



Narrativas espantosas: estratégias discursivas no campo jornalístico

Gabriela Pavanato Sardinha

Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – (PUC/SP). Professora da Universidade Nove de Julho (UNINOVE). Contato com a autora: gabrielapavanato@gmail.com

Resumo: O objetivo deste trabalho é estudar o uso de recursos literários folhetinescos na constituição do discurso jornalístico e na criação do estilo fait divers para, a partir de então, analisar de que maneira essa influência adentrou as mídias digitais. Especificamente, trata-se de investigar de que forma os novos fluxos de informação distribuem os seus conteúdos nos ambientes virtuais e como essa composição está baseada na interface entre ficção e sentido de realidade. O estudo se atém à observação dos portais de notícias, cuja significação articula fatos cotidianos, com folhetins e narrativas espantosas. O corpus da pesquisa é composto por portais de notícias com acessos gratuitos e abertos. Teoricamente, amparamo-nos nos trabalhos clássicos desenvolvidos para a imprensa, especialmente, na interpretação que Roland Barthes dá ao movimento narrativo próprio da notícia ao tratar do “fait divers” e do “mito”.

Palavras-chave: Jornalismo on-line. Fait divers. Folhetim. Significação. Mito

Abstract: Astounding narratives: from XIX century newspaper to XXI century gateways: The aim of this study is to investigate the use of literary feuilleton resources in the construction of journalistic discourse and in the creation of the fait divers style and, therefrom, to analyze how such influence has entered the digital media. Specifically speaking, it consists of an investigation on how the new information fluxes diffuse their content within virtual ambiances and how such composition is based on the interface between fiction and sense of reality. The study sticks to the observation of newscast gateways, whose significance articulates daily facts with feuilletons and astounding narratives. The corpus of the research is composed of newscast gateways with free and open access. Theoretically, we base upon classic works developed for the press, especially in Roland Barthes' interpretation of the inherent narrative movement of newscast, when dealing with "fait divers" and "myth."

Keywords: Online Journalism. Fait divers. Serials. Signification. Myth



1. O folhetim e a popularização dos jornais

Na busca de constituir um discurso próprio para a comunicação dos fatos, bem como para a popularização dos periódicos, o jornalismo assentou-se sobre uma linguagem própria, com uma interface ligada à literatura. As estratégias narrativas para gerar sentido de credibilidade, se alternaram entre os estilos formais e coloquiais, mas mantiveram atreladas, ficção e realidade, para a conquista de público, de receita e de poder político.

O entrelaçamento entre literatura e jornalismo está em sua origem, como revela Meyer (2005), sobre a presença do *feuilleton*, em começo do século. A forma de narrar os acontecimentos utilizando linguagem abundante, metafórica e rica em detalhes, mais se aproximava dos textos literários do que das narrativas objetivas. Embora os periódicos possuíssem marcadores inerentes à sua diagramação que separavam a parte folhetinesca no rodapé das páginas, das notícias factuais, no restante do espaço, os recursos literários romanceados, frequentemente extrapolavam esse limite e se embrenhavam na redação das notícias. Tal composição, típica do século XIX, trazia como “novidade”, a ficção, os contos e as histórias, no rodapé da página de jornal.

O êxito do rodapé com a apresentação de romances folhetinescos foi certificado pelo aumento de cópias do jornal, pois os leitores aguardavam os “próximos capítulos” nas edições vindouras. A fórmula de sucesso foi logo percebida e, por encomenda dos editores, os autores da época passaram a adaptar o romance à estrutura seriada, criando algumas técnicas, especialmente, com o intuito de gerar o suspense ideal para que o leitor, cada vez mais, desejasse ter o jornal para ler o próximo capítulo. Como explica Meyer (MEYER, 2005), passou a se valorizar um ritmo rápido, circulando grandes temas românticos, recheados de mitos e estereótipos que desenharam a forma definitiva do romance de rodapé. Conhecidos escritores franceses, produziram trabalhos com essa finalidade, como Honoré de Balzac, Eugène Sue e Alexandre Dumas.

