta de confiança na sua atuação (HENRIQUES, 2008, p. 108).

Já no século XXI, este autor demonstra que, no setor de comunicação, seria preciso mais do que se ater às funções tradicionais de relações públicas, sendo necessário um diálogo público e criação de estratégias que possam favorecer a cooperação com os atores da sociedade civil na consecução de políticas públicas. A Comunicação passa a ser uma área estratégica fundamental para a corporação. O setor ganha o perfil de Assessoria de Comunicação Organizacional e vai atuar de forma mais integrada “orientada para a execução das funções básicas de comunicação interna e comunicação externa, além do relacionamento com a imprensa.” (idem, p. 109).

De acordo com as informações do major Gleik, hoje este departamento tem a função de atuar em várias frentes, quais sejam: além do relacionamento com a imprensa, trabalha diretamente com o cidadão, em atividades cerimoniais, comunicação interna, comunicação externa, atividade musical e comunicação visual.

¹⁰ Entrevista concedida a autora desta dissertação em 2009.

3.2.1 A representação da PMMG por ela mesma

Ao narrar sua trajetória nestes mais de 230 anos, a Polícia Militar de Minas Gerais apresenta-se como se sua história se confundisse com a do próprio Estado, afirmando que a corporação “cresceu de forma articulada e organizada”. Um dos fatores que colabora para esta representação é o fato de a corporação reforçar, na memória do povo mineiro, a imagem de seu patrono, o Alferes Tiradentes, herói da Inconfidência Mineira e que serviu no Regimento Regular de Cavalaria de Minas, primeiro nome recebido pela corporação no Estado. Neste caso, entendemos que a representação seria de uma corporação que preza pelos ideais de independência do país e também pelos princípios da igualdade, liberdade e fraternidade, promessas liberais, tão sonhadas pelo povo brasileiro e defendidas pelos inconfidentes, em 1789.

Hoje as narrativas da contemporaneidade, da mudança, da transparência e da necessidade da corporação como mediadora dos conflitos urbanos também estão presentes. Esta é a imagem que se busca transmitir no site oficial da corporação, onde os mineiros podem, através de mensagens (e-mails) enviadas à corporação, fazer denúncias, sugestões, reclamações, pedir policiamento, realizar solicitação para apresentação das bandas de música e da orquestra da PM e conhecer os programas e as ações da instituição. O site, portanto, é a oportunidade de autoconstrução simbólica da corporação.

Na página eletrônica, a ideia que se quer transmitir é a de que a corporação seria uma das melhores forças de segurança pública do país. No texto do aniversário dos 234 anos da corporação, comemorados em junho de 2009, fica explícito o desejo de reforçar essa característica de mudança:

Hoje, a organização assume uma nova face: mais participativa, interativa, integradora e mediadora de conflitos sociais. O tempo trouxe novo entendimento a respeito da Polícia Ostensiva, fazendo com que a busca da excelência operacional constitua uma das preocupações dos comandantes de Polícia Militar. Conscientes do importante papel social da Corporação, esses profissionais de segurança pública – a exemplo dos comandantes ou chefes de muitas instituições policiais do mundo – implementaram a Polícia Comunitária, que contempla atitudes de parceria, cooperação e interação com lideranças comunitárias. Assim, surgiram os Conselhos Comunitários de Segurança Pública – Consep, figurando-se uma das formas mais eficazes de provimento da segurança pública, porque aproxima o policial das pessoas, identifica os anseios comunitários, discute e busca soluções conjuntas. Esse inter-relacionamento PM e comunidade, já existente ao longo da história da Corporação, ganhou roupagem doutrinária e passou a ser discutido sobre sólida base. Desse modo, convencida de que a solidariedade constitui seu ideário básico, a Polícia Comunitária tem sido representada, pela ideia: Polícia Militar + comunidade = solidárias na segurança. (PMMG, 2009).

A corporação se apresenta ainda como aquela que tem a “missão” de “assegurar a dignidade da pessoa humana, as liberdades e os direitos fundamentais, contribuindo, para a paz social e para tornar Minas o melhor Estado para se viver” (PMMG, 2009). Entre seus valores, que são considerados virtudes desejáveis ou características básicas positivas que a instituição quer preservar, adquirir e/ou incentivar estão: respeito aos direitos fundamentais e valorização das pessoas; ética e transparência; excelência e representatividade institucional; disciplina e inovação; liderança e participação; coragem e justiça.

O site oficial reserva um espaço cultural, no qual se destaca a aproximação da PM com “seu cliente”, forma como o “povo mineiro” é chamado no link que divulga as bandas de música e a orquestra sinfônica da instituição. Entre os projetos ressaltados no site oficial estão aqueles voltados para a juventude e os programas de extensão comunitária. No que diz respeito à relação entre a PM e os jovens, a corporação afirma o seguinte:

As relações entre a polícia e os jovens, sobretudo os jovens dos aglomerados e das periferias das grandes cidades, são conflituosas e quase sempre são baseadas em estereótipos, de parte a parte. O objetivo do Projeto Juventude e Polícia, que se desenvolveu no formato piloto em 2004 e que continua em atividade na PMMG, é reduzir estas barreiras. Através de apresentações musicais e oficinas culturais de percussão, vídeo, circo, teatro e grafite, coordenadas por jovens do Afro Reggae e realizadas dentro de batalhões da Polícia Militar, a iniciativa procura estabelecer um diálogo entre a cultura policial e a cultura dos jovens. Associado a este objetivo, o projeto busca produzir uma nova imagem da polícia, associada positivamente à cultura e à arte e dissociada dos estereótipos de violência e discriminação; e produzir uma nova imagem dos jovens moradores de aglomerados e favelas dissociada dos estereótipos da criminalidade (PMMG, 2012).

Percebemos haver, neste texto, uma preocupação da PM contra esta imagem do passado que se consolidou e que, oficialmente, a corporação deseja que seja modificada. No entanto, procuraremos descobrir se há mesmo essa quebra de estereótipos na representação midiática desta corporação, lembrando que a corporação atua em todo o estado, mas o trabalho com a juventude está mais direcionado para a Região Metropolitana de Belo Horizonte.

Também no site da corporação, acessado no dia 8 de janeiro de 2012, uma matéria destacada, com foto, sinaliza como a polícia valoriza o trabalho próximo à comunidade e a prestação de serviço. A notícia sob o título “Momentos de tensão – PMs socorrem passageiro no terminal de Uberlândia”, do dia 6 de janeiro de 2012, revela uma corporação que “ajuda” um homem imediatamente ao ser acionada pela população que estava no terminal rodoviário de Uberlândia, no Triângulo Mineiro. O texto valoriza o trabalho policial, ressaltando que “diversos locais” foram acionados pelos populares, mas foi a PM quem atendeu:

Quando perceberam que o homem passava mal, algumas pessoas tentaram socorrê-lo, mas não conseguiram reanimá-lo. Imediatamente, ligaram para diversos locais e conseguiram ajuda no 32º BPM, que enviou uma guarnição ao local. Imediatamente, a equipe iniciou os procedimentos de primeiros socorros, momento em que o Soldado Alessandro fez massagem cardíaca em William. Alguns minutos de suspense e as pessoas que estavam em volta, sentiram-se aliviadas. O homem voltou a respirar, normalmente. (PMMG, 2012).

Observamos que a narrativa é construída no sentido de valorização de um certo tipo de policial: não aquele que atua apenas no combate à criminalidade, mas até mesmo para prestar socorro a alguém que precisaria de um atendimento médico. Para esse propósito, foram utilizados termos como “minutos de suspense” e “aliviadas” para a forma como as pessoas se sentiram após o trabalho do soldado Alessandro. Somente no final da matéria, o leitor ficará sabendo que, apesar de todo o esforço policial, o homem socorrido morreu ao ter outra parada cardiorrespiratória em um posto de saúde. No entanto, a valorização do trabalho policial e a humanização da equipe, que ficara “consternada” com o ocorrido, continuam sendo vangloriadas no último parágrafo:

Infelizmente, após dar entrada no posto de atendimento, William (nome da vítima) teve outra parada cardiorrespiratória e não resistiu, o que deixou os policiais militares consternados. Ele iria para o Estado do Rio de Janeiro. Mesmo assim, a presteza e a rapidez no atendimento dos policiais militares ao passageiro foi aplaudida e elogiada por quem presenciou a cena. (PMMG, 2012).

Outra matéria encontrada no site valoriza o trabalho de prevenção, divulgando um projeto instalado no município de Conselheiro Lafaiete: “PM cria Patrulha de Prevenção à Violência Doméstica”. Já em outras reportagens presentes na página oficial são destacados trabalhos bem-sucedidos da instituição, que resultaram, em geral, na prisão de criminosos. Na maioria dos casos, porém, não aparece a PM preventiva, mas a corporação que conseguiu atuar e voltar a restabelecer a ordem diante do comportamento desviante. Portanto, apesar de a matéria principal no site trazer a corporação prestativa e próxima do cidadão, a maioria dos demais exemplos reforça a representação daquela PM que atua no combate após o crime.

Com este objetivo, observemos as manchetes encontradas e acessadas no dia 8 de janeiro de 2012: “PM desbarata quadrilha e apreende armas de fogo, maconha e crack”; “Trio rouba Fiorino, atira contra PM e é preso”; “PM prende homem que tentou matar cunhado a tiro”; “Dupla participa de assalto, tenta enganar PM e é presa”; “PM recupera dinheiro e prende suspeito de arrombar cofre em faculdade”.

Quanto ao espaço do site chamado “Sala de Imprensa”, apenas jornalistas que têm acesso a uma senha podem utilizá-lo. No entanto, são boletins de ocorrência também

previamente selecionados pelo setor de Comunicação para divulgação. Conforme o editor do “Super”, Rogério Maurício Pereira, a colocação dos boletins na internet, com os destaques policiais, reduziu o número de rondas policiais, que antes eram feitas pelos repórteres de hora em hora, por telefone.

3.2.2 A representação da polícia na mídia impressa

A relação entre o trabalho policial e os meios de comunicação de massa é cada vez mais estreita. Esta relação começou no século XIX, ganhou grandes proporções no período da *penny press*, como vimos, e hoje é considerada importante para legitimar o papel das polícias. Esta cumplicidade histórica entre jornalistas e policiais se dá quando o jornalismo começa a se encaminhar para o formato atual, decorrente do pensamento burguês e do positivismo. Desde essa época, é comum estarem presentes, nos veículos de comunicação, as críticas de jornalistas cobrando punições para determinados criminosos. E hoje não é raro até mesmo leis serem modificadas para que certos crimes que tiveram grande repercussão na mídia sejam punidos com mais rigor, como veremos à frente.

Grande parte da população não tem experiência direta e pessoal com a criminalidade violenta e com a polícia, só sabendo das ações policiais ou dos problemas sociais por meio da mídia. Nos Estados Unidos, pesquisas demonstram que 90% da população só têm conhecimento dos problemas sociais a partir da imprensa. (CARVALHO JÚNIOR, 2009). No Brasil, não conhecemos uma pesquisa que mostre esta relação, mas o peso do que é dito nos meios de comunicação pode ser atestado, por exemplo, pelo número de televisores existentes. Segundo o Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 95% dos lares do país possuem um aparelho de televisão. Não há indicadores com relação a jornais impressos, mas, conforme vimos nesta dissertação, no caso desta mídia, em nível estadual, o crescimento do “Super Notícia” entre os mineiros foi da casa dos seis mil exemplares para a dos 300 mil em menos de uma década.

Dito isso, reafirmamos que a mídia influencia nas nossas percepções sobre as situações sociais e os problemas, porém é preciso destacar que, por mais poderosa e abrangente que ela seja, o leitor, ouvinte ou telespectador não são “receptores passivos, mas intérpretes ativos” dos textos, das mensagens e imagens da mídia. Por sua vez, as reportagens jornalísticas podem ser consideradas discursos acerca dos assuntos abordados e são capazes de interferir nas construções identitárias, como vimos no início desta dissertação.

Para Robert Reiner (2004, p. 235 apud HENRIQUES, 2010, p. 30), “a culminação do longo processo de legitimação da polícia levou à ‘Idade do Ouro’ da reportagem criminal, assim como à ficção da polícia consensual dos anos 1940 e 1950, o que se torna visível na cobertura policial da imprensa, na literatura e no cinema policiais.”

Simeone Henriques (2010) explica que a legitimação da força policial é e sempre foi um problema nas sociedades democráticas. Ele cita Hermann Goldstein (2003, p.13), para lembrar que a polícia é uma anomalia numa sociedade livre por sua própria natureza. Isso se dá porque, para manter a ordem que torna possível esta sociedade, a democracia depende da força policial. Alguns exemplos de outros países são mencionados, como o da Inglaterra, no qual a polícia surge sob forte resistência pública. No entanto, passadas algumas décadas, Reiner (2004) afirma, ainda segundo Simeone Henriques, que a instituição já possuía uma imagem favorável. Várias estratégias foram usadas para isso, entre elas o uso da força mínima, no lugar de recursos letais, e a profissionalização das corporações no controle ao crime.

Vários autores concordam que as notícias vão ser úteis à polícia, “quer como estratégias de relações públicas – para proteger a imagem e a reputação pública das agências policiais e promover seus interesses – quer para auxiliar nas suas tarefas de prender criminosos” (CHIBNALL, 1977; SCHLESINGER; TUMBER, 1993; ERICSON, 1995 apud HENRIQUES, 2010).

A imprensa, por um lado, tem, na polícia, uma importante fonte de informação e precisa dela para ter acesso a inúmeros dados. Já a polícia depende dos meios de comunicação para divulgar suas ações e reforçar uma imagem de eficiência e comprometimento. Entretanto, se as organizações policiais deixam de passar alguma informação importante ou dificultam o acesso a ela, ou se a imprensa revela fatos vexatórios ou recrimináveis em relação à força policial, este elo se estremece. Entendemos, então, que o relacionamento imprensa x polícia é sempre delicado, já que existe uma grande troca de interesses em jogo.

De acordo com Cláudio Beato, em depoimento publicado no livro *Mídia e Violência*, os veículos jornalísticos também são usados constantemente para levantar o ego de policiais ou como forma de disputa interna na corporação.

Não são poucos os profissionais de segurança que terminaram por conseguir sólidas posições na política nacional devido à superexposição de seus cargos. A visibilidade é alcançada dizendo-se justamente aquilo que muitos diretores de redação querem ouvir para organizar suas edições. Além da autopromoção, a imprensa frequentemente é utilizada para a manipulação de conflitos corporativos. (RAMOS; PAIVA, 2007, p. 35).

No tipo de jornalismo adotado nas democracias ocidentais, o jornalista se coloca como defensor dos interesses dos cidadãos e aponta aquilo que, na visão da imprensa, são considerados os males da sociedade. Marocco explica que, no século XIX, era comum o uso da expressão “nós” em oposição ao “delinquente”, mostrando a representação que os repórteres faziam de si mesmos: mostravam-se como verdadeiros “auxiliares” da polícia.

[...] o jornalista era uma peça do aparelho repressivo policial-judiciário. Em seus estudos sobre o cotidiano decimonônico de Porto Alegre, Mauch afirma que os jornais se encarregavam de seguir, localizar e denunciar os indivíduos suspeitos, agindo como se fossem “auxiliares da polícia” (MAROCCO, 2004, p.69).

O mesmo olhar persiste pelo século seguinte. Segundo Marialva Barbosa, ao fazer um estudo sobre a história cultural da imprensa no Brasil durante o século XX, percebe-se o posicionamento do jornalista como aquele garantidor da ordem pública:

O jornal fortalece a imagem dos jornalistas como profissionais onipotentes, munidos do poder da palavra, cuja missão consiste em “descobrir o crime que está oculto e, para o bem coletivo, é necessário contar”. No entanto, outras instituições, não o jornalismo, têm a atribuição de desvendar crimes. Naturaliza-se assim a prática do repórter policial como investigador de polícia, pois atuaria como intermediário em favor da coletividade (BARBOSA, 2007, p.232).

Além de polícia e jornalistas olharem para os fatos de maneira aproximada, é comum a utilização da fonte policial como única a ser ouvida ou, pelo menos, a que domina a versão dos fatos nas reportagens (fonte primária da notícia).

A polícia, os porta-vozes do Ministério do Interior e os tribunais constituem um quase monopólio como fontes de notícias de crime nos *media*. Muitos grupos profissionais têm contacto com o crime, mas é só a polícia que se afirma como especialista profissional na *guerra contra o crime*, baseada na experiência directa e pessoal (HALL et al, 1993, p. 239).

Desta maneira, a polícia detém o poder de definir as interpretações dos fatos. E o jornalista legitima a polícia como fonte primordial. “Demonstrando, assim, sua perícia no assunto, os jornais podem acabar direccionando para a instituição o apoio da opinião pública” (VEIGA, 2009, p. 52). Nesta dissertação, será observado se a PMMG se apresenta como única fonte ou fonte prioritária nas reportagens, assumindo, assim, o “privilégio de ser a autoridade incontestada” nos veículos de comunicação.

É certo que a cobertura policial possui peculiaridades que colocam jornalistas e proprietários de veículos de comunicação dentro de uma infundável discussão ética. O

sensacionalismo, tão presente nas matérias que tratam o assunto, tem relação direta com as políticas editoriais de cada jornal e com o objetivo de ampliar a vendagem.

A escolha do título de uma reportagem, das fotos, da publicação ou não do nome do suspeito, ou do que será a manchete da edição é feita a partir da linha editorial adotada, mas também é carregada de subjetividade e de critérios impostos socialmente. É o caráter subjetivo da edição, ou seja, aquilo que é o diferencial deste veículo em relação aos demais, aquilo que faz com que ele priorize um assunto no lugar de outro, que, muitas vezes, dá menor ou maior espaço e importância para uma notícia sobre determinado crime e que influencia qual será a repercussão dessa notícia.

Autores que estudam os meios de comunicação de massa já mostraram que tipos de clamores existem na mídia na área de segurança pública. "A grande política social da atualidade é a penal, e ela pode ser difundida pela grande mídia, que prepara os espíritos nesse sentido." (FREITAS, 2004, p.44). Geralmente o clamor por vigilância e punição vem dos consumidores de notícia dos veículos preponderantes, ou seja, a classe média e a elite econômica. Punição esta, em geral, pedida nos momentos em que a mídia aponta como personagens as vítimas de tragédias urbanas. Diana Paula de Souza (2009) exemplifica que a mídia, ao divulgar dois casos espetaculares, como o do sequestro do empresário Abílio Diniz, em 1989, ano de eleição presidencial, e o assassinato da atriz Daniela Perez, em 1992, acaba contribuindo definitivamente para a interferência na decisão do Poder Legislativo nacional, que mudou a Lei Penal nos dois momentos.

Enquanto muitas leis que pretendem mudar o Código Penal se arrastam por anos a fio, outras são votadas a toque de caixa, para atender o clamor da opinião pública. No caso de Abílio Diniz, fartamente divulgado, estudiosos, como Souza, afirmam que o espetáculo "apressou a elaboração e subsequente aprovação sem discussões aprofundadas da Lei de Crimes Hediondos" (SOUZA, 2009) e, no caso de Daniela Perez, a mesma autora, baseada naquilo que diz Alberto Silva Franco, aponta que o crime serviu como "pano de fundo necessário para que os meios de comunicação social iniciassem uma ampla e intensa campanha com o objetivo de incluir o delito de homicídios no rol dos crimes hediondos" (SOUZA, 2009, p. 13).

Veiga (2009) ressalta que jornais e revistas questionam, em determinadas ocasiões, de maneira irônica, os relaxamentos de prisões. "Muitas vezes, a culpa pela soltura dos acusados é dada ao Judiciário, reforçando a ideia de que a polícia prende e a Justiça solta" (VEIGA, 2009, p. 51). Outras questões, como o fato de as prisões e o maior rigor da lei nem sempre reduzirem determinado tipo de crime na sociedade, são colocadas em segundo plano pela

mídia. Estudos acadêmicos, porém, questionam que o fato de ter havido mudanças na lei de homicídios, transformados em crimes hediondos, uma vez que isso não fez com que houvesse uma queda nos índices deste tipo de crime na sociedade brasileira.

Voltando à questão da PMMG, o que percebemos é que, apesar do discurso de transparência adotado, hoje há um maior controle da corporação sobre aquilo que vai ser publicado na mídia. Se, antes, os jornalistas tinham livre acesso às ocorrências policiais e entravam nos batalhões, onde podiam até mesmo manusear os boletins de ocorrências em papel, hoje é a PMMG, por meio de sua assessoria, que faz o trabalho de peneirar a notícia e escolher os destaques.

Se, por um lado, a imprensa depende da polícia neste sentido, por outro, Aurélio José da Silva (2010) menciona que, na tentativa de qualificação da cobertura policial, há uma busca pela redução de práticas que eram frequentes e escancaradas, como a troca de favores com as fontes policiais e o uso inadequado da linguagem para tratar suspeitos de envolvimento em crimes. O autor destaca, ainda, que assuntos relacionados com direitos humanos e segurança pública começam a tomar a pauta diariamente.

Isso forçou, de certa forma, os comandos das corporações policiais a repensarem suas ações. A transformação, apesar de lenta, é resultado da pressão feita pela própria sociedade. No entanto, o caminho é longo, já que, até pouco tempo, não havia preocupação das corporações com que imagem seria divulgada de suas ações e nem o discurso da transparência na relação entre jornalistas e policiais.

Não há como desconsiderar a cultura policial, fruto de um passado extremamente recente, que ainda impõe severas restrições ao comportamento dos membros da corporação. Na avaliação do coronel Augusto Severo, ex-comandante da PMMG e presidente do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, não é possível mudar repentinamente a cultura de uma instituição que, ao longo dos anos, gerenciou a imprensa de três maneiras distintas: inicialmente, obstruindo a ação do jornalista, tentando impedi-lo de ver e relatar suas ações; depois, apresentando a ele uma realidade maquiada – histórias inventadas para a cobertura jornalística; e, por último, ignorando a imprensa e evitando o diálogo (SILVA, 2010, p. 48).

Apesar da tentativa de mudança com relação às ações truculentas da PMMG, o que percebemos hoje, com a profissionalização da instituição e com o crescimento da preocupação com a representação que se fará dela na mídia, é um maior controle da informação, em especial sobre o que diz respeito aos casos que envolvem a criminalidade violenta. Afinal, o que se cobra são resultados e, se estes não vêm, alguma coisa precisa ser feita. Encontramos reportagens que criticam a postura da corporação até mesmo na forma de registro das

ocorrências, como a matéria da qual destacamos um trecho abaixo, publicada no jornal Tribuna de Minas, de Juiz de Fora.

Pouco mais de um ano após a Tribuna revelar que os boletins de ocorrência elaborados pela Polícia Militar e lançados no Registro de Eventos de Defesa Social (Reds) estariam tendo sua natureza modificada – o que poderia representar infidelidade dos índices de criminalidade divulgados no estado – o problema parece se manter. Crimes graves, como homicídios, entram para as estatísticas como encontro de cadáver. Já ocorrências de assalto à mão armada e tentativa de homicídio se transformam em extorsão e lesão corporal, respectivamente. Não é difícil perceber a incongruência nos registros. No início de julho, uma casa de frangos no Bairro Santa Cândida, Zona Leste, foi invadida por um homem armado, que levou R\$ 90 do caixa. Embora o próprio policial militar tenha relatado que o suspeito “anunciou o assalto”, o crime foi registrado como extorsão. No mês anterior, um taxista de 63 anos foi rendido por dois homens, um deles com revólver calibre 22. Conforme o boletim de ocorrência, o suspeito apontou a arma contra o rosto do trabalhador e disse: “Não reage que eu não te mato”. Não vendo outra alternativa, o taxista entregou R\$ 110. A ação de entrega do dinheiro provavelmente motivou os policiais militares a registrarem a ocorrência como extorsão, embora especialistas ouvidos pela Tribuna não vejam o caso com outra natureza a não ser roubo à mão armada. (ARÉAS, 2011, p.3)

Apesar de o assunto dessa matéria ser o registro da criminalidade, acreditamos que ela é importante para revelar a representação da corporação responsável por isso. Por meio dessa reportagem, entendemos que PM e imprensa de Minas nem sempre têm o mesmo “olhar” e que, apesar da profissionalização inegável na corporação e da “transparência” pretendida, há muitos interesses quando o assunto envolve o crime e, por consequência, a representação da corporação que lida diretamente com a ordem e com o crime, em especial com aqueles relacionados com a criminalidade violenta, a mais percebida pela população e hoje a mais temida, segundo pesquisa do Ipea, mencionada na introdução deste trabalho.

Em outros momentos, com o atrelamento da corporação à Secretaria de Estado de Defesa Social (Seds), o que jornalistas têm enfrentado, segundo entrevista concedida pelo repórter Eduardo Valente, do jornal Tribuna de Minas¹¹, a esta autora, é um comportamento burocrático no sentido de a PM atender a imprensa. Isso se dá, segundo ele, principalmente quando a imprensa necessita de estatísticas sobre a criminalidade. Ele exemplifica que, para conseguir dados sobre o número de arrombamentos de um determinado bairro em Juiz de Fora, a demanda foi direcionada para a assessoria da Seds, em Belo Horizonte. No entanto, a secretaria não possuía os números por bairros, apenas poderia informar o dado geral da cidade, inviabilizando, porém, a informação precisa na reportagem.

¹¹ Entrevista concedida à autora desta dissertação em 17 de janeiro de 2012.

Entendemos, então, que, apesar de todo o profissionalismo, há ainda interesses distintos e até mesmo contraditórios em muitos momentos, como já dissemos, quando jornalistas saem do comportamento diário de apenas relatar o crime, de forma isolada, para tentar contextualizá-lo, por exemplo, por meio de estatísticas. Uma coisa, então, seria narrar o crime, outra, transformá-lo em fato político.

Passemos adiante ao veículo que é nosso objeto de análise.

3.3 “SUPER NOTÍCIA”: UM FENÔMENO DE VENDAS NO ESTADO

Para compreendermos melhor nosso objeto de estudo, o jornal “Super Notícia”, e sua importância como formador de opinião sobre a Polícia Militar de Minas Gerais (PMMG), vamos conhecer este fenômeno de vendas no estado. Segundo Guedes (2010), o “Super” passou por três fases. A primeira, com lançamento, no Dia do Trabalhador, em 1º de maio de 2002, e a conquista de leitores e do mercado em Minas. A segunda, quando se sente acuado com o lançamento do concorrente “Aqui!”, em 2005, e precisa lançar estratégias para seduzir o leitor, conseguindo maior visibilidade e tornando-se o jornal mais vendido do país. E a terceira fase, na qual se consolida, a partir de 2009. “Além de ter conquistado credibilidade por parte de seus leitores, o ‘Super’ tem, agora, um público fiel, que compra e lê o jornal diariamente. Assim, a pergunta ‘você viu tal fato no Super de hoje?’, vem sendo feita, frequentemente, pelos leitores assíduos e potenciais do jornal.” (GUEDES, 2010, p. 74).

Nesta fase, o periódico passa por uma mudança gráfica. Foram introduzidas alterações desde a capa até as páginas internas, a começar pela logomarca, que ficou mais quadrada, e as manchetes, que passaram a ter um pequeno resumo da notícia. Mais fotografias foram colocadas. Há uma preocupação com as cores a serem adotadas especificamente para cada seção.

Além da tipografia, a paleta de cores usada no jornal foi padronizada de acordo com a seção em que se insere. Um trio de cores – vermelho, rosa e verde – que passaria a identificar, no alto de cada página, as três seções principais de notícia: *Atualidades*, que trazem notícias da cidade e do Estado, além do noticiário do Brasil e do mundo, teria o vermelho como sua cor principal. Já o noticiário *Variedades*, que aborda notícias sobre o mundo das celebridades, horóscopo, o resumo das novelas e as fofocas relativas às estrelas de TV e cinema, que passaria a ser identificado pelo rosa. E, por fim, a seção *Esportes*, que teria o verde como sua cor predominante. As páginas de cada uma dessas seções também passariam a ter cores secundárias – bege, amarelo e azul – que seriam usadas para ilustrar e destacar as matérias ao longo de todo o jornal (GUEDES, 2010, p. 78-79).

A ideia era ter um jornal mais organizado, com mais ritmo, criação de seções, como as notas “Breves” e valorização da “Notícia do Dia”. Ressaltamos que vários autores fazem estudos das cores, também usadas para passar simbologias. Guedes, em sua dissertação, ressalta o que diz Luciano Guimarães (2000), no livro “A cor como informação”. De acordo com o autor, “quando ocupa um espaço destacado e adequado, adquire uma simbologia e pode ser utilizada a favor da informação e da comunicação. Assim, ela se diferencia da apresentação natural e sem significação da informação aleatória.” (GUIMARÃES, 2000 apud GUEDES, 2010, p. 94).

Portanto, nas matérias que envolvem as ações policiais, a cor vermelha é a que vai predominar, com variações que envolvem ainda o preto, entre outros tons fortes, como o azulão. O escurecimento de uma cor, segundo o estudo de Guimarães, que deu explicações científicas para a sensação humana em relação às cores em seu trabalho, tem o objetivo de dar um tom mais negativo ao assunto, enquanto o clareamento seria o contrário. O vermelho, que também é usado no fundo da logomarca do jornal, é considerado a cor da violência e da paixão, segundo este autor.

Voltando à terceira fase do “Super”, líder de vendagem no estado, foi ela que nos motivou a usar o jornal como objeto de estudo, afinal, se o leitor questiona se as pessoas viram tal fato no “Super”, é porque a visibilidade deste periódico é inquestionável. Nesta terceira fase, então, o jornal se torna importante como formador de opinião para uma massiva parte da sociedade. Portanto, a representação feita em suas páginas sobre o que quer que seja deve ser levada em consideração, o que fortalece a nossa escolha por ele nessa pesquisa.

O periódico, da linha do jornalismo popular, tem o formato tabloide e apresenta, em média, 32 páginas diárias. Não possui editorias de “Economia” e “Política”. Seus temas são subdivididos em “Opinião”, “Cidades”, “Geral”, “Variedades” e “Esportes”. As notícias de Minas Gerais, com predomínio dos assuntos que envolvem a criminalidade, mortes violentas, acidentes de trânsito e os chamados *fait divers*, concentram-se em “Cidades”. No caso da “Opinião”, não há um editorial, com o posicionamento do jornal sobre fatos que estejam acontecendo. No canto superior esquerdo da página 2, há sempre uma coluna, que varia diariamente, com assuntos de religião, conselhos para os consumidores e notas dos jornalistas sobre fatos que aconteceram com eles durante a apuração de reportagens.

Especificamente a editoria “Cidades” é a de nosso interesse nesta dissertação, por concentrar as informações que têm a PMMG como fonte de muitas matérias. Já a “Geral” possui reportagens com assuntos diversos de cunhos nacionais e internacionais. As

“Variedades” trazem informações sobre o mundo dos artistas de televisão, especialmente as mulheres, cujas fotografias, com os corpos seminus, estão diariamente estampadas na capa.

No caso dos “Esportes”, a concentração de informações é para os times de futebol de Belo Horizonte. Como os demais periódicos chamados de populares, o “Super” é sustentado no tripé: notícias policiais/tragédias, informações sobre artistas de televisão e notícias sobre futebol. Entretanto, entre suas particularidades, veremos que se encontra o fato de ter desbancado, em vendas, grupos tradicionais de jornalismo no estado, o que tem obrigado estes veículos, até mesmo os voltados para a classe dominante, a repensarem seus formatos.

No caso da cobertura policial, o “Super” consegue ter uma entrada e apuração em grande parte dos municípios da maioria das regiões do estado, que é subdividido em Metropolitana, Central, Zona da Mata e Vertentes, Sul, Triângulo, Norte, Noroeste, Jequitinhonha, Mucuri, Rio Doce, Alto Paranaíba e Alto São Francisco.

Conforme Noronha, a linguagem do “Super” é direta e objetiva e o jornal apresenta, sobretudo, notas no lugar de matérias. “Podemos considerar que, em sua maioria, as notícias do ‘Super’ se encerram no *lead*, ou seja, no ponto principal do acontecimento, sem discorrer muito sobre os detalhes. Nesse aspecto, assemelham-se às notícias da Internet, curtas, com o conteúdo sucinto.” (NORONHA, 2007, p. 40). Em seu estudo, Noronha percebeu que, mesmo na matéria de capa, nota-se uma superficialidade na abordagem dos acontecimentos. Apesar disso, é um jornal que

Ao contrário dos antigos jornais populares e sensacionalistas, como Notícias Populares, por exemplo, Super Notícia não utiliza termos chulos ou baixos, embora aborde com frequência assuntos sangrentos e polêmicos. Seria improvável encontrar, no Super, manchetes como "Aumento de merda na poupança", "Bicha põe rosquinha no seguro", "Broxa torra o pênis na tomada", já publicadas no extinto Notícias Populares. Entretanto, nem tão ao céu, nem tão à terra, nas manchetes do Super Notícia há sempre doses de ambiguidade, polêmica, comicidade ou curiosidade, com destaque para as manchetes da capa. (NORONHA, 2007, p. 41).

O tabloide é considerado importante para a quebra de antigos tabus na imprensa de Minas Gerais, por ter, por exemplo, desbancado a liderança de venda do “Estado de Minas”, depois de quatro décadas, em janeiro de 2006. Até 2008, nenhum jornal do estado havia atingido liderança de vendas em circulação nacional. Antes desta publicação, o estado ocupava o 23º lugar no quesito leitura de periódicos entre os 27 estados do país. Agora, Minas está no oitavo lugar.

A Sempre Editora, à qual o “Super” pertence, faz parte do Grupo Sada, considerado um dos maiores conglomerados econômicos do Estado de Minas Gerais, tendo como principal empresa a Sada Transportes, maior firma de transportes de veículos automotivos da América

Latina. Segundo Noronha (2007), baseado em pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos Marplan, em 2006, o jornal tinha 4% de seus leitores na classe A, 26% na B, 52% na classe C, 17% na D e 1% na classe E. Levando-se em conta estas porcentagens, a massa de leitores do periódico estava nas classes B e C, que juntas somavam 69%. Esta autora também destaca que o jornal faz promoções sistemáticas, vendendo desde panelas a kits para jogos da Copa do Mundo. Ela afirma que as reportagens são curtas e que, mais que informação, há diariamente espaço para o *fait divers*.

As vendas são realizadas principalmente na região metropolitana da capital mineira, mas o jornal tem entrada na maioria das cidades do estado. Segundo dados divulgados pelo próprio jornal, em maio de 2007, o veículo chegava a 116 municípios mineiros. Já em março de 2008, este número havia saltado para 350. Segundo o editor Rogério Maurício Pereira, em entrevista para esta dissertação, o “Super” hoje tem entrada em cerca de 400 cidades. Destas, cerca de 20 estão na região metropolitana de Belo Horizonte. Dois terços das vendas se concentram na região da capital, enquanto o um terço restante está no interior.

Para garantir as vendas, a Sempre Editora criou um sistema de distribuição agressivo do “Super”, que, em vez de se restringir às tradicionais bancas, inclui pontos alternativos, como supermercados, padarias, papelarias, armarinhos, locadoras de filmes e nas ruas, onde vendedores ambulantes se colocam em pontos estratégicos, em busca do leitor. A empresa também mantém um sistema de promoções, associando a compra de exemplares diários a ganhos de diversos produtos, como aparelhos eletrônicos, utensílios domésticos, itens de futebol, como camisas, garrafinhas, estratégia que ainda é mantida. Quando lançado, em 2002, o jornal tinha o preço de R\$ 0,50. Mas, em 2005, diante da concorrência de outro jornal popular, o “Aqui!”, lançado em Minas pelos Diários Associados, o valor da unidade caiu pela metade, permanecendo até hoje em R\$ 0,25.

A trajetória de crescimento começou a ser verificada e auditada pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC) em novembro de 2004, quando a circulação era de 6.759 exemplares/dia. Em janeiro de 2006, a tiragem atingiu 81.632 exemplares, e o “Super” chegou, então, ao primeiro lugar em vendas no estado. Em fevereiro do mesmo ano, bateu o patamar de cem mil exemplares, alcançando 102.474, segundo o IVC. Em junho de 2007, as vendas alcançaram 245.047 exemplares/dia. Ainda no mesmo ano, em agosto, o jornal ultrapassaria os 300 mil, um recorde em se falando de imprensa brasileira, chegando a 302.939. A média do jornal, que o manteve como o líder de vendas do país, é de 300.322, como o próprio veículo mostra em capa de agosto de 2007, abaixo:



Capa do “Super Notícia” de 2007, na qual o próprio periódico chama atenção para o fato de ele ser o líder de vendas no Brasil, de acordo com o Índice de Verificação Nacional (IVC)

Em reportagem divulgada no dia 1º de maio de 2011, quando completava nove anos, o veículo se apresenta como um porta-voz do povo. “Com uma tiragem de 361.100 exemplares/dia, o jornal vem transformando positivamente realidades, disseminando o hábito da leitura e, conseqüentemente, fortalecendo a cidadania”. Na edição comemorativa de 2011, o jornal ouviu leitores de vários municípios mineiros, que deram depoimentos confirmando que passaram a ser assíduos consumidores de jornais a partir deste periódico.

Junto com o “Super”, há nove anos, nasceram novos leitores diários. Um deles é Lúcio Jorge Vieira, de 54 anos, morador do bairro Lagoinha, na capital. "Eu aprendi uma coisa muito importante com o “Super” que é o hábito da leitura diária, algo que vou levar para sempre comigo e passar adiante aos mais novos". Lúcio conta que, antes do “Super Notícia”, lia impressos, mas não era todo dia. "Quando o ‘Super’ surgiu, eu vi aquele jornal acessível, com um formato ideal, e comecei a ler. Não parei nunca mais" (SUPER NOTÍCIA, 1º de maio de 2011).

Em sua edição comemorativa de nove anos, o “Super” também buscou depoimentos de especialistas da área de comunicação para o reforço da imagem de que é mesmo um fenômeno e que desenvolve um importante papel social. Entre os profissionais ouvidos, está a doutora em comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e mestre em educação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) Sandra Freitas: "De posse do jornal e, principalmente, da informação, o leitor eleva a autoestima e torna-se mais capaz de

correr atrás dos seus direitos e deveres" (SUPER NOTÍCIA, 2011). Para a professora, de acordo com o periódico, "você ler é sinônimo de ser cidadão. O que eu percebo, com o fenômeno dos jornais populares, principalmente aqui em Minas, é que as pessoas, quando leem, sentem-se como se estivessem se reapropriando da cidadania."

No entanto, é preciso lembrar que a frase foi utilizada em um momento de comemoração de mais um ano de fundação do periódico, ou seja, o veículo busca nesse discurso perito uma forma de se legitimar, mas a professora não faz uma análise a fundo do conteúdo deste jornal especificamente. Ela fala de maneira generalizada dos jornais populares e elogia o fato de as pessoas estarem lendo. Seria o mesmo que dizer "é melhor ler alguma coisa do que nada".

O jornal trouxe ainda, nessa edição comemorativa, a opinião do comunicólogo Eugênio Magno, especialista nas áreas de educação, arte e política. "Do ponto de vista mercadológico, ele atinge um público antes excluído da informação impressa, com acesso apenas à mídia de rádio e TV. Agora, essas pessoas têm a notícia ali, rápida e ágil, documentada" (SUPER NOTÍCIA, 2011). Mais uma vez, não há questionamento sobre a qualidade do que se lê.

Apesar da conquista de leitores em Minas, principalmente em locais aonde outros jornais não chegam e da adoção do hábito de leitura nas classes C, D e E, há muitas críticas ao conteúdo do "Super", principalmente pela restrição dos temas em suas páginas. Quanto à leitura, também é preciso ter um olhar mais crítico, já que as matérias do periódico se encerrariam nas perguntas principais do *lead* (o que, quem, onde e quando), o que não necessita de maiores esforços intelectuais para compreensão.

Se há avanço no sentido do texto e das manchetes que são menos agressivas e não trazem gírias ou palavrões, redução das imagens chocantes e ainda amenização do fator sensacionalista, que mistura sangue, humor e sexo, ainda há muito a caminhar no que diz respeito a conteúdo e aos temas, principalmente em relação à erotização da mulher e à contextualização de temas. A concepção ainda é de um público leitor machista, independentemente se é lido por homens e mulheres.

Segundo pesquisa realizada entre janeiro e dezembro de 2006, pelo Instituto Ipsos Marplan, os leitores se dividem equilibradamente entre homens e mulheres (50% cada). No entanto, diariamente é a figura da mulher seminua que é explorada na capa do jornal, com o objetivo de alavancar a venda no segmento masculino. Já para atrair o público feminino, o jornal aposta, principalmente, em promoções.

Apesar destas críticas, o editor do “Super”, Rogério Maurício Pereira, afirma que, desde 2009, em sua última reforma, o jornal teve o intuito de se transformar, inclusive no conteúdo, tornando-se o jornal da família, e não um periódico feito apenas para o homem trabalhador, que compra o matutino só para lê-lo dentro do ônibus. Ele diz que o “Super” é um jornal para ser levado para casa. Até porque as promoções tornaram-se mais elaboradas, trazendo prêmios também para a família, como panelas, toalha, faqueiro, prato.

A partir de 2005, se antes a gente tinha um tripé (fococa, esporte e polícia), era um jornal mais masculino, agora nós mudamos o foco. Nós optamos por aumentar a prestação de serviço e colocamos entretenimento. Melhorando variedades e melhorando também as promoções. Panela, toalha, faqueiro, prato, estas coisas. Hoje, como leitores, estão praticamente pau a pau, as mulheres e os homens (PEREIRA, 2011).

Com relação à idade, o tabloide tem maior concentração de leitores na faixa dos 20 aos 29 anos de idade, com 27% do total, seguida pelos leitores entre 30 e 39 anos, com 22%. Ou seja, um público ainda bem jovem. Se somadas estas duas faixas etárias, são 49%, ou seja, quase a metade formada por jovens e adultos jovens. Este dado torna-se importante, à medida que outros jornais impressos brasileiros, principalmente os de referência, têm concentração de público em leitores mais velhos, enquanto o público mais jovem estaria migrando para a internet. No “Super”, os leitores com mais de 60 anos de idade são apenas 5%, segundo a pesquisa do Instituto Ipsos Marplan. O restante do público dividir-se-ia da seguinte maneira: entre 10 e 14 anos de idade, 8%; entre 15 e 19 anos; 13%, entre 40 e 49 anos, 18%, e, entre 50 e 59 anos, 7%.

Desde 20 de agosto de 2007, o periódico também pode ser acessado pela internet (www.supernoticia.com.br). O site é atualizado, sobretudo, com o conteúdo das notícias publicadas no jornal, além de outras matérias, postadas durante o dia.

Estas informações são ressaltadas aqui como maneira de levar o leitor a entender que tipo de narrativa vai ser predominante no “Super” e que representação este jornal, que está sendo lido por mineiros que antes não tinham acesso à imprensa escrita, fará da PMMG ao retratar assuntos ligados à criminalidade. Apesar de entendermos que o jornal se encaixa no novo modelo de jornalismo popular feito no Brasil, ainda há muitas críticas quanto ao formato, aos temas que valoriza e aos discursos dominantes que reforça.

Esta receita não é apenas do “Super” e vem dando certo em várias regiões do Brasil, com o crescimento das tiragens, conquista e fidelização de um público leitor. Entre estes jornais ditos populares, podemos citar o “Diário Gaúcho” (RS), “Notícia Agora” (ES), “Folha

de Pernambuco” (PE), “Primeira Hora” (MS), “Agora São Paulo”, “Expresso Popular” e “Diário de São Paulo” (SP), “Aqui!” (MG), “Extra”, “Q!”, “Meia-Hora” e “Expresso da Informação” (RJ), “Aqui” (DF) e “A Hora de Santa Catarina” (SC).

Em nosso entendimento, o estudo torna-se ainda mais relevante diante desta realidade crescente de leitores, o que possibilita disseminar mais facilmente um mesmo tipo de representação, seja sobre corporações, personalidades e assuntos, entre o povo mineiro.

3.4 ANÁLISE

Quando se conta uma história jornalística, estamos transformando o acontecimento e dialogando com a cultura da mídia. Para Kellner (2001, p. 9), “a cultura veiculada pela mídia fornece o material que cria as identidades pelas quais os indivíduos se inserem nas sociedades tecnocapitalistas contemporâneas, produzindo uma nova forma de cultura global”. O autor lembra que a mídia, com suas narrativas, pode reproduzir discursos reacionários, o preconceito de sexo, idade, classe e outros, mas também pode propiciar o contrário quando ataca as formas de segregação racial ou sexual, por exemplo.

Ao analisarmos nosso objeto de estudo, o jornal “Super Notícia”, vamos procurar em sua narrativa o discurso que é reproduzido sobre a PMMG. Kellner (2001, p. 42) ressalta que não devemos nos deter nos confins da intertextualidade, mas nos mover do texto para seu contexto, para a cultura e a sociedade que constituem o texto e no qual ele deve ser lido e interpretado.

Para esta pesquisa, serão consideradas como objeto de estudo as edições do “Super Notícia” do período que vai de 1º de abril de 2011 até o dia 30 de junho de 2011. Serão analisadas as capas do jornal e parte do conteúdo interno. Serão considerados apenas os assuntos nos quais a Polícia Militar de Minas Gerais esteja envolvida, seja como fonte, seja como ator principal, entre outros.

No caso da capa, é preciso ressaltar que toda ela será alvo da análise, levando-se em consideração que representação é feita da Polícia Militar no jornal, seja por meio de destaque em títulos, posição na página, uso de fotografias e enquadramento temático. Vale ressaltar que também serão considerados os silenciamentos, ou seja, assuntos nos quais a corporação esteja envolvida, mas que não ficam claros na capa, por causa do uso apenas do termo “polícia” sem uma especificação. Por exemplo: “Polícia prende”, no lugar de “Polícia Militar prende”, ou “Policia é preso”, onde poderia estar “Policia militar ou civil é preso”.

No caso das páginas internas, a análise vai considerar os assuntos relacionados à PM, na seção “Notícia do Dia”, da editoria de “Cidades”. Assim como a capa, a “Notícia do Dia” ganhará análise mais detalhada, por ser a aposta diária do jornal, com um maior espaço de texto, geralmente toda a página 3 do periódico, maior destaque e uso de fotografias. Geralmente, esta também é a manchete de capa do “Super”, com exceção dos dias em que o destaque são as matérias sobre futebol.

Diante desta importância, será essencial saber quantitativamente e qualitativamente como a PMMG é representada nesta seção. Será importante verificar se a corporação ou algum policial militar foi o tema central, se o assunto recebe ainda mais destaque devido ao uso de fotografia ou se a polícia foi a fonte principal ou secundária da reportagem.

3.4.1 Metodologia: a Análise de Conteúdo

A expectativa é de que, por meio da “Análise de Conteúdo”, que terá suas bases explicitadas a seguir, seja conseguido um mapeamento das tendências gerais da cobertura do “Super Notícia” no que diz respeito à representatividade da PMMG. Esta análise destina-se à investigação de fenômenos simbólicos, úteis, portanto, para a compreensão de fenômenos midiáticos. Apesar de ter sido adotado desde o século XVIII, é a partir do século XX que este método passa a ser utilizado de maneira mais regular, em vários campos do conhecimento, como a psicologia, as ciências políticas e a comunicação de massa.

Nossa referência para este trabalho são as proposições feitas por Laurence Bardin (1979), no livro “Análise de Conteúdo”. Bardin sugere, em sua obra, várias maneiras de se analisar um objeto. Segundo esta autora francesa, a análise pode ser feita em cinco etapas: a organização, a codificação, a categorização, a inferência e o tratamento informático. A organização é, na verdade, a pré-análise, na qual ela explica que devem ser escolhidos os documentos a serem submetidos à análise em si, além de serem formuladas as hipóteses e os objetivos. Também é preciso, nesta fase, elaborar os indicadores que vão fundamentar a interpretação final. Estes indicadores também são escolhidos levando-se em conta as hipóteses.

Bardin explica que o índice pode ser a menção explícita de um tema numa mensagem. “Se se parte do princípio de que este tema possui tanto mais importância para o locutor quanto mais frequentemente é repetido, o indicador correspondente será a frequência deste tema de maneira relativa ou absoluta, relativamente a outros” (BARDIN, 1979, p. 126).

A autora lembra que também é necessário, antes da análise, fazer o que ela chama de leitura flutuante, ou seja, “estabelecer contato com os documentos a analisar e conhecer o texto, deixando-se invadir por impressões e orientações” (idem, p.121).

Outro importante passo é dado na hora da escolha dos documentos, quando devem ser levadas em conta algumas regras: de exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência. No caso da exaustividade, todos os documentos relativos ao assunto pesquisado, no período escolhido, devem ser considerados. Por isso, grande parte das matérias que se referirem à PMMG no período será analisada. Para a representatividade, Bardin (1979, p. 123) afirma que a definição da amostragem deve ser capaz de fornecer dados suficientes. O período de três meses de análise será necessário exatamente para permitir esta representatividade, haja vista ser preciso um volume considerável de citações referentes à PMMG.

Diante de uma avaliação preliminar, pode ser constatado que a maior parte das matérias não traz uma profundidade que possibilite fazer uma análise respeitável com uma quantidade menor de exemplares. Também diante de uma avaliação preliminar do “Super Notícia”, percebe-se que nem sempre é possível notar, nas manchetes, por exemplo, qual é a polícia tratada em determinado assunto. Isso exige um maior número de exemplares como objeto de estudo. Além disso, o tema é específico, portanto se parte do princípio de que ele não terá um extenso material diariamente para ser estudado, o que também exige um maior corpus.

No caso da regra de homogeneidade, a autora ressalta que um universo heterogêneo requer uma amostra maior do que um universo homogêneo. Por este motivo, também, será preciso analisar os três meses de jornal, já que nem sempre o universo analisado será o mesmo, o que vai depender das citações à corporação mineira.

E, por fim, a regra de pertinência, que alerta para os documentos que devem ser adequados aos objetivos da pesquisa em todos os aspectos: objeto de estudo, período de análise e procedimentos.

Após a fase de organização da análise, é preciso elaborar a codificação, ocasião em que se faz a transformação dos dados brutos de forma sistemática, segundo regras de recorte (escolha das unidades), enumeração (escolha das regras de contagem), classificação e agregação (escolha das categorias). Escolhem-se as unidades de registro, definem-se as regras de enumeração (a frequência, o equilíbrio na quantidade de atributos favoráveis ou desfavoráveis, a quantidade de associações e classificações manifestadas sobre um símbolo). No caso dos atributos favoráveis ou desfavoráveis, o codificador imprime uma direção (positiva ou negativa).

A direção é um sentido da opinião segundo um par bipolar. Pode-se ser a favor ou contra, favorável ou desfavorável. A opinião pode ser positiva ou negativa, amigável ou hostil, aprovadora ou desaprovadora, otimista ou pessimista, pode-se julgar uma coisa como boa ou má, etc. Entre os dois polos nitidamente orientados existe eventualmente um estado intermediário, a neutralidade, ou a ambivalência (BARDIN, 1979, p. 202).

Neste caso de verificação dos atributos favoráveis ou desfavoráveis, nem todo texto é levado em consideração. Apenas a chamada dimensão das atitudes é considerada, ou seja, os enunciados que exprimem uma avaliação serão submetidos a este tipo de análise. As proposições avaliativas são compostas por três elementos: objetos de atitude (pessoas, grupos, ideias, coisas, acontecimentos); termos avaliativos com significação comum (adjetivos, substantivos, advérbios formados a partir de adjetivos, verbos) e os conectores verbais (ligam no enunciado os objetos de atitude aos termos de qualificação).

Vamos ressaltar agora a categorização, que é realizada através do reagrupamento das unidades de registro em número reduzido de categorias. Entre as unidades de registro estão a palavra, o tema, o objeto ou referente, o personagem, o acontecimento e o documento. No caso em questão, será considerado, principalmente, o objeto ou referente, porque o texto será recortado em função de um tema eixo, a Polícia Militar de Minas Gerais, agrupando-se à sua volta tudo o que o jornal exprime a seu respeito.

O objetivo é tornar mais palpável a quantidade de dados obtidos e sua diversidade. Para Bardin (1979), os critérios de categorização podem ser semânticos (categorias temáticas), sintáticos (verbos e adjetivos), léxicos (classificação das palavras segundo seu sentido) ou expressivos (categorias que classificam as diversas perturbações da linguagem).

Quanto à inferência, Bardin (1979) ressalta que este é um termo elegante para designar a indução, a partir dos fatos. Para a autora,

A “Análise de Conteúdo” constitui um bom instrumento de indução para se investigarem as causas (variáveis inferidas) a partir dos efeitos (variáveis de inferência ou indicadores; referências no texto), embora o inverso, predizer os efeitos a partir de fatores conhecidos, ainda não esteja ao alcance das nossas capacidades (BARDIN, 1979, p. 167).

Os indicadores e inferências podem ser de natureza diversa. O analista trabalha com índices colocados em evidência. Segundo Wilson Corrêa da Fonseca Júnior (2006, p. 284), “o analista trabalha com índices cuidadosamente postos em evidência, tirando partido das mensagens que manipula para inferir (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor ou sobre o destinatário da comunicação.” Já o tratamento informático vai auxiliar o analista nas estatísticas, de maneira especial na análise quantitativa.

Nas análises de conteúdo feitas no Brasil, o conceito de enquadramento, conforme já relatamos no capítulo 1 desta dissertação, tem recebido crescente atenção. Aqui também faremos a sua utilização, tentando encontrar aspectos como enquadramentos dramáticos, oficialistas e personalistas.

Além da Análise de Conteúdo, usaremos ainda a classificação de favorável e desfavorável para os temas e narrativas encontrados no “Super” a respeito das ações policiais, ressaltando que esta iniciativa é realizada pela Polícia Militar de Minas Gerais, para acompanhar os assuntos divulgados sobre a corporação na imprensa mineira. Até 2008, porém, este trabalho ocorria apenas na capital mineira.

Apesar de não conhecermos como o trabalho é feito oficialmente, ressaltamos como ele teve início, segundo Simeone Henriques. Este autor destaca, em sua tese que, no final da década de 1990, a corporação criou o Plano de Polícia de Resultados e inseriu a comunicação dentro dos seus princípios-chave. Neste contexto, foi criado o Comando de Policiamento da Capital (CPC), a partir de 1999, com uma assessoria de comunicação própria, feita por um oficial. Com o Plano de Polícia de Resultados, a corporação teve a preocupação de criar indicadores para ter um controle científico de suas ações e avaliação sistemática do desempenho da PM. Desta forma, poderia ampliar sua base de monitoramento, já existente por conta do geoprocessamento (limitado em princípio aos índices de ocorrência criminal). Com isso, Simeone Henriques ressalta que dois índices foram criados: o IMOP (Índice de Mídia e Opinião Pública) e o IRCOM (Índice de Relacionamento Comunitário).

O autor esclarece que o IMOP faz um jornalismo comparado, coletando e analisando as notícias veiculadas na imprensa de Belo Horizonte (na época em que a tese foi publicada, em 2008, o “Super” não era analisado, restringindo-se a análise ao “O Tempo”, “Estado de Minas”, “Hoje em Dia” e “Diário da Tarde”).

A ideia que baseia o IMOP é a de que as notícias veiculadas pela mídia podem refletir a opinião sobre o desempenho da PM, retratar quais são os problemas de segurança mais visíveis, informar sobre expectativas da população local, aspectos que podem interferir no sentimento subjetivo de segurança da população. Com isso, procura compor uma visão sobre os principais problemas de segurança pública em cada área que vá além das estatísticas do sistema de geoprocessamento, dando mais elementos para análise dos ambientes de segurança. Os dados reunidos são apresentados e discutidos com os batalhões da Capital em reunião mensal. É feito um ranking das companhias conforme a quantificação das notícias favoráveis e desfavoráveis. Com isso são examinados os tipos de ocorrências que são mais divulgadas e obtêm maior repercussão, e o tipo de tratamento que foi dado pela fonte da PM ouvida na matéria. Além disso, o acompanhamento da pauta de mídia busca verificar não somente se as companhias estão prestando informações à imprensa, mas também adotando postura pró-ativa, sugerindo pautas à mídia (HENRIQUES, 2008, p. 115).

Em entrevista à autora desta dissertação¹², o tenente-coronel Alberto Luiz Alves, assessor de comunicação da PM em Minas, afirma que a matéria totalmente favorável seria aquela que fosse demonstrar os programas de prevenção realizados pela corporação, como o Rede de Vizinhos Protegidos, o Programa de Prevenção às Drogas e à Violência, entre outros. Neste sentido, o assessor de comunicação da PM considera que “o substrato de coisas destacadas pelo ‘Super’ tem repercussão negativa, porque o jornal não prioriza as ações preventivas”. Para ele, “por ser um jornal de muita visibilidade, com preço muito acessível e que vai para as esquinas de Minas, o ‘Super’ não pode ser ignorado”. Durante o trabalho, solicitamos ao tenente-coronel que nos enviasse os critérios detalhados do IMOP para a consideração de matérias favoráveis e desfavoráveis feitos pela corporação, o que acabou não se consolidando.

Desta maneira, em nossa análise, não vamos usar o padrão afirmado na entrevista pelo tenente-coronel. Durante a análise, consideraremos como favoráveis todos os assuntos que mostrem a PM preventiva e também a repressiva em ações bem-sucedidas. Consideraremos desfavoráveis os assuntos em que houver divulgação de comportamentos desviantes de policiais, ações que tiveram resultados pífios, denúncias, entre outros. Chamaremos de assuntos neutros aqueles em que for mais difícil ou não for possível fazer um julgamento da ação da corporação.

Agora, vamos explicar como se dará efetivamente a análise:

a) **Regras de recorte** (escolha das unidades do “Super Notícia” a serem analisadas de 1º de abril de 2011 a 30 de junho de 2011):

- Capa (manchete, chamadas, fotografias)
- “Notícia do Dia” e imagens desta seção (principal seção do jornal – se fizer referência às polícias de MG)

b) **Enumeração** (escolha das regras de contagem)

- Quantificar o total de manchetes, chamadas e “Notícias do Dia” que fazem referências à PMMG e à polícia.
- Em relação ao corpus total analisado, como é a frequência e o equilíbrio na quantidade de atributos favoráveis e desfavoráveis

¹² Entrevista concedida, por telefone, no dia 28 de janeiro de 2012.

c) **Classificação e agregação** (escolha das categorias)

- Quais as temáticas, os valores-notícia e os enquadramentos mais recorrentes em relação à PMMG.

- Ações policiais (resultado favorável ou desfavorável)
- Fatos isolados mais personalistas (*fait divers*) (resultado favorável ou desfavorável)
- Ocorrências (registros) (resultado favorável ou desfavorável)
- Assuntos neutros envolvendo policiais
- Imagens/fotografias (resultado favorável ou desfavorável)

d) **Categorização por visibilidade** (Como os temas são desenvolvidos):

- Lógica do escândalo, do sensacional ou do espetáculo (investigações, denúncias, sentimentos de rejeição social em relação à ação da polícia)

- Ênfase em um tipo de representação e silenciamento em outras
- Como a Polícia Militar aparece nas manchetes e na “Notícia do Dia”. Que destaque editorial a corporação ou integrantes dela recebem?
- Há vozes de outras autoridades?
- Há vozes dos suspeitos ou de outras pessoas envolvidas?
- Há um incentivo ao caráter repressivo da polícia nas matérias?
- Há uma exaltação do trabalho da Polícia Militar?

3.5 ANÁLISE QUANTITATIVA E QUALITATIVA DO JORNAL

Neste item, vamos entrar na análise especificamente, verificando os temas adotados e quais valores-notícia e enquadramentos foram associados à imagem da PM, assim como analisar se há evidências que permitam atrelar pontos favoráveis ou desfavoráveis a respeito da corporação, se a representação do policial é estereotipada, que tipo de personagem é destacado e se há outras vozes nas matérias, além da PM. Lembrando que, na análise quantitativa, o que serve de informação, segundo Bardin (1979), é a frequência com que surgem certas características do conteúdo. Na qualitativa, a presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento da mensagem que é tomada em consideração.

Para isso, analisaremos a narrativa, observando detalhes, como verbos e adjetivos usados para qualificar as ações, assim como outros termos que possam indicar valores ligados à corporação. Serão analisadas as manchetes, as chamadas e as imagens da primeira página

que fizerem referência à PM ou à polícia, quando não houver especificação sobre qual instituição está sendo citada. Também será analisada a “Notícia do Dia”.

3.5.1 Manchetes de capa: temas e enquadramentos

É preciso ressaltar que muitas manchetes da primeira página, apesar de não fazerem menção direta à PM, terão ligações com a corporação nas páginas internas do periódico, principalmente, porque a maioria encontrada no período de análise tem a criminalidade violenta como tema e refere-se indiretamente à polícia, o que é fácil depreender porque as notícias são relacionadas a verbos, como prender, apreender, flagrar, etc. Entre estas manchetes, que representam 55 do total, ou 60,4%, há assuntos como acidentes de trânsito, mortes, violência sexual, entre outros, muitos deles encaixando-se no que chamamos de *fait divers*, e, outros consideramos que remetem a ações policiais, como veremos a seguir.

As manchetes relacionadas ao esporte representam 25,2% do total. São assuntos voltados estritamente para os times de futebol de Belo Horizonte. Ou seja, foram 23 edições que tiveram este tema em destaque. Em especial às segundas-feiras, com raras exceções, os jogos das equipes Cruzeiro, Atlético Mineiro e América foram o destaque. Apesar disso, notamos, na análise geral, que a seção “Notícia do Dia” mantém, também nestas datas, os assuntos relacionados com a criminalidade violenta em destaque.

O espaço destinado ao futebol, assim como nos jornais de referência, são as páginas finais do periódico. Essas informações são apenas para que o leitor se conscientize de como o “Super” trabalha editorialmente, já que este material não terá relevância nesta obra.

Na análise gráfica da capa, notamos que não há apenas uma manchete destacada nos dias de prioridade ao futebol, mas também outros assuntos chamam a atenção do leitor, já que há um misto de cores fortes e mais de um conjunto de letras garrafais, levando o leitor a ter várias chaves de entrada no periódico, muitas com pesos parecidos.

Em nossa análise, supomos que a maior parte das manchetes do “Super Notícia” é de assuntos que se encerram neles mesmos, que dizem respeito a tragédias familiares, casos inusitados, mistérios. Começaremos a análise de conteúdo quantificando as manchetes do jornal e separando pela categoria dos temas, da seguinte forma:

MANCHETES DA CAPA	QUANTIDADE	PORCENTAGEM
Referência à PMMG	02	2,19%
Referência às polícias	09	9,8%
Futebol	25	25,2%
Assuntos diversos, principalmente ligados à violência e aos <i>fait divers</i>	55	60,4%
Total	91	100%

No caso das manchetes, a análise será feita apenas com relação às duas chamadas que fazem menção à PMMG, às nove que tratam a polícia de maneira generalizada e às 11 manchetes que encontramos que fazem menções às ações restritas a um organismo da ordem e que se enquadram nas 55, que consideramos acima como assuntos diversos, principalmente ligados à violência e aos *fait divers*.

3.5.1.1 Menção à Polícia Militar de Minas Gerais nas manchetes: visibilidade

Quantificadas as manchetes explícitas em relação à PMMG, passemos à categoria visibilidade que será dada a essa instituição neste mesmo setor. Em apenas dois periódicos, o que representa 2,19% do total, nos três meses analisados, as manchetes do “Super” fazem referência explícita à Polícia Militar. Uma delas, no dia 9 de junho de 2011, dá um cunho positivo ao trabalho da corporação no pequeno município de Paiva, na Zona da Mata Mineira, onde não ocorrem homicídios há 54 anos. A manchete afirma: “*54 anos sem assassinatos. Estatística invejável pertence à cidade de Paiva, na Zona da Mata e é atribuída, pela polícia, à integração entre PM e moradores*” (figura 1). A matéria foi manchete apenas na primeira edição impressa, enviada para os jornais do interior e, portanto, analisada para esta dissertação.

No segundo clichê, destinado à região metropolitana de Belo Horizonte, o tema aparece abaixo da manchete à esquerda. A outra manchete na qual aparece o nome da corporação foi registrada no dia 21 de junho de 2011. “*Mulheres matam maridos. Pedreiro é morto a facadas por dona de casa em Luz; em Manhuaçu, PM é executado pela esposa ciumenta*” (figura 2).

Figura 1



Figura 2



Quanto à caracterização dos temas, consideramos que a primeira é uma matéria que atrela o nome da corporação PM a uma estatística, amplificando uma informação e criando uma expectativa sobre o motivo de uma cidade estar há mais de 50 anos sem um homicídio. A outra manchete classificamos como um *fait divers* também envolvendo o nome da corporação. O primeiro deles prioriza uma estatística positiva e responsabiliza a PMMG por um trabalho de integração com a população para este resultado. Enquanto o texto valoriza a PM e a estatística “invejável” - portanto este foi o enquadramento encontrado, aquele que valoriza a visão oficial -, outros pontos são silenciados, como o fato de o município ser uma das menores cidades em área de Minas, com apenas 64 quilômetros quadrados e uma população de 1.625 habitantes, segundo o Censo 2010, fato que também pode ter contribuído para a estatística, assim como a ação de outras polícias e também a adoção de políticas públicas, o fato de haver maior ou menor desigualdade social, menor ou maior desemprego, entre outros fatores.

Portanto, a manchete leva o leitor a valorizar o trabalho da corporação em detrimento de outros fatores que podem ter contribuído para o não registro de homicídios no município. Utiliza-se ainda de um adjetivo para falar da estatística, portanto, o que afasta a narrativa da neutralidade, que seria a informação sem qualificá-la. Consideramos que o poder da

autoridade da PM é reafirmado nesta manchete, assim como o trabalho preventivo da instituição.

Na segunda manchete, o policial é colocado na condição de vítima de um crime, da violência doméstica, de um assassinato praticado pela mulher, dando a ela o caráter de “ciumenta”. Ao analisarmos a página interna do jornal, somos informados de que a mulher se suicidou em seguida. Portanto, há este silenciamento na capa. Também consideramos que haverá uma inversão de papéis sociais, já que o PM é aquele que deveria estar com a arma e aquele que não estaria, portanto, no lugar de vítima. Isto dá ao assunto, pelo olhar jornalístico, um importante valor-notícia. Na nossa análise, encontramos destaques para vários casos de policiais fora de seus papéis, ou seja, o policial que pratica infrações, crimes, que mata a namorada, etc., como veremos adiante. Portanto, este seria um tipo de personagem policial destacado na narrativa do “Super”, aquele que tem o comportamento desviante. Aqui temos este enquadramento mais dramático/folhetinesco/trágico, que coloca o policial na posição de vítima.

Neste caso em questão agora, ressaltamos ainda que, apesar de a conotação ser de violência criminal, a referência ao policial é individual e não relacionada a toda a corporação. Pelo enquadramento dado à notícia, a “culpa” pelo assassinato recai sobre o ciúme excessivo da mulher, havendo um silenciamento quanto ao comportamento do policial. Ora, dar características negativas ao autor de um crime é o que se faz ao se narrar uma história que tem personagens. Enfim, o incomum, o controverso tem valor-notícia e a forma de enquadrá-lo, no caso do policial, é reforçada com o verbo “executado”.

3.5.1.2 Menção às polícias em geral sem especificação nas manchetes

Apesar de a análise ser voltada apenas para a representação da PMMG, notamos um silenciamento com relação à qual polícia a narrativa do “Super” se referia em nove manchetes do periódico. Portanto, apesar da visibilidade na capa, não há detalhamento. Nestes casos, que equivalem a 9,8% das 91 manchetes, apenas a palavra *polícia* é mencionada sem qualificação, seja na frase de abertura ou na barra de apoio do título principal (bigode). O leitor pode ser induzido a “imaginar” uma determinada instituição com o auxílio do verbo referente a ela. No entanto, mesmo assim, a dúvida persiste. Apenas no caso dos verbos “investigar” e “desvendar”, partimos do pressuposto que estas ações são de responsabilidade da Polícia Civil do estado, o que pode levar o leitor a esta conclusão. Porém, para a certeza, será preciso abrir

o jornal e contar com o esclarecimento da matéria nas páginas internas. Assim, tivemos que considerar mesmo estes casos na nossa análise.

De qualquer maneira, ao se referir à polícia, o enquadramento que encontramos nas manchetes é quase totalmente com valores que entendemos como “favoráveis”, no sentido de a corporação estar realizando ações que a classe dominante espera dela. Seria uma polícia que busca ações para sempre manter a ordem vigente, que serve como protetora de uma classe. Veja o quadro a seguir com relação à quantificação e aos verbos priorizados:

NOVE MANCHETES COM O TERMO POLÍCIA ASSOCIADO AOS SEGUINTE VERBOS	
A polícia que age para restabelecer a ordem:	Polícia faz devassa - 1 manchete
	Polícia procura - 1 manchete
	Polícia investiga - 3 manchetes
	Polícia encontra - 1 manchete
	Polícia prende - 1 manchete
	Polícia desvenda - 1 manchete
A polícia que não age:	Polícia ainda não tem resposta - 1 manchete

A seguir, analisaremos as temáticas das manchetes encontradas com a menção “polícia”, criando, logo abaixo, duas categorias, com algumas subcategorias, para separá-las.

3 de abril – (domingo) *Falsificadores atrás das grades. **Polícia** prende 4 pessoas suspeitas de participar de esquema de adulteração de documentos* (figura 3)

20 de abril - (quarta) *“Tsunami” em Venda Nova – **Polícia** faz devassa e prende 56 membros de grupo que distribuía crack na região metropolitana.* (figura 4)

30 de abril – (sábado) *Tarado causa pânico em Sabará. **Polícia** procura homem que anda perseguindo e causando medo entre moradoras do bairro..., ele é suspeito de mortes violentas contra mulheres* (figura 5)

8 de maio (domingo) – *Garçom suspeito de matar a mulher. Cozinheira é morta com sinais de estrangulamento, e marido alega que ela teria sido vítima de assalto momentos antes de chegar em casa; polícia investiga suposto envolvimento do companheiro dela no crime, que aconteceu no bairro Havaí, região Oeste de BH.* (figura 6)

10 de maio (terça) – *Até quando. Mais cinco ônibus são incendiados em BH; em duas semanas, dez veículos foram queimados na região metropolitana; polícia ainda não tem respostas* (figura 7)

11 de maio (quarta) – *Arma do Exército em sala de aula. Polícia encontra pistola 9 mm escondida em mochila de garota de 13 anos em BH* (figura 8)

21 de maio (sábado) – *“A Coisa”. Polícia investiga morte misteriosa de duas adolescentes em rio de Itajubá; vídeo que mostra o momento do afogamento traz imagens de algo desconhecido, possivelmente uma cobra que teria puxado as garotas para o fundo das águas* (figura 9)

25 de maio (quarta-feira) – *Mata para não pagar dívida. Polícia desvenda assassinato de pai e filho em Juatuba; empresário foi preso pelo crime.* (figura 10)

26 de maio (quinta-feira) – *Pesadelo continua. Após prisão de acusado de matar pai e filho em Juatuba, familiares das vítimas passaram a receber ameaças de morte por telefone; polícia investiga procedência das ligações.* (figura 11)

Figura 3



Figura 4



Figura 5



Figura 6



Figura 7



Figura 8



Figura 9



Figura 10



Figura 11



a) A POLÍCIA QUE AGE PARA RESTABELECE A ORDEM:

a.1) A representação da polícia eficiente é reforçada no campo semântico

Entre as manchetes que reforçam esta imagem da eficiência da polícia, podemos considerar que as duas primeiras se referem a coberturas de ações policiais contra crimes que têm repercussões sociais, um deles envolvendo falsificação de documentos e outro contra o tráfico de drogas. Ou seja, são crimes que provocam indignação da sociedade, no caso do primeiro, que estaria incluído no campo do escândalo, e que, no caso do segundo, provoca uma sensação de medo na sociedade.

Nos títulos e subtítulos, observamos expressões para a qualificação do medo, e as impressões subjetivas são usadas pelo jornal para causar sensações no leitor. Acreditamos que

os dois assuntos também ganhariam destaque em outros jornais, independentemente de serem os de referência ou populares por possuírem valores-notícia relacionados com a visualidade, a violência e a infração. A representação da polícia nestes dois casos, independentemente de qual instituição seja, é feita no sentido de mostrar ações eficientes contra tipos de crime de certa maneira organizados, o que fica subentendido por meio das palavras “esquema”, no primeiro caso, e “grupo”, no segundo.

Os títulos que, no caso, têm o objetivo de estimular o interesse do leitor para comprar o jornal nas ruas são de impacto. *Falsificadores atrás das grades* (figura 3), *Tsunami em Venda Nova* (figura 4). Ora quem colocou os falsificadores atrás das grades e quem foi o responsável pelo tsunami? Apesar de não estar explícito nos títulos, os subtítulos confirmam aquilo que, acreditamos, o leitor já desconfia. Alguém está em ação, e este alguém é a polícia, autoridade cujo poder é reafirmado. Isto fica mais fácil de entender no primeiro exemplo, enquanto, no segundo, a questão figurativa foi mais explorada na manchete.

O uso do campo semântico foi imprescindível para reforçar a representação. As figuras de linguagem, como a metáfora e a hipérbole, fazem parte deste tipo de jornalismo que busca no sensacional e também no sensacionalismo uma das suas bases. O mesmo recurso é usado na manchete *Pesadelo continua* (figura 11) para mencionar o sofrimento da família mantido mesmo após a prisão do suspeito de matar pai e filho. Ou seja, as palavras “atrás das grades”, “tsunami” e “pesadelo” foram usadas fora de seus contextos literais, para espetacularizar a narrativa e estimular a curiosidade do leitor. No caso da primeira e da última, os termos são utilizados corriqueiramente no texto. Já a comparação com o “tsunami” foi no sentido de valorizar a ação, exagerando ainda na tentativa de mostrar a gravidade e o tamanho do trabalho realizado.