Segundo Maria Imaculada Cavalcante (CAVALCANTE, 2005), o romance folhetinesco nessa época, em pleno movimento romântico, estava estreitamente ligado à literatura de massa. A presença da literatura folhetinesca criou “nova revolução jornalística”, como explica Meyer (MEYER, 2005). A segunda revolução jornalística foi levada adiante por Moïse Polydore Milaud (1813 a 1871) quando, em 1863, lança o *Le Petit Journal*, com a pretensão de oferecer um jornal para as massas populares sem chancela política ou literária. O periódico chegou a ter uma tiragem de 400 mil exemplares e notabilizou-se por criar e



patrocinar eventos esportivos, como corridas de bicicletas e de carros, e também por lançar, em 1884, um suplemento semanal ilustrado. Os editores estavam convencidos de que o sucesso dessa popularização estaria fincado no conceito de jornal-romance: aquele que trazia uma informação popular, reinterpretada e ficcionada. Foi então que Millaud cunhou uma expressão definitiva para essa nova “abordagem jornalística”: *fait divers*, ou seja, fatos diversos noticiados de forma romanceada, dramática e espantosa (MEYER, 2005, p.98).

Nessa nova configuração, a dramatização não estava mais confinada aos romances de rodapé, mas permeavam as abordagens de qualquer tipo de notícia.

No Brasil, a intensa influência da cultura francesa no século XIX, propiciou que os folhetins fossem importados e traduzidos para um também público cativo e fiel, que aguardava a chegada dos novos números. Entre 1839 e 1842, folhetins de autores não muito “modernos” (MEYER, 2005, p. 283) eram veiculados diariamente no rodapé do Jornal do Comércio, editado no Rio de Janeiro.

A literatura folhetinesca como parte dos meios de comunicação de massa foi confirmada com vários desdobramentos, inclusive novelas, seriados e outros produtos desenvolvidos para os jornais, revistas, rádio e televisão. Porém, a penetração mais sensível desse tipo de estratégia literária foi na narrativa dos fatos cotidianos. A presença ou não de *fait divers*, seria um divisor “classificativo” entre os tipos de jornais. Segundo Bourdieu (BOURDIEU, 1997), nesse tempo se constituiu o campo jornalístico¹, em torno da oposição entre os jornais que ofereciam notícias sensacionalistas e outros que propunham análises e comentários que, aplicados em marcar sua distinção, afirmavam abertamente valores de “objetividade”. Na visão do sociólogo, demonstrava ser um campo de oposição entre duas lógicas e dois princípios de legitimação: o reconhecimento pelos pares, concedido aos que percebiam mais completamente os valores ou os princípios internos, e o reconhecimento pela maioria, materializado no número de receitas, de leitores, que se revertiam em venda e lucro, ou seja, um veredicto de mercado.

¹ O campo jornalístico, segundo Bourdieu (1997, p. 55), advém do fato de que o mundo do jornalismo é um microcosmo que tem leis próprias e que é definido por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsões que sofre da parte de outros microcosmos. “Dizer que ele é autônomo, que tem sua própria lei, significa dizer que o que nele se passa não pode ser compreendido de maneira direta a partir de fatores externos”, explica. “Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias”. (BOURDIEU, 1997, pp. 57-58).



Um jornal se tornaria dominante quando tinha o poder de deformar o espaço à sua volta (BOURDIEU, 1997, p. 60). Ao fundir literatura aos fatos noticiosos, os jornais do século XIX tornaram-se de massa, com a tiragem na casa das centenas de milhares e a exploração da publicidade, angariando uma “fatia de mercado”. Assim, o modelo extrapolou os periódicos franceses e se espalhou pelo mundo. Tal lógica fomentou o surgimento, no final do século XIX, de “jornais de reflexão” em reação a esses jornais de grande tiragem e público, com apelo sensacionalista. Essa configuração não ocorreu apenas na Europa. Os jornais norte-americanos *New York Word* e *Morning Journal*, no final do século XIX utilizavam a mesma técnica editorial em suas notícias. O esfumaçamento da fronteira entre o “real” e as histórias contadas em capítulos nos rodapés dos jornais, também gerou o chamado sensacionalismo, pois as notícias continham traços dos folhetins de longa duração, com acentuadas notas de exageros e sentimentalismos em seus enredos.