O mesmo assunto sobre os assassinatos de pai e filho havia sido tema da manchete do dia anterior (figura 10), na qual a polícia “desvenda” o crime, dando uma satisfação à sociedade. O fato de o suspeito ser um “empresário” também é ressaltado pelo “Super”, que afirma que o crime foi cometido por causa de uma dívida, cujo autor não queria pagar.

a.2) A polícia que combate o vilão (inimigo social)

Na terceira manchete destacada, há um reforço do medo na frase *Tarado causa pânico em Sabará* (figura 5). O jornal usa da amplificação, mais um valor-notícia de construção, para reforçar o acontecimento, dizendo que toda uma cidade está em pânico por conta da ação de um criminoso, suspeito de praticar abusos sexuais contra mulheres. Quanto mais amplificado

é um acontecimento, maiores as chances de ele interessar a mais leitores e maiores as possibilidades de haver uma sensação ainda maior de medo contra este inimigo social.

O mesmo se dá com o sensacionalismo, recurso recorrente neste caso, onde não se busca a objetividade de números e as certezas típicas do jornalismo “dito sério”. O uso do termo “tarado” também é uma forma de “popularizar” a narrativa, lembrando que esta palavra nos remete a uma série de significados conhecidos do imaginário coletivo. Mais uma vez, a polícia é aquela que vai se contrapor a este inimigo de toda uma cidade e é ela quem está à procura do vilão, ou seja, o bem que se opõe ao mal. O mocinho que caça o bandido. Em nossa análise, notamos um destaque para as ações policiais contra crimes de conotação sexual. Outros títulos fazendo referência a esse comportamento sexual desviante foram encontrados no período analisado, reforçando o que diz Angrimani (1995) a respeito da cobertura sensacionalista.

a.3) O crime passional como espetáculo valorizado pela polícia e a imprensa

Na manchete seguinte, na qual o *Garçom é suspeito de matar a mulher* (figura 6), temos um caso de violência contra a mulher, mas sem tratar este problema de forma crítica. O crime ganha apenas a conotação passional. Este assunto está entre os principais retratados pelo jornal, e a polícia se coloca como mais um integrante na história, que não vai além de traços de um romance/tragédia. O jornal parece assumir o discurso policial, já que é a polícia quem investiga e aponta as pistas. Isso, porém, só ficará evidente com a leitura da matéria.

Por outro lado, acreditamos que o jornal trata o texto de forma, digamos, mais cuidadosa, em relação ao antigo jornalismo que era feito no “Notícias Populares”. Ressaltamos que o fato de tratar o garçom como suspeito já é um avanço na narrativa de um jornal popular. Ora, se a polícia ainda investiga o caso, não se podem fazer acusações, e o veículo não pode se colocar como o juiz da questão e condenar o suspeito.

Por outro viés, o uso de verbos como “alega” mostra que o jornal “maquia” um discurso incriminatório contra um “garçom”, reforçando a pista policial, já que este verbo tem uma conotação específica. Isso é o que diz, por exemplo, o “Manual da Folha de S.Paulo”: “Alegar é o verbo do réu. Significa citar como prova, explicar e daí desculpar-se. Não use se não se tratar de explicação ou tentativa de justificar-se diante de uma acusação qualquer” (FOLHA DE S. PAULO, 1992, p. 51).

a.4) A polícia contra o outro, o inimigo oculto

Na manchete do dia 11 de maio, *Arma do Exército em sala de aula. Polícia encontra pistola 9 mm escondida em mochila de garota de 13 anos em BH* (figura 8), a polícia que se apresenta é aquela que vai proteger uma escola, um dos espaços referenciais da sociedade. Espaço este que está sendo desacatado e submetido à violência, com a presença em sala de aula de uma arma. Não uma arma qualquer, mas uma pistola 9mm, do Exército, outra instituição de controle e poder. A arma está escondida entre os pertences de uma menina de 13 anos. Seria natural que uma menina fosse protegida, mas ela é a ameaça, é o “outro” que deve ser vigiado. Então a polícia também vai combater este inimigo, que leva o temor para um espaço sacralizado socialmente. Não poderia ser diferente a missão do jornal, nem da polícia. Não é dada importância a como aquela arma chegou ali, nem que tipo de pressão vive esta adolescente. No entanto, o fato é espetacularizado pelo viés, mais uma vez, dominante. A escola, a sociedade em geral teme a menina. Uma simples menina é ameaçadora e perigosa à segurança de todos, isso reforça a necessidade de controle.

Quanto à outra manchete, do dia 21 de maio, *“A Coisa”*. *Polícia investiga morte misteriosa de duas adolescentes em rio de Itajubá* (figura 9), a polícia também se coloca contra um inimigo, mas, desta vez, lança-se mão de uma narrativa ainda mais sensacional e espetacular, inclusive utilizando uma manchete como se fosse um nome de filme de terror. A polícia se coloca diante da “Coisa”, o que mostra já um ar romanceado, misturando realidade e ficção, para tratar do acontecimento no qual duas meninas morreram afogadas em um açude em Itajubá, no Sul de Minas. O espetáculo se completa no subtítulo, que anuncia a existência de um vídeo que revela o momento do afogamento. A polícia é sugerida aqui como a instituição capaz de resolver problemas que fogem até mesmo do universo do racional e conhecido.

b) A POLÍCIA QUE NÃO AGE:

b.1) A sociedade cobra uma ação para manter o *status quo*

Na manchete do dia 10 de maio, *Até quando. Mais cinco ônibus são incendiados em BH* (figura 7), encontramos um outro tipo de narrativa em relação à polícia, que consideramos ter destoado das demais. Neste dia, a instituição “polícia” é questionada por perder, de certa forma, “o controle”, deixando espaço para a “desordem urbana”.

Podemos entender aqui que a referência é feita à PM, apesar de ela não estar explícita. No entanto, é esta a instituição que está nas ruas, fazendo o policiamento ostensivo e é dela que deveria ser cobrada a segurança daqueles que usam os ônibus e de quem transita pela capital mineira. Ressaltamos também que o jornal, durante o período analisado, destina outras chamadas de capa para a questão dos ônibus incendiados na capital mineira, sem, porém, mencionar uma corporação policial. Mas, em um dos casos, imagens de policiais militares aparecem na cena do crime, como veremos à frente, na parte de análise das fotografias de capa.

Neste caso, consideramos que a criminalidade violenta sai do seu lugar e atinge não só um tipo de classe, mas toda a sociedade, porque é vista não só em determinados bairros, mas por toda a cidade, afetando, por exemplo, a classe média e incomodando aqueles que não só usam ônibus, mas também aqueles que veem os veículos queimados como uma afronta. Neste contexto, o jornal também assume esta postura e cobra “até quando” a população terá que conviver com estas ações, que estariam incomodando a ordem vigente.

Entre as nove manchetes analisadas com o termo polícia, esta é a única que entendemos colocar a “polícia” como um organismo que ainda não tem respostas. Mas consideramos que o discurso continua indo na mesma direção. Ou seja, a daqueles que se beneficiam da ordem, daqueles que concordam com o controle e a vigilância da forma como é realizada e que se incomodam quando ela, a criminalidade violenta, sai do seu lugar. Ressaltamos, finalmente, que a cobrança feita se dá porque a polícia precisa dar conta de resolver os interesses dominantes e não os da sociedade como um todo, formada por ricos e pobres.

Ressaltamos que o assunto foi manchete no primeiro clichê do jornal, mas, no segundo, foi rebaixado a submanchete, diante de um *fait divers*, como podemos ver na figura 7 (página 103).

3.5.1.3 Menção nas manchetes a ações praticadas por organismos da ordem

Entre as 55 manchetes, que consideramos fazer menção principalmente a *fait divers*, encontramos 11 que acreditamos que façam referência direta a ações policiais, por causa dos verbos utilizados. São manchetes que destacam a ação de prender, deter ou flagrar pessoas que cometeram crimes ou que praticaram algum comportamento desviante. Apesar de não mencionarem a palavra PM e nem polícia, entendemos que reforçam a representação de um organismo da ordem. Como dissemos, a PM é a corporação responsável por estar nas ruas e

fazer o trabalho de repressão, portanto, acreditamos que, quando o jornal faz uso destes verbos, o senso comum remete a atos praticados por integrantes desta instituição.

Vejamos os exemplos:

7 de abril – (quinta-feira) *Playboy das boates já foi **preso** antes*

13 de abril – (quarta-feira) *Milionários **em cana***

4 de maio – (quarta-feira) – *Fraude na CNH. Em troca de propina, grupo validou ilegalmente 5 mil carteiras no Sul de Minas e em São Paulo; nove foram **presos***

7 de maio (sábado) - *“Big Brother” do tráfico. Mãe e filha **presas** em BH por tráfico usavam câmeras para monitorar usuários*

18 de maio – (quarta-feira) *Maconha geladinha. Carpinteiro **detido** na capital confessa que escondia droga junto a legumes e verduras, na geladeira da casa, para disfarçar o cheiro do entorpecente*

24 de maio (terça-feira) – *Tortura ladrão e vai para a prisão. Dupla de amigos é **presa** no Alto Paranaíba acusada de agredir, durante cinco horas, jovem que roubou o telefone celular de um deles*

27 de maio – (sexta-feira) *Casa cai para especialista em fazer “gato”. **Preso** em Contagem eletricista que usava dispositivo de uso exclusivo da Cemig para procedimento que reduz conta de luz em até 80%; ele usava crachá da companhia e cobrava R\$ 150 pela fraude*

3 de junho (sexta-feira) – *Pai monstro. **Preso** em BH caseiro acusado de violentar a própria filha e engravidá-la; jovem de 23 anos disse que era estuprada desde os 14*

4 de junho (sábado) – *Prefeito de Abre Campo é **flagrado** com crack*

7 de junho (terça-feira) – *Herói de araque. Para reconquistar a ex, motorista planeja capturar ladrões contratados por ele para roubá-la, mas acaba **preso***

16 de junho (quinta-feira) – *Médico tarado. Clínico geral é **preso** em São Domingos do Prata acusado de oferecer drogas a crianças e adolescentes em troca de sexo*

Análise: Também nestas manchetes, notamos que aquele organismo que prende faz sempre o “bem” para a sociedade, diante de comportamentos desviantes praticados por pessoas que são tratadas, muitas vezes, de forma pejorativa ou tendo características negativas ressaltadas. Algumas delas também mostram ao público do “Super” que “os bacanas” também são presos, nestes casos incluiríamos o “playboy”, “os milionários”, o “médico” e o “político”. Ou seja, a polícia também agiria contra determinadas figuras da classe dominante. Além disso, o jornal

reforça a representação de que a PM retira do convívio social todos aqueles que têm comportamentos desviantes, que acabam sendo detidos, flagrados ou presos.

3.5.2 Imagens de capa para reforçar a narrativa da ordem

Com relação às fotografias de capa, notamos que o “Super” privilegia a imagem da mulher com o corpo exposto, publicada diariamente no jornal, em detrimento de qualquer outra fotografia de cunho jornalístico. Outras imagens recorrentes nos meses analisados foram as de jogadores de futebol, suspeitos ou vítimas de crimes, cenas de crimes, material apreendido em ações policiais, protestos e imagens de acidentes automobilísticos. Apesar de, em muitos destes casos, acreditarmos que a PM esteve presente na narrativa interna, a figura do policial não aparece na imagem escolhida.

Para a nossa análise, então, encontramos oito imagens nas quais o policial militar foi enquadrado na fotografia, o que representa 8,7% dos periódicos analisados. Consideramos que, das oito fotografias, em cinco delas, o policial destacado é aquele no qual sua representação está atrelada ao local do crime. O policial (ou a viatura) está ali em ação para registrar um fato já ocorrido, para resguardar a cena do crime ou para garantir a segurança após o acontecimento. Em geral, as fotografias enquadram o policial de costas, ou ao longe em uma cena de crime ou ainda apenas parte do corpo do militar. Em todas elas, entendemos haver um hibridismo de símbolos. Por um lado, a representação seria desfavorável, já que o crime não pôde ser evitado. Parece não ter como evitar o “inevitável”, tipo, a polícia está aí, mas não resolve. Por isso, precisamos de mais polícia, mais armas, maior investimento na segurança pública. De outro lado, a PM está ali para evitar que o “mal” volte a acontecer ou para que se faça ordem e respeite-se, por exemplo, o espaço da cena do crime. Seguem abaixo estes exemplos que estão ligados aos seguintes assuntos:

- 5 de abril (terça-feira) – *Violência faz igreja funcionar parcialmente. Depois de assalto em fevereiro, paróquia de Santa Tereza só abre as portas duas vezes ao dia.* Apesar de o assunto não ter sido a manchete, ganhou destaque na parte superior da capa, acima do assunto principal, *com uma **fotografia** da igreja ao fundo e a de um policial militar ao lado*, com a seguinte legenda: “Durante o dia de ontem, policial militar estava no local para se reunir com o pároco”. Na imagem, porém, aparece apenas parte do coturno e da farda do policial, sem que se possa identificá-lo. A página, porém, foi modificada para o segundo clichê, onde a fotografia com o policial não foi contemplada.

- 17 de abril - (domingo) *Leva fora e sai matando. Duas mulheres são mortas e outra baleada quando chegavam do pagode no bairro Goiânia, na capital, uma delas teria se recusado a ficar com o suspeito.* Ao lado da manchete, **uma foto** mostra dois policiais militares de costas diante de vários curiosos que observavam os corpos (figura 12). Nesta foto, os policiais estão de costas e cabeças aparentemente abaixadas, como se olhassem para o corpo no chão, ou seja, como se observassem a cena de um crime que não pôde ser evitado. Também não aparecem de corpo inteiro.

- 26 de abril – (terça-feira) *Empresário executado.* **A fotografia** que acompanha a manchete mostra, em primeiro plano, uma viatura do grupo tático da PM em frente ao local do crime.

- 14 de maio – (sábado) – *Pânico e mortes em porta de escola. Costureira foi executada após presenciar assassinato de marceneiro perto de colégio; alunos que chegaram para a aula quase foram atingidos.* **A fotografia** que acompanha a manchete é a do portão da escola entreaberto, com um policial militar fazendo a segurança em frente (figura 14). A imagem é geral, não sendo possível perceber as características físicas e a patente do policial.

- 24 de maio – (terça-feira) – *O 14º- Ataques a ônibus continuam na região metropolitana mesmo após prisões; ontem, mais um veículo foi incendiado, desta vez, em Nova Lima.* - Mais um ônibus incendiado na capital mineira. O assunto não foi a manchete do jornal, mas veio logo abaixo da manchete, com maior destaque para a **fotografia** de um ônibus incendiado com três policiais militares ao lado e de costas (figura 15).

Em duas imagens encontradas, consideramos que o policial que se apresenta é aquele que está em ação para manter a ordem ou para lutar contra o crime. Como exemplificado abaixo:

- 21 de abril – (quinta-feira) *Caos na 381 – Ponte na rodovia, na saída para Sabará, cede no feriado.* **A foto** em destaque é de um Policial Militar Rodoviário tentando controlar o tumulto no tráfego (figura 13). A imagem mostra o policial em ação e de costas.

- 25 de maio (quarta-feira) – *Mata para não pagar dívida. Polícia desvenda assassinato de pai e filho em Juatuba; empresário foi preso pelo crime.* **Fotografia** mostra policiais militares

e do Grupo de Ação Tático Especial da PM (Gate), além de bombeiros, cercando a casa do suspeito, todos de costas e fotografados do alto (figura 16).

O exemplo abaixo foi o único encontrado no qual é destacada uma ação que ainda será realizada pela Polícia Militar, ou seja, uma ação preventiva. No entanto, ela não está ligada diretamente à criminalidade violenta, mas ao trânsito. Para evitar os abusos de velocidade, a PM vai atuar com um radar surpresa. Neste caso, o jornal usa do recurso da ironia, principalmente no segundo clichê, para tratar do assunto. Mais uma vez, quando a cobrança está direcionada para aqueles que possuem veículos particulares, e não para a população como um todo, entendemos que o discurso não é tão favorável à imagem policial.

No clichê destinado à região metropolitana, o assunto do radar vira manchete, e os policiais que estavam do lado da viatura são cortados na foto (figura 17). O texto também é produzido em um tom mais crítico, dizendo que os motoristas vão enfrentar uma “Surpresinha”. No momento em que se torna mais crítico, o jornal resolve tirar de enquadramento aqueles que serão os responsáveis por aplicar tal “surpresinha”, ou seja, os policiais militares que estavam ao lado da viatura.

- 8 de junho (quarta-feira) *Radar surpresa. Equipamento funciona dentro de um carro e começa a multar hoje motoristas que trafegam acima da velocidade permitida em BH.* No jornal enviado para as cidades do interior, o assunto não é manchete, e policiais militares aparecem em **fotografia** ao lado da viatura. (figura 17)

Figura 12



Figura 13



Figura 14



Figura 15



Figura 16



Figura 17



3.5.3 Além da manchete, o que dizem as chamadas de capa sobre a PM

Com relação às chamadas de capa, nos três meses analisados, o número máximo fica em torno de 720, sem contar a manchete. Destas, cerca de 365, o que significa aproximadamente 51%, ou cerca de quatro chamadas diárias, estão ligadas a temas como crimes contra a vida, crimes contra o patrimônio, prisões de suspeitos, acidentes de trânsito, *fait divers* e assuntos que chamaremos de gerais, que envolvem, por exemplo, problemas urbanos, como buracos nas ruas. Cerca de 37% das chamadas de primeira página são destinadas ao futebol, com uma média de dois a três assuntos por dia. E cerca de 12% das chamadas estão relacionadas à fotografia das mulheres seminuas que estão presentes diariamente na capa do periódico. O tamanho do espaço ocupado por elas, porém, não está sendo considerado aqui, apenas a quantidade de vezes em que aparecem.

CHAMADAS DE CAPA / TEMA	QUANTIDADE
Média de chamadas diárias destinadas a assuntos relacionados à violência, entre outros	4
Média de chamadas diárias para o futebol	3
Chamada diária para a figura de uma mulher	1
Média total de chamadas diárias por capa	8

Entre o material analisado, quatro chamadas de capa fizeram referência à Polícia Militar como corporação. Outras cinco foram direcionadas a atuações específicas de policiais militares isoladamente. Foram percebidas ainda 20 chamadas que fazem referência à “polícia” e, finalmente, seis que mencionam o “policial”, sem dizer de qual corporação. Treze fazem menção a pessoas presas, mas não esclarecem quem prendeu. Ainda podemos destacar chamadas que fazem referência a um “flagrado”, um “identificado” e um “detido, mas, da mesma maneira, sem dizer quem foi o sujeito da ação.

CHAMADAS DE CAPA POR TEMAS RELACIONADOS EXPLICITAMENTE À PM OU QUE FAZEM REFERÊNCIAS À POLÍCIA OU MENCIONAM VERBOS QUE REMETEM DIRETAMENTE À AÇÃO POLICIAL	
Chamadas que mencionam a PM	4
Chamadas que mencionam ações de policiais militares	6
Chamadas que mencionam a palavra “polícia”	20
Chamadas que mencionam ações de policiais, sem dizer quais	5
Chamadas que mencionam a ação de prender, sem especificar quem prendeu	13
Chamadas que mencionam a ação de flagrar, sem identificar quem flagrou	1
Chamadas que mencionam a ação de deter, sem identificar quem	1
Chamadas que mencionam a ação de identificar, sem explicitar quem identificou	1

a) Chamadas que mencionam a Polícia Militar como corporação

23 de abril (sábado)

*Alarme falso: Ameaça de bomba na estação Vilarinho. Mobilizados, **Gate** vistoriou o local e não encontrou artefato.*

O Gate é o Grupo de Ação Tático Especial da PM. A chamada está localizada no canto direito da página, parte de baixo. Matéria encontra-se na página 3

28 de abril (quinta-feira)

*Praça da Maconha. Comerciantes e moradores denunciam que praça Sete virou ‘Amsterdã Mineira’; **PM** diz depender de investigação para coibir o uso de drogas em um dos principais pontos de BH.*

Chamada está localizada abaixo da manchete, sendo destacada com fundo preto. Fotografia da praça acompanha o tema. Matéria constante da página 3

29 de abril (sexta-feira)

***PM** anuncia reforço de policiamento na “praça da maconha”. Chamada está localizada no meio da página, à direita. Matéria localizada na página 6*

12 de junho (domingo)

*Noite violenta. Jovem é morto em frente ao batalhão da **PM**. Além do crime em plena praça Duque de Caxias, no Santa Tereza, madrugada teve ainda mais cinco assassinatos. Chamada está localizada no alto, à esquerda, em cima da manchete, que é de futebol. Matéria localizada na página 5*

Análise: das quatro chamadas, duas mostram que as ações não foram eficientes ou não evitaram o crime, ou seja, fazem uma representação desfavorável da corporação. Uma seria considerada neutra e outra favorável. A neutra é aquela que se refere ao Gate quando este grupo vai vistoriar um local público, mas não encontra bomba. Neste caso, consideramos não ser nem favorável, nem desfavorável, apenas constatou uma ação. A segunda chamada destacada mostra uma PM ineficiente contra as drogas em um dos principais locais públicos da capital mineira. O apelo se dá ainda ao reforçar o problema, comparando a área a uma Amsterdã mineira, uma referência à capital da Holanda, onde a venda de drogas é liberada. A terceira chamada é uma suíte da anterior. Nesta, a PM é destacada de forma positiva como a força que vai agir contra as drogas que tomaram o espaço público. No entanto, isso só vai ocorrer como se fosse uma ação “provocada” pelo jornal, que chamou atenção para o fato no

dia anterior. Ou seja, o trabalho de agendamento das ações policiais feito pela imprensa fica evidente nesse caso. Na última chamada, o jornal enfatiza o fato de um assassinato ter ocorrido em “plena” praça, bem em frente a um batalhão, ou seja, um local que deveria ser respeitado, afinal a corporação que deveria manter a ordem e a segurança está em frente. Se o local não fosse esse, talvez o assunto não ganhasse destaque, já que a própria chamada diz que outros cinco assassinatos aconteceram na mesma madrugada. Apesar das cobranças em relação às ações policiais, o tom de denúncia fica restrito à chamada que menciona o uso de drogas na praça, no entanto, não percebemos um sentimento de rejeição em relação à ação policial.

b) Chamadas que mencionam ações individuais de policiais militares

1º de abril: (sexta-feira)

*“Professora de ioga bebe, bate carro e ataca **PM**. Com sintomas de embriaguez, mulher de 27 anos provoca acidente na região da Savassi, recusa-se a fazer o teste do bafômetro e ainda esfaqueia policial.*

Chamada está no canto direito da página, parte de baixo. Matéria localizada na página 5

2 de abril (sábado)

*Contagem. Ex-**PM** pode ficar quatro anos preso por furto de chocolate.*

Chamada está localizada no canto direito, parte de baixo da capa. Localização não foi anotada (matéria verificada no site).

8 de abril (sexta-feira)

*Vídeo pode atenuar pena de **sargento**. Imagens mostram que mulher apanhou antes de matar namorado policial.*

(OBS: A matéria é a “Notícia do Dia” e está na página 3, só não foi a manchete, porque esta foi o caso do massacre na escola do Rio, que terminou com vários alunos e o matador mortos).

Chamada está localizada embaixo da manchete, à esquerda, destacada com fundo azul.

23 de abril (sábado)

*Juiz de Fora – **Policia**l Militar briga no trânsito e atira em juiz. Homens se desentenderam sem saber de suas profissões. Página 5*

Chamada localizada embaixo, à direita. Matéria encontra-se na página 5.

2 de maio (segunda-feira)

PM é suspeito de matar namorada antes de morrer em acidente. Policial militar morre após batida no Anel Rodoviário; o corpo da mulher com quem ele namorava há 11 anos é encontrado no carro, com marcas de tiros no peito.

(OBS: A matéria é a “Notícia do Dia” e está na página 3, só não foi a manchete porque esta foi destinada ao futebol). Chamada aparece em destaque, no meio da página, à esquerda, com fundo verde.

14 de junho (terça-feira)

Araguari: Detido com 60kg de cocaína. Ex-militar foi flagrado com a droga durante operação da Polícia Federal na cidade.

Chamada na parte de baixo da capa, à esquerda. Matéria localizada na página 7.

Análise: nas chamadas que mencionam integrantes da corporação Polícia Militar, encontramos apenas imagens desfavoráveis. Todos os temas destacados seriam *fait divers*, ou seja, o que encontramos foi o policial “criminoso” ou que tem o comportamento fora de seu lugar, já que, na primeira chamada, um PM é atacado por uma professora no trânsito. Ou seja, ele sai do seu lugar para virar vítima. Quando o cão morde o homem, isso não é notícia, mas quando o homem morde o cão, o será. Quando o policial militar apresenta um comportamento desviante, a ação é considerada muito mais grave, já que ele deveria ser o homem que garante o funcionamento da lei e da ordem. Portanto, o valor-notícia atrelado a estas ações é muito grande. Aqui temos o policial militar que furtou, o que pode ficar preso, o que matou, o que brigou e o que está envolvido com o tráfico de drogas. Até mesmo um ex-militar tem sua ação criminosa destacada levando-se em conta a profissão que ele já teve, mas não tem mais. Isto causa espanto nos leitores, então, é sensacional. Porém, acreditamos que o reforço desta representação leva os leitores do “Super” a formarem uma imagem negativa da corporação e não do integrante de forma isolada. O fato de este enquadramento ser tão forte pode causar a impressão de que este comportamento é muito mais recorrente do que de fato é.

c) Chamadas que mencionam a palavra “polícia”

8 de abril (sexta-feira)

*Estelionatário: Playboy das boates é só a ponta do iceberg. **Polícia** diz que promover integra quadrilha especializada em fraudar compra de carros de luxo; jovem foi apresentado ontem.*

Chamada na parte central da capa. Matéria localizada na página 5

15 de abril (sexta-feira)

*Uberlândia – Morador de rua tem 80% do corpo queimado. **Polícia** investiga ataque que teria sido feito por três pessoas.*

Chamada na parte baixa da página, à direita. Matéria localizada na página 10

24 de abril (segunda-feira)

*Contagem – Criminoso procurado pela **polícia** é morto.*

Chamada no meio da página. A matéria está localizada na página 3

26 de abril (quarta-feira)

*Vingança de bola – Corregedoria pede à **polícia** investigação. Órgão quer apuração sobre plano que estaria sendo arquitetado dentro da prisão pelo acusado de matar Elisa Samudio.*

Chamada no alto, à direita, em cima da manchete, mas em letras menores. A matéria está localizada na página 4

27 de abril (quinta-feira)

*Nelson Hungria. **Polícia** faz varredura na penitenciária, apreende celulares e armas e familiares de presos ficam revoltados.*

Matéria localizada no meio da página, acompanhada de uma foto de um carro policial preto, não sendo possível perceber se o veículo é de algum setor específico da PM ou da Polícia Civil. Aparentemente, de dentro do carro, algum ocupante joga um jato de água nas mulheres manifestantes. A matéria está localizada na página 8

5 de maio (quinta-feira)

*Ladrões dão olé em **polícia**. Dupla assalta loja no centro de BH; inicia uma fuga cinematográfica; sequestra universitária durante a fuga e dribla 55 **policiais**.*

Gostaríamos de destacar, neste caso, uma fotorreprodução dos bandidos rendendo a universitária em um estacionamento, reforçando a mensagem da “falta de segurança”, o que, acreditamos, estar ligado à imagem negativa que se fará das forças de segurança, inclusive a

PM. O assunto é a “Notícia do Dia”, que ocupa a página 3, mas a manchete foi destinada ao futebol. Está localizada na capa, abaixo da manchete, em fundo preto, com letras amarelas.

8 de maio (domingo)

*Presos por apologia às drogas. **Polícia** prende cinco pessoas.*

Chamada à esquerda, no meio da página. Matéria localizada na página 7

9 de maio (segunda)

*Perseguição. Pula no Arrudas para fugir da **polícia**. Homem, que roubou militar, escapa pelas galerias do rio.*

Chamada no meio da página, à esquerda. Matéria localizada na página 4

*Perde 110kg para enganar a **polícia**. Mesmo com plásticas e mais magro, suspeito de crimes em vários Estados foi preso em Sete Lagoas.*

Chamada na parte de baixo, no meio, com fundo azul e foto de material apreendido sobre nome da Polícia Civil, mas no título não diz qual é a polícia. Matéria localizada na página 9

18 de maio (quarta-feira)

*Itabira: Menor é morto por causa de dívida de R\$ 60. **Polícia** prende três suspeitos do crime motivado pelo tráfico e marcado por requintes de crueldade.*

Chamada embaixo da manchete. Matéria localizada na página 8

22 de maio (domingo)

*Corpos carbonizados. **Polícia** investiga se restos mortais, encontrados em carro, em Juatuba, seriam de pai e filho, donos de uma empresa de caminhões.*

(OBS: A matéria é a “Notícia do Dia” e está na página 3, só não foi a manchete porque esta foi destinada ao futebol). Chamada aparece em destaque, embaixo da manchete, que é futebol, à direita, com foto de um carro todo destruído dentro de um cerco.

24 de maio (terça-feira)

*Uberaba: Estatuto do PCC na casa de traficante. Livro apreendido pela **polícia** prega respeito e lealdade à facção criminosa de São Paulo*

Chamada à esquerda, na parte baixa. Matéria localizada na página 9

28 de maio (sábado)

*Leva olé da **polícia**. Homem que driblou 55 policiais e fugiu após assalto é capturado 19 dias após o crime.* Página 5

Chamada embaixo da página, à direita, com foto do preso (ao fundo aparece a parede com o nome da Polícia Civil).

31 de maio (terça-feira)

*Bandeira do Sul: Mortes em festa foram fatalidade. **Polícia** conclui inquérito e não aponta culpados por curto-circuito em trio-elétrico.*

Chamada no alto, à esquerda. Matéria localizada na página 7

8 de junho (quarta-feira)

*Sul de Minas: Bebê morre em creche de Guaxupé. **Polícia** da cidade investiga o que causou asfixia em criança de quatro meses; família denuncia negligência.*

Chamada abaixo da manchete. Matéria localizada na página 5

9 de junho (quinta-feira)

*Boca de fumo: Mansão do tráfico na capital. **Polícia** encontra mais de 30kg de crack em casa luxuosa no bairro Glória; cinco são presos.*

Chamada no lado esquerdo, embaixo. Matéria localizada na página 5

11 de junho (sábado)

*Ladrão é identificado. Após imagens de homens que roubaram mansão na Pampulha serem mostradas no Super, **polícia** recebe mais de 20 denúncias.*

(OBS: A matéria é a “Notícia do Dia” e está na página 3, só não foi a manchete porque esta foi destinada ao futebol). Chamada na página embaixo da manchete, cercada por um boxe azul, com foto do suspeito.

13 de junho (segunda-feira)

*Flagrante. Menina de 15 anos engole crack e sofre overdose. Com medo da **polícia**, adolescente arrisca a própria vida, passa mal na viatura e precisa ser ressuscitada em Betim.*

(OBS: A matéria é a “Notícia do Dia” e está na página 3, só não foi a manchete porque esta foi destinada ao futebol). Chamada embaixo da manchete, no meio da página.

15 de junho (quarta-feira)

*Festa regada a drogas: **Polícia** acaba com comemoração de aniversário que durou cinco dias na Pampulha; vinte e três pessoas foram presas.*

Chamada, na parte inferior da capa, com foto dos suspeitos com a cabeça abaixada. A matéria está localizada na página 8

26 de junho (domingo)

Chamada à direita, no meio da página

*Passional. Traição, crime e vingança – Mulher volta mais cedo do feriado, flagra marido com outra, esfaqueia amante e denuncia companheiro à **polícia**.*

Análise: Nestas 20 chamadas em que encontramos o nome da polícia, sem especificar qual instituição, entendemos que cinco podem se referir a ações direcionadas à Polícia Civil, por terem verbos relacionados com investigação e conclusão de inquérito. Se esta é a instituição responsável pela investigação de crimes no estado, então, supomos que estas ações estão, no imaginário coletivo, também atreladas a ela.

Nas 15 chamadas restantes, encontramos duas situações em que a polícia “perde” para o crime: no dia 5 de maio, quando o jornal diz que *Ladrões dão olé em polícia* e, no dia 9 de maio, quando o suspeito de um crime escapa de uma perseguição policial. Nos dois casos, as fugas são valorizadas com o reforço da narrativa, que usa termos como “fuga cinematográfica”. Um caso também destoa e chama a atenção por colocar uma jovem “com medo” da polícia. Ou seja, aquele que infringe a lei teme algo que seria mais forte, no caso a polícia. De qualquer forma, o medo é diferente do respeito, então acreditamos ser uma conotação negativa, já que a menina teme as consequências do seu ato contrário à lei, representada aí pela polícia. Aqui entendemos haver uma polícia muito distante da comunitária e daquela que, no site da corporação, diz buscar uma proximidade com os jovens.

Em nove chamadas, encontramos uma polícia eficiente que prende, apreende, “dá olé”, encontra droga, recebe denúncias, faz varredura e identifica ladrão. Contrapondo-se à manchete do dia 5 de maio, quando o jornal usa o termo “dar olé” para se referir à “vitória” dos ladrões sobre a polícia, no dia 28 de maio, outra chamada de capa dá o troco. Agora são os ladrões que levam o “olé” da polícia.

Em três casos, consideramos que o nome polícia aparece, mas seriam situações que chamaremos de neutras. Numa delas, a polícia diz que um *promoter* integra uma quadrilha, na outra, diz que criminoso procurado pela polícia é morto, mas não esclarece se a ação é de um

policial e, em outro, a mulher que se diz traída denuncia o companheiro, que ela esfaqueou, à polícia.

O balanço das chamadas com o nome polícia é de que, das 15 chamadas analisadas, nove teriam uma representação mais favorável, o que representa 60% do total, três, nós consideramos neutras, e três teriam conotações mais negativas, o que significa 20% do total.

Quanto aos temas priorizados, cinco casos estão relacionados a crimes contra a vida, cinco a crimes contra o patrimônio, cinco ao tráfico ou uso de drogas e cinco a temas, que chamaremos, de outros.

d) Chamadas que mencionam ações de policiais sem especificar qual

1º de maio (domingo)

***Policial** aponta arma para motorista. Após ser ‘fechado’ no trânsito, homem entra armado em ônibus e assusta passageiros na Savassi.*

(OBS: A matéria é a “Notícia do Dia” e está na página 3, só não foi a manchete porque esta foi destinada ao futebol). Apesar de não estar mencionado na capa, na matéria, o leitor saberá que o envolvido é um policial civil. Chamada está localizada no meio da primeira página.

12 de maio (quinta-feira)

***Policial** acusado de fazer parte de grupo de extermínio se entrega. Subinspetor, amigo de Bola, acusado de pelo menos duas mortes em Esmeraldas.*

Chamada colocada na parte inferior, à direita, com fundo amarelo para dar mais destaque. Matéria localizada na página 4.

17 de maio (terça-feira)

*Belo Horizonte: **Policial** é baleada por menor. Vítima reagiu a um assalto depois de deixar a filha de 2 anos em uma escola no bairro Cidade Nova.*

Chamada colocada no alto, à esquerda. Matéria localizada na página 5

30 de maio (segunda-feira)

*Contagem: **Policial** briga com “loira” e é assassinado. Crime teria acontecido após uma discussão boba, na porta do banheiro, em uma festa. Há suspeita de que o autor também seja **policial**.*

Chamada foi colocada embaixo, à direita. Matéria localizada na página 5

1º de junho (quarta-feira)

*Contagem: Preso algemado foge de viatura em movimento. Mesmo cercado por **policiais**, detento que seria transferido conseguiu escapar.*

Chamada está em local de destaque no meio da capa. Matéria localizada na página 5

Análise: Entendemos que a representação do policial é desfavorável em todas as chamadas acima porque, em vez de se apresentar como o agente da ordem, ele tem o comportamento desviante. Na primeira chamada, o policial é quem aponta a arma para o cidadão e assusta passageiros e, na segunda, o policial é acusado de fazer parte de um grupo de extermínio. Assim como no caso anterior, que destaca crimes praticados por policiais militares, aqui também há este valor exacerbado, ressaltando que a primeira matéria foi a “Notícia do Dia”, recebendo tratamento jornalístico especial, ou seja, ocupa a página interna mais importante (página 3) e o maior espaço.

No terceiro caso, o policial se coloca como autor, ao brigar, e depois como vítima, porque acabou assassinado, possivelmente por outro policial. Fato que é relevante, porque, apesar de não haver certeza sobre isso, foi destacado na capa. Na chamada seguinte, um policial é baleado ao reagir a um assalto, comportamento que a própria corporação desaconselha a todas as pessoas que são vítimas de crimes contra o patrimônio. Portanto, avaliamos que todas estas chamadas também têm um peso desfavorável para a representação do policial em geral. Na única que poderia ser diferente, quando os “policiais cercam detentos”, o desfecho é negativo, já que eles conseguem escapar. Portanto, prevalece, neste caso, a representação da ineficiência.

e) Chamadas que mencionam verbos como prender, investigar, identificar e deter, sem especificar de quem é a ação

13 de abril (quarta-feira)

Preso por filmar bumbum de mulheres. Comerciante de Uberaba usava caneta com câmera espiã.