A expressão *fait divers* aponta para a amplitude de significantes a que pode se relacionar uma determinada notícia ou expressão. No Brasil, o termo sensacionalismo aproxima-se assaz do que se refere ao *fait divers*. É bastante comum a alusão à imprensa sensacionalista como aquela que contém *fait divers* em sua maioria. Conforme aponta Ramos (RAMOS, 2012), o sensacionalismo inscreve-se e se circunscreve ao estilo apelativo, como um desvio dos trilhos das práticas jornalísticas. Segundo ele, é o antagonista do jornalismo sério e objetivo. Ramos estabelece também uma articulação entre os *fait divers* e os folhetins criando um padrão jornalístico lucrativo.

Os parâmetros discursivos do sensacionalismo têm lastro na origem do jornal, no entanto, apesar proximidade entre ambos, especialmente, no que se refere ao público-alvo e ao descompromisso com a narrativa da verossimilhança, a imprensa sensacionalista desenvolveu uma estética própria que acaba por demarcá-la e apartá-la do conceito singular dos *fait divers*. Como destaca Pedroso (PEDROSO, 1994), há um superinvestimento de efeitos nos produtos sensacionalistas, no qual o tamanho das fotos, as cores fortes em conjunto com o texto e aplicação gráfica das manchetes geram um sentido específico, bizarro, de repúdio, que se afasta dos efeitos dos *fait divers*, em geral, espantosos e surpreendentes.

A técnica que dá origem ao *fait divers* é derivada do folhetim. Sua narrativa é ficcional, mas há algo da tragédia e do literário em seu nascedouro. Aproxima-se, então, do reconhecimento feito por Ramos, “o *fait divers* é o sensacionalismo, porém não o retém, nem o reduz linearmente. Encontra-se conectado com outros dois significantes. Dialoga com os



estereótipos e com os mitos” (RAMOS, 2012, p. 156). Há algo de sensacional no *fait divers*, mas a sutileza com que permeia o discurso midiático pode surpreender. Oferece recursos discursivos para a narrativa sensacionalista, mas não se resume a isso, pois joga com diversas significações, inclusive em periódicos prestigiosos. Pedroso (PEDROSO, 1994) explica que o que diferencia os jornais de prestígio dos popularescos é a tradição editorial de credibilidade reconhecida como séria pelas elites culturais, políticas e econômicas. A longevidade dos títulos notáveis, frente à vida curta dos sensacionalistas seria outra diferença entre ambos. No entanto, em complemento ao que preconiza a autora, como particularidade dos jornais popularescos, percebe-se que os dois modos de produção são resultado de uma atividade técnica e ideológica que manipula, altera e recria a realidade, dando nova dimensão aos acontecimentos. Se a narrativa dita “objetiva” é construída para simular a maior proximidade possível com um acontecimento, em um *fait divers* há a instalação da subjetividade e o afastamento das suas causas mais prováveis. Torna-se marcante a diferença entre o fato e a versão do fato.

A mídia sensacionalista se inscreve em uma categoria determinada de comunicação, porém, o *fait divers* com a sutileza de sua instalação não se atém a essa delimitação. Sua presença acompanhou o crescimento das mídias. O tom folhetinesco, como estratégia narrativa para fatos e notícias, atravessou o século XX, adentrou o século XXI, propagado pela internet e quebrando o tabu da suposta presença exclusiva em mídias sensacionalistas.

2. De que se constitui *fait divers*?

Em 1962, Roland Barthes decifrou a estrutura dos *fait divers*. Ele classificou as peculiaridades que diferenciavam essas notícias, permitindo pô-las sob uma única rubrica, que Barthes chamou de “baú dos inclassificáveis” (BARTHES, 2009). Apesar de estranhos, os *fait divers* incitavam a leitura e estavam presentes na maior parte dos jornais e revistas. Barthes foi enfático ao dizer que o *fait divers* é uma arte de massa e forneceu um parecer sobre o seu papel, dizendo que esse consiste em preservar na sociedade contemporânea a ambiguidade do racional e do irracional, do inteligível e do insondável.

(...) essa ambiguidade é historicamente necessária na medida em que o homem ainda precisa de signos (o que o tranquiliza) mas onde é também preciso que esses signos sejam de conteúdo incerto através do *fait divers* (o que o irresponsabiliza): ele pode, por conseguinte, apoiar-se, através do *fait divers*, numa certa cultura, porque qualquer esboço de um sistema de significação é esboço de uma cultura; mas ao mesmo tempo, pode encher in extremis esta cultura de natureza, uma vez que o



sentido que ele dá à concomitância dos fatos escapa ao artifício cultural ao mesmo tempo que permanece mudo (BARTHES, 2009, p. 225).