Chamada no alto da página, à direita, em fundo verde, com foto do suspeito. Matéria localizada na página 11.

14 de abril (quinta-feira)

*Ótica fura olho. Babás usadas como ‘laranjas’ são **detidas**. Mulheres que emprestavam nome*

para dono do Centro Ótico criar empresas se entregam.

Chamada na parte de baixo da capa, à direita. Matéria localizada na página 11.

15 de abril (sexta-feira)

Zona da Mata – Vinte e um são presos por roubo de caminhões. Quadrilha que agia em Minas e no Rio fraudava documentos.

Chamada na parte baixa da página, à direita. Matéria localizada na página 9.

11 de maio (quarta-feira)

Ciúmes. Preso acusado de esfaquear e matar garota de 14 anos.

Chamada embaixo e à esquerda. Matéria localizada na página 4

17 de maio (terça-feira)

Contagem: Tentativa de assalto na PUC. Cinco criminosos são presos após amarrarem funcionários e tentarem arrombar caixas eletrônicos.

Chamada no alto, à esquerda. Matéria localizada na página 4

18 de maio (quarta-feira)

Sete Lagoas e Neves: Perseguição cinematográfica termina com dois detidos. Ladrões roubam casa, fazem família refém e são presos durante uma megaoperação.

Chamada no alto, à esquerda. Matéria localizada na página 7.

19 de maio (quinta-feira)

Contagem: Menores compram revólver com a mesada. Adolescentes flagrados com arma em escola disseram que usariam dinheiro dado pelos pais para pagar pelo objeto.

Chamada no alto, à esquerda. Matéria localizada na página 8.

23 de maio (segunda-feira)

Carbonizados – Suspeitos de matar pai e filho são identificados. Assassinos estariam ligados à atividade comercial exercida por eles.

Chamada embaixo, na área central. Matéria localizada na página 5.

4 de junho (sábado)

*Patos de Minas: **Preso** por torturar e matar a namorada. Acusado **confessou** que, por ciúme, submeteu menor a agressões que a levaram à morte.*

Chamada na parte de baixo, à direita. Matéria localizada na página 5.

6 de junho (segunda-feira)

*Sabará: R\$ 14 mil em notas falsas. Dinheiro foi encontrado dentro de porta luvas de carro após denúncia anônima; casal foi **preso** em flagrante.*

Chamada no alto, à esquerda. Matéria localizada na página 5.

16 de junho (quinta-feira)

*Norte de Minas: Operação Carcará termina com 13 **presos**. Alvo da ação foram homicidas ligados às principais gangues do tráfico de Montes Claros.*

Chamada no alto, à direita. Matéria localizada na página 5.

17 de junho (sexta-feira)

*Bebê morre após nascer em banheiro de hospital. Mulher de 19 anos foi **presa** em JF após dar à luz um menino, que caiu da janela do prédio.*

Chamada no meio da página, cercada em azul. Matéria localizada na página 4.

19 de junho (domingo)

*Uberlândia: Suspeitos de matar jovem **são presos**. Informação foi revelada pela irmã da empresária, que foi encontrada com sinais de violência.*

Chamada embaixo, à direita. Matéria localizada na página 5.

20 de junho (segunda-feira)

*Covardia no assassinato de empresária. Dupla de 18 e 19 anos **presa** confessa que estuprou a vítima antes de matá-la com dois tiros na cabeça durante assalto em Uberlândia.*

(OBS: A matéria é a “Notícia do Dia” e está na página 3, só não foi a manchete porque esta foi destinada ao futebol). Chamada localizada à esquerda, na parte superior, com fundo azul e foto da vítima.

25 de junho (sábado)

***Confessa** estupro de irmãs de 5 e 9 anos. Balconista **preso** em Contagem era amigo dos pais das duas crianças.*

Chamada embaixo, em um boxe azul com foto do suspeito dentro de uma viatura. Matéria localizada na página 5.

27 de junho (segunda-feira)

Suspeitos. Pais são presos por maus-tratos. Mãe joga criança de dois meses para o alto e tenta esganá-la em praça de Contagem.

Chamada embaixo, à direita. Matéria localizada na página 4

Análise: Acreditamos que todas as chamadas destacadas acima dizem respeito a ações praticadas ou sofridas por policiais. Apesar de serem ações após o crime acontecer, dão uma conotação favorável a quem praticou a ação. Pelos verbos utilizados, entendemos que o leitor é levado a pensar que são ações de uma corporação policial. Em sete delas, as ações envolvem crimes contra a vida; em três, o combate é em relação aos crimes contra o patrimônio; em duas, foram atos praticados contra o crime de estelionato, dois foram considerados como *fait divers* (o que se refere ao homem preso por filmar os “bumbuns das mulheres” e o caso em que o bebê morreu após nascer em banheiro de hospital). Ainda encontramos um caso em que, possivelmente, a polícia age contra a violência sexual, outro em que o inimigo é o tráfico de drogas e um caso que consideramos como “outros/prisão” (adolescentes flagrados com arma em escola). Nestas chamadas, o peso é para uma representação da polícia como corporação que age na sociedade para tirar de circulação e, em geral, colocar na cadeia aqueles que possuem comportamento desviante, portanto estariam colaborando para maior segurança e higienização da sociedade.

Na avaliação geral das 51 chamadas da capa avaliadas, consideramos que foram 31, ou seja, 60,7% apresentando a polícia, seja a Polícia Militar ou apenas a polícia, como aquela que age, que prende, que atua como organismo da ordem. Diante desses números, consideramos que o jornal não valoriza ações preventivas ou comunitárias, mas praticamente ações repressivas. Em 16 casos, encontramos uma representação, na qual o comportamento desviante de policiais é ressaltado. Isso ocorre, praticamente, em referência a integrantes da corporação e não a ela como um organismo total. Isso representa 31,3% das chamadas. Por fim, analisamos quatro casos como neutros (7,8% do total).

3.5.4 A Polícia Militar presente na “Notícia do Dia”

Consideramos que a representatividade maior da Polícia Militar na narrativa do “Super”, entre o material analisado, está na seção “Notícia do Dia”. Esta é a principal aposta

do jornal. Em geral, a notícia ocupa toda a página 3 do tabloide, sempre com utilização de retranca, fotografias e, em muitos casos, a matéria é complementada com uma seção denominada “Minientrevista”, na qual é destacada a opinião com algum “personagem” envolvido no caso ou alguma autoridade.

No material analisado, o discurso da corporação mineira aparece em quase 60% destas reportagens da página 3. Das 91 matérias, em 54, a Polícia Militar foi ouvida ou é citada. A narrativa do “Super” reforça ainda mais o discurso desta corporação porque, destas 54, a PM é a única fonte ou a fonte principal em 28 delas, o que significa 30,7% do total. Apesar da forte presença da PM nos textos da seção, no que diz respeito ao título, a referência ao nome da instituição é feita em apenas quatro deles, do total de 91, o que representa 4,39%.

A “NOTÍCIA DO DIA”		
	QUANTIDADE	PORCENTAGEM
PM foi ouvida ou citada	54	60%
PM é a única ou a principal fonte da matéria	28	30,7%
Referência ao nome “PM” no título	4	4,39%
Fotografias de PMs acompanham a matéria	16	17,5%
Total de matérias	91	100%

A narrativa é construída tentando aproximar o leitor da história dos personagens, para, no segundo parágrafo, haver uma confirmação do caso, em geral, por meio do discurso de um policial militar ou da corporação, sem identificação de uma fonte específica.

Com relação ao tema, entre as 54 matérias, entendemos que, em 30, os assuntos podem ser considerados neutros em relação às ações policiais, por serem narrativas em que predominam assassinatos que envolvem marido e mulher ou outro familiar, como filho que matou a mãe ou amigas que foram mortas, empresário assassinado, entre outros crimes contra a vida que foram apenas registrados pela PM. Também se encontram nestes casos fatos como golpes de diploma; moradores de rua que, nas palavras do jornal, tomaram uma “cachaça maldita” e foram internados; espancamentos; casal que passa por momentos de “terror ao sair de festa”; “mulher flagrada na cama com borracheiro”, entre outros.

Outras 12 “Notícias do Dia” foram consideradas desfavoráveis em relação à representação da Polícia Militar por mostrarem a polícia que, de certa forma, não alcançou seus objetivos. Nestes casos, encontram-se aqueles que vamos detalhar em itens seguintes, mas ressaltamos que três deles mostram integrantes da corporação que praticaram assassinatos passionais, um mostra um PM envolvido em um esquema de fraude de CNH, ou seja, a representação desfavorável, nestes quatro casos, seria contra integrantes da corporação. Três mostram ações policiais fracassadas, como o caso em que uma dupla driblou 55 policiais e fugiu, um homem conseguiu fugir após assaltar uma mansão, o caso em que a PM não consegue controlar o uso e o tráfico de drogas na Praça da Liberdade, uma das mais conhecidas e representativas de Belo Horizonte, além de matérias que mostram que a criminalidade violenta incomoda, como a manchete que ressalta um fim de semana com 13 assassinatos em Belo Horizonte, a que mostra o 15º ônibus incendiado na capital mineira, entre outras.

Em outras 12 manchetes, entendemos que o peso foi mais favorável para a representação da PM. Nestes casos, destacamos as matérias que mostram que a PM conseguiu evitar que um homem fosse linchado em um bar; prisões de falsificadores de documentos; prisão de “ricaços” por sonegação; prisão do “bandido mais procurado” de Belo Horizonte; prisão de traficantes, que usam “cada vez mais artimanhas mais tecnológicas”, segundo diz o título de uma das matérias; PM que controla revolta de moradores que estão sem energia elétrica; PM que faz megaoperação e prende policial civil corrupto; PM que evita assassinatos em uma pequena cidade por mais de cinco décadas, entre outras.

Entre as 54 matérias que mencionam a PM, separamos os temas da seguinte maneira:

TEMAS NOS QUAIS A POLÍCIA MILITAR É CITADA NA “NOTÍCIA DO DIA”	
Matérias relativas a homicídios e tentativas de homicídios	21
Matérias que relatam prisões por motivos diversos sem ser homicídios	11
Outras (matérias que relatam medo, ameaças, golpes, fraudes, <i>fait divers</i> em geral)	22
Total	54

Outras 19 matérias que se referem à criminalidade ou a condutas desviantes não fazem nenhuma referência a polícias e 18 fazem menção ou entrevistam integrantes de outras corporações, principalmente a Polícia Civil. Estas foram apenas lidas, mas não serviram de material para este estudo.

Podemos dizer que esta seção é a “aposta” do jornal quando comparada com as outras editoriais, já que as demais matérias possuem tamanhos restritos, menos fontes explícitas e espaços menores.

Para a análise, criamos algumas categorias diante das repetições encontradas nas reportagens ao longo dos três meses. Estas categorias dizem respeito a fontes, temas, discursos e versões predominantes no texto, entre outras. Vamos à análise:

a) Polícia Militar de Minas Gerais como fonte (autoridade incontestada)

Entre as 54 matérias em que a Polícia Militar é ouvida, em 20 delas, ou seja, 37%, a corporação aparece como fonte, sem citação de nenhum integrante. Nestas matérias, o relato é construído sempre com o discurso preponderante da PM. Em geral, o nome da corporação aparece abrindo o segundo parágrafo, depois de a história do crime já ter sido abreviada no *lead*. Vamos aos exemplos:

Na “Notícia do Dia” de 10 de abril de 2011, *Bêbado enciumado mata homem em bar - Irritado porque vítima teria tentado seduzir a mulher dele, suspeito assassinou homem em boteco de Contagem*, apenas a Polícia Militar aparece como fonte, sem citação de nenhum policial ouvido. A matéria traz ainda uma fotografia de um carro da polícia, focando o giroflex da viatura, na frente da delegacia. Vejamos o primeiro e o segundo parágrafos.

Uma briga por causa de uma mulher acabou na morte de um homem de 37 anos, na madrugada de ontem, no bairro Vila Santa Luzia, em Contagem, na região metropolitana. Com apenas uma facada, Márcio Adriano Santos, de 35 anos, matou Vanderlei Brás Lacerda. Os dois estavam embriagados na hora da discussão. De acordo com a Polícia Militar (PM), os dois homens estavam dentro de um bar e por volta de 1h começaram a discutir. Márcio relatou aos policiais que queria apenas assustar Vanderlei com uma faca porque ele havia tentado seduzir a mulher dele há alguns dias. Na delegacia, ele confessou que desferiu o golpe na vítima. Após cometer o crime, frequentadores do bar, revoltados com a situação tentaram linchar o suspeito. A polícia foi acionada e conseguiu impedir que Márcio fosse assassinado. Ele foi socorrido e encaminhado para o Hospital João XXIII onde ficou escoltado por policiais até a manhã de ontem.

Na “Notícia do Dia” de 30 de maio de 2011, a Polícia Militar também aparece como fonte única, sem citação de entrevista a nenhum policial. A notícia tem o seguinte título: *Espancada por mais de 12 horas. Garota de 17 anos é torturada pelo namorado em Patos de Minas e tem que passar por cirurgia; motivo seria ciúme.*

O fato ocorreu em Patos de Minas. A matéria diz que o caso chocou os moradores e revoltou os familiares, mas a informação é apenas da Polícia Militar. Vamos ver, a seguir, um trecho da matéria.

Segundo a Polícia Militar de Patos de Minas, o crime teria ocorrido na noite do dia 27 de maio, mas a menina só foi socorrida cerca de 15 horas depois. No dia 28, sábado, o suspeito avisou a uma tia da namorada que tinha matado a companheira, entregou as chaves da casa onde ela estava e fugiu. De acordo com a polícia, quando a tia chegou ao local, a adolescente estava inconsciente, deitada sobre a cama, com o rosto inchado e com muitos hematomas. Os bombeiros socorreram a vítima, que foi levada para o hospital. [...] Ainda segundo a PM, os dois teriam saído da festa de moto-táxi, cada um em um veículo, e a menina pediu para o motoqueiro levá-la para a casa da sua mãe, mas o namorado impediu que isso acontecesse e pagou os dois motoqueiros para ir embora. Em seguida, ele saiu arrastando a vítima até a casa deles e a agrediu com chutes, tapas e socos. A polícia afirma que ele teria ainda espancado a namorada com um bastão de madeira e a manteve em cárcere privado. A ocorrência foi encaminhada para a Delegacia de Mulheres do município [...]

Apesar de a PM ser a única fonte, a narrativa se mantém, inclusive contando detalhes do crime, o que mostra que a história é personalizada e dramatizada pelo olhar da corporação. Como o fato ocorreu longe da sede da redação do “Super”, o jornal precisou se basear em um discurso para narrar o fato, “resolvendo” assim o problema da distância e da impossibilidade de o jornalista apurar o fato no local onde ocorreu.

b) A história narrada pelos praças

Ao contrário do que se poderia imaginar, não são os policiais oficiais, ou seja, das patentes mais altas, que têm seus nomes divulgados com maior frequência nesta seção do “Super” e sim os praças. Eles aparecem como responsáveis pela informação e com falas em 22 matérias do total de 54, o que representa 40,7% do total. Estes policiais que contam os crimes aos jornalistas e têm seus nomes divulgados com maior periodicidade nas páginas do jornal são soldados, cabos e sargentos. Eles são identificados pela patente e pela companhia que representam.

Nossa análise é de que o policial ouvido é aquele que está na rua ou que participou do flagrante e vai contar para o repórter aquilo que presenciou. Entendemos que, como são casos que envolvem, em geral, pessoas de classes mais baixas e crimes que acontecem com

frequência em determinadas áreas, acabam sendo “explicados” ou “contados” por policiais das patentes inferiores na hierarquia militar.

Ao compararmos todo o material da “Notícia do Dia”, percebemos que os oficiais, como veremos a seguir, são as fontes ouvidas em crimes de maior repercussão social, crimes que não são *fait divers*, que exigem um “discurso” mais elaborado dos profissionais da Assessoria de Comunicação Organizacional, preparados para lidar com a imprensa, ou de integrantes do próprio comando. Como mencionou o pesquisador Cláudio Beato, em texto destacado nesta dissertação, a divulgação do nome destes policiais seria vista até mesmo como um prêmio, servindo para levantar o ego dos praças e, futuramente, dependendo da repercussão, até mesmo para uma promoção na carreira militar.

Observemos os exemplos que separamos para ilustrar o que dizem os praças na “Notícia do Dia”:

Matéria do dia 23 de abril, que recebe o título *Mata o marido com facada no peito*. “De acordo com o sargento Carlos Noel Soares, da 10ª Cia do 5º Batalhão, a auxiliar de produção Avenilce dos Santos acionou a PM após esfaquear o marido na sala da casa. Ela relatou que o companheiro Rodrigo Luciano Lopes, de 33 anos, bebeu vinho, conhaque e cerveja durante todo o dia enquanto escutava música [...]” Note-se que não há contestação, e ao policial é dado o direito de relatar o que a suposta autora teria dito. Ou seja, o poder da autoridade da PM é reafirmado. É ela que tem “a verdade” que será contada no jornal ainda que seja um sargento da corporação.

Na matéria *Bebê usado como escudo e baleado na cabeça*, do dia 13 de maio, fato ocorrido em Lagoa Santa, é um soldado quem conta a história:

De acordo com o soldado Igor Câmara, da 181ª Companhia do 36º Batalhão da Polícia Militar, por volta da meia noite, dois homens em uma moto, usando capacetes, foram até a casa onde a vítima estava, no bairro Nossa Senhora de Lourdes. No local, um dos suspeitos bateu na porta da residência e chamou a vítima (um travesti que teria envolvimento com o tráfico) pelo nome.

Na “Notícia do Dia” de 24 de maio de 2011, a dependência da informação passada por um policial militar fica evidente. A matéria tem o seguinte título: *Vingança acaba em prisão. Com objetivo de dar um corretivo em ladrão de celular, dupla teria mantido jovem sob tortura, por cinco horas, em Lagoa Grande*.

A reportagem é sobre dois rapazes que teriam tentado fazer justiça com as próprias mãos, na cidade de Lagoa Grande, no Alto Paranaíba, após um jovem ter roubado o celular de um dos rapazes. No segundo parágrafo, a explicação do caso é dada por um policial militar, ou seja, coube a ele a versão oficial do caso.

Segundo o cabo Josemar Teodoro, o caso aconteceu na madrugada de domingo e só chegou ao conhecimento da polícia duas horas após o usuário de crack Abdon César Hipólito, de 19 anos, que teria roubado o celular de um dos acusados, conseguir fugir do cativo. De acordo com o cabo Josemar, o jovem contou que os dois homens o abordaram na rua, no centro da cidade, por volta das 2h de domingo e deram-lhe um soco no rosto, arrastando-o até uma casa. Já na residência, conforme o policial, os suspeitos teriam amarrado mãos e pés de Abdon, que também disse ter sido amordaçado. Em seguida, a dupla teria iniciado a sessão de tortura, fazendo vários cortes e hematomas no corpo do rapaz durante cinco horas.

O texto continua, tendo o cabo como fonte, observemos: “Ele contou que os homens passavam a faca na garganta dele e diziam, a todo momento, que iriam matá-lo porque ele era um lixo de gente, não merecia viver”, relatou o cabo. Somente no penúltimo parágrafo, aparece a fala de um delegado, mas ele não conta o caso, só afirma que os dois homens negaram todas as acusações. O delegado diz também onde os dois acusados foram presos e que um deles confirma que teve o celular roubado, mas teria afirmado que não espancou ninguém. Os suspeitos não são ouvidos na matéria.

No caso das cidades do interior, a dependência do jornal pelo que diz a PM é ainda maior e, até mesmo em ocorrências nas quais os envolvidos são autoridades, predomina a informação divulgada por praças da corporação, como na “Notícia do Dia” de 4 de junho de 2011, que envolve o prefeito da cidade de Abre Campo, na Zona da Mata. A matéria traz o seguinte título: *Prefeito assume que usa crack*. Apesar de ser a principal autoridade do município, a matéria se baseia, principalmente, naquilo que é informado pelo sargento Fernando dos Santos, da 118ª Companhia da PM de Rio Casca, onde o prefeito foi flagrado. Esse exemplo reforça o que diz Traquina (2005) a respeito da diferença de cobertura entre os fatos que acontecem nos grandes centros, próximo das sedes dos conglomerados de comunicação, e aqueles que ocorreram em outros espaços.

c) A história narrada pelos oficiais e pelo comando

Notamos as falas dos oficiais da PM em casos considerados de maior repercussão, seja em operações contra o tráfico de drogas ou contra documentos falsificados, ou naqueles mais complexos ou delicados, que envolvem crimes praticados por membros da corporação. As falas destes policiais (tenente, capitão, major, tenente-coronel e coronel) aparecem em 12 matérias nesta seção, ou seja, 22,2% do total de 54 reportagens. Vejamos os exemplos encontrados.

No dia 4 de abril, na matéria *Falsificadores de documentos presos - Membros da quadrilha cobravam R\$ 100 para fazer a prova de legislação no lugar do candidato, em Sabará*, vejamos parte do texto com a fala de um major da corporação:

Ao levantar a ficha criminal do suspeito, a polícia teve uma outra surpresa: havia um mandado de prisão em aberto contra ele por falta de pagamento de pensão alimentícia. Ao vistoriarem o carro do suspeito, de acordo com major Gilmar Soares, os militares encontraram 50 identidades falsificadas, um computador portátil além de dinheiro e cheques. Segundo a polícia, o acusado confessou a falsificação dos documentos de identidade e que cobrava R\$ 100 para fazer a prova de legislação no lugar do candidato a motorista.

Em casos de repercussão, também notamos o discurso de oficiais da corporação, como no dia 24 de abril de 2011. A matéria foi a seguinte: *Contagem. Bandido mais procurado pela polícia é morto*. No texto, observamos uma valorização do trabalho policial. A matéria diz que o homem morto é um dos mais procurados da cidade. Será que, para justificar o fato de tê-lo matado em combate, a polícia destacou que ele era um dos mais procurados? O jornal não só reafirma o que diz a PM, como apenas a corporação é ouvida na matéria, ou seja, o veículo vai legitimar o discurso da PM sobre a morte do bandido. Ninguém da comunidade na qual ocorreu o crime tem voz. A explicação é dada por um capitão. “De acordo com o capitão Paulo Roberto Alves, que comandou a operação, o grupo teria ido ao aglomerado para um acerto de contas. Eles estavam preparados para um confronto, já que Elvis (o homem assassinado) teria perdido o gerenciamento das vendas de drogas no local.”

Já na matéria do dia 28 de abril de 2011, *Maconha "corre solta" - Moradores e comerciantes da Praça Sete denunciam o consumo de droga em plena luz do dia no centro da capital*, percebemos uma cobrança pública sobre o fato de usuários e traficantes terem “tomado” um dos principais pontos do Centro de Belo Horizonte. A matéria é uma visão da classe média, dos comerciantes, das pessoas do entorno contra o uso de droga na praça. Vários discursos questionam a falta de ação da Polícia Militar, o que é reforçado pelo jornal, que utiliza frases, inclusive nas legendas das fotos, para reforçar a ideia da impunidade no local, como a seguinte: “No quarteirão fechado da rua Rio de Janeiro, três jovens fumam cigarros de maconha impunemente”. Para responder às pressões e aos questionamentos, a voz é dada a um major da corporação.

Classificadas como usuários de drogas, as pessoas presas na praça Sete acabam sendo liberadas, de acordo com o major Adriano César. Segundo ele, de janeiro até o último dia 26 de abril, 33 pessoas foram detidas. Mas, como não são traficantes, não ficaram presas e voltaram à praça Sete.

No dia 8 de abril de 2011, a “Notícia do Dia” tem como tema o caso de um casal de sargentos, no qual a mulher acaba matando o namorado. A manchete é *Sargento apanhou antes de matar namorado. Imagens do circuito interno de restaurante mostram as cenas da agressão e podem ajudar no julgamento da policial*. Tanto vítima como autor eram sargentos da PM. Eles eram namorados: Andréa Ferreira da Silva, de 23 anos, e Gerônimo Lemes Barros, 38. Ambos trabalhavam juntos, e a matéria tenta mostrar que a mulher teria agido em legítima defesa. O primeiro discurso que aparece é o do advogado dela. Também foram divulgadas três fotos, que são reprodução de um vídeo do bar, que teria flagrado imagens do sargento dando socos no rosto da namorada e, por isso, ela teria reagido.

A explicação de especialistas e a fala do tenente-coronel da PM, que é o chefe da assessoria de comunicação da PM, estão na retranca *Vídeo sozinho não inocenta*. “O tenente-coronel Alberto Luiz Alves, chefe da assessoria de comunicação da PM, não quis comentar o vídeo. Ele afirmou que cabe ao poder judiciário avaliar as provas colhidas após o encerramento das investigações.” Note-se o pudor no caso, no qual não serão levantadas hipóteses, nem levadas em considerações as versões de testemunhas na fala daquele que representa oficialmente a corporação diante da imprensa.

Outro episódio narrado no “Super” envolvendo a vida amorosa de um policial militar também teve resposta de um oficial da corporação. Desta vez, a fala é de um tenente. O exemplo é do dia 2 de maio. *Mistério em acidente com PM e namorada. Policial morre em batida no Anel e mulher é achada no carro com marcas de tiro; a suspeita é de crime passionnal*. A matéria diz o seguinte:

Antes de chegar ao local do acidente, a Polícia Militar acreditava que se tratava de mais uma fatalidade nos perigosos contornos do Anel Rodoviário de Belo Horizonte. Mas, ao chegar ao local da batida, a surpresa. Além do motorista, o cabo Édson de Passos Cardoso, de 45 anos, a passageira, namorada dele, Maria Nilza Camargos, de 32 anos, também estava morta. Só que, além dos ferimentos causados pelo acidente, ela tinha uma marca de tiro no peito. No Corsa do policial, estava seu revólver calibre 38 com quatro cartuchos intactos e dois deflagrados. A arma estava embaixo do banco do motorista. Os dois namoravam há 11 anos e, depois de relatos de um relacionamento conturbado, a polícia trabalha, prioritariamente, com a possibilidade de crime passionnal e de o policial ter provocado o acidente intencionalmente. “A outra hipótese é a de que ele estivesse muito transtornado por causa do suposto crime que cometeu e, por isso, tenha batido o carro”, contou o tenente Claydson Silva, subcomandante do 5º Batalhão, onde Cardoso trabalhava, no bairro Gameleira, na região Oeste de Belo Horizonte.

Nos três meses analisados, ainda encontramos mais um caso amoroso envolvendo policial que termina em tragédia e foi o destaque do periódico, em 21 de junho, tomando a “Notícia do Dia.” O título foi *Assassinados pelas esposas. Cansada de apanhar, dona de casa*

mata pedreiro em Luz e foge; em Manhuaçu, mulher executa militar e se suicida em seguida. O caso do PM foi tratado em uma retranca separada, com o título *PM é morto em Manhuaçu*. Um coronel da corporação é quem dá explicações ao “Super” sobre o caso. Observe abaixo.

O soldado Wesley Marcos Pires, de 22 anos, foi morto com nove disparos de sua própria arma, uma PT 140. (...) Segundo o coronel Jéferson Vítor, o soldado Pires tinha trabalhado em um plantão no sábado e chegou em casa na manhã de domingo. Por volta das 12h30, cerca de 15 minutos antes do crime, o homem teria telefonado para um amigo, dizendo que “não aguentava mais o relacionamento e precisava sair de casa. Segundo a polícia, após a ligação, a dona de casa Flaviana Viana Pires pegou a arma do marido na gaveta de uma cômoda e disparou nove vezes contra o homem. (...) A Polícia Militar chegou à residência do casal, situada no bairro Bom Pastor, poucos minutos depois do crime, após denúncia de vizinhos que ouviram os disparos. De acordo com o coronel Vítor, o corpo do soldado foi encontrado próximo à porta principal da residência, junto com o de sua mulher.

d) A voz do policial militar no lugar de outras vozes

É recorrente, na narrativa do “Super”, a voz de um policial militar para contar o fato e tirar “conclusões” sobre o ocorrido, mesmo quando isso depende de uma investigação da Polícia Civil. Vejamos os exemplos em dias variados do período analisado de assuntos que deveriam ser tratados até mesmo por outras fontes: “Segundo o soldado Sérgio Rodrigues, o corpo não foi identificado por causa do estado avançado de decomposição”. Neste caso, quem deveria falar seriam os peritos da Polícia Civil (matéria do dia 9 de abril de 2011). “Ainda conforme o militar, Gusmão foi autuado em flagrante pelo crime de homicídio”. Esta informação deveria ter sido confirmada pelo delegado da Polícia Civil que vai investigar o caso (reportagem do dia 5 de abril de 2011).

No dia 26 de abril, na matéria *Empresário é morto a tiros em Contagem*, há informações da Polícia Civil, mas é um policial militar que estava no local quem afirma: “Ainda é cedo para dizer o que aconteceu. O fato é que a carteira com documentos, dinheiro e cartões de crédito foi levada, assim como o carro. Ao que tudo indica, estamos lidando com um latrocínio, explicou o cabo Luiz Gustavo”.

Na matéria *Diretora é ameaçada de morte*, do dia 12 de maio, o mesmo se repete. Vejamos o texto:

A suspeita é que a ação tenha sido um ato de vingança praticado por adolescentes que não estudam na escola - a Polícia Militar não descarta a participação dos próprios alunos. Policiais contaram que muitos adolescentes pulam o muro da escola para conversar com os alunos e são repreendidos com rigor pela diretora, Nívea Ferreira, e professores.

Notemos que é a PM que fala pela diretora. A representante da Secretaria de Estado da Educação é ouvida no parágrafo seguinte: “Testemunhas contaram à polícia que, na noite de segunda-feira, quatro adolescentes pularam o muro da escola”. Mas, em seguida, um policial volta a se pronunciar: “Eles não souberam informar quem eram os rapazes, mas nós já temos suspeitos”, disse o cabo Portes”. As investigações são realizadas pela Polícia Civil, portanto, esta conclusão de quem participou deveria caber a esta instituição policial.

Em outra matéria, do dia 23 de abril, sob o título *Mata o marido com facada no peito*, é a PM quem determina o local em que o golpe de faca atingiu a vítima, o que deveria ser informado pela perícia. No entanto, o discurso é aceito e assumido pelo jornal, tanto é que o local da facada é noticiado no título da matéria. A informação da PM é “[...] De acordo com a PM, a facada atingiu o coração do homem. Assustada com a quantidade de sangue no chão da sala, a mulher ligou para a polícia e o Corpo de Bombeiros, mas o homem já estava morto.”

A proximidade do policial com a imprensa e a pressa em obter as informações, ainda que elas não sejam definitivas, já que a perícia ainda fará a análise e o laudo, levam o repórter a usar o discurso e as hipóteses do policial militar como se fossem a única “verdade” da história. Dessa forma, o que o policial informa transforma-se no fato, que será contado, ainda que haja imprecisões, inevitáveis diante da diferença de tempo da imprensa e da apuração de um crime.

A voz do policial também aparece para contar discursos de terceiros, como na matéria do dia 2 de abril de 2011, sobre um rapaz que teria atado fogo em uma ambulância, no município de Ipaba, na região do Vale do Aço, porque não houve permissão para que ele e sua esposa utilizassem o veículo como meio de transporte para visitar um parente em um hospital de Ipatinga. O policial conta ao jornal o que um enfermeiro do hospital teria dito: “[...] “Segundo um enfermeiro, o homem disse que o hospital era incompetente e que essa situação não iria ficar assim”, relatou o soldado Wellington Dias. Ainda segundo a Polícia Militar, a mulher do suspeito também ficou nervosa com a situação, mas concordou em ir embora.”

e) Discurso predominante

Entendemos que o discurso que predomina na maioria das matérias nas quais a PM foi ouvida é o da corporação, até mesmo diante de outras instituições policiais, já que a maioria das informações e detalhes das histórias narradas é dada por integrantes desta instituição. Ou seja, é um discurso onipotente e onipresente, que, em geral, não é contestado, nem

confrontado por nenhum outro. Em várias matérias, não está claro se o que está sendo dito é a versão do jornal, de algum policial ou do boletim de ocorrência da corporação. Esta dúvida se dá, principalmente, quando a história é narrada sem que uma fonte seja explicitada.

Percebemos, além disso, que a informação da PM é, na maioria das vezes, assumida como a verdade, enquanto as outras vezes seriam “outra versão”. Quando as reportagens apresentam informações ou falas atribuídas à Polícia Militar, a familiares, a suspeitos e até mesmo a outras instituições policiais, é comum o primeiro discurso ou o considerado como o fato em si ser o da PMMG, enquanto as demais falas seriam as dos outros. Vamos aos exemplos:

Em 14 de maio, a “Notícia do Dia” traz o assunto: *Morta após ver assassinato em BH - Costureira e marceneiro foram executados na porta de uma escola na capital; houve pânico entre os alunos que aguardavam para entrar*. A matéria é acompanhada de uma fotografia de um policial militar, na porta da escola com a seguinte legenda: “Durante o dia de ontem, a PM reforçou a segurança na porta da Escola Estadual Nossa Senhora Aparecida”.

A matéria não traz apenas a polícia como fonte, também são ouvidas testemunhas, a supervisora da escola e familiares da costureira. No entanto, o discurso que se sobrepõe aos demais é o de um cabo da Polícia Militar. Como veremos a seguir.

Segundo a Polícia Militar, apenas um dos suspeitos estava armado. O cabo Cássio Ferreira de Assis não confirma a versão apresentada à família de Mônica e acredita que a costureira foi morta por ter presenciado o crime. "Um dos criminosos jogou a camisa na rua, para não ser reconhecido. Justamente por isso, eles podem ter atirado na costureira, que teria presenciado o crime. Ela pode ter sido vítima de uma queima de arquivo".

Mesmo tendo apenas as impressões do momento e sem maiores investigações, o cabo dá o seu depoimento, que é reproduzido no jornal como a verdade. Nesta matéria, é dado, no último parágrafo, voz à Polícia Civil. No entanto, ela aparece como se fosse uma “terceira” explicação para o crime, portanto é vista como se não fosse a versão “verdadeira” ou “oficial”. Observemos: “A Polícia Civil, conforme sua assessoria de imprensa, tem uma terceira explicação para a morte da costureira. De acordo com investigadores, Mônica foi vítima de uma bala perdida. Até o fechamento desta edição, os dois suspeitos permaneciam foragidos.”

Outro exemplo, do dia 23 de maio, em que o discurso da PM sobressai sobre os demais, está na matéria *Mãe e filho são assassinados a tiros*:

“Segundo informações da Polícia Militar, dois homens chegaram ao local em busca do menor de 17 anos. Além de atirar nele, eles acertaram quatro tiros na mãe, Elizângela Bicalho dos Reis, de 33 anos, e outros dois no irmão, de 15 anos. De acordo com a PM, o crime estaria relacionado com o tráfico de drogas, mas a família nega.”

Observe como o texto a seguir é construído, deixando transparecer a existência de uma preponderância do discurso da PM na matéria do dia 30 de abril, sob o título *Mulheres de Sabará com medo de ‘tarado’*. “Embora a Polícia Civil investigue o caso, o comandante do 6º pelotão da Polícia Militar, Daniel Maia Pantuzo, acha que tudo não passa de boato. Ele afirma, porém, que o patrulhamento foi intensificado na região.”

Em outra matéria, observamos também a predominância da versão da PM sobre todas as demais que aparecem na “Notícia do Dia” de 29 de maio de 2011. A manchete é *Grande BH tem 15º ônibus incendiado -Ataques já duram um mês; último alvo foi um veículo da linha 3501A, que liga os bairros São Marcos e Alvorada*. Nesta matéria, apesar de haver citação da Polícia Civil, que informa que investiga se o caso tem ligação com os outros ataques a ônibus e que o suspeito de comandar as ações estaria preso, a história fica em torno do que conta a Polícia Militar, e o texto chama atenção para o fato de ninguém ter sido preso. O primeiro parágrafo diz o seguinte:

A audácia dos criminosos resultou no 15º ônibus queimado em Belo Horizonte em apenas um mês. Dessa vez o alvo foi um veículo da linha 3501A (São Marcos/Alvorada). Pouco antes da meia-noite de sábado, dois jovens que passavam pelo bairro São Marcos, Nordeste da capital, abordaram a motorista do ônibus enquanto ela fazia uma manobra. Um dos homens estava armado e, segundo testemunhas, eles pareciam ser menores de idade. De acordo com a Polícia Militar, os jovens ordenaram que a funcionária saísse do ônibus. Em seguida, eles espalharam um líquido inflamável no interior do veículo e atearam fogo. A ação foi rápida e a dupla fugiu em uma moto. Ninguém foi preso.

Segundo a polícia, a suspeita é de que o crime seja uma retaliação por uma ação policial no bairro São Marcos, ocorrida dias antes. A ação é contada da seguinte maneira:

Depois de abastecer sua moto, ameaçar o frentista do posto e fugir sem pagar, Saulo Jonathan Pereira de Jesus, de 22 anos, foi perseguido por policiais. Ele teria sacado uma arma e os militares teriam revidado. Atingindo no pescoço, ele está internado, em estado grave. No mesmo dia, amigos e familiares dele queimaram pneus. [...] Ontem, moradores planejavam um novo protesto, mas disseram que foram intimidados por policiais militares, que ficaram de plantão no bairro - eles alegaram que estavam lá para dar tranquilidade.