Os elementos-chave na estrutura do *fait divers*, apontou Barthes, eram a causalidade e a coincidência. Todo os casos possuem dois termos ou duas notações. Segundo ele, *fait divers* estão amparados na relação entre a forma – ligada à linguagem do jornal – e o conteúdo que, embora seja relativo aos temas participantes da vida humana (crimes, roubos, assassinatos), ganham uma outra notação no discurso. Ramos explica que o *fait divers* teorizado por Barthes foi concebido “dentro da primazia do sentido trágico”, com uma estrutura semiológica fechada, historicamente, em que a vida humana se explica pela determinação e pela intervenção do divino (RAMOS, 2012).

O *fait divers* é parecido com o conto e com a novela, ressaltava Barthes (BARTHES, 2009), porque se constitui para ser imediato, total – todas as informações estão presentes de uma única vez, as circunstâncias, causas, resultados etc. As outras notícias derivadas de assuntos recorrentes, como política e economia, por exemplo, estão mais aproximadas do romance, por narrativas que personalizam os seus atores. Outro aspecto é que não há *fait divers* simples, constituído por apenas uma notação, pois “o simples não é notável” (BARTHES, 2009, p. 217).

A causalidade é aplicada, geralmente, ao que chamou de “poderosos estereótipos”, como crimes passionais, apostos a personagens também estereotipados, como crianças, mulheres e idosos, que intensificam as essências emocionais. Em virtude desses estereótipos, a causa esperada, nem sempre é a que aparece, criando uma ruptura diante da expectativa do que seria o esperado e o que se obtém da construção do *fait divers*. “Certos *fait divers* se desenvolvem por vários dias: isso não rompe sua imanência constitutiva, pois ele implica sempre uma memória extremamente curta.” (BARTHES, 2009, p. 217). Para ele, a regra é “pequenas causas, grandes efeitos”. A coincidência é o fator ligado à repetição do mesmo e o apelo ao senso comum, sobre as questões do destino e da fatalidade. Neste caso, busca-se aproximar dois temas distantes, estabelecendo uma relação de contrariedade e utilizando-se de recursos, como a antítese. Barthes explicava que a fatalidade constituída nos *fait divers* não está só relacionada à coincidência, mas também à causalidade “arranjada, suspeita, duvidosa, irrisória”.

Poder-se-ia dizer que a causalidade do *fait divers* é incessantemente submetida à tentação da coincidência, e que, inversamente, a coincidência é aí incessantemente fascinada pela ordem da causalidade. Causalidade aleatória, coincidência ordenada, é na junção desses dois movimentos que se constitui o *fait divers*: ambos acabam, com efeito, por recobrir uma zona ambígua onde o acontecimento é plenamente



vivido como um signo cujo conteúdo é, no entanto, incerto. Encontramo-nos aqui, se se quiser, não num mundo de sentido, mas num mundo da significação (BARTHES, 2009, pp. 224-225).

Barthes ressaltava que o *fait divers* é literatura, mesmo que má. A relação de coincidência aproxima dois percursos de significação, inicialmente, distantes entre si. Ao fundir os percursos em apenas um, sente-se a aproximação brusca, como uma relação de contrariedade (por exemplo, pescadores pescam uma vaca). Ela é ainda mais espetacular, quando inverte a situação esperada para certos estereótipos (assaltantes são assaltados após o assalto). Assim, a causalidade inverte-se em virtude de um desenho simétrico. “Este movimento era bem conhecido na tragédia clássica, onde tinha até um nome: clímax” (BARTHES, 2009, p. 223). O clímax é uma expressão de azar, pois no justo momento em que o personagem iria conquistar algo, um acaso lhe acontece. No entanto, dada a repetição dos “fenômenos”, sorte e azar deixam de ser neutros e acabam invocando um acaso que significa algo, que o converte em significação e passa a figurar, de certa forma, como “uma obra do destino”.