Mais uma vez, mesmo sem haver apuração dos casos, se são mesmo ligados e se a comunidade seria responsável, o texto assume a versão policial. No entanto, no final da matéria, há um contraponto dos moradores, sem, porém, nenhuma identificação de personagem, ao dizer que eles teriam sido “intimidados” pela polícia quando planejavam novo protesto.

O verbo “alegar”, como dissemos, também seria pejorativo para a ação policial, ou seja, uma forma de questionar o objetivo da polícia, que não estaria ali para dar “tranquilidade”, mas para “vigiar”. Porém, a frase para por aí, sem haver defesa em relação aos direitos da comunidade de fazer protestos. O único morador, cujo nome aparece, reforça o discurso do medo e fala dos problemas provocados pelo incêndio, que deixou o bairro sem energia elétrica: “Podia ter acontecido algo muito pior. Foi um ato de terrorismo, disse o operador de telemarketing Hudson Eduardo Marques.”

f) Valorização do trabalho da PM como justiceira e mantenedora da ordem

Analisamos aqui que a corporação que aparece na “Notícia do Dia” é a que ajuda a manter a ordem, capaz de dar conta deste risco permanente em que a sociedade se encontra. Para isso, muitas vezes, a narrativa reforça a importância das ações contadas. No jornal do dia 24 de abril, o título da “Notícia do Dia” é *Bandido mais procurado pela polícia é morto*, que já serviu de exemplo em item anterior, também se encaixa aqui. É evidente que a narrativa reforça um discurso que é o da corporação. É ela quem diz que este é o criminoso mais procurado que seria suspeito de “pelo menos” 50 homicídios, além de assalto e tráfico de drogas. Além disso, o fato de ele ser o mais procurado justificaria para o leitor a sua morte pela corporação, que teria feito, então, “a justiça”. Na ação, também morreu um jovem de 17 anos, que, segundo a PM, seria “o braço direito” do traficante. Mas o discurso em prol da PM, com justificativas para as ações, continua, já que “um policial também ficou ferido em uma das pernas pelos estilhaços dos tiros”. Com os suspeitos, ainda foram apreendidas, segundo a reportagem, armas e drogas, que são especificadas na matéria.

Na “Notícia do Dia” de 14 de junho de 2011, o jornal ressalta outro trabalho policial, que chama de “megaoperação”, realizada para a prisão de um policial civil. A matéria traz o seguinte título: *Na contramão da Afonso Pena. Polícia monta megaoperação e prende policial civil que, mesmo com 224 pontos na carteira, trabalhava como perueiro*. Percebemos que a narrativa favorece a versão da PM, e o jornal assume o contado por um policial como a

verdade. Nem sempre aparece quem é a fonte desta informação. Esta é colocada como se fosse a única possível na matéria principal. O suspeito será ouvido apenas na retranca.

A matéria conta a seguinte versão:

Com a CNH cassada, depois de acumular 224 pontos, um policial civil foi preso após fugir de uma blitz da Polícia Militar, na manhã de ontem, na avenida Afonso Pena, na região Centro-Sul de Belo Horizonte. [...] Ele estava sendo procurado desde a semana passada, quando escapou de duas operações da PM. Desta vez, não teve a mesma sorte. [...] Ao ver os militares, ele manobrou bruscamente e dirigiu por mais de um quarteirão na contramão. [...] A perseguição ao perueiro durou quase uma hora e envolveu 15 viaturas e quase 50 PMs, com auxílio do helicóptero da polícia.

A fala para explicar o ocorrido é de um sargento:

Ao chegar ao aglomerado, ele deixou duas passageiras descer, mas elas não foram localizadas. Depois, o suspeito continuou em fuga, abandonando o seu carro no estacionamento de um prédio, onde correu para um matagal”, explicou o sargento Sérgio Lopes, do Batalhão de Trânsito. Ainda de acordo com Lopes, o motorista se escondeu [...].

Também podemos dizer que a PM, que é representada nesta seção, é a que consegue impedir uma tragédia ainda maior quando chega ao local do crime, mesmo após ele já ter ocorrido. Esta situação pode ser exemplificada com a matéria publicada no dia 10 de abril, sob o título *Bêbado enciumado mata homem em bar*. No primeiro parágrafo, a narrativa jornalística conta a história de uma briga por causa de uma mulher em Contagem e diz que, “com apenas uma facada, Márcio Adriano Santos, de 35 anos, matou Vanderlei Brás Lacerda. Os dois estavam embriagados na hora da discussão.” O segundo parágrafo começa como destacamos anteriormente: “De acordo com a Polícia Militar...”. No parágrafo seguinte, está a frase necessária para destacarmos o que dissemos acima: “Após cometer o crime, frequentadores do bar, revoltados com a situação, tentaram linchar o suspeito. A polícia foi acionada e conseguiu impedir que Márcio fosse assassinado. Ele foi socorrido e encaminhado para o Hospital João XXIII, onde ficou escoltado por policiais até a manhã de ontem”.

Na “Notícia do Dia” de 3 de junho de 2011, o jornal trata de uma história de abuso sexual e mostra, por meio de sua narrativa, que o caso só “chegou ao fim” por interferência da PM. A voz é de um soldado da corporação. A matéria é *Abusa e engravida a própria filha, Caseiro de mansão no Mangabeiras é preso após ser denunciado pela família ; violência sexual era praticada há 9 anos*. O texto diz o seguinte:

Ontem, finalmente, após muitas tentativas em vão, ela conseguiu denunciar o caso à polícia. O suspeito, que também é acusado de abusar de outra filha, três anos mais nova que V., foi preso e negou as acusações. A polícia chegou ao suspeito após

uma denúncia feita pelo irmão dele, um gesseiro de 35 anos. Quando eu soube da situação, há mais ou menos cinco anos, tanto eu quanto minha sobrinha ligamos para o disque-denúncia, mas nada acontecia. Tenho procurado a Justiça e a Polícia Civil, mas nada foi feito”, afirmou o tio da vítima. Cansado de perambular em vários órgãos de segurança atrás de ajuda, o gesseiro decidiu ontem procurar a 127ª Companhia do 22º batalhão da Polícia Militar. “Ficamos sensibilizados com a denúncia e, antes de fazer a prisão, conversamos com a garota, que confirmou os abusos, informou o soldado Edson Pimentel.

A Polícia Militar mantenedora da ordem aparece em casos de possíveis conflitos que não envolvem a questão da criminalidade. No dia 12 de junho de 2011, a “Notícia do Dia” destaca a seguinte manchete: *Demora da Cemig revolta moradores – Mais de 48 horas após temporal, todas as regiões de BH ainda sofriam com falta de luz.* É a corporação que aparece na reportagem como aquela que vai controlar a manifestação de moradores por causa da falta de energia. As citações em relação à PM no texto são as seguintes: “De acordo com a Polícia Militar, no bairro Jaqueline, foi bloqueado o cruzamento das ruas Dois e Leila Diniz.” E ainda: “Seis viaturas da Polícia Militar e dois caminhões do Corpo de Bombeiros acompanharam a manifestação dos moradores, considerada pacífica.”

A valorização do trabalho da PM acontece até mesmo pela publicação de assuntos curiosos que passariam sem destaque nos chamados jornais de referência, os *quality paper*. No “Super”, ganham a manchete e a “Notícia do Dia” temas como a apreensão de 6kg de maconha. Esta ação poderia ser mais uma corriqueira, sem destaque na imprensa. No entanto, o fato de a droga ter sido encontrada escondida na geladeira, em meio aos legumes, que ajudavam a disfarçar o cheiro, chama atenção. Como a prisão foi realizada pela Polícia Militar, o discurso que permanece é aquele de que a corporação conseguiu tirar de circulação mais um traficante. No entanto, o traficante mostrado por meio da narrativa do “Super” é aquele que justifica sua ação, dizendo que está desempregado e, por isso, não teria tido escolha, a não ser buscar o sustento por meio do tráfico.

g) Espaço restrito para as ações preventivas

De todas as 54 matérias da “Notícia do Dia” avaliadas, apenas uma destaca a PM de maneira preventiva. É justamente a que também ganhou relevância na manchete do jornal, em 9 de junho de 2011, que mostra *Estatística mais que invejável. Paiva, na Zona da Mata, não registra assassinatos há 54 anos; segredo é trabalho integrado entre polícia e população.* Um sargento do município que comanda a unidade da corporação é a principal e única fonte ouvida na matéria principal. Segundo a matéria, a cidade tem sete policiais e uma viatura. Não

há informações com relação ao efetivo da Polícia Civil. Em uma retranca, um ex-policia militar, morador da cidade, também é ouvido, assim como dois comerciantes da cidade. O prefeito tem uma fala destacada à parte. A matéria ressalta projetos da PM, como a Rede de Vizinhos Protegidos.

Há 54 anos, a polícia não registra sequer um caso de assassinato no local. A desculpa de que trata-se de cidade pequena, com poucos habitantes – são cerca de 1.700 – não justifica o excelente número, segundo o sargento Raimundo Antônio Ferreira, comandante da Polícia Militar local. O que faz a diferença, de acordo com ele, são as atitudes dos moradores. [...] Em Paiva, a Rede de Vizinhos protegidos é uma das principais ações para combater o crime. O projeto conta com a participação de cerca de 40 famílias, a maioria concentrada na Avenida Juscelino Ferreira de Paiva, que recebem orientação uma vez por mês para prevenir assaltos e outros crimes.” [...] Além disso, a PM faz diariamente, de 22h às 5h, a Patrulha da Madrugada, uma ronda noturna na qual os militares passam de casa em casa para detectar ações incomuns [...] Depois deixamos um relatório embaixo das portas, avisando que a PM esteve ali”, informou o sargento Raimundo Antônio Ferreira.

Em um box pequeno, a única fala do prefeito também faz menção à ação de sua administração e de todas as outras, colaborando para a estatística “invejável”. “Tanto a Polícia Militar, como a Prefeitura, em todas as gestões, e os moradores se uniram para que os programas de segurança dessem certo.”

h) Como a PM aparece nas fotografias na seção “Notícia do Dia”:

Com relação às fotografias publicadas, foram 16 nas quais aparecem policiais militares. Entre elas, 15 mostram os policiais no local do crime, ao lado de um corpo, guardando a porta de uma escola, de uma igreja ou em alguma operação de prisão de suspeitos, ou ainda uma viatura da PM próxima a uma delegacia da Polícia Civil ou com o material apreendido sendo mostrado como um troféu. Neste caso, o trabalho de colocar o material sobre a mesa de um posto policial (fotografia 2) ou sobre o próprio capô do carro (como mostra fotografia 6) reforça o fato de estarmos vivendo a sociedade do espetáculo, na qual tudo precisa ser mostrado. A colocação do cone (fotografia 2) com o nome da corporação não teria outro objetivo senão o de montar o cenário para que a imprensa registre que os materiais foram apreendidos pela corporação.

Não há nenhum caso em que os policiais apareçam em situações que possam ser ditas vexatórias, apesar de, em muitos casos, o policial estar presente depois que o crime ocorreu, ou seja, ele não teria conseguido evitar a ação violenta (conforme exemplificamos com a fotografia abaixo). Em apenas um periódico analisado, é fotografado, em primeiro plano, um integrante da corporação entrevistado na reportagem (fotografia 5).

Abaixo, destacamos algumas imagens para exemplificar:

Notícia do Dia – 03/04/2011

Falsificadores de documentos presos

Membros da quadrilha cobravam R\$ 100 para fazer a prova de legislação no lugar do candidato, em Sabará

Fotografia 1



Legenda: Quatro pessoas foram presas, duas delas são instrutores de autoescola em Sabará -

Na mesma matéria, é destacada uma foto que é recorrente no jornal. O material apreendido com o cone no qual se vê o nome da Polícia Militar. Uma referência de que o trabalho foi feito pela corporação, que quer seu nome destacado na imprensa.

Fotografia 2



Legenda: Fotos, documentos adulterados e dinheiro foram apreendidos dentro de um Ômega

Notícia do Dia – 23/04/2011

Mata o marido com facada no peito

A fotografia seguinte também é recorrente nas páginas do “Super”, mostrando uma viatura em frente a uma delegacia da Polícia Civil.

Fotografia 3



Legenda: Facada. A auxiliar de produção Avenílce dos Santos, de 34 anos, usou uma faca de cozinha para atingir o marido e se livrar das constantes agressões sofridas.

Notícia do dia 18/04/2011 - *Fim de semana com 13 assassinatos. Somente ontem, sete pessoas foram mortas a tiros, sendo seis em Belo Horizonte e uma em Ribeirão das Neves*

Fotografia 4



Legenda: Três pessoas foram mortas ontem no bairro Goiânia, na capital; anteontem, duas jovens já haviam perdido a vida

Notícia do dia – 24/04/2011 - *CONTAGEM -Bandido mais procurado pela polícia é morto*

Na matéria, aparece a foto (abaixo) de um oficial que comandou a operação, considerada um sucesso pela polícia e pela reportagem.

Fotografia 5



Legenda: Capitão Alves comandou a operação de ontem

Notícia do dia 11/05/2011 - Pistola israelense em escola de BH

Garota de 13 anos, que escondia na mochila arma calibre 9 mm e de uso exclusivo das Forças Armadas, é apreendida

Fotografia 6



Esta foto é da própria PMMG, conforme divulgado pelo jornal.

Legenda: Segundo a adolescente, ela estava apenas guardando a arma pertencente a um homem acusado de assassinato, que seria um conhecido dela

Notícia do dia 15/05/2011 - *Golpe do diploma*

Dupla é presa acusada de vender kit de estudos, garantindo certificado do ensino médio e vaga na universidade

Fotografia 7



Legenda: Ao comprar um kit de estudo, palestrantes diziam que alunos teriam vaga garantida por meio do Prouni

Mesmo quando o policial não aparece diretamente na fotografia, como no exemplo acima, a presença da viatura da PM ao fundo é um indício de que o caso está sendo atendido pela corporação.

3.6 - A POLÍCIA MILITAR DE MINAS GERAIS NO “SUPER”

Finalmente, ao analisar todo o material envolvendo a representação da Polícia Militar de Minas Gerais no “Super”, encontramos assuntos mais favoráveis que desfavoráveis em relação à corporação, na soma entre a seção “Notícia do Dia”, manchetes e chamadas de capa envolvendo o nome da PM e da “polícia” e ações policiais. Lembrando que consideramos

como favoráveis todos os assuntos que mostraram a PM de maneira preventiva e também repressiva em ações bem-sucedidas. Consideramos desfavoráveis os assuntos em que houve divulgação de comportamentos desviantes de policiais, ações que tiveram resultados pífios, denúncias, entre outros. Chamamos de assuntos neutros aqueles em que foi mais difícil ou não foi possível fazer um julgamento da ação da corporação. Voltamos a lembrar ainda que a própria corporação realiza um jornalismo comparado, analisando as notícias veiculadas em jornais de Belo Horizonte que fazem referência a ela. Estas matérias são avaliadas sistematicamente através da criação do Índice de Mídia e Opinião Pública (IMOP).

Em nossa análise, então, encontramos 58 pontos publicados que entendemos como favoráveis, tendo em vista a forma como o título e a narrativa trataram a corporação. Ou seja, valorizando as ações, por meio de verbos, advérbios ou adjetivos, seja por meio do uso do discurso policial e do reforço da necessidade do policial contra o crime. Entre os verbos que consideramos com conotação favorável no contexto encontrados no período de análise estão “prende”, “detém”, “identifica”, “flagra”, “encontra”, entre outros. No caso dos advérbios, são usados para valorizar as ações policiais, como “o bandido *mais* procurado”, ou o uso de palavras como “somente”, “justamente”, entre outras. Já no caso dos adjetivos, ressaltamos a estatística “invejável” e o “excelente” número. Ambos foram usados na matéria sobre a pequena cidade de Paiva, que estava há 54 anos sem homicídios. Apesar de se referir a uma estatística e a um número, eles estão atrelados ao nome da PM, que realiza um trabalho preventivo no município.

Entendemos que a imagem negativa se sobrepôs em 30 ocasiões, sendo que, destas, nos chamou atenção o fato de dez serem voltadas para manchetes ou chamadas que destacam ações isoladas de integrantes da corporação. Dentro desta soma, há quatro “Notícias do Dia” especificamente direcionadas para ações desviantes de policiais.

Portanto, inferimos que, diante do material analisado, as reportagens que chamaram atenção para situações desfavoráveis, envolvendo a corporação como um todo, ou seja, para problemas de segurança pública ou a necessidade de prevenção nas ruas da cidade, tiveram um menor espaço. Houve, sim, imagens negativas atreladas a policiais militares, individualmente, e a maioria dos casos era passional. É importante ressaltar que este tipo de desvio, no senso comum, é sempre mais aceito que outros desvios, como a corrupção, principalmente em um veículo que apresenta a mulher de maneira erotizada na capa e que se posiciona para um leitor, de certa forma, machista.

Uma das poucas reportagens que faz críticas ao trabalho de prevenção da PM é sobre o problema do uso de maconha publicamente na Praça da Liberdade, em Belo Horizonte, com

várias vozes criticando a falta de policiais militares nas ruas. No entanto, consideramos esta reportagem uma voz destoante, diante das demais. Durante a análise, encontramos na capa uma matéria que perguntava “Até quando” para o caso de ônibus incendiados em Belo Horizonte, quando chegou a 14 o número de veículos destruídos. A primeira imagem é considerada ruim para a PM, porque aparecem policiais fardados ao lado de um coletivo queimado. No entanto, a cobrança, na matéria, é feita à Polícia Civil. Portanto, não foi realizada uma análise mais minuciosa em relação a esta matéria.

Em outros 34 pontos, consideramos que a narrativa foi neutra em relação à corporação, apenas destacando ocorrências e fatos nos quais a polícia aparece apenas como coadjuvante.

As matérias da seção “Notícia do Dia” trazem como tema fatos que aconteceram em cidades das mais diversas regiões de Minas, há ocorrências no Triângulo Mineiro, na Zona da Mata, no Norte do estado, no Vale do Aço, entre outras. Se formos realizar uma comparação, podemos dizer que nem todas as cidades mineiras têm todos os órgãos públicos instalados, mas, em todos os 853 municípios, está presente a PMMG. Portanto, esta corporação é utilizada pela imprensa toda vez que é preciso buscar uma melhor visibilidade daquilo que ocorre em todo o estado, até mesmo nos menores lugares, como Paiva.

Sendo assim, haveria uma relação de dependência da informação diante desta instituição pública. Mas, para que a informação tenha credibilidade, é preciso que também a fonte tenha. Desta forma, é preciso reconhecer que somente uma instituição já consolidada e com determinada credibilidade poderia prestar este papel, mesmo que seja através de seus representantes, que ganham voz nas matérias diárias do “Super”.

Em entrevista para esta dissertação, concedida em 25 de agosto de 2011, o editor do “Super”, Rogério Maurício Pereira, ressalta a relação dos jornalistas com a corporação policial, lembrando que a PMMG possui uma estrutura organizada. Através do site da corporação, os jornalistas se informam das ocorrências consideradas de destaque por ela própria. Para acessar a área exclusiva da imprensa no site, o jornal possui uma senha. “A Polícia Civil também tem um site, mas é mais avacalhada. Quando precisamos de informações lá, fazemos contato com a Assessoria de Imprensa, ou eles marcam coletiva”, diz Rogério.

Em relação aos policiais cujos discursos aparecem na narrativa da publicação, o que percebemos é também o que confirma o editor do “Super”: “não é comum o contato do jornalista com o comando. Eles só falam quando tem alguma coisa que envolva o policial.” Na visão deste editor, a polícia é corporativista e quer mostrar suas ações: “nós prendemos,

nós fazemos e acontecemos”, diz. O jornalista afirma que, quando tem algum policial envolvido em um comportamento desviante, a tendência é a corporação procurar esconder o fato. Ou seja, haveria falha na transparência nestes momentos, apesar de este ser um dos valores atuais prezados pela corporação e destacados no site.

Como mostramos na nossa avaliação, o editor do “Super” também confirma que é a PM quem chega primeiro na maioria dos casos que são destaque no periódico: “Eles até pautam a gente de certa forma. Não é que ficamos reféns, mas, para nós fazermos um trabalho, muitas vezes, dependemos dela.” Apesar de o editor não considerar que o repórter se torna refém da corporação, acreditamos que esta relação acaba acontecendo, afinal o policial é a “autoridade confiável” na qual o jornalista terá que recorrer para montar sua história. Além disso, se precisar de um respaldo futuro a respeito do fato, por exemplo, em caso de abertura de um processo contra o jornal por causa de tal matéria, o veículo terá que buscar se proteger tendo o boletim de ocorrência policial como documento, por exemplo.

A notícia policial é um dos tripés do jornal, respondendo hoje por até 30% do total de informações. Apesar disso, não existe a editoria de “Polícia” no jornal, mas a de “Cidades”. Pelo tipo de matéria que prioriza, o “Super”, segundo Rogério Maurício Pereira, mostra em suas páginas uma Polícia Militar “que está apagando incêndio.”

Quando a polícia faz um trabalho preventivo, a gente quase nunca dá isso. A polícia fez uma operação, a PM acabou de fazer uma operação, com 150 homens. A gente até dá. Foi uma operação preventiva contra o tráfico de drogas e homicídios. Mas a polícia muitas vezes está na rua para registrar o que aconteceu. Vai lá registra o fato. Às vezes, apresenta um bandido aqui e tal, outro ali. (PEREIRA, 2011)

Concordamos em parte com Rogério Maurício. Mas não encontramos apenas a PM que “apaga incêndio” no jornal, mas uma PM múltipla, ainda que muito mais repressiva que preventiva. Quanto às poucas ações preventivas destacadas, entendemos que faltam ingredientes do espetáculo e do sensacional nestes assuntos, por isso, eles são raros. Já as ações policiais atendem aos critérios de noticiabilidade, principalmente nesta mídia, e estas dizem respeito à polícia que prende, que age nas ruas e que está mais próxima do chamado mundo-cão. É preciso ressaltar aqui que a intenção não é rotular o segmento dos jornais populares. No entanto, a superexposição da violência por intermédio da cobertura policial ainda permanece como sustentáculo desta mídia.

Ao término de três meses de análise da “Notícia do Dia”, das manchetes e chamadas de capa, podemos perceber que a imagem desta corporação é construída e reconstruída a cada dia nas páginas do “Super”. Em casos de crimes contra a vida, que são a maioria do que

compõe a narrativa da “Notícia do Dia”, como a PM é a fonte principal e a origem do assunto, há, muitas vezes, uma valorização do trabalho desta corporação.

Em geral, os assuntos nos quais a PM aparece como fonte são os *fait divers*, que ressaltam fatos banais, mas curiosos, que não colocam em embate a corporação e o criminoso, mas sim pessoas que, por algum motivo, seja uma briga em família, uma briga de casal ou o próprio desemprego, acabaram praticando algum crime ou um “desvio de conduta”, o que exigiu a interferência da polícia para que a realidade fosse colocada novamente em ordem, para que a vida voltasse à normalidade. Nestes momentos, a voz é dada ao policial de baixa patente. Já em outros momentos de maior repercussão, os oficiais da corporação aparecem como a fonte a ser ouvida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos esta dissertação com a suposição de que a Polícia Militar de Minas Gerais que estaria representada no “Super Notícia” era a instituição repressora e mantenedora da ordem prioritariamente. Para isso, verificamos as temáticas, os verbos, os adjetivos e advérbios referentes à corporação no jornal. Trabalhamos com a polícia representada, que pode ser usada como horizonte interpretativo pelo leitor. Essa polícia passa a existir a partir do momento em que o público lê as matérias, vê as imagens e comenta sobre o que leu com alguém, seja no ônibus, na banca, entre familiares, reconfigurando, assim, a representação de uma instituição. Essa polícia da qual falamos pode não ser a Polícia Militar de Minas Gerais, mas é aquela que encontramos no “Super Notícia”. No entanto, sabemos que, no imaginário coletivo, muitas vezes, sobrepõe-se o que é representado, o que empreende relevância a este estudo.

Antes de alcançarmos o nosso objeto, percorremos o tema das identidades, tendo como pressupostos teóricos os Estudos Culturais e o Interacionismo Simbólico. Passamos pelas questões das narrativas jornalísticas, importantes para deixarmos claro que não importa somente o que é dito, mas a forma como é dito. Ressaltamos a importância dos sistemas diversos de representação que nos permitem adotar diferentes posições de sujeito. Procuramos mostrar, com as Teorias do Jornalismo, que, apesar do mito da objetividade, a maneira de produzir a notícia revela que ela é uma construção e que a subjetividade está presente em vários momentos do processo. Mesmo com os clássicos valores-notícia e os “olhos” dos jornalistas, que veem o mundo de determinadas maneiras, a notícia é construída para um tipo de público presumido, como mercadoria que é. Neste caminho, há interesses e visões de jornalista, empresa, fonte, além das barreiras a se vencer, como o tempo e a distância.

Também nos debruçamos sobre o jornalismo popular e as alterações sofridas por este tipo de veículo no país, uma vez que se registra um crescimento das tiragens desta mídia, com recordes diante dos jornais de referência. Consideramos que o jornalismo popular tem sua matriz no dramático, enquanto o jornalismo de referência tem origem racional-iluminista. No entanto, guardadas as diferenças do público para o qual se destinam e os interesses das organizações, ambos hoje dialogam com o sensacionalismo e com o entretenimento. Neste sentido, a ideia foi mostrar que, cada vez mais, jornalismo conservador e popular se misturam.

A pesquisa se deteve, em especial, a apontar como uma instituição bicentenária e tradicional de um estado, que se apresenta como aquela cuja história se confunde com a própria história de Minas, é representada no periódico mais lido pelos mineiros, sabendo que,

na contemporaneidade, as identidades são construídas, em especial, com o auxílio do que é divulgado nos veículos de comunicação. Ao examinar esta representação, nossa hipótese era de que a PM construída majoritariamente neste jornal era a predominantemente repressiva. Após nossa análise, entendemos que sim, até porque, como já dissemos, as ações neste sentido trazem ingredientes, como o espetacular e o sensacional, que são muito valorizados pela mídia. Ao contrário, na prevenção, estes componentes são raros. Ainda na nossa análise, buscamos nos certificar se haveria um predomínio da voz policial em relação a outras vozes nas matérias.

O enquadramento prioritário encontrado foi o daquela corporação que combate a criminalidade, o “outro”, o inimigo, pronta para resguardar cenas de crimes e manter a ordem. A narrativa vem de uma matriz dramática, com um viés oficialista e personalista. O policial estampado no “Super” é aquele que está frente a frente com um “mundo-cão”, no qual marido mata mulher, pai violenta filha, tarado amedronta a cidade, mas sempre diante de inimigos isolados que, na publicação seguinte, serão outros. Casos escabrosos que despertam sentimentos e curiosidades nos leitores, mas que não os levam a conexões do fato com a questão da segurança pública como um assunto político, são a maioria. A marca do folhetim está presente no suspense e no exagero na narrativa, principalmente nos títulos, o que pode gerar um sentimento maior de insegurança no público, reforçando a necessidade da força policial.

Ao produzir as notícias de crimes, o “Super” faz uso frequente das fontes policiais oficiais e, desta maneira, há uma reafirmação do poder de autoridade da Polícia Militar. Nesse sentido, entendemos que o policial direciona o fato segundo seu olhar, sendo o definidor primário da notícia. Em geral, é ele que explica como o crime aconteceu, ou seja, a visão da história é pelo olhar militar. Em muitos momentos, a voz do policial é única, principalmente se o acontecimento se deu no interior do estado, portanto distante da enxuta redação do “Super”, composta por três repórteres, além de redatores que utilizam matérias de “O Tempo”.

Depreendemos ainda que a “dependência” desta fonte existe porque a PM está presente em todos os 853 municípios do estado, o que permite que o jornal recorra a integrantes desta corporação nos confins de Minas onde haja fatos que mereçam ser destaques na publicação. Mas não é somente por isso. Entendemos que esta relação se dá devido à reputação da organização Polícia Militar de Minas Gerais, ressaltando que esta é construída sobre bases mais profundas do que a imagem de uma corporação. A imagem é algo fugaz, que

é projetada, e o público capta. No entanto, entendemos que esta questão sobre a reputação poderá ser tratada com maior profundidade em um trabalho futuro.

No “Super”, o policial não é o eixo da história, mas, muitas vezes, apresenta-se como o narrador. Entre os personagens ressaltados na narrativa, aqueles que são os suspeitos dos crimes têm suas características negativas exacerbadas. Também, em geral, não possuem voz, mas suas ações são descritas minuciosamente por policiais de baixa patente. Já em relação ao policial, não encontramos, nas falas dos personagens, frases de rejeição sobre a conduta no seu trabalho.

Podemos deduzir, desta maneira, que os jornalistas se ancoram no discurso da Polícia Militar, já que o tempo da imprensa é diferente do da investigação criminal e também o da justiça. Portanto, aquele agente que estará no local do fato é o ponto-chave entre acontecimento e notícia. Isso resulta no reforço do estereótipo do criminoso e também no estereótipo do agente. Este policial que age, prende, flagra, salva, identifica, apreende foi o mais exposto no texto do jornal. Desta forma, a PM é representada majoritariamente pelo pensamento desse praça, pelas narrativas que esse sujeito faz dos crimes, das vítimas, dos autores, enfim da realidade da criminalidade violenta.

Pelo sucesso mercadológico da publicação, percebe-se haver uma identificação entre leitor e policial, isto é, o leitor, tão distante do poder público e tão cercado por todo tipo de violência, imagina a PM como uma redentora. Porém, não podemos comprovar esta identificação, o que dependeria da realização de outro tipo de análise, notadamente da pesquisa de recepção. Podemos dizer, sim, que o policial representado não parece malandro, corrupto ou truculento, mas é um homem do povo, respeitado como autoridade fardada.

Nossa pesquisa foi baseada na Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin. Também usamos os quesitos favoráveis e desfavoráveis inspirados em trabalho de classificação da própria PM que analisa matérias de jornais de Belo Horizonte que mencionam suas ações, lembrando que houve apenas uma inspiração diante de tais critérios devido à impossibilidade de ter acesso àqueles utilizados pela instituição.

Consideramos que, em 47,54% do material, os enquadramentos foram favoráveis à representação da Polícia Militar de Minas Gerais. Nestes casos, estão matérias que discorrem sobre megaoperações bem-sucedidas, prisões, trabalho preventivo, flagrantes, entre outros. Em 27,8% do material, porém, apesar da presença do discurso de um policial militar, consideramos que não houve vantagens, nem desvantagens em relação à PM, que aparece nestas ocasiões como aquela que apenas registrou o ocorrido. Enquadram-se neste tipo

histórias como mulher flagrada pelo marido com outro homem, prefeito que usa droga, diretora de escola ameaçada, ossada encontrada em tanque de água, entre outras.

Já em 24,5%, encontramos reportagens, manchetes e chamadas de primeira página que destacam insucessos de ações policiais ou comportamentos desviantes de integrantes da corporação. Estes casos foram considerados desfavoráveis. Ou seja, quase um quarto do material analisado trouxe fatores negativos. No entanto, chamou-nos atenção o fato de ser evidenciado o crime passionai nestes momentos, enquanto houve silenciamento para outros possíveis procedimentos inadequados à conduta de um servidor público, como a corrupção.

Diante dos números da análise, distinguimos como mais marcante a imagem favorável, até mesmo pela repercussão notada em cartas de leitores, publicadas na página 2 do periódico, aprovando as ações repressivas. Apesar de não termos como foco o leitor, encontramos 14 cartas que mencionavam a PM no período dos três meses analisados, entre 1º de abril a 30 de junho de 2011. Destas, oito defendiam as ações da corporação e a competência da instituição para punir os responsáveis por crimes, sendo duas delas escritas por integrantes da própria PM. Outras seis traziam críticas à insegurança, sendo quatro especificamente questionando a competência policial, mas no sentido de não ter dado a punição “merecida” ao infrator.

Desta maneira, mesmo quando alude a questões críticas para a imagem da PM, o jornal não chega a provocar descrédito em relação às ações policiais, pelo contrário, reforça a exigência da força policial contra a impunidade a ser combatida. Constatamos uma imprensa que comunga e exalta o trabalho do policial em casos de crimes ocorridos na periferia. Por outro lado, não percebemos um jornalismo crítico em relação à violência policial ocorrida neste mesmo território. Não há questionamentos, nem mesmo quando ela mata em combate. Se o criminoso morreu, é porque era o “mais procurado”. Se houve mais de uma morte, era do comparsa deste criminoso. Assim explica a corporação, assim aceita o jornal. Mas não podemos dizer que esta seria uma forma apolítica de tratar a questão policial. Pelo contrário, entendemos como uma escolha editorial da publicação.

Podemos concluir que a Polícia Militar representada no “Super”, em geral, não é a mesma presente no site da corporação. Mas também não é contrária, porque há ambiguidades nas formas de apresentação desta instituição mesmo, apesar de não termos encontrado no periódico um destaque para a corporação bicentenária, com valores tradicionais, cujo patrono é o maior herói histórico mineiro, Tiradentes. A PM retratada na página oficial, na internet, é uma corporação mais participativa, interativa, integradora e mediadora de conflitos sociais, age de forma integrada à Polícia Civil, tem programas para se aproximar dos jovens, por

meio, por exemplo, da música, e consegue reduzir os índices de criminalidade violenta do estado. O que podemos dizer é que jornal, recorde de vendas no país não traduz o anseio interno do comando a respeito da identidade que a PM gostaria de ter e assim ser representada.

É preciso voltar aqui a algumas questões já levantadas no capítulo 3 desta dissertação, lembrando que algumas instituições exercem o poder de forma violenta para a conservação de fronteiras sociais. Entre elas, estão as polícias. Mas também há instituições que existem para dar reforço à ordem dominante, grupo no qual estaria a mídia. Esta, porém, como ressaltamos, mostra-se de maneira diversa em alguns momentos quando destaca situações contrárias ao sistema estabelecido. Quando dá anuência às ações policiais, os veículos de comunicação reforçam a necessidade de manter uma sociedade na qual é preciso punir e manter o caráter repressivo. Em outros momentos, a imprensa está no papel de chamar atenção para questões que chamaremos de minoritárias.

Voltando ao “Super”, a corporação representada neste jornal é aquela do praça, repressivo, que aparece para proteger a cena do crime ou prender o criminoso e fazer com que a normalidade seja retomada na sociedade. Ele, em geral, age contra o cidadão comum que pratica um comportamento desviante, às vezes, nas palavras do jornal, também age contra os criminosos “bacanas” e “milionários”. Este policial tem nome, mas não tem rosto, já que seus depoimentos, patentes e batalhões estão nas matérias, mas as fotografias são restritas e, quando aparecem, são com policiais de costas, de lado, com parte da farda à mostra, ou de longe. Haveria uma diferença entre o policial de rua e o que atua nos comandos, no interior da corporação. O de rua é alguém que atua para reprimir a violenta sociedade. Já aquele que pertence aos comandos é o que vai responder pelas situações mais complexas de segurança pública e as ligadas à imagem da instituição e ao discurso da prevenção. Enquanto o policial de rua, mais comum no jornal, tem que prender o bandido e resolver o crime de imediato, o outro não.

Acreditamos que o jornal reitera a posição do ser humano como consumidor e não como cidadão ao colocar o leitor à mercê da violência nas ruas, sem reflexão. O leitor não sabe tomar conta de si. Precisa de alguém, no caso a polícia, que se responsabilize por sua segurança. Há um clamor pela vigilância diante da fragilidade das pessoas. Confirmamos, então, nossa hipótese de que a Polícia Militar de Minas Gerais que está no “Super Notícia” é a instituição repressora e mantenedora da ordem prioritariamente, ressaltando que estas características da corporação são reforçadas pela narrativa do jornal como se fossem necessárias e ideais para a manutenção de uma sociedade segura. Se ela não for repressora,

esses assassinos, falsificadores, estupradores vão estar à solta. Já as ações preventivas não são lembradas, apesar do ideário da corporação.

Inferimos, portanto, que a representação da PMMG no “Super” é aquela que busca dar sentido à corporação como punitiva. Nessa medida, o jornal representa a PM como essencial na rotina contra o crime, ainda que, para isso, justifique-se o uso da força e da violência contra o “criminoso”. A violência policial seria, então, uma resposta ou efeito da própria violência social. A repressão encontra eco no jornal, enquanto há lacunas ou “esquecimentos” com relação à eficiência da prevenção. Quando se fala em prevenção, é também para mostrar a necessidade de reforço policial. A polícia precisa prender, porque o mundo é ruim, e as pessoas “más” merecem ser punidas. Quanto à punição, acreditamos que o jornal simplesmente reproduz o que a sociedade também quer: ver o comportamento desviante sendo punido exemplarmente.