A relação de coincidência implica em uma certa ideia de destino, pois qualquer coincidência é um signo ao mesmo tempo indecifrável e inteligente: é com efeito através de uma espécie de transferência, cujo interesse é por demais evidente, que os homens acusam o destino de ser cego. Quando o sentido surge da conjunção de uma antítese ou de um paradoxo, evidencia-se toda a contrariedade de um mundo construído: “um deus ronda por detrás do *fait divers*”. (BARTHES, 2009, p. 228).

O que diferencia um *fait divers* de outros tipos de notícias é que esse interroga a visibilidade das coisas, conforme aponta Alencar (ALENCAR, 2005). Na Idade Média, os *fait divers* eram cantados pelos trovadores, que não raro os dotavam de coloração sobrenatural. Histórias de assassinios, adultérios, incestos eram disseminadas, satisfazendo a curiosidade e a compulsão gregária de repetir coisas.

O vocábulo francês nouvelle (que em português significa tanto “notícia” como “novela”) designava a aventura que alguém narrava. É a partir do século XVIII que aparecem nas gazetas, ao lado de avisos, informações de utilidade pública, as “*nouvelles à la main*”, anedotas que se destacavam da vida prática, pelo lado insólito e cômico (ALENCAR, 2005, p. 18).

Um *fait divers* está posto para espantar, prender a atenção do leitor por instantes, especialmente, porque deturpa o fato a que se liga originalmente. A curiosidade do leitor



importa mais do que sua razão. Funda-se também, na oposição humano vs divino, operando suas relações de contrariedade.

3. Mitologias e as mídias atuais

A incoerência do discurso midiático era um incômodo anterior para Barthes. Para ele, toda a mídia era uma grande criadora de mitos. Entre 1954 e 1957, já havia feito tal denúncia. Desde a escolha dos temas, até a abordagem discursiva repleta de revestimentos, ele demonstrava que havia uma verdadeira mitologia. Barthes empreendeu contra a naturalização dos valores, transformados em estereótipos evidentes, em uma obra sistemática de desmontagem e de desmistificação, mostrando como funcionava um mito na sociedade contemporânea a partir de casos concretos da vida cotidiana, mostra Dosse (DOSSE, 1993).

Essa soma de artigos, em número de 54 estudos, foi reunida por Barthes e constitui uma das principais obras do período. *Mythologies*, editado por *Le Seuil* em 1957. Somente a posteriori Barthes elaborará a teorização desses casos concretos, numa segunda parte da obra “*Le mythe aujour’hui*” [O mito hoje], que se apresenta como a definição de um programa semiológico global (DOSSE, 1993, p. 99).

Em sua obra *Mitologias*, Barthes mostra que a mídia se recobre de condições especiais para que a linguagem se transforme em mito. Trata-se de um modo de significação, por isso, o mito não se define pelo objeto da mensagem, mas pela maneira como é proferido. Para trabalhar com o mito e sair do que chamava de “denúncia piedosa” Barthes instalou um procedimento de análise por meio da qual revelou em detalhes como o mito é criado. Lembra Motta que, na nota prévia que escreveu para a primeira edição de *Mitologias*, em 1957, Barthes (BARTHES, 2010) chama o mito de “falsa evidência” e impacienta-se com suas manifestações na imprensa, na arte popular, nos guias de turismo, nos usos e costumes, por toda parte.

Sente-se interpelado pelas publicidades, campanhas de marketing, propagandas de ideias que dão coisas tão culturalmente construídas quanto o *Tour de France* de Bicicleta, a culinária da revista *Elle* e a crônica da guerra da Argélia no jornal *Le Figaro* por serem naturalmente francesas. Assim, de saída, ele escreve: “me incomodava ver o tempo todo confundidas a nossa atualidade Natureza e História, e queria reconstituir aí nessa exposição decorativa de obviedades o abuso ideológico escondido” (MOTTA, 2011, p. 140)

Motta (MOTTA, 2011) enfatiza que, de forma elegante, a obra *Mitologias* contempla o giro em falso dos discursos e ressalta que “se criticar a pretensão da *parole* ser a palavra final já era sua preocupação, desde sempre, a manobra da transfiguração da História em



naturalidade, que está no cerne da falsa consciência é algo que Barthes não cessará mais de perseguir a partir de então” (MOTTA, 2011, p