A cultura policial representada é a daquele agente que inclui a violência como comportamento possível para conter a criminalidade violenta, ou seja, o uso da força seria o cumprimento do dever, legitimado como parte da função policial. Neste cenário, todos são culpados até que se prove o contrário. Concluimos, finalmente, que isso significa que a mídia estudada reforça a representação daquilo que ela e, conseqüentemente, o inconsciente coletivo querem: o policial repressor. Assim, a sociedade se mantém, diante do medo e da insegurança reavivada pela mídia, e ambas cobram mais eficiência do agente do Estado, que é o herói e o garantidor da ordem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Leonel Azevedo de. **Entretenimento**: valor-notícia fundamental. In: Estudos em jornalismo e mídia, Florianópolis, SC: Editora Insular, Universidade Federal de Santa Catarina, primeiro semestre de 2008, p.13-23.

AGUIAR, Leonel; BARONI, Alice. **O acontecimento e o sensacional no jornalismo**. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste - INTERCOM SUDESTE, 14, 2009, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: UFRJ, 2009. 1 CD-ROM. ISBN: 978-85-88537-47-7.

ALBUQUERQUE, Afonso. A narrativa jornalística para além dos *faits divers*. **Lumina**. Revista da Faculdade de Comunicação da UFJF. Juiz de Fora: Ed. UFJF. Vol 3, nº 2, jul./dez. 2000, p.9-91.

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. Sensacionalismo, um conceito errante. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v.2, n.13, p. 1-13, jul/dez. 2005. Disponível em: <seer.ufrgs.br/intexto/article/download/4212/4464.> Acesso em 7.Jan. 2012.

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

APPADURAI, Arjun. 1991. **Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy**, Featherstone, Mike (ed.). **Global Culture**: Nationalism, Globalization and Modernity. London/Newbury Park/New Delhi, SAGE.

ARBEX JR, José. **Showrnalismo**. A notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

ARÊAS, Guilherme. Crimes violentos ganham outra versão em boletins de ocorrência. **Tribuna de Minas**. Juiz de Fora, 4 de ago. 2011. Editoria de Geral, p. 3.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa**: Brasil, 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional**. In: Comunicação & Sociedade: ciberativismo latino-americano. São Paulo: Editora Metodista, ano 29, n.47, p.99-114, 2006. ISSN 0101-2657.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.

BATISTA, Nilo. Mídia e sistema penal no capitalismo tardio. **Discursos Sediciosos**. nº 12 Revista Instituto Carioca de Criminologia. Rio de Janeiro: Revan, 2002. p. 271-289.

BAUMAN, Zigmunt. **Comunidade** - a busca por segurança no mundo atual. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

_____. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005. BENETTI, Márcia; LAGO, Cláudia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, 286p.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Trad. Floriano de Souza Fernandes. 27 ed., Petrópolis: Vozes, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CANO, Ignácio, LEMGRUBER, Julita & MUSUMECI, Leonarda. **Quem vigia os vigias?** Rio de Janeiro. Editora Record. 2003.

CARVALHO JÚNIOR, Orlando Lira de. **Law and Order**: gênese de um experimento punitivo. 2009. 222 f. Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, Juiz de Fora, 2009.

CORREIA, João Carlos. **Sociedade e comunicação**: estudos sobre jornalismo e identidades. Série Estudos em Comunicação. Direção: António Fidalgo. Serviços Gráficos da Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2005.

COSTA, António Firmino da. Identidades culturais urbanas em época de globalização. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo: Anpocs, v.17, n.48, , fev. 2002. ISBN 0102-6909, p.15-30.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL, 1988.

CRUZ, Tércia Maria Ferreira da. Mídia e segurança pública: a influência da mídia na percepção da violência. **Lumina**. Revista da Faculdade de Comunicação da UFJF. Juiz de Fora. Ed: UFJF. Volume 2, número 2, dez./2008. ISSN 1981-4070.

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

DEJAVITE, Fabia Angélica. **Infotainment nos impressos centenários brasileiros**. In: Estudos em jornalismo e mídia, Florianópolis, SC: Editora Insular, Universidade Federal de Santa Catarina, p.37-48, primeiro semestre de 2008.

DIAS, Ana Rosa Ferreira. **O discurso da violência**. As marcas da oralidade no jornalismo popular. São Paulo: Educ/Cortez, 1996.

DUARTE, Jorge & BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FLIZIKOWSKI, Marcio Rogério. As tendências do jornalismo impresso, em 19/02/2007, edição 421. In: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/as-tendencias-do-jornalismo-impresso> Acesso em: 12.Nov.2011.

FORECHI, Marcilene. **Violência e mentiras**. Mosaico de mundos e significados, 2005. Disponível em: <<http://www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos>>. Acesso em 05.Jan.2012.

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade** – e outros escritos. 3. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

FREITAS, Amílcar Cardoso Vilaça de. 2009. 118 f. **A imprensa carioca e a demanda por ordem no século XXI**: estresse para todos?. Rio de Janeiro, UFF. Dissertação de mestrado em Ciências Jurídicas e Sociais, 2009.

FRIGERIO, Alejandro. **La construcción de problemas sociales**: cultura, política y médios de comunicación. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004.

GOLDSTEIN, Herman. **Policiando uma sociedade livre**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1989.

GUEDES, Maria da Consolação Resende. 2010. 236f. **Jornalismo popular-massivo**: as estratégias utilizadas pelo “Super Notícia” para conquistar seu leitor. Belo Horizonte, PUC-Minas. Dissertação de Mestrado, 2010.

_____. **Jornalismo popular-massivo**: quem é o leitor do Super Notícia. Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2009.

GUGLIANELLI, Ana Paula. Os espaços vigiados: cidade e controle social. **Discursos Seditiosos**. nº 12 Revista Instituto Carioca de Criminologia. Rio de Janeiro: Revan, 2002. p. 225-240.

HALL, Stuart. **A Identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 11^a.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

_____. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Liv Sovik (org); trad. Adelaine La Guardia Resende et al. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.

_____. et al. A produção social das notícias: o mugging nos medias. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**: questões, teorias e estórias. Lisboa: Veja, 1993.

HENRIQUES, Márcio Simeone. 2008. 238 f. **Falar para a sociedade, falar com as comunidades**: o desafio da construção do diálogo na comunicação pública da Polícia Militar de Minas Gerais. Tese (Doutorado) apresentada - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Belo Horizonte, 2008.

_____. **Comunicação e mobilização social na prática de polícia comunitária**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010. (Coleção Comunicação e Mobilização Social, 8).

JÚNIOR, Wilson Corrêa da Fonseca. **Análise de Conteúdo**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.) Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Trad. Ivone C. Benedetti. Bauru, SP: Edusc, 2001.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro/São Paulo. Record, 2001.

_____. **Ideologia e técnica da notícia**. 2ª ed, Vozes, 1979.

LEMONS, Cláudia R.F. **Narrar a violência** – a cobertura policial num jornal popular dos anos 90. UFMG. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Campo Grande – MS, 2001.

MALAGUTI BATISTA, Vera. **O medo na cidade do Rio de Janeiro**. Dois tempos de uma história. 2ed, Rio de Janeiro: Editora Revan, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria**. São Paulo: Editora Paulus, 2009.

MARIANO, Benedito Domingos. **Por um novo modelo de polícia no Brasil: a inclusão dos municípios no sistema de segurança pública**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

MAROCCO, Beatriz. **Prostitutas, jogadores, pobres e vagabundos no discurso jornalístico**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

MATHEUS, Letícia Cantarela. **Narrativas do medo: o jornalismo de sensações além do sensacionalismo**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2011.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise pragmática da narrativa jornalística**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (orgs.) Metodologia de pesquisa em jornalismo. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MORETZSOHN, Sylvia. O caso Tim Lopes: o mito da "mídia cidadã". **Discursos Sediciosos**. nº 12 Revista Instituto Carioca de Criminologia. Rio de Janeiro: Revan, 2002. p. 291-317.

NORONHA, Flávia Lima Ayer. 2007. **Super fenômeno** - o sucesso de um jornal popular mineiro. Monografia apresentada ao curso de graduação em Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social. 2007.

NOVO MANUAL DE REDAÇÃO. Folha de S.Paulo, São Paulo, 1992.

OLIVEIRA, Márcia Regina Alves Ribeiro. **Jornal Popular x Jornal Tradicional: Análise léxico-gramatical da notícia a partir da Linguística de Corpus**. Disponível em: <<http://www.mraro.com.br/>>. Acesso em 30.Set.2009.

PAULA, Francislene Pereira de. 2009. **Jornalismo popular: sensações a serviço da afirmação de uma identidade nacional.** Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para obtenção de grau de bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF. 2009.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Revista Comunicação & Sociedade.** São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p.67-84, 1º sem. 2005.

PMMG. 234 ANOS - PMMG, uma das mais bem preparadas forças do País. Disponível em: <<http://www.policiamilitar.mg.gov.br>>. Acesso em 6 jun. 2009.

PMMG. Momentos de tensão. PMS socorrem passageiro no terminal de Uberlândia. Disponível em: <<http://policiamilitar.mg.gov.br>>. Acesso em: 8.Jan.2012.

PORTO, Mauro P. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, Antonio A. (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens.** Salvador: EdUFBA, 2004, p. 73-104.

RAMOS, Sílvia e PAIVA, Anabela. **Mídia e violência: tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil.** Iuperj. Rio de Janeiro. 2007.

REINER, Robert. **A política da Polícia.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004. 376p.

ROMERO, Vilson Antonio. Jornalismo de resultados – luz vermelha para a imprensa marrom. 25.Jul.2011, edição 652. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/luz_vermelha_para_a_imprensa_marrom> . Acesso em: 15.Dez.2011.

RUSCHE, Georg e KIRCHHEIMER, Otto. **Punição e Estrutura Social.** Coleção Pensamento Criminológico, nº 3. 2.ed. Rio de Janeiro: Revan, 2004.

SANTOS, Marco Antonio Cabral. Criminalizando a pobreza: implicações entre ação policial e políticas médico-sanitárias em São Paulo (1890-1920). **Revista de Humanidades.** Departamento de História e Geografia da Universidade Centro de Ensino Superior do Serido – Campus de Caico. V. 07. n. 17, Natal, ago/set. 2005. ISSN – 1518-3394. Disponível em: <<http://www.cerescaico.ufrn.br/mneme>>. Acesso em: 20.Ago.2011.

SAPORI, Luís Flávio e ANDRADE, Scheilla Cardoso P. Integração policial em Minas Gerais. Desafios da governança da política de segurança pública. **Civitas Revistas Eletrônicas,** Porto Alegre, v. 8, n. 3, p. 428-453, set-dez. 2008. Disponível em: <<http://www.revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/.../3644>>. Acesso em: 7.Jan.2012.

SERRA, Antonio A. **O desvio nosso de cada dia.** Rio de Janeiro: Achiamé, 1980.

SILVA, Aurélio José da. **Violência é caso de mídia, de polícia ou de política?** Mediação/ Universidade Fumec, Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde. Vol. 12, nº 1 (jul/dez. 2010). Belo Horizonte: Universidade Fumec, Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde. P. 41-51.

SILVA, Gislene. **Valores-notícia: atributos do acontecimento** (Para pensar critérios de noticiabilidade I). Trabalho apresentado ao NP 02 - Jornalismo, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Universidade Federal de Santa Catarina, 2005.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **A produção social da identidade e da diferença**. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). Identidade e diferença. Editora Vozes: Petrópolis. 2000. p.73-102.

SOUSA, Jorge Pedro. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. In: SOUSA, Jorge Pedro (Org.), **Jornalismo: história, teoria e metodologia da pesquisa**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008. p. 12-93.

SOUZA, Diana Paula de. 2009. 204 f. **Mídia e criminalidade: o tratamento dos casos Abílio Diniz e Daniela Perez pela imprensa e suas implicações no direito penal brasileiro**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura - ECO, 2009.

Super Notícia. Disponível em:

www.institutodeprensa.com/.../240_TeodomiroBraga_SuperNoticia.pdf

Acesso em 23.Jun. 2011.

Super Notícia. Edições de 1º de abril a 30 de junho de 2011.

THOMPSON, John B. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**. Trad. Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **As notícias**. In: TRAQUINA, Nelson (Org.) **Jornalismo: Questões, teorias e estórias**. Editora Veja, 1993, p. 167-176.

_____. **Teorias do Jornalismo - Volume I: Por que as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2. Ed.,2005.

_____. **Teorias do Jornalismo - Volume II: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2.Ed., 2008.

TRINTA, Aluizio Ramos. Identidade, identificação e projeção: telenovela e papéis sociais, no Brasil. In: COUTINHO, Iluska e SILVEIRA JÚNIOR, Potiguara Mendes (Org.) **Comunicação: Tecnologia e identidade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p.151-164.

VEIGA, Isabela Rodrigues. 2009. 167 f. **Coberturas jornalísticas e construção de reputação institucional: a representação da Polícia Federal na imprensa e seus reflexos identitários**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2009.

VIZEU, Alfredo. **A produção de sentidos no jornalismo: da Teoria da Enunciação à Enunciação Jornalística**. Anuário Internacional de Comunicação Lusófona. 2004.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Trad.: Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 4. ed. Lisboa: Presença, 1985.

APÊNDICE

Entrevista com Rogério Maurício Pereira – editor do Super Notícia – entrevista concedida no dia 25 de agosto de 2011.

P: Como é a cobertura policial, a rotina diária dos jornais com o setor policial do Super Notícia e como são priorizadas as notícias?

R: Se você visse a estrutura do “Super”, iria ficar com a boca aberta. Não tem tanto esta coisa no “Super”. Vou dar um histórico para você entender. O “Super” começou a circular em maio de 2002. Começou a crescer no final de 2005. A história de sucesso veio de 2006 para cá. Praticamente cinco anos. O “Super” é fruto do jornal “O Tempo”, que foi lançado em 1996 e está fazendo 15 anos. “O Tempo” é o que hoje eles chamam de *quality paper*, jornal feito para as classes A e B. Quando foi lançado, o Vitório (Medioli – dono do jornal) fez pesquisa sobre o leitor de jornais aos domingos, em Belo Horizonte. Na época, se juntasse “Jornal do Brasil”, “Folha de S.Paulo” e “O Globo”, os três vendiam mais que o “Estado de Minas” aos domingos. Vitório queria um jornal para atender este público, preencher esta lacuna. Assim, em 1996, surgiu “O Tempo”. Foi muito investimento. O caderno “Magazine” era comparado à “Ilustrada”, da “Folha”. O jornal tinha correspondentes em vários países. Tinha o jornalista Paulo Francis em seu quadro de colunistas. Foi muito investimento, alguns milhões de reais, não foi só contratar jornalista, mas investir em maquinário, parque gráfico, tudo. Depois de quatro anos de publicação, as coisas em “O Tempo” não caminharam da forma planejada, porque o público mineiro é muito tradicional, não tem muito acesso a leitura, a gente sabe disso. O jornal deu uma desacelerada. Então, o Vitório veio com a perspectiva de lançar um outro jornal, mais popular, para um público com menos hábito de leitura. Aí optou-se por um jornal tabloide. Na época, “O Tempo” era standard. Desta forma, contratou-se quatro pessoas que copiavam as notícias de “O Tempo” e reeditavam. Ele tinha esse tripé de notícias em que se baseava: polícia, esportes e fofoca, vamos dizer assim. Ainda não tinha a mulher na capa.

P: A partir daí o jornal começa a dar um salto?

R: A partir de 2004, é que ele tem a primeira reformulação, ganha mais um redator, repórteres, estagiários. A redação começa a crescer. Então, a partir de 2004, muda a direção, e começa a crescer com o Teodomiro Braga, editor executivo. Hoje nós estamos na quarta reforma gráfica. O “Super”, quando iniciou, não tinha esta cara. Esta já é a quarta reforma gráfica. No início, tinha muita página preto e branca e algumas coloridas. O “Diário da Tarde”, na época, era o único popular de Belo Horizonte. Em 2004, já tinha 70 anos. Era do “Diários Associados”, e era popular, vespertino. A primeira impressão saía meio-dia. Ele veio canalizando o público popular. Só que era um jornal velho, de idade, era um jornal com cinco cadernos (primeiro caderno, segundo caderno, cidades, esportes, polícia). Ele era standard. Ele era popular só no nome, porque quem comprava era aposentado, motoristas de ônibus mais velhos, pessoas mais velhas. Não chegava nas camadas todas, estava perdendo leitores. O “Estado de Minas”, até o início da década de 90, não tinha edições às segundas-feiras, então, o “Diário da Tarde”, que era vendido só em bancas, vendia muito nas segundas-feiras, mais de 50 mil exemplares. Em 2002, o “Super” ainda vendia mixaria, quando começou vendia cerca de cinco mil jornais. Quando chega em 2004, com as mudanças que foram feitas, melhoria da estrutura e da distribuição, começa a incomodar, vender mais. Mas, no meio de 2005, já vendia oito mil, nove mil jornais, média diária, enquanto o “Diário da Tarde”, que era tradicional, estava vendendo na faixa só de 12 mil. Então, o “Super” começa a incomodar. Na segunda-feira, ele vendia um pouco mais. Os “Diários Associados” viram que a gente iria alcançá-los e ultrapassá-los. Então, em outubro de 2005, eles pegam toda nossa redação, os editores e todos os redatores e lançam o jornal “Aqui!”. Eles queriam acabar com o “Super”.

A ideia era levar o pessoal para lá, fazer promoção. A gente fazia promoções com cesta básica, camisa de time, bicicleta, ingresso para jogos, sorteios, coisas bem simples no começo. Eles começaram a fazer sorteios. Enquanto a gente oferecia brindes super simples, eles vão para a guerra. Eles começam a dar talher, prato Tramontina. Aí, vem a grande resposta do “Super”, da Sempre Editora. Fizemos uma reformulação, fim de 2005 e início de 2006. De 2005 a 2009, reformulação completa da redação. Em 2009, entrou o novo projeto gráfico, mais moderno mesmo. Reestruturação completa da redação, redação nova, parque gráfico novo. Cinco lojas próprias para promoção. A partir de 2005, se antes a gente tinha um tripé (fofoca, esporte e polícia), era um jornal mais masculino, agora nós mudamos o foco. Nós optamos por aumentar a prestação de serviço e colocamos entretenimento. Melhorando variedades e melhorando também as promoções. Panela, toalha, faqueiro, prato, estas coisas. Hoje, como leitores, estão praticamente pau a pau, as mulheres e os homens. Chapinha, boneca...

P: Isso com o intuito de atingir o público feminino?

R: Não só a mulher. A gente vê o jornal agora o “Super” como o jornal da família. O cara compra e leva pra casa. Trabalha fora. Juntam o selo e vão lá e trocam. Assim, nós saímos de 12 mil exemplares dia para 18 mil em setembro de 2005. E, em janeiro de 2006, as vendas já eram de 75 mil exemplares.

P: Em todo o estado? Como é a distribuição em Minas?

R: Hoje devemos chegar em umas 400 cidades. A distribuição é meio complicada, mas aumentamos as cidades. Melhoramos muito. Mas o forte é a grande BH.

P: E o preço?

R: Em maio de 2002, o exemplar custava R\$ 0,40. Aí passou para R\$ 0,50 pouco tempo depois. Em seguida, passamos a custar R\$ 0,60 no domingo. Quando o “Aqui!” entrou, veio com a metade do preço. Aí a gente abaixou. E mantém até hoje em R\$ 0,25.

P: Como é a venda no interior do estado?

R: Esse patamar de vendas é em todo o estado. No mês passado (julho de 2011), fechamos a distribuição em 304.000. É média diária. Tem dia que vende 400 mil. Mas temos dois terços de vendagem na região metropolitana de Belo Horizonte, e um terço no interior. É a média diária de leitores em todas as cidades. No interior, é um terço da venda, 30%, mais ou menos. Quase cem mil jornais vendidos no interior do estado. Na grande BH, são 20 e poucas cidades.

P: E a cobertura policial, como é feita. Mesmo com um grupo pequeno, conseguem fazer matéria em todo o estado? Eu vejo que, mesmo com um grupo pequeno, vocês conseguem manter uma cobertura boa na área policial. Como é o trabalho desta equipe, tem a resposta das polícias também?

R: No caso da PM, o contato é direto. O Copom daqui tinha uma central de imprensa e ligava pra avisar pra gente. Ronda desde o início por telefone. Depois, a ronda foi desmobilizada, por causa da internet. As ocorrências de destaque estão direto no site. Aí o contato é feito com o policial que está no local. Tem senha para entrar no portal. A Polícia Civil também tem um site, mas é mais avacalhada. Quando precisamos de informações lá, fazemos contato com a Assessoria de Imprensa, ou eles marcam coletiva. Nós não temos uma editoria de Polícia, mas Cidades. A ronda por telefone de hora em hora foi desmobilizada. Temos acesso ao portal da Polícia Militar pela internet. Eles colocam as ocorrências, e nós temos uma senha para acessar a página.

P: Mas vocês mantiveram ou não a ronda por telefone?

R: Há algum tempo fazíamos a ronda com o pessoal do jornal. Essa demanda passou para o Portal “O Tempo” on-line, que trabalha em conjunto com o jornal. Assim, temos, no portal, os jornalistas que fazem a radioescuta (programas jornalísticos das principais rádios e TVs) e os que fazem rondas nas delegacias da Polícia Civil, nas salas de imprensa e batalhões da PM e dos Bombeiros, além de outros órgãos. Os apuradores ficam com o site da PM aberto o tempo todo, mas também “cavam” notícias nos telefonemas durante todo o dia - das 6h às 23h. O site da PM tem a “Sala de Imprensa”, onde são postados um breve resumo sobre as ocorrências e o contato do policial que está no local.

P: Como funciona a redação do “Super”?

R: Funcionam junto “Super”, a redação de Cidades de “O Tempo” e o portal on-line na mesma redação. O portal tem gente de 6h até a madrugada. Funciona quase 24 horas. Além da internet, tem a ronda que liga para as polícias rodoviárias, batalhões, bombeiros, delegacias também. Tem que faz esta ronda e olha na internet e tem a escuta das rádios e das TVs. Tem gente acompanhando o tempo inteiro. Para a gente tomar o furo é meio complicado. Após ver o site e fazer a ronda, o repórter vai fazer ou por telefone ou no lugar. Tem três repórteres para fazer estas coisas factuais, não só polícia. Tem os estagiários que fazem isso também, ligam para o interior. Só no portal são mais de 20 pessoas trabalhando. A Notícia do Dia pode ser os repórteres, estagiários, alguém do portal, alguém de cidades. Não tem um grupo específico. Os três repórteres estão no factual. Nem sempre o factual é a notícia do dia. O critério é por importância. Faz uma avaliação: aconteceu esta, esta e esta. Aí nós fazemos uma avaliação, o que dá mais repercussão. Não é a mais *trash*. O jornal não é pegou e sai sangue. Cerca de 20%, no máximo 30%, do jornal são de matérias de polícia. O jornal define pelo que chama mais atenção.

P: Como define o mais importante? E quem é que passa? Como é a relação com a polícia?

R: Realmente, a polícia de vez em quando avisa pra gente, mas com a ronda, de alguma forma a gente vai chegar nisso. Vai apurar.

P: Acontece de a população ligar para falar?

R: Sim. Mas nem sempre é a “Notícia do Dia”. Um cara foi vender plano de saúde na casa de uma mulher, teve um infarto e morreu na sala dela. Aí, ela ligou e contou. A polícia não acreditou, e o “Super” chegou antes. Tivemos um tiroteio aqui perto da minha casa. Mas nem tudo a gente faz. Recebemos ligação, mas não só de coisa *trash*. São muitas notícias. Quando é coisa muito violenta, o cara atirou na família, aí a gente faz. Quando tem muito tráfico de drogas, nem fazemos mais.

P: Como funciona a “Notícia do Dia”?

R: À noite, passamos um recado para o pessoal da manhã. Tem uma reunião de manhã. Quando o repórter chega de manhã, ele faz uma ronda, olha no portal da PM, olha com o pessoal do portal de “O Tempo” o que aconteceu e vê o que tem de mais importante, e parte para ela. Dá uma ligada para o editor, para a Sandra (Carvalho) ou para mim, e fala o que tem. Só resolve mais ou menos a manchete, por volta de 13h30, 14h, para primeira edição.

P: Quantas edições?

R: Temos duas. Já chegamos a ter três. Hoje, são duas. A primeira vai para o interior, e outra para a grande BH. Notícias de BH que acontecem mais tarde vão para a segunda edição. Às

vezes, colocamos alguma coisa de destaque para a região, e depois na de BH muda. A de BH fecha às 22h30. Às vezes, coincide de ser a mesma.

P: Os repórteres vão às ruas em algumas matérias específicas, as de aposta do dia, por exemplo. E nas demais, dá para se basear no resumo da PM?

R: Não. O que mandam pela internet é muito pouco, só uma frase dizendo o que é a notícia, e às vezes, dá um telefone. Aí a gente liga, apura muita coisa por telefone. Não é comum entrar em contato com o comando. Eles só falam quando tem alguma coisa que envolva o policial.

P: Os policiais que estão na rua são os que aparecem no jornal?

R: Geralmente sim. Mas quando o repórter chega, e o caso já foi para a delegacia, aí o repórter vai ouvir o delegado.

P: O “Super” não tem a preocupação de definir nos títulos sobre qual polícia está falando. Por que isso? Existe esta preocupação ou é apenas por questão gráfica, que não há especificação.

R: Não é que a polícia toda é a mesma coisa. Lidamos mais com a PM, ela está mais na rua. A Polícia Civil é mais nos casos de investigação, como o caso Bruno (ex-goleiro do Flamengo, suspeito de ter matado a namorada Elisa Samúdio). Quando é caso grande, o delegado gosta de aparecer. Mas, em geral, é mais a questão gráfica. Não cabe, etc. Temos relacionamento com todas, Federal, Rodoviária Federal, etc. Mas, no título, se couber o nome da polícia, a gente até coloca. Quando não tem espaço, coloca só polícia ou policial.

P: Alguma restrição ao fazer matéria, do tipo, não ouve o bandido, etc? Como o “Super trabalha com a narrativa nos casos policiais.

R: Como o formato do nosso jornal é tabloide, são textos pequenos, o mais breve possível. A informação rápida, para eliminar o assunto, o mais rápido possível. É um jornal para ser lido dentro do ônibus, é um jornal de *lead* principalmente. É a linguagem jornalística, tem que ir direto ao assunto. Não podemos usar a linguagem policial, sem jargões. Tentar fazer as coisas o mais fácil possível. Não podemos usar termos, como “meliantes”. De vez em quando, pode até passar um ou outro termo, mas não é intencional. Nós queremos sair fora disso.

P: Que PM você acha que o “Super” mostra para o leitor e é valorizada pelo jornal?

R: É difícil saber. Nas matérias que a gente faz, é aquela polícia que está apagando incêndio. Quando a polícia faz um trabalho preventivo, a gente quase nunca dá isso. A polícia fez uma operação. A PM fez uma operação, com 150 homens. A gente até dá. Preventiva contra tráfico e homicídio. Mas a polícia, muitas vezes, está na rua para registrar o que aconteceu. Vai lá, registra o fato. Às vezes, apresenta um bandido aqui e tal, outro ali.

P: Mas a PM é quem define o que vai ser notícia, ela é quem define a prioridade. A imprensa fica muito a reboque do que a PM define como notícia? Esta imagem de polícia acaba que é ela mesmo quem coloca, mesmo não sendo a preventiva?

R: Tem coisa que a gente faz inconsciente. A polícia é muito corporativista. Vai mostrar uma faixa dela eficiente, nós prendemos, nós fazemos e acontecemos. Quando tem algum profissional envolvido, ela esconde pra caramba. Mas mesmo quando ela esconde, a gente acaba conseguindo chegar lá e denunciar. Tem muita coisa que ela quer esconder. Tem muita coisa que ela quer mostrar a eficiência dela. Só quer mostrar o lado eficiente. Mas, por exemplo, no caso da menina que foi presa 14 vezes. A polícia foi lá e prendeu. A gente vai lá e conversa não só com a PM, mas com a menina. A vida desta menina é uma tragédia. Tem policial que te ajuda a mostrar como está a situação. Como você chegou até aquele crime.

Mas a maioria não. Eles chegam primeiro e até pautam a gente de certa forma. Não é que ficamos refém, mas, para a gente fazer um trabalho, muitas vezes, depende dela.

P: O “Super” tem um manual a seguir, tem regras na cobertura policial?

R: Quando o jornal começou, seguíamos o manual da “Folha de S.Paulo”. Depois, fizemos o nosso, que ficou defasado. A gente tem uma professora e duas estagiárias, que estão fazendo o manual. Agora nós temos padrões próprios, mas não estão organizados em nenhum manual. Terá que ser relançado. Ainda não está impresso. Com isso, perdemos muito. Às vezes, chegam repórteres novos, e a gente perde muito tempo para ensinar a nossa forma.

P: Que forma seria essa utilizada pelo jornal?

R: Quanto ao manual, temos um manual editado em 1997, que já está ultrapassado. Chegamos a atualizá-lo, mas como estava próximo de entrar em vigor o novo acordo ortográfico, não chegou a ser impresso e foi perdido por uma pane de computador. A nossa professora de português, do setor de Revisão, está com a demanda de refazer o manual, mas ainda não está pronto. O setor de Revisão prepara aulas e material com dicas para todos os repórteres e redatores. São dicas de português e também de padrões. Por exemplo: só usamos siglas depois de citar o nome do órgão - Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); grafamos região metropolitana de Belo Horizonte em caixa baixa; sempre que citamos um bairro de BH ou uma cidade do Estado, colocamos em seguida qual a região que está (em caixa alta); quando escrevemos o nome de um personagem/fonte/etc, colocamos a idade da seguinte forma: João da Silva, de 77 anos. Quando escrevemos BR antes do número usamos travessão e não traço BR-040; quando citamos o quilômetro, usamos KM em caixa alta (Ex: o acidente aconteceu no KM 800 da BR-116, em Além Paraíba, na Zona da Mata). Sempre que citamos uma publicação, utilizamos aspas (Ex. a revista "Placar"). São esses e vários outros detalhes que são a nossa "forma".

ANEXOS

Elas estão de volta!



Moto da semana
Honda RC 211 V Movistar
6 a 12/6
Reque sua cartela.

JUNTE 5 SELOS E VÁ A UM POSTO DE TROCA

WASHINGTON ALVES/AFICOMM

R\$ **0,25**

ISSN 1107-6427

9771807842036

Super
NOTÍCIA

OUTROS ESTADOS R\$ 0,50 - 1ª EDIÇÃO - MINAS - BELO HORIZONTE, QUINTA-FEIRA, 9 DE JUNHO DE 2011 - ANO 10 - NÚMERO 3.316

Volante Henrique e goleiro Fábio voltam da seleção e reforçam o Cruzeiro. PÁG. 34



Atlético aproveitou os 11 dias de treinos para melhorar a condição física. PÁG. 35



América fará, contra o Avaí, no sábado, duelo das piores defesas no Brasileiro. PÁG. 33



TRIÂNGULO MINEIRO
Mata mulher na frente dos filhos
Lavrador inconformado com o fim do casamento esfaqueou a ex após saber que ela deixaria casa. **PÁG. 8**

BOCA DE FUMO
Mansão do tráfico na capital
Polícia encontra mais de 30 kg de crack em casa luxuosa no bairro Glória; cinco são presos. **PÁG. 5**

54 ANOS SEM ASSASSINATOS

ESTADÍSTICA INEJAVEL PERTENCE À CIDADE DE PAIVA, NA ZONA DA MATA E É ATRIBUÍDA, PELA POLÍCIA, À INTEGRAÇÃO ENTRE PM E MORADORES. **PÁG. 3**

Moradores têm orgulho da 'calmaria'



MORENAÇA!
Depois de posar de lingerie, ex-musa da banheira do Gugu está em Belo Horizonte para uma série de shows sensuais.

SOLANGE GOMES **PÁG. 20**



FIM DA GREVE
Militares e bombeiros aceitam aumento de 98,5%; civis vão continuar parados. **PÁG. 10**



CÓDIGO DE BARRAS UNITÁRIO DESTACÁVEL.

Agora o consumidor Cemil pode destacar, da caixa secundária, o código de barras da embalagem de 1 litro para registro no caixa evitando rasgões. Passar o código de barras no leitor e multiplicar por 12 litros.

DESTAQUE SOMENTE O CÓDIGO DE BARRAS DA EMBALAGEM. (CÓDIGO DE BARRAS DE 1 LITRO) PASSE NO LEITOR E MULTIPLIQUE POR 12 LITROS.

PICOTE

Mais uma inovação da Cemil para o conforto e praticidade do consumidor.

cemil
www.cemil.com.br

EXCEPCIONALMENTE, NESTA EDIÇÃO, OS SELOS DAS PROMOÇÕES FORAM PUBLICADOS NA PÁGINA 2.

Espaço da Fé

super@supernoticia.com.br - fax: 2101-3950

Não olhe para trás

"Ninguém que lança mão do arado e olha para trás é apto para o reino de Deus." Lucas 9,57-61

A Bíblia diz que devemos ouvir e reter o que é bom. O que roubava, não roube mais; o que adulterava, não adulte mais; o que mentia, não minta mais; e assim por diante.

A Palavra de Deus é transformadora. Quando colocamos em prática o que escutamos, nos tornamos frutíferos. O que escuta a Palavra e não muda, sofre condenação.

Se alguém que começa a caminhada cristã olhar para trás? Terá uma trajetória torta, indefinida. Às vezes você já foi patrão e hoje é empregado. Não viva como se fosse patrão, não olhe para trás. Adequese à nova realidade e seja sempre honesto, independente da posição que você esteja ocupando. Do contrário, você se perderá.

Descer no padrão de vida é muito difícil. Ser mandado quem já mandou? Quem já teve dinheiro para em-

prestar aos outros e de repente pedir emprestado? É muito duro. Se essa é a sua realidade, olhe para frente.

O nosso passado só deve ser lembrado para tirarmos lições para o presente e o futuro.

Todos nós temos prioridades, mas a obediência a Deus deve suplantá-las todas elas. Os sonhos e as realizações são inerentes aos seres humanos, mas o compromisso com Jesus nos confere honra.

O Senhor Jesus deseja que iniciemos a nossa caminhada com Ele, olhando pra frente. Lembre-se: "Quem põe a mão no arado, e olha para trás, não é digno de servir a Cristo". Quem olha para trás entorta o futuro.

Pr. Jorge Linhares
Presidente da Igreja Batista Getsêmani e do Conselho de Pastores de MG (Cpemg)

GIDEÕES

O 8º Encontro dos Gideões da Oração será nos dias 1º e 2 de julho, na Igreja Batista da Lagoinha. As inscrições estão abertas até o dia 22/6. Valor: R\$ 25. Informações: www.gideoes24h.com.

O novo jogo da Loteria Mineira.

Resultados - 09/06/2011 (quarta-feira)

14h	Sorteio nº 00033	18h	Sorteio nº 00034
2 Plix 1 6 2 Plix 2 8 6 2 Plix 3 0 8 6 2 Plix 4	Simbolo Diamante	2 Plix 1 9 0 Plix 2 8 9 0 Plix 3 7 8 9 0 Plix 4	Simbolo Esmeralda

Para mais informações: 0800-1900 0800-600 0900

Duke

www.dukechargista.com.br

HOSPITAL

VAI DEMORAR O ATENDIMENTO?

DIGAMOS QUE DÁ PRA IR E VOLTAR DE BH ATÉ A BAHIA. A PÉ!!!

O TEMPO EM BH

HOJE 9/6

Chove a qualquer hora

Mn 16° Mx 24°

Chove à tarde e à noite

Fases da Lua

Mn 13° Mx 25°

AMANHÃ 10/6

Chove a qualquer hora

Mn 16° Mx 24°

Fases da Lua

8/6 Crescente 9/6 Cheia 10/6 Minguante 11/6 Nova

UTILIDADE PÚBLICA

Cemig	116
Polícia Militar	150
Dique-Defesa	181
Copasa	115
Corpo de Bombeiros	193
Defesa Civil	199
Sami	197
Terminal Rodoviário	3271-3000
Metro	3250-3901
Policia Civil	157

FRASE DO DIA

"Apoiar o governo Dilma, continuarei fazendo. Apoiar ex-ministro ganhar milhões sem explicar, aí não contem comigo. A democracia venceu com a saída de Palocci"

Cristovam Buarque
Senador (DEM-DF)

LOTÉRIAS

MEGA SENA

4/6 Concurso 1.289

01 03 08 13 27 52

LOTOFÁCIL

6/6 Concurso 641

02 03 06 07 08
09 11 13 16 18
19 20 21 22 24

QUINA

7/6 Concurso 7.676

07 15 16 40 43

DUPLA SENA

7/6 Concurso 974

02 03 21 23 37 48
08 17 24 40 46 49

LOTOMANIA

4/6 Concurso 1.146

04 13 20 27 33
37 39 40 42 51
57 64 66 73 75
80 85 90 96 99

FEDERAL

4/6 Concurso 4.559

10 Prêmio 34.846
20 Prêmio 27.962
30 Prêmio 10.658
40 Prêmio 70.004
50 Prêmio 71.032

TIMEMANIA

4/6 Concurso 716

04 09 15 41 55 57 65

Alô redação

DOR DE CABEÇA

Com esta onda de assaltos que toma conta do Brasil, o principal trunfo da vítima é não reagir, senão, a dor pode ser maior. Sei que, na hora, a adrenalina sobe e, quanto mais a gente tenta convencer o bandido de que aquele não é o melhor caminho para a sua vida, mais ele nos agride, dizendo que não quer conversa e que está com pressa de fugir. Bens materiais são possíveis de serem readquiridos. Dinheiro é fruto do que a gente já fez. Devemos estar felizes por termos feito algo na vida. E, por falar na vida, esta não tem preço. O sofrimento de uma família, dos amigos e de Deus pelo castigo com o seu precioso ser é muito forte, sem a mínima chance de calcularmos tal perda. Voltando para a perda material, uma que nos incomoda é o documento pessoal. Devemos então, como prevenção, ter guardado em casa uma segunda via da nossa identificação, nossa carteira de habilitação, título de eleitor, CPF, cartão de banco etc. Porque a dor de cabeça que dá para tirar uma segunda via emergencial é muito grande. Dias e dias ficamos para lá e para cá, com boletim de ocorrência nas mãos indo em cartão-

rios e buscando testemunhas. Fica aí a dica. Agora, me deem licença que vou trancar o portão e soltar os cachorros.

Ivanil Corcino
Timoteo

SALÁRIO DA POLÍCIA

A insatisfação e o descontentamento são generalizados com o reajuste salarial que o Governo de Minas anunciou. A proposta não atende às reivindicações dos integrantes da segurança pública. Parece que o governo sofre de amnésia, a ponto de se esquecer da paralisação organizada das policiais de Minas Gerais, em junho de 1997, que culminou em protestos em diversos Estados e produziu uma greve numa polícia considerada modelo, descambando na mais profunda crise na política mineira, obrigando tropas do Exército a desfilar pela capital com tanques, veículos militares e armamentos de guerra em plena era da democracia. E é possível que esse cenário esteja prestes a ilustrar novamente o cotidiano do cidadão mineiro, pois os integrantes da segurança pública, que saem de suas casas para enfrentar o perigo e preservar a ordem, vão sair às ruas em busca de sala-

rio digno e condizente. Então, senhor governador, faça com que a greve das policiais de 1997 seja apenas uma página da história. Um governo é bom quando faz felizes os que sob ele vivem e atrai os que vivem longe dele.

Laurimar Rosa de Lima
Santa Luzia

SÉRIE 'SAÚDE AGONIZANTE'

Sobre a série de matérias publicadas a respeito da saúde na região metropolitana, tenho a lamentar o descaso das autoridades, que fazem campanhas políticas recheadas de promessas que ficam só no papel. Horário político, sujeira nas ruas com panfletos, muros pintados pedindo votos e o resultado é o que está aí. Tenho medo de adoecer e ficar nos corredores do hospital. Achei ótima essa série de matérias. Parabéns. Super Notícia! Nas ruas com panfletos, possam publicar que a saúde teve uma solução digna.

Claudinei Laranjo Silva
Por e-mail

Envie sua opinião para fale-super@supernoticia.com.br ou para o endereço: Avenida Sabita Camargos, 1845, Cidade Industrial - Contagem - MG - CEP: 32210-180

SEMPRE EDITORA LTDA

VITTORIO MEDIOLI FUNDADOR	LAURA MEDIOLI PRESIDENTE	LUIZ TITO VICE-PRESIDENTE	TEODOMIRO BRAGA DIRETOR EXECUTIVO
MARCOS DE OLIVEIRA E SOUZA DIRETOR FINANCEIRO	LÚCIA CASTRO EDITORA EXECUTIVA		

Super

MICHELE BORGES DA COSTA
SECRETÁRIA DE REDAÇÃO

ROGÉRIO MAURÍCIO
EDITOR

GEREMIAS SENA
SANDRA CARVALHO
SUBEDITORES

LUIZ CABRAL INÁCIO, MARINA ALVES E RAÍSSA MACIEL
REDATORES

LEANDRO FIGUEIREDO - GERENTE COMERCIAL
ISABEL SANTOS - GERENTE DE CIRCULAÇÃO

FÁBIO A. SANTOS - GERENTE DE TECNOLOGIA
GUILHERME REIS - GERENTE INDUSTRIAL

IVZ

FILIAÇÃO AO INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULAÇÃO

SEDE COMERCIAL
Rua Pernambuco, 712 - Funcionários
BVMG - CEP 30.110-111
Tel. 2188-3900

PUBLICIDADE
Av. Amazonas, 100 - Centro
BVMG CEP 30.180-000
Teléfix (31) 3071-3700
CLASSIFICADOS
Tel. (31) 2101-3880

REDAÇÃO INDUSTRIAL
Av. Sabita Camargos, 1845 - Cidade Industrial
Contagem - MG CEP 32.210-180
Tel. (31) 2101-3000 Fax (31) 2101-3950
ATENDEMENTO AOS JORNALISTAS
Tel. (31) 2101-3090 / 92 / 93 / 3869
ATENDEMENTO AOS LEITORES
Tel. (31) 2101-3938, 24 e 64, 7h às 13h

PROMOÇÕES
(31) 2101-3838

PREÇO DE EXEMPLAR ANTIQO - R\$ 0,30

Garanta já a sua Super TV!

Super + Revista R\$ 1,00

RODORHO FICA ENTRE A VIDA E A MORTE

Pra fritar o estoque!

Prigideira JOLLY - 18 cm 5 selos + R\$ 14,90

Prigideira JOLLY - 18 cm 5 selos + R\$ 12,90

GRÁTIS TESPATULA

Selo Pra fritar o estoque!

Casa, carne e muito mais pra sua sorte!

4ª sorteio dia 30/6 - Para cupons publicados de 30/5 até 26/6 e recebidos até 28/6

PEGUE SEU CUPOM!

SELO Com o Time do Coração!

Pegue sua cartela.

Liso, leve e super! SELO

Nesta edição

NOTÍCIA DO DIA

ESTATÍSTICA MAIS QUE INVEJÁVEL

Paiva, na Zona da Mata, não registra assassinatos há 54 anos; segredo é trabalho integrado entre polícia e população

O município de Paiva, na Zona da Mata, apresenta uma estatística invejável em relação à maior parte das 853 cidades mineiras. Há 54 anos, a polícia não registra sequer um caso de assassinato no local. A desculpa de que trata-se de cidade pequena, com poucos habitantes – são cerca de 1.700 – não justifica o excelente número, segundo o sargento Raimundo Antônio Ferreira, comandante da Polícia Militar local. O que faz a diferença, de acordo com ele, são as atitudes dos moradores.

Segundo o polícia, o segredo para o clima de paz está no empenho da população em prevenir crimes. Hoje, praticamente todos estão envolvidos no programa Rede de Vizinhos, implantado no município há oito anos e aplicado em várias cidades minei-

ras. O último assassinato na cidade de Paiva aconteceu no ano de 1957. Na ocasião, dois amigos voltavam de uma festa, quando se desentenderam e começaram a se agredir. Durante a briga, um dos homens levou uma navalhada na perna e morreu por falta de atendimento médico, já que acabou perdendo muito sangue. Na época, o suspeito do crime foi preso e cumpriu pena.

Trabalhos

Atualmente, a cidade conta com uma viatura policial e oito militares efetivados para atender uma população de aproximadamente 1.700 ha-

bitantes. Para eventuais ocorrências, a cidade tem o apoio das delegacias das cidades vizinhas de Barbacena e Santos Dumont.

Em Paiva, a Rede de Vizinhos protegidos é uma das principais ações para combater o crime. O projeto conta com a participação de cerca de 40 famílias, a maioria concentrada na Avenida Juscelino Ferreira de Paiva, que recebem orientação uma vez por mês para prevenir assaltos e outros crimes.

“As pessoas são muito envolvidas na cidade, não só pela rede de vizinhos, mas pelo próprio hábito de conversarem na porta das casas e reconhecerem uns aos outros naturalmente”, sargento Raimundo.

Além disso, a PM faz diariamente, de 22h às 5h, a Patrulha da Madrugada, uma ronda noturna na qual os militares passam de casa em casa para detectar ações incomuns. “Olhamos se as pessoas esqueceram o portão e o vidro do carro

abertos, ou se há alguma ação suspeita na área. Depois deixamos um relatório embaixo das portas, avisando que a PM esteve ali”, informou o sargento Raimundo Antônio Ferreira.

Ainda segundo o sargento, as ocorrências de outros crimes como furtos, roubos e tráfico de drogas são raríssimas. “O último registro que fizemos foi há quatro anos, uma ocorrência de assalto a mão armada a uma mercearia, onde prendemos uma pessoa”, acrescentou.



FOTOS PREFEITURA MUNICIPAL DE PAIVA/DIVULGAÇÃO

Militares passam de casa em casa todas as noites, para saber se está tudo bem

Prefeitura

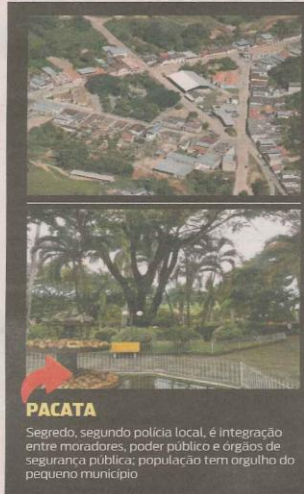
De acordo com o prefeito José Dias Brandão (PT), a boa estatística criminal da cidade é um reflexo de um trabalho conjunto. “Tanto a Polícia Militar, como a Prefeitura, em todas as gestões, e os moradores, se uniram para que os programas de segurança dessem certo”.

Cascalho Rico é destaque

Outro município em Minas Gerais também chama a atenção por apresentar índice zero de homicídios é a pequena cidade de Cascalho Rico, no Triângulo Mineiro. A cidade não registra nenhum caso de assassinato ou qualquer outro crime há 20 anos. Segundo a Polícia Militar, o último ocorrência de crime no município foi em 1991. Na ocasião, dois homens alcoolizados se envolveram em uma briga de bar

e um deles foi preso. “Desde sempre os moradores da cidade têm o hábito de deixar portas, janelas e os próprios carros abertos, porque aqui não acontece nada”, disse o soldado Ismar Barbosa.

A cidade, que tem cerca de 3.000 habitantes, teve sua delegacia desativada por falta de uso. Atualmente, a população conta com o apoio de sete policiais militares e uma viatura. (Bruno Trindade).



PACATA

Segredo, segundo polícia local, é integração entre moradores, poder público e órgãos de segurança pública; população tem orgulho do pequeno município

Moradores orgulhosos

A pequena quantidade de crimes ocorridos no município de Paiva, na Zona da Mata, que há 54 anos não presenciava um homicídio sequer e que, atualmente, só lida com ocorrências pequenas do dia-a-dia, deixa os moradores orgulhosos e bem tranquilos. “É uma cidade ordeira, pacata e que, por ser pequena, acaba criando uma amizade muito grande entre os moradores”, relatou o sargento reformado da PM Elson Batista Fernandes, de 68 anos. Segundo ele, depois de muitos anos fora, foi essa tranquilidade que o trouxe de volta à cidade. “Me aposentei e queria aproveitar essa paz que temos aqui”.

O único problema da cidade, segundo o gerente de vendas Vicente Cruz de Oliveira, de 47 anos, é o alto índice de desemprego. “É preciso arrumar uma solução para esse problema. Temos que ‘segurar’ os nossos jovens aqui na cidade e assim evitar que eles tenham contato com a violência de outros lugares”, declarou. Outra solução, conforme Oliveira, seria a construção de uma faculdade no município. “Tem pessoa que para de estudar por não ter condições de estudar fora”, lamentou. O comerciante Jean Carlos Gabriel de Paiva, 36 anos, acredita que a ausência de homicídios na cidade vai continuar por muito tempo. (BT)

CONCURSOS BH e ELDORADO

MGS (ENFERMAGEM, FARMACIA, ODONTOLOGIA, E OUTROS)

POL. MILITAR (EDITAL EM JUNHO (Fl. Dir.))

GUARDA MUNICIPAL (BELO HORIZONTE e CONTAGEM COM O EDITAL)

AGENTE PENITENCIÁRIO (NOVAS TURMAS)

MATEMÁTICA BÁSICA (PARA CONCURSO) (GRÁTIS) (ANUNCIADA DA ÚLTIMA VAGAS)

Curso Carrier (Aqui Você Passa!)

Belo Horizonte - Caetés, 360 3226.3967 / 3226 2855

ELDORADO 3396 4722

Av. João César de Oliveira com rua Bélgica

Manhã, tarde, noite ou somente aos sábados SAIBA MAIS www.cursocarrier.com

'RADAR-SURPRESA'

UM FLAGRANTE A CADA 4 MINUTOS

Em uma hora e meia, aparelho móvel flagrou 20 motoristas que trafegavam acima da velocidade na Cristino Machado

RAPHAEL RAMOS
rapha@bptemp.com.br

A cada 4,5 minutos, um motorista foi flagrado ontem dirigindo acima da velocidade limite de 60 km/h na avenida Cristino Machado, no bairro Cidade Nova, na região Nordeste de Belo Horizonte. As infrações foram computadas pelo "radar-surpresa", equipamento que funcio-

nou ontem em regime de testes, mas que passa a multar efetivamente hoje. Em uma hora e meia, 20 motoristas foram fotografados.

O chamado radar eletrônico (ou móvel) poderá funcionar em qualquer via que estiver sinalizada sobre a presença de fiscalização de velocidade. O aparelho dará apoio aos demais 50 equipamentos fixos (portais e lombadas eletrônicas) em funciona-

mento na cidade. Outros dois "radares-surpresa" também estarão nas ruas da capital nos próximos dias.

Para o superintendente de fiscalização eletrônica da Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte (BHTrans), Leonardo Rios, o número de flagrantes é alto e confirma a direção desrespeitosa dos motoristas. Ele garante que a intenção do equipamento não é

Sinalização

As vias que ainda não possuem radares terão que ser sinalizadas com placas a uma distância de 100 m a 300 m do equipamento, como determina a resolução 214 do Conselho Nacional de Trânsito (Contran). A primeira avenida desprovida de fiscalização eletrônica a ser atendida pelo "radar-surpresa" será a Bernardo Vasconcelos, na região Nordeste de Belo Horizonte, que tem altos índices de acidentes e atropelamentos.

pegar os motoristas desprevenidos, mas reeducá-los sobre a importância de se respeitar os limites de velocidade.

No entanto, não foi isso que se viu ontem. Durante o tempo em que ficou instalado na avenida Cristino Machado,

pela manhã, vários condutores acabaram pegos de surpresa. Muitos tiveram que realizar freadas bruscas e, por pouco, não houve acidentes. "Isso é questão de educação. Eles só foram surpreendidos porque estavam acima da

velocidade", disse Rios.

De acordo com a BHTrans, os radares estáticos serão colocados em trechos onde os índices de acidentes e atropelamentos são mais altos.

CHARLES SILVA SUAREZ



Aparelho envia ondas eletromagnéticas que captam a aproximação de veículos

ÓTICAS DO POVO

<p>Óculos para Leitura</p> <p>No seu grau, qualquer grau</p> <p>Lentes de Resina</p> <p>Nosso Precinho-Só: RS 9,80 =80,00 à vista</p>	<p>Óculos Multifocais OP</p> <p>Armação (Ponte Anastômica)+ Lentes Multifocais</p> <p>Tudo Incluído</p> <p>Nosso Precinho-Só: RS 10X 8,00 =80,00</p>
<p>Armação Pop Line</p> <p>Nosso Precinho-Só: RS 10X 8,00 =80,00</p>	<p>Linha Jovem</p> <p>Dynamic Collection</p> <p>Vários modelos à sua escolha</p> <p>Nosso Precinho-Só: RS 39,00 À vista</p>
<p>Armação de Zilo</p> <p>Eyewear Collection</p> <p>Vários modelos</p> <p>Nosso Precinho-Só: RS 10X 6,00 =80,00</p>	<p>Lentes Multifocais Espaço Resina</p> <p>PRODUZIDO PELO FABRICANTE DA VARILLUX</p> <p>Nosso Precinho-Só: RS 10X 5,90 =89,00</p>
<p>Lentes Anti-reflexo</p> <p>No seu grau, qualquer grau</p> <p>Monofocais O Par</p> <p>Nosso Precinho-Só: RS 39,00 À vista</p>	<p>Armação de Metal</p> <p>Baggio Collection</p> <p>Vários modelos</p> <p>Com fio de nylon</p> <p>Nosso Precinho-Só: RS 10X 5,00 =50,00</p>
<p>Linha Solar - Dynamic Eyewear Collection</p> <p>Vários modelos</p> <p>Nosso Precinho-Só: à partir de RS 50,00</p>	

CREDIÁRIO PRÓPRIO - TUDO EM 10X SEM JUROS

BELO HORIZONTE CENTRO R. São Paulo, 403 | R. São Paulo, 704 | R. Espírito Santo, 370 | R. Curitiba, 811 | Av. Afonso Pena, 570 | Av. Afonso Pena, 1000 | Av. Afonso Pena, 1452 BOULEVARD SHOPPING Av. dos Andradas, 3000-11 Piso-Santa Efigênia SHOPPING CIDADE Piso Galacassos MINAS SHOPPING 1º e 2º Piso BETIM Av. Amazonas, 695-Centro SHOPPING DEL REY 3º Piso ITAU POWER SHOPPING 1º Piso SAVASSI Av. Getúlio Vargas, 1425 BARREIRO Av. Visconde de Itaboraí, 187 CONTAGEM Av. João César, 2 795 (Eldorado) VENDA NOVA R. Padre Pedro Pinto, 1202 SETE LAGOS Av. Emílio de Vasconcelos, 13 SANTA LUZIA Av. Brasília, 2133 São Benedito GOVERNADOR VALADARES Av. Minas Gerais, 337 IPATINGA Av. Vinça e Otta de Abril, 284 JUIZ DE FORA R. Haffeld, 525

ÓTICAS DO POVO
A MAIOR REDE ESPECIALIZADA EM ÓTICA

Inscrições Abertas Tradicional Agendado ENEM

Faça como o aluno Neibert

Acredite

na Nova Faculdade

novafaculdade.com.br

Tel.: (31) 2566-8500

NOVA
FACULDADE

Seu futuro está aqui!

BAIRRO GLÓRIA

CASA LUXUOSA FUNCIONAVA COMO PONTO DE VENDA DE DROGAS

Entorpecentes eram entregues pela caixa de correio aos clientes; quatro moradores e um vizinho foram presos

KARINA ALVES
falves@supernoticia.com.br

Uma casa luxuosa em uma esquina com uma vizinhança tranquila no bairro Glória, região Noroeste de Belo Horizonte, até então, nada de anormal. A movimentação de pessoas durante a noite na porta da casa, no entanto, denunciou o que acontecia. Segundo o 34º batalhão, foi feita denúncia anônima de que Haragana Cristina Gonçalves, Shayene Gabrielle Diomar, Nathielle Ingrid Diomar, moradores da residência, e Rodrigo Luiz Pereira, vi-

zinho do trio, estariam vendendo drogas na entrada da casa e que eram deixadas pequenas porções de cocaína na caixa dos correios.

Por volta das 22h de terça-feira, viaturas foram até o endereço e surpreenderam motociclistas na porta, que conseguiram fugir. A polícia encontrou seis papétes de cocaína na caixa de correios. No quarto de Shayene veio a surpresa maior. Pelo menos 36 quilos de crack, divididos em tabletes, foram encontrados dentro de uma caixa. Ao todo, a PM apreendeu oito porções petrificadas de cocaína, papétes e 1,5 quilo de pasta-base

R\$ 500 MIL

é o valor que foi avaliada a casa por uma imobiliária, que afirmou que a documentação é esta regular.

para misturar com a mesma droga, celulares, balança de precisão, comprovantes de depósitos bancários, folhas de cheques, além de documentos de transferência de uma Kombi e de um Astra. Duas motos foram apreendidas na casa, e a polícia recolheu R\$ 2.285 com os quatro.



ALEX DE JESUS

O irmão do proprietário teria colocado a casa à venda há 4 meses

Durante a madrugada, eles foram ouvidos pelo delegado Reinado Felício, negaram envolvimento com o tráfico e alegaram a existência de uma quinta pessoa que seria responsável pela droga, mas sem informações consistentes. Mas acabaram presos em flagrante por tráfico e associação para o tráfico. Segundo a Polícia Civil, Rodrigo e Haragana, que tinham um envolvimento amoroso, já tinham passagens por roubo.

A Polícia Civil informou que vai investigar uma denúncia que aponta que o pai de Nathielle estaria detido na Penitenciária Nelson Hungria e a

ajudando a coordenar a venda de drogas. O nome do pai dela é homônimo a mais de mil detentos.

Casa

A casa está à venda e foi avaliada em R\$ 500 mil por uma imobiliária. O corretor de imóveis responsável pela venda, que preferiu não ser identificado, afirmou que ficou surpreso ao saber o que acontecia. As informações repassadas a ele foram de que o dono da casa estaria morando fora do país e que teria deixado a filha morando no local.

Pampulha

Cinco pessoas foram presas e dois adolescentes, apreendidos, na noite de antontem, com cerca de 10 quilos de pasta-base de cocaína, em uma casa no bairro Santa Teresinha, na região da Pampulha. Investigações apontaram que a droga viria da Bolívia. Os sete suspeitos foram detidos quando dividiam a droga entre eles.

Menor com droga em Uberlândia

A Polícia Militar apreendeu, na madrugada de ontem, um adolescente de 17 suspeito de montar em uma espécie de laboratório para produção de drogas dentro do seu próprio quarto, no bairro Nossa Senhora das Graças, em Uberlândia, no Triângulo Mineiro.

No local, os militares encontraram 2 kg de maconha embalados, porções de cocaína, duas balanças de precisão, um revólver calibre 635, além de um caderno com uma listagem de clientes que ele abastecia. O menor foi encaminhado para a delegacia e liberado após prestar depoimento.



O juiz apitou, vai ter prorrogação.

A promoção "Marque um goloço com o BMG Card" agora vai até 31 de agosto.

Faça seu cartão, gaste R\$ 50,00 em qualquer compra ou saque, garanta logo a camisa oficial do seu time* e aproveite as vantagens do BMG Card.

- Juros menores do que os aplicados pelo mercado, se comparado aos cartões convencionais.
- 10% de margem extra.†
- Cartão gratuito, sem taxa de anuidade.‡
- Pagamento de boletos e títulos de outros bancos.
- Aceito em todos os estabelecimentos da rede MasterCard®.
- Acúmulo de pontos no Programa Surpreenda MasterCard®, que podem ser trocados por benefícios.
- Descontos e brindes exclusivos para você no www.comprafacil.com/cartoesbmg.

Consulte o regulamento no www.bancobmg.com.br e veja como é simples.

Campanha válida até 31 de agosto de 2011.





Somentemente para serviços efetivos. Consulte o regulamento no www.bancobmg.com.br. *Promoção válida para camisas dos times do América, Atlético, Cruzeiro, Flamengo, Vasco, Coritiba, Santos ou São Paulo. †Margem consignável disponível para cartão de crédito consignável. ‡Sem base de taxa de anuidade e manutenção para o titular. Aproveite do crédito sujeito à margem consignável e às especificações contratuais e critérios das autarquias e órgãos públicos. Os empréstimos e financiamentos aqui descritos são produtos do Banco BMG S.A., oferecidos através de seus correspondentes autorizados. Juros de 4,99% a.m. e 50,80% a.a., CET máx. 5,49% a.m. e 81,28% a.a. Consulte as bases, prazos e demais condições para concessão do empréstimo/financiamento em um correspondente autorizado BMG. Ouvidoria: 0800 723 2044. BACEN: 0800 979 2345. SAC: 0800 079 7000. SAC Deficientes Auditivos: 0800 979 7323.

Para mais informações, ligue 0800 723 3113 ou procure um correspondente autorizado.

BANCO BMG

Por onde anda...

panelaco@supernoticia.com.br

- Alguém que saiu e não voltou
- Um amigo que não vejo há tempos
- Meu carro roubado
- Documentos perdidos

PROFESSORAS

Meu nome é Geraldo Fonseca e estou à procura de três professoras que foram muito importantes para a minha vida. Duas delas, Sílvia Araújo e Maria Estêvão de Moura, lecionaram para mim na cidade de Alvarenga, Leste de Minas Gerais, quando eu tinha aproximadamente 2 anos de idade. Ela foi casada com Eraldo Avelino Alves, que é conhecido pelo apelido de Nôno. Tenho uma irmã chamada Mari e um irmão de nome Flávio. Quem tiver alguma informação favor entrar em contato pelo telefone (31) 3051-6072. Muito obrigado.

AMIGA
Meu nome é Renata Vieira e gostaria de ter notícias de uma amiga. Ela se chama Cristina, é filha de Terezinha e tem uma irmã chamada Márcia. Ela morava no bairro São José, em Santa Luzia. A última notícia que tive é que ela havia se casado com Gleison, ex-jogador do Atlético/MG, teve três filhas e foi morar em Portugal. Quem tiver alguma notícia favor entrar em contato pelo telefone (31) 9943-6230. Grato.

MÃE

Sou Edvaldo Rodrigues Martins e estou à procura de minha mãe. Ela se chama Rosi-

meire Rodrigues Silva e é conhecida pelo apelido de Rosa. Ela já morou em São Paulo e de lá veio para Matozinhos, em Minas Gerais, quando eu tinha aproximadamente 2 anos de idade. Ela foi casada com Eraldo Avelino Alves, que é conhecido pelo apelido de Nôno. Tenho uma irmã chamada Mari e um irmão de nome Flávio. Quem tiver alguma informação favor entrar em contato pelo telefone (31) 3051-6072. Muito obrigado.

AMIGA

Meu nome é Zélia Gonçalves e procuro uma amiga chamada Leide. Não nos vemos há três anos e tenho muita saudades dela. Ela é manicure e o seu marido, que se chama Mário Sérgio, trabalhava na Fiat. A última notícia que tive dela é que morava em Ibirité, próxima a antiga sede da fábrica de biscoitos Vilmá. Ela tem três filhos. Quem tiver alguma informação favor ligar para (31) 9705-5361 ou (31) 3597-8205. Muito obrigado.

PADRINHO

Sou Wilton Eugênio e minha esposa chama-se Marly. Nos casamos no dia 22 de março de 1980. E na ocasião, um dos nossos padrinhos de casamento foi um rapaz chamado Joaquim. Na época ele trabalhava na boate Scorpions. Nós morávamos na rua Alípio de Melo, no bairro Jardim Monta-

nhês, em Belo Horizonte. Ele tem uma sobrinha chamada Adriana e os dois moravam juntos. Na última vez que nos vimos, meu padrinho morava no bairro Planalto. Se alguém tiver alguma informação, favor entrar em contato pelo telefone (31) 3354-0592 ou (31) 8561-6065 ou (31) 9405-7758. Grato.

AMIGA 2

Meu nome é Zélia Gonçalves e procuro uma amiga chamada Leide. Não nos vemos há três anos e tenho muita saudades dela. Ela é manicure e o seu marido, que se chama Mário Sérgio, trabalhava na Fiat. A última notícia que tive dela é que morava em Ibirité, próxima a antiga sede da fábrica de biscoitos Vilmá. Ela tem três filhos. Quem tiver alguma informação favor ligar para (31) 9705-5361 ou (31) 3597-8205. Muito obrigado.

PADRINHO

Sou Wilton Eugênio e minha esposa chama-se Marly. Nos casamos no dia 22 de março de 1980. E na ocasião, um dos nossos padrinhos de casamento foi um rapaz chamado Joaquim. Na época ele trabalhava na boate Scorpions. Nós morávamos na rua Alípio de Melo, no bairro Jardim Monta-

HÁ 14 MESES

NOME: CREUNICE GOMES
DATA: 29/3/2010
LOCAL: IBIRITÉ/MG



Meu nome é Cirlene Souza e eu estou à procura da minha irmã Creunice Gomes da Silva, de 40 anos. Ela desapareceu no dia 29 de março de 2010, em Ibirité. Minha irmã saiu para ir ao médico e não voltou mais. Quem souber notícias que nos façam chegar até o endereço dela favor entrar em contato pelo telefone 0800-2828-197, Departamento de Pessoas Desaparecidas.

HÁ 26 MESES

NOME: GUILHERME ALVES
DATA: 7/2/2009
LOCAL: BELO HORIZONTE/MG



Sou Cleusa Helena Alves e procuro pelo meu filho Guilherme Alves Lopes. Ele tem 32 anos e desapareceu no dia 7 de fevereiro de 2009. Foi visto pela última vez no bairro Flávio Marques Lisboa, em Belo Horizonte, e estava usando boné preto, sem camisa e de bermuda cinza clara de malha e chinelo de cor lilás. Se alguém tiver alguma informação favor ligar no telefone 0800-2828197. Grato.

nhês, em Belo Horizonte. Ele tem uma sobrinha chamada Adriana e os dois moravam juntos. Na última vez que nos vimos, meu padrinho morava no bairro Planalto. Se alguém tiver alguma informação, favor entrar em contato pelo telefone (31) 3354-0592 ou (31) 8561-6065 ou (31) 9405-7758. Grato.

AMIGA 3

Meu nome é Arlinda e estou à procura de uma amiga chamada Lurdes. Ela mora no bairro Florença, em Belo Horizonte e é casada com um rapaz chamado Toninho. Quem souber de alguma notícia favor entrar em contato pelo telefone (31) 3353-4055. Obrigada.

DOCUMENTOS

Sou Alexandre de Paiva Meireles. Perdi uma carteira com todos os documentos, na última terça-feira, dia 31 de maio, no trevo de Ribeirão das Neves, no entroncamento das rodovias MG-006 e BR-040. Quem tiver alguma informação favor entrar em contato pelo telefone (31) 3624-7896 ou (31) 9854-7429. Muito obrigado.

PROCURA-SE 2

Meu nome é Júlio César e gostaria de encontrar um rapaz, que ajudou meu irmão em um acidente registrado no dia 20 de maio, por volta das 22h30 na BR-381, nas proximidades de João Montevade. No acidente, um caminhão colidiu de frente com um Siena. O rapaz se chama Lúcio, ele ajudou no socorro as vítimas e informava a família sobre o ocorrido. Quem tiver alguma informação favor entrar em contato pelo telefone (31) 9812-7893 ou (31) 9676-5024, pois gostaríamos muito de agradecer-lhe pela importante ajuda. Obrigada.

ENCONTRADO

Sou Leandro Sena e encontrei um documento de identidade em nome de Suelen Nayara dos Santos Arcaño, natural de Belo Horizonte, nascida em 16 de maio de 1992, filha de Sebastião José Arcaño e Dulciléia Ferreira dos Santos. Quem tiver alguma informação favor entrar em contato no telefone (31) 8365-1025. Grato.

Entregue diretamente ou envie sua queixa contendo nome, endereço completo e número da carteira de identidade para:

Avenida Babita Camargos, 1.645, Cidade Industrial - Contagem-MG - CEP: 32210-180

Essa seção é publicada às terças e quintas-feiras.

Casa, Carro e muito mais pra sua sorte!

Imagens meramente ilustrativas



4º SORTEIO
30/06/2011
Cupons publicados de 30/05 a 26/06/2011 e recebidos até 28/06/2011

Um supershow de prêmios espera por você.

Para concorrer, basta preencher corretamente seus dados, responder à pergunta "Qual o jornal mais vendido em Minas?" e depositar o cupom da promoção nas lojas do Super, bancas credenciadas, ou enviar pelo correio. Fique atento às datas das apurações. Participe!

Sorteio	Prêmio	Apuração	Prêmio	Apuração	Prêmio	Apuração	Prêmio	Apuração	Prêmio	Apuração
1º SORTEIO 07/04/2011	TV LCD 32"	TV LCD 26"	Play Station II	Câmera Digital	MP4 Player	07/03 a 01/04/2011 e recebidos até 05/04/2011				
2º SORTEIO 05/05/2011	TV LCD 32"	TV LCD 26"	Play Station II	Câmera Digital	MP4 Player	04/04 a 01/05/2011 e recebidos até 03/05/2011				
3º SORTEIO 02/06/2011	TV LCD 32"	TV LCD 26"	Play Station II	Câmera Digital	MP4 Player	02 a 05/06/2011 e recebidos até 31/06/2011				
4º SORTEIO 30/06/2011	Novo Uno zero km	TV LCD 32"	TV LCD 26"	Play Station II	Câmera Digital	30/05 a 26/06/2011 e recebidos até 28/06/2011				
5º SORTEIO 28/07/2011	1 Casa	TV LCD 32"	TV LCD 26"	Play Station II	Câmera Digital	27/06 a 23/07/2011 e recebidos até 30/07/2011				

Cert. de Aut. Caixa nº. 6-0107-2011 Distribuição Gratuita.

Casa, Carro e muito mais pra sua sorte!

Nome _____ Nº _____

Rua/ Av. _____

Bairro _____ Cidade _____ Estado _____

CEP _____ Tel () _____ CPF _____ RG _____

"Qual o jornal mais vendido em Minas?" Resposta: SUPER NOTÍCIA Outros

4º SORTEIO 30/06 para cupons publicados de 30/05 a 26/06 e recebidos até 28/06

Cert. de Aut. Caixa nº. 6-0107-2011 Distribuição Gratuita.

Casa, Carro e muito mais pra sua sorte!

Nome _____ Nº _____

Rua/ Av. _____

Bairro _____ Cidade _____ Estado _____

CEP _____ Tel () _____ CPF _____ RG _____

"Qual o jornal mais vendido em Minas?" Resposta: SUPER NOTÍCIA Outros

4º SORTEIO 30/06 para cupons publicados de 30/05 a 26/06 e recebidos até 28/06

Lojas do SUPER NOTÍCIA:
BELO HORIZONTE - Av. Amazonas, 100 - Centro / Rua Pernambuco, 712 - Savassi /
Rua Estado da Comandante, 180 - Lj.5 - Barro Preto / Rua Maçon Ribeiro, 45 - Lj. A - Venda Nova
CONTAGEM: Av. Babita Camargos, 1.645 - Cidade Industrial
BETIM: Rua Romualda Augusta de Melo, 41 - Lj. 2 - Centro

Certificado de Autorização Caixa nº. 6-0107-2011 - Distribuição Gratuita.

Veja regulamento completo no site www.supernoticia.com.br

Super
O jornal mais vendido em Minas.

CONCEIÇÃO DAS ALAGOAS

LAVRADOR MATA A EX NA FRENTE DOS 5 FILHOS

● Vítima foi morta quando retirava os pertences de casa; suspeito tentou se matar

BRUNO TRINDADE
bruno.trindade@supernoticia.com.br

Inconformado com fim do casamento, um lavrador matou a ex-mulher com uma facada no pescoço, na tarde de anteontem, no bairro São Francisco, em Conceição das Alagoas, no Triângulo Mineiro. De acordo com a Polícia Militar, a também lavradora Cleonice Teixeira Cerqueira, de 32 anos, foi assassinada na frente dos cinco filhos. Após o crime, o suspeito Marcos Cerqueira Barbosa, de 33, tentou se matar com uma facada no pescoço, mas foi socorrido e levado em estado grave para o Hospital Escola em Uberaba, onde permanecia internado até a noite de ontem. Segundo o solda-

do Roberto dos Anjos, o lavrador teria se descontrolado e cometido o crime ao saber que a mulher estava de mudança da casa do irmão. "Além do fim da relação há cerca de uma semana, o Marcos viu a ex retirando os pertences pessoais da casa em que eles moravam e soube que a Cleonice se mudaria para o Norte de Minas com os filhos", relatou.

A mulher, conforme o soldado, apanhava constantemente do marido, por isso decidiu se separar. "Ela registrou há dois meses uma ocorrência de ameaça contra ele, mas acabou retirando a queixa", contou.

O militar informou ainda que Cleonice foi até a residência em que morava porque achou que o ex não estava em casa. "Quando ela retirava os objetos, ele chegou, cumprimentou o irmão dela e a esfaleou".



● Caso é investigado pela delegacia de Conceição das Alagoas, no Triângulo Mineiro

Menor baleado em briga por mulher

Um adolescente de 17 anos tentou matar a tiros outro de 15 anos por causa de uma mulher, anteontem, no bairro Esplanada, em Caratinga, na zona da Mata. Segundo a Polícia Militar, outro adolescente que estava com a vítima e que a socorreu para o hospital foi apreendido com três munições intactas de calibre 32. Em seguida, ele acabou passando mal e con-

fessou que tinha engolido 22 pedras de crack para esconder os entorpecentes da PM.

A mãe do suspeito, que está foragido, contou aos militares que o filho e a vítima se envolveram com uma mesma mulher, o que teria motivado a tentativa de homicídio. O adolescente foi atingido com dois tiros e foi levado para o hospital da cidade. (BT)

ÉRIKA PASSARELLI

LIBERDADE É NEGADA

JAQUELINE ARAÚJO - 27.4.2011



● Erika não pretende se entregar, segundo advogado

JOANA SUAREZ
Especial para a Super Notícia

Considerada foragida desde abril, o Tribunal de Justiça de Minas negou o pedido de habeas corpus preventivo para Erika Passarelli Vicentini Teixeira, de 29 anos, acusada de mandar matar o próprio pai, Mário José Teixeira Filho, de 50, em agosto do ano passado. O motivo seria o interesse no dinheiro do seguro de vida da vítima.

O advogado da estudante de direito, Zanone Manuel de Oliveira, afirma que vai recorrer da decisão no Supremo Tribunal de Justiça

(STJ). A defesa quer a revogação da prisão preventiva já decretada. Para o criminalista, Erika não pretende se entregar à polícia. "Ela não tem motivo para ser presa, porque é inocente e sempre compareceu às intimações".

O namorado da estudante, Paulo Ricardo de Oliveira Ferraz, de 19 anos, e o sogro dela, o policial militar Santos das Graças Alves Ferraz, de 47, estão presos acusados de participação no crime.

O delegado do caso, Bruno Wink, afirmou que a investigação para descobrir o paradeiro da jovem continua.

O amor está no ar e os preços estão lá embaixo!

All Mens Fashion
Camisa
Calça

Camisa: R\$ 99,99
Calça: R\$ 129,99

Griffin
9402.6624
Câmera
Samsung
ES 70

Camisa: R\$ 299,99

Iphone MG
Ipad

Camisa: R\$ 1.400,00

Loja do Fred
Máquina de
Cortar Cabelo

Camisa: R\$ 29,99

Maiaui
3654.6288
Camisa
Calça

Camisa: R\$ 25,00
Calça: R\$ 120,00

Mania de Sensualidade
3700.3642
Conjunto
com Perscx

Camisa: R\$ 30,00

Maire Modas
3700.1004
Vestido
Meia-Calça

Camisa: R\$ 30,00
Meia-Calça: R\$ 37,00

Metropole
3200.8356
Celular 2 e 3 chips

Camisa: R\$ 29,99
Celular: R\$ 299,99

Oriente Eletrônicos
Celular
Tv
Rádio

Camisa: R\$ 100,00

Pimenta Rosa
3502.7409
Vestido

Camisa: R\$ 24,99

Ro-Bi Esportes
3201.4648
Camisa Times

Camisa: R\$ 20,00

Splendore Joias
3587.4224
Cordão e Pingente

Camisa: R\$ 203,00

Tabarão
Camisa
Bermuda

Camisa: R\$ 29,00
Bermuda: R\$ 30,00

Via Fashion
3000.8479
Vestido

Camisa: R\$ 33,00

Em frente ao estacionamento da Rodoviária | www.shoppinguai.com.br

promocão válida até 31/05/11 em conjunto com o estacionamento. Rua Rodoviária de Belo Horizonte, 11 - Centro - Belo Horizonte - MG

CONTAGEM

LADRÃO É PERSEGUIDO E MORTO PELA POLÍCIA

Flagrado anunciando assalto a motorista, homem tentou fugir

RICARDO VASCONCELOS

ricardo.vasconcelos@supernoticia.com.br

Uma tentativa de assalto provocou perseguição policial, tiro e a morte de um rapaz, na tarde de ontem, no bairro Petrolândia, em Contagem, na região metropolitana de Belo Horizonte. Segundo testemunhas, tudo começou em um semáforo da Via Expressa. O motorista de um caminhão-bau aguardava a abertura do sinal quando foi surpreendido por dois homens armados. Enquanto eles anunciavam o assalto, uma viatura da Polícia Militar se aproximava do local. Ao perceber a presença dos PMs, os dois suspeitos fugiram.

Na fuga, Jarbas Teotônio Ferreira, de 27 anos, atirou contra a viatura, mas o disparo atingiu um carro que havia parado no sinal, ao lado do caminhão. No veículo estavam uma mulher e uma criança de 10 anos, mas nenhuma delas ficou ferida. "Depois, o rapaz ainda atirou mais duas vezes. Com medo, corri para trás do caminhão. Ainda bem que as pessoas que passavam pela rua não ficaram feridas", disse o pedreiro Darci Francisco Correia, de 53 anos.

A perseguição envolveu vários homens da 25ª Companhia



Renato William Nativo foi encontrado embaixo de uma cama e preso

do 18º batalhão. Os militares montaram um cerco no bairro para prender os criminosos, que fugiram pulando nos telhados de várias casas. Com a arma em punho, Jarbas acabou entrando na residência da dona de casa Bernadete Ferreira Santos, de 45 anos. "Eu levei um susto. Pedi para ele sair e não fazer nada contra mim".

Ao tentar pular para um imóvel vizinho, o criminoso foi surpreendido pelos PMs. Houve troca de tiros e ele acabou baleado três vezes e morreu ao dar entrada no Hospital Municipal de Contagem. O comparsa dele, Renato William de Paulo Nativo, de 22 anos, foi preso sem ferimentos, em outra casa, escondido debaixo de uma cama.

SEGURANÇA

LEI OBRIGA BANCOS A TEREM DIVISÓRIAS

CLÁUDIA GIÚZA

Especial para o Super Notícia

Depois da proibição do uso dos celulares, que tem se mostrado ineficiente na repressão ao crime conhecido como saídnha de banco, Belo Horizonte tem uma nova lei para reprimir a ação de criminosos contra os correntistas. Está em vigor na capital a norma que obriga agências bancárias a instalarem biombo que separem as pessoas que aguardam na fila das que são atendidas nos caixas. As instituições financeiras têm até 7 de setembro para se adequarem. Caso contrário, ficam obrigadas a pagar multa diária de R\$ 50 mil.

A lei sancionada pelo prefeito Marco Lacerda reforça a proibição do uso dos celulares nas agências, já prevista em lei estadual em vigor em Minas desde janeiro deste ano. Pela norma municipal, de autoria do vereador Reinaldo, o "Fresto do Sacolão" (FMDB), os bancos ficam obrigados a instalar um painel eletrônico entre os caixas e o espaço reservado para as filas que avise a ordem de atendimento.



Quadrilha que praticava saídnhas foi presa em janeiro

Os biombo, de 2 m de altura, terão que ser de material fosco que impeça a visibilidade da movimentação nos caixas.

A Polícia Militar não informa estatísticas sobre esse tipo de crime, mas um levantamento feito pela reportagem do Super Notícia a partir das ocorrências divulgadas pela corporação mostrou que maio foi campeão de casos, neste ano. Em um

intervalo de apenas três dias, a Polícia Militar foi acionada para atender oito ocorrências. Números de 2010 apontam que a média mensal da capital é de 70 casos, o que representa duas saídnhas de banco a cada dia. "Não podemos garantir que a lei vai acabar com as saídnhas, mas inibe a prática, que vem crescendo na capital", explicou o vereador.

HPS JOÃO XXIII

TETO DO CTI CEDE E INTERDITA 9 LEITOS

Um problema na instalação hidráulica fez o teto ceder no Centro de Tratamento Intensivo (CTI) do Hospital de Pronto-Socorro (HPS) João XXIII, na noite de anteontem, o que provocou a interdição de nove dos 48 leitos da ala.

De acordo com a assessoria de imprensa do hospital, a equipe de manutenção foi acionada

de imediato, mas ninguém ficou ferido. Ainda segundo o HPS, o problema foi resolvido na manhã de ontem.

A direção da unidade está apurando as causas do incidente, já que o CTI passou por reformas em meados de 2008. No ano passado, vários setores do HP foram ampliados e reformados.

SUL DE MINAS

PMs TERIAM AGREDIDO GRUPO DE CIGANOS

Um caso grave de agressão envolvendo dois soldados da Polícia Militar, um funcionário público da Prefeitura de Capetinga, no Sul de Minas, e pelo menos 30 ciganos está sendo investigado pela Polícia Civil de Cássia, na mesma região. O fato ocorreu em um acampamento no centro de Capetinga. Bar-

racas e dois carros foram incendiados e alguns ciganos ficaram feridos.

"Ouvimos cinco testemunhas que não tem nenhuma relação com os policiais nem com os ciganos. Todas afirmaram que os causadores de tudo foram os militares. Disseram que eles estavam alcoolizados, que invadiram um circo e che-

garam a agredir pessoas na frente de crianças, no meio de um espetáculo", afirmou o delegado à frente do caso, Marcos Roberto Piedade do batalhão da PM, por meio de nota, disse que os policiais foram cercados por um grupo de ciganos e agredidos com pedras e pauladas.

COOPERATIVA

MULHER QUEIMADA EM EXPLOÇÃO MORRE

Morreu ontem a mulher de 38 anos que teve mais de 90% do corpo queimado durante um acidente de trabalho em uma cooperativa de aplicadores no bairro Jardim Canadá, em Nova Lima, na região metropolitana de Belo Horizonte. A vítima estava internada há quase duas semanas na Unidade de Tratamen-

to Intensivo (UTI) para vítimas de queimaduras do HPS João XXIII. De acordo com informações de testemunhas no local, ela trabalhava sozinha em uma caldeira onde se fazia um procedimento para separar mel e própolis. Por um descuido, o equipamento explodiu enquanto ela trabalhava.

SUL DE MINAS

LADRÕES FINGEM SER POLICIAIS

Homens entraram em boate armados e roubaram dez clientes

Dois homens se passaram por policiais civis para assaltar uma boate na zona rural de Monte Belo, no Sul de Minas, durante a madrugada de ontem. Eles aproveitaram uma queda de energia na região, às margens da BR-491, para anunciar

uma falsa batida policial e entrar no estabelecimento comercial armados. Os homens fugiram a pé e, até o final da tarde de ontem, não tinham sido localizados. Segundo o cabo Reginaldo Miranda, testemunhas disseram que os as-

saltantes estavam encapuzados e vestindo jaquetas pretas. Depois de uma queda de energia, por volta da 0h15, os assaltantes entraram na boate se passando por policiais civis à paisana, dizendo que iriam investigar uma denúncia de tráfico de dro-

gas. Dentro da boate, eles renderam cerca de dez pessoas com um revólver calibre 38. Eles levaram R\$ 800 do caixa, três garrafas de uísque, uma caixa de energético, dois celulares e uma quantia não contabilizada em dinheiro dos clientes.

Breves

SUL DE MG

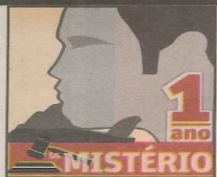
Após matarem 14 ovelhas, três cães da raça pit bull quase atacaram um homem de 59, dono de um sítio. Para se defender, ele atirou contra os animais. Dois morreram e um fugiu. Tanto o homem que atirou quanto o proprietário dos cães foram detidos.

CAÇA-NÍQUEIS

Um patrulhamento de rotina culminou na prisão de três mulheres, de 21, 38 e 45 anos, ontem, no centro de Belo Horizonte. Segundo policiais militares do 13º batalhão, em um bar da rua dos Caetés foram apreendidas seis máquinas caça-níqueis e R\$ 93.

FUGA EM POMPÊU

A Polícia Militar de Pompêu, na região Central de Minas Gerais, está à procura de cinco presos que fugiram da cadeia da cidade na madrugada de ontem. Segundo a PM, eles serraram as grades da cela e fugiram pelos fundos da cadeia.



“ESTOU COÇANDO PARA VOLTAR AO CASO BRUNO”

Ércio Quaresma diz que, no dia do júri, atuará como advogado de defesa e provocou o agora inimigo delegado Edson Moreira

TÂMARA TEIXEIRA
tatesuper@supernoticia.com.br

Desvendar os detalhes da morte de Eliza Samudio foi, por muitas vezes, somente o pano de fundo das investigações. A briga de egos e a disputa pelos holofotes na mídia entre advogados e delegados se tomaram, em muitos momentos, o centro das atenções. A investigação terminou, mas a rivalidade entre defesa e acusação promete render ‘pano para manga’ até o julgamento.

Depois de ser demitido do ca-

so pelo próprio goleiro Bruno e com a imagem arranhada pelos flagrantes de uso de crack, o advogado Ércio Quaresma diz que está “coçando para voltar ao caso”. Polêmico, garante que voltará a atuar no processo. “Se eu não fizer o júri (popular) do Bruno, faço o de algum outro réu no processo”.

Afastado pela Ordem dos Advogados do Brasil (OAB-MG), em novembro do ano passado, Quaresma voltou à ativa três meses depois e diz que não perdeu clientes por isso. Em seu escritório, onde recebeu a reportagem

do *Super Notícia*, ele não poupou críticas ao antigo amigo e hoje rival, delegado Edson Moreira, que presidiu o inquérito.

Irônico, disse que o policial “quis ver peixinho” nas lagoas por onde comandou buscas ao corpo de Eliza. Apesar de insistir na tese de que a ex-namorada de Bruno não foi morta, Quaresma desqualificou a investigação e insinuou que o sítio do goleiro, em Esmeraldas, onde Eliza foi mantida em cárcere, teria sido o local de desova do corpo. “Ele (Edson Moreira) pescou essa mulher em todas as lagoas, mas

não foi ao sítio do Bruno”.

Para o desembargador Herbert Carneiro, do Tribunal de Justiça, faltou ética. Em uma clara referência a Ércio Quaresma, Carneiro disse que as alterações de depoimentos, as retratações e suspeitas de testemunhas intimidadas influenciaram seu voto para manter o goleiro preso em um dos inúmeros pedidos de habeas corpus apresentados pela defesa do jogador. Na época, a família de Bruno denunciou que estava sendo ameaçada por Quaresma para que ele fosse mantido no caso. Ele lembrou os vá-

rios casos em que “disputou” com Edson Moreira a audiência em programas de televisão. “Ele (Edson) transformou a investigação em um circo. Eu sou o palhaço. Pelo menos, faço as pessoas rirem. Ele só faz chorar”. Para o delegado, Quaresma e outros advogados do caso prejudicaram os réus. “Enquanto eles provocavam a polícia, nós trabalhávamos e produzíamos provas”.

Nesta semana, o *Super Notícia* publica uma série de matérias especiais sobre o crime que chocou o Brasil.



DANIEL IGLESIAS



CHARLES SILVA DUARTE

Minientrevista

“CONTINUO AFIADO. SOU CRUEL”

ÉRCIO QUARESMA
EX-ADVOGADO DE BRUNO

O que aconteceu com Eliza? Não tenho a menor ideia. Morta ela não está. Não vi certidão de óbito.

O que é capaz de reverter esse cenário que aponta para a condenação de Bruno? Uma boa defesa. Vai depender dos jurados. Os holofotes estão apagados. Isso é ótimo. Diminui o clamor.

O mistério sobre Eliza terá desfecho? É da competência da polícia investigar. Se eles não têm competência para isso...

O senhor continua afiado? Muito. Eu sou cruel. Foram à lagoa, à casa do Paulista (Bola), mas não foram ao sítio (risos). Ele (delegado Edson Moreira) quis ver peixinho na lagoa do Nado, na Várzea das Flores. Ele pescou essa mulher em todas as lagoas, mas não foi ao sítio do Bruno. Se mataram ela e jogaram no sítio, ela está lá plantada, igual mandioca. (TT)

Advogado Ércio Quaresma foi demitido por Bruno e suspenso pela OAB

Delegado afirmou que polícia produziu provas enquanto era provocada

Minientrevista

“ELES SÃO BURROS. DEIXARAM RASTROS”

EDSON MOREIRA
DELEGADO

Como o senhor define Bruno? Uma pessoa muito má. Um cara perigoso, frio, calculista, impiedoso e que gosta de bater em mulher.

O crime foi perfeito? Claro que não. Eles estão presos e nós desvendamos tudo. Eles são burros. Deixaram muitos rastros.

O senhor acha que um dia o corpo irá aparecer? Só se o Bola abrir a boca. Nem o Bruno nem o Macarrão sabem onde ela está. Só o Bola.

É possível que alguém assuma a culpa no julgamento para livrar Bruno? O Macarrão faria isso. Ele fez uma tatuagem nas costas. Não faria isso?

Os advogados atrapalharam as investigações? Eles prejudicaram os próprios clientes. Enquanto eles provocavam a polícia, nós trabalhávamos e produzíamos provas. (TT)

Advogado aposta que Bruno será absolvido por jurados

Menos polêmico que Ércio Quaresma, o atual advogado de Bruno, Cláudio Dalledone, aposta que irá conseguir livrar o jogador de uma condenação no júri popular que, segundo ele, irá ocorrer ainda em dezembro deste ano.

Para Dalledone, o maior desafio não será provar a inocência do cliente diante dos jurados, mas combater o pré-julgamento que, para ele, já foi feito pela imprensa. “A mídia já o condenou. Os jornalistas viraram juizes e os editores são os desembargadores. O júri vai combater a tirania da imprensa”, disse.

O defensor afirma que Bruno irá reverter a situação quando falar com a imprensa e contar sua versão do que houve com Eliza Samudio. Preso há quase um ano na Penitenciária Nelson Hungria, em Contagem, na região metropolitana da capital, o goleiro espera o julgamento do habeas corpus pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ), em Brasília. (TT)

Super Quer receber notícias e ficar atualizado sobre as festas, exposições, feiras e eventos? Assinatura é grátis e cada mensagem recebida custa apenas R\$ 0,10 - impostos. Nos primeiros 15 dias, a partir da data da assinatura, esse canal é grátis! Envie uma mensagem de texto para 49810 com o código "AGITO".

Informações: 31 2191-3238

BH FOR
www.bhfor.com.br

FEIRÃO DE SEMINOVOS

60 MESES GRÁTIS

SEMINOVOS COM GARANTIA BH FOR. sem entrada

- EMPLACAMENTO
- IPVA 2011 TOTAL
- TRANSFERÊNCIA
- 40 LITROS DE COMBUSTÍVEL

Polo Sedan 1.6 DH Gás	160722 - PRETO	R\$ 20.490
Mille Economy 4P Flex	09/10 - INDETERMINADO - VERDE	R\$ 20.990
Savvero 1.6 Flex	08/08 - INDETERMINADO - VERDE	R\$ 21.790
Ford Ka Flex	08/08 - INDETERMINADO - PRETA	R\$ 21.990
Fiesta Sedan 1.0	10/11 - INDETERMINADO - PRETA	R\$ 22.990
Fiesta Sedan 1.6	08/08 - COMPLETO - INDETERMINADO - PRETA	R\$ 24.990
Fiesta 1.6 Flex	08/08 - COMPLETO - INDETERMINADO - PRETA	R\$ 25.700
Focus GL 1.6	07/08 - COMPLETO - INDETERMINADO - PRETA	R\$ 26.990
Fiesta 1.6 Flex	07/08 - COMPLETO - INDETERMINADO - PRETA	R\$ 27.990
Neriva 1.8 Flex	07/08 - COMPLETO - COCADO - INDETERMINADO - PRETA	R\$ 28.990
Fiesta Sedan 1.6	07/08 - COMPLETO - INDETERMINADO - PRETA	R\$ 29.990
EcoSport XLT 1.6	06/05 - COMPLETO - INDETERMINADO - PRETO	R\$ 29.990
Siena EL 1.0	06/05 - COMPLETO - INDETERMINADO - VERMELHO	R\$ 30.490
Picanto 1.0	10/11 - COMPLETO - COCADO - INDETERMINADO - PRETA	R\$ 32.990
Punto ELX 1.4	06/07 - COMPLETO - INDETERMINADO - VERMELHO	R\$ 34.990
Ranger XLS 2.5	06/07 - DUPLO - CAROLINA - INDETERMINADO - PRETA	R\$ 41.900
Stilo Sporting Dualogic 1.8	06/07 - COMPLETO - INDETERMINADO - PRETA	R\$ 42.900
Focus GLX 1.6	10/11 - COMPLETO - INDETERMINADO - PRETO	R\$ 48.900

MELHOR AVALIAÇÃO DO SEU USUÁRIO NA TROCA

CIAPENHOVA 3514-5100
LOURDES 3514-5200
MURIAE-MG 3729-2400

Seminovos com garantia BHFOR. Financiamento através da BV Financeira. Tarifas bancárias não inclusas. Primeiro vencimento para 30 dias após a compra. O CET será informado de acordo com o modelo escolhido. Crédito sujeito a aprovação. Oferta válida até 09 de junho de 2011. Reservamos o direito de correção de possíveis erros gráficos.

FAÇA SEUS NEGÓCIOS EM SEU VEÍCULO RESULTAMENTE

POLÍTICA

PALOCCI SE DESPEDE "SEM TRISTEZAS"

Na passagem de cargo, ex-ministro diz que deixa função "de cabeça erguida"

Em discurso recheado de citações poéticas e metáforas, o ex-ministro da Casa Civil, Antonio Palocci, agradeceu ontem o apoio da presidente Dilma Rousseff, dos seus colegas ministros e desejou sorte à sua sucessora no cargo, Gleisi Hoffmann (PT), antes de entregar oficialmente o posto após denúncias de enriquecimento ilícito durante seu mandato como deputado federal, entre 2006 e 2010.

absoluta tranquilidade. Minhas atividades foram sendo progressivamente contaminadas pelo ambiente político. Se vim para o diálogo, agora pretendo preservá-lo", destacou o, agora, ex-ministro.

Ao se referir à nova ministra da Casa Civil, Gleisi Hoffmann, ele a confortou sobre o que encontrará no cargo. "Você encontrará na Casa Civil servidores leais e comprometidos com o bem do país", ressaltou. A presidente Dilma Rousseff não escondeu o mau humor e a contrariedade em ter de abrir mão do seu principal ministro. Durante toda a cerimônia, Dilma ficou com o semblante pesado, sem sorrir em nenhum momento. Ela iniciou seu discurso lamentando a saída de Palocci.



Para Palocci, suas atividades foram sendo "contaminadas" pelo ambiente político

"Senhora presidenta, não quero fazer desse ato um momento triste. A vida é um desafio permanente", disse Palocci. Ele comentou sua saída do governo e argumentou que foi prejudicado por questões políticas. "Nos últimos dias, o governo transcorreu na mais

Repercussão A queda do ministro Antonio Palocci foi destaque nos principais jornais dos Estados Unidos, França, Espanha e Argentina. Todos enfatizaram que o petista era uma espécie de "homem forte" da presidente Dilma Rousseff.

fa da Casa Civil, destacando que não vai conduzir a articulação política do governo.

Em um afago à base aliada, ela disse que foi escolhida devido à sua trajetória política e que a presidente Dilma Rousseff demonstrou apreço ao Congresso com a es-

colha. "Foi na Casa Civil que a presidente Dilma mostrou sua capacidade para conduzir a nação no desenvolvimento. Pretendo trabalhar com a mesma lealdade e seriedade da presidente", disse Gleisi.

Comix. O concreto 5X melhor para sua obra.

- Economia • Tecnologia • Segurança
- Facilidade • Garantia

O concreto que vai fazer a diferença na hora de você construir ou reformar.

Programa já sua entrega!
Belo Horizonte | Contagem | Vespasiano

Central de Vendas
2105-0505 | 2105-0517 | 2105-0528
SAC 0800 704 6555

LAFARGE
mistura prima para a vida

Breves

RESTITUIÇÃO
A Receita Federal liberou, ontem, a consulta ao lote multitercício do Imposto sobre a Renda da Pessoa Física, que inclui o primeiro lote de restituição da declaração de 2011 e lotes da malha fina dos anos de 2010, 2009 e 2008. No total são R\$ 2 bilhões que serão depositados na conta de 1.550.877 contribuintes.

ATENÇÃO SERVIDORES ESTADUAIS E FEDERAIS APOSENTADOS E PENSIONISTAS DO INSS

EMPRESTÍMIO RÁPIDO E FÁCIL

INSS, SEPLAG, PM, BOMBEIROS, IPSEMG, IPISM, SIAGE, FORÇAS ARMADAS, PREFEITURAS, COPASA, MGS e TRIBUNAIS.

Temos as melhores condições com as melhores taxas em mais de 10 bancos e ainda conseguimos empréstimo sem margem. Recomendamos sua dívida e liberamos um bom dinheiro para você!

24X	48X	60X	84X
R\$ 5.000,00	R\$ 286,05	R\$ 177,25	R\$ 153,26
R\$ 10.000,00	R\$ 567,50	R\$ 351,08	R\$ 304,86
			R\$ 265,51

Venha nos visitar ou ligue agora mesmo!
0800 276 20 80 - 31 - 3303 1650

classic soluções financeiras
Ed. Mesbla: Av. Afonso Pena, 262 - 11º andar

APARELHOS AUDITIVOS PELO PREÇO QUE VOCÊ PODE PAGAR.

A PARTIR DE R\$ 92,00 MENSAIS

- Grande variedade em aparelhos
- Qualidade incomparável
- Os melhores preços do mercado
- 02 anos de garantia.

AURA aparelhos auditivos
Qualidade, inovação, garantia e atendimento.

Tel: (31) 2516-9200
Av. Brasil, 84-loja 12, Santa Efigênia-Belo Horizonte- MG

0800 085 1000 | www.audiaura.com.br

ISABELITA

Jorge Omar Iglesias, conhecido como Isabelita dos Patins, de 62 anos, recebeu alta do hospital ontem, segundo o boletim médico do Instituto Nacional de Cardiologia, no Rio de Janeiro, onde estava internado. Ele fez um cateterismo para desobstruir uma artéria e deverá ficar um mês sem fazer exercício físico.

MINHA CASA, MINHA VIDA

BH CONTINUA COM RECURSO MENOR PARA MORADIA

Só 1.470 das 10 mil casas previstas para famílias de baixa renda foram feitas; preço não é viável

ANA PAULA PEDROSA

O orçamento de Belo Horizonte deve continuar defasado na segunda etapa do Minha Casa, Minha Vida, que será anunciada no próximo dia 14. Hoje, o valor do subsídio para imóveis destinados a famílias com renda de até três salários mínimos é de R\$ 46 mil. No Rio de Janeiro, o valor é de R\$ 51 mil e em São Paulo e Brasília, R\$ 52 mil. A expectativa é que o valor seja reajustado para algo entre R\$ 52 mil e R\$ 55 mil na capital mineira, teto considerado insuficiente por especialistas.

«Esse preço fica bem longe da viabilidade de mercado. Mais uma vez, Belo Horizonte ficará prejudicada», diz o vice-presidente do Sindicato da Indústria da

Construção Civil (Sinduscon-MG), André de Sousa Lima e Campos. Segundo ele, o valor ideal para cobrir os custos com as obras, incluindo as melhorias de projeto já previstas, seria entre R\$ 65 mil e R\$ 68 mil. Campos diz que não há justificativas para que os subsídios em Belo Horizonte sejam menores do que os do Rio de Janeiro. «São Paulo tem mesmo um custo maior, em torno de 12%, mas, comparando com o Rio, é semelhante», afirma. Ele diz que desde o lançamento do programa, em 2009, o setor vem pleiteando reajustes.

Melhorias

Os imóveis destinados à baixa renda na Minha Casa, Minha Vida 2 terão melhorias como cômodos mais amplos, portas mais largas para acesso de deficientes e acabamento melhor, como banheiros azulejados.

Com o valor defasado, a capital mineira ficou muito longe de cumprir a meta de atendimento à população mais carente, com renda de até três salários mínimos. Inicialmente, a meta era atender a 10 mil famílias. Apenas 1.470 unidades estão em construção para famílias na menor faixa de renda.

«O preço do terreno sempre foi um problema na cidade», diz o presidente da Câmara Brasileira da Indústria da Construção, Paulo Safady Simão. Ele explica que as novas planilhas ainda serão detalhadas pelo governo federal, mas acredita que as novas regras do programa não irão equiparar Belo Horizonte ao Rio de Janeiro. Quando o programa foi lançado em 2009, houve fila de dobrar quarteirão para o cadastro das famílias interessadas, em Belo Horizonte.

CHARLES SILVA DUARTE - 27/4-2009



Fila na distribuição dos formulários para o Minha Casa, Minha Vida

SÃO PAULO

BABÁ É FLAGRADA BATENDO EM BEBÊ

REPRODUÇÃO/G1

Uma babá de 57 anos é suspeita de ter agredido duas crianças – um menino de dois anos e uma menina de seis meses – que estavam sob seus cuidados, na cidade de Andradina, interior de São Paulo.

Segundo informações da Secretaria de Segurança Pública, os pais das duas crianças relataram à polícia que as câmeras de segurança instaladas na residência flagraram a babá sendo agressiva, principalmente, com a menina.

Eles afirmaram ainda que a babá dava tapas e empurrões nas crianças, que tiveram uma mudança de comportamento depois que a mulher foi contratada. Com isso, os pais demitiram a babá e registraram um boletim de



Câmeras de segurança flagraram a agressão da babá

ocorrência. A polícia esteve ontem na casa da suspeita, mas ela não foi localizada. O marido disse à polícia que ela não retornou à residência desde que as imagens da agressão foram divulgadas por algumas

emissoras de televisão. Os pais das crianças foram ouvidos pela polícia ontem. O caso foi registrado e encaminhado para a Delegacia de Defesa da Mulher, que está respondendo pelas investigações.

Namorar é ser Feliz

Promoção Amor com Cor

Deixe a sua Dia dos Namorados mais colorida com os presentes Água de Cheiro.

Verão em Ideais R\$ 19,90

Atrativos R\$ 39,90

Garhe em Ideais

Agua de Cheiro Bonito é ser feliz.

BELO HORIZONTE

BH Shopping (11) 3256-9097

Hard Br - 1º Top (11) 3256-9097

BH Shopping Hard Br - 2º Top (11) 3256-9097

Shopping Cidade (11) 3224-5226

Business Shopping (11) 3224-5226

Shopping Via Ceu Azul (11) 3224-5226

Shopping Plaza Anchieta (11) 3224-5226

Shopping Norte (11) 3224-5226

Via Shopping Barroco (11) 3224-5226

Shopping da Rê (11) 3224-5226

Meia Shopping (11) 3428-4212

Rua União/Pedras 1468 B, Barão (11) 3224-5226

Av. Alameda, 555, Ipa 01, Centro (11) 3224-5226

Rua Itaipava, 123, Morib (11) 3482-9692

Av. Henrique Sales, 880, Ipa 09 (11) 3224-5226

Av. Santa Epitácia, 1073, Ipa 09 (11) 3224-5226

Av. Alameda, 216, Ipa 03, Centro (11) 3224-5226

Rua Barão de Copacabana, 246, Ipa 03, Centro (11) 3224-5226

Av. Fátima, 151, Centro (11) 3224-5226

Av. 22 de Abril, 1309, Ipa 03, Centro (11) 3224-5226

Rua Santa Fé, 103, Centro (11) 3224-5226

Condição de Jacuizinho, Jardim (11) 3224-5226

Av. Doutor Cristiano Guimarães, 1754, Ipa 04, Ipanema (11) 3424-4345

Rua Heliópolis, 1405, Ipa 06, Funcionários (11) 3224-5226

Rua Marquês de São, 22, Ipa 06, Funcionários (11) 3224-5226

Alameda Itália, 1114, Ipa 06, Funcionários (11) 3224-5226

Rua Antônio Lemos, 208, Ipa 01, Casa Verde (11) 3224-5226

Rua Povo Alegre, 1059, Ipa 20, Morib (11) 3224-5226

Av. Professor Manoel Romão, 1050, Ezequiel (11) 3224-5226

Praca da Federação, 192, Ezequiel (11) 3224-5226

Ipa 04 (Praça da Fica), Condição Ezequiel (11) 3224-5226

Rua Povo Alegre, 2490, Ipa 12, Povo Alegre (11) 3224-5226

Av. Alameda, 216, Ipa 03, Centro (11) 3224-5226

Rua de Goiás, 1354, Ipa 04, Centro (11) 3224-5226

Av. Isabel Duarte, 70, Ipa 04, Centro (11) 3224-5226

Alameda Itália, 1114, Ipa 06, Funcionários (11) 3224-5226

Rua Povo Alegre, 1059, Ipa 20, Morib (11) 3224-5226

Av. C. de Top Verde Nova (11) 3421-9977

Av. Alameda, 565, Centro (11) 3224-5226

Av. Rio Maribá, 344, Rio do Carmo (11) 3224-5226

Rua São João, 2, Ipa 12, Centro (11) 3224-5226

Condição, Jardim Povo Alegre (11) 3224-5226

SANTA LUIZA

Rua Bento do Rio Branco, 130, Centro (11) 3634-6771

LAOJA SANTA

Rua Bento do Rio Branco, 130, Centro (11) 3634-6771

NORMA LIMA

Rua São João, 100, Centro (11) 3634-6771

RESERVA DAS NEVES

Rua Anísio de Costa, 70, Centro (11) 3634-6771

MATOSINHOS

Av. C. de Top Verde, 86, Centro (11) 3224-5226

PESQUISA

Rua Comendador Antônio Azeiteiro, 379, Centro (11) 3634-6771

*Promoções válidas até 12/06/2011, em enquanto durarem os estoques.

BOMBEIROS

MANIFESTAÇÃO PODE ESPALHAR

Deputados temem que protesto da categoria no Rio de Janeiro se espalhe pelo país



Bombeiros e familiares nas escadarias da Assembleia

Parlamentares que estiveram reunidos na tarde de ontem com o ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, manifestaram preocupação com a situação dos mais de 400 bombeiros detidos desde o último domingo no Rio de Janeiro. O grupo, que protesta por melhores salários e condições de trabalho, está detido no ginásio do quartel em Niterói.

Os 12 parlamentares que estiveram com o ministro temem que protes-

tos semelhantes se espalhem para outros estados do país. Segundo o Presidente da Força Sindical, deputado Paulo Pereira da Silva (PDT-SP), as condições salariais e de trabalho dos bombeiros não estaria sendo motivo de protestos só no Rio de Janeiro, como ocorreu no último final de semana. "Temos a informação de que essas manifestações estão se espalhando pelas polícias militares e bombeiros de varias partes do país", disse Pauli-

nho.

A assessoria do governo do estado alegou que, de janeiro de 2007 a julho de 2010, os bombeiros militares tiveram reajustes anuais que elevaram suas remunerações em 29,73%. A assessoria afirma que a Assembleia aprovou este ano uma lei que resultará em um aumento acumulado em oito anos de 100,8% na remuneração do soldado, passando de R\$ 1.034,11 para R\$ 2.077,25, em dezembro de 2014.



NOIVA

Elaine Davidson, que detém o recorde de mulher com mais piercings no mundo com seus 6.925 piercings, posa para foto do lado de fora de um cartório em Edimburgo, na Escócia.

PREÇO NUNCA VISTO

LÂMPADA FLUORESCENTE COMPACTA, ESPIRAL, 15W LUZ DO DIA SOLEIL

R\$ 3,90 Estoque: 1000 peças

Loja Elétrica Ltda. Desde 1947
www.lojaeletrica.com.br

Valido de 01/06/2011 a 30/06/2011

ANIL - Prof. José Vieira de Mendonça, 11 - Engenheiro Nogueira - BH/MG - Fone: 31 3218-8000
CEASA - BR 040 - KM 068 - Pavilhão 2 - 11,9 - 10 e 12 - Carangá/MG - Fone: 31 3358-0900
CENTRO - Av. Santos Dumont, 402 - Centro - BH/MG - Fone: 31 3218-8400
PEDRO II - Av. Pedro II, 2703 - Padre Estaquillo - BH/MG - Fone: 31 3218-8500
SICON - Av. N. Senhora do Carmo, 1242 - São - BH/MG - Fone: 31 3218-8700
IPATINGA - Av. José Júlio da Costa, 1145 - Iguaçu - Ipatinga/MG - Fone: 31 3828-1800

lojaeletrica@lojaeletrica.com.br

Na Novos Horizontes FIES sem fiadores

Novos Horizontes
Melhor que todos os centros universitários privados de Minas.

NOVOS CURSOS
Serviço Social
Tecnólogos:
Gestão da Seg. Privada
Gestão da Qualidade

Quem é EXIGENTE
escolhe a MELHOR!

0800 283 7001 - www.unihorizontes.br

VEÍCULOS
CONTRAN PROÍBE FAROL XÊNON

A instalação de faróis de xênon em veículos foi proibida pelo Contran (Conselho Nacional de Trânsito) em todo o país. A resolução 384 foi publicada ontem no "Diário Oficial da União".

Segundo o Contran, a proibição das potentes lâmpadas de xênon - iluminam até três vezes mais que faróis normais - foi implantada por um questão de segurança: a luz forte pode ofuscar a visão dos motoristas e causar acidentes.

A resolução permite a substituição dos faróis de xênon em veículos que possuem os modelos em seus projetos originais. Os carros novos fabricados antes da norma também estão liberados.

Accessórios

De acordo com o Contran, a colocação de adesivos, pinturas, películas ou qualquer outro material nos dispositivos de iluminação de veículos - conhecidas como máscaras - também foi proibida ontem.

Meta **CURSOS TÉCNICOS EM:**

Escola Técnica de Formação Profissional

- ✓ Metalurgia
- ✓ Edificações
- ✓ Mineração
- ✓ Enfermagem
- ✓ Segurança do Trabalho
- ✓ Radiologia
- ✓ Agrimensura

SEJA UM PROFISSIONAL DE SUCESSO

Rua Oliveira Lisboa, 41 - Barreiro
3384-8154 / 3384-8770
www.metaescolatecnica.com.br

Multiplex. O novo jogo da Loteria Mineira. Escolha ganhar

Plix 1 Aumente seu prêmio!

Ganhe fácil! Acerte 1 número de 0 a 9 e Ganhe 6 X o valor da sua aposta.

Aumente seu prêmio! Acerte 1 dos 4 símbolos disponíveis e **Multiplique por 5** o valor do seu prêmio.

Confira o resultado dos sorteios diariamente na rádio Itatiaia às 14h15 e 19h15.

www.intralot.com.br SAC: 4007-0900 13000 000 0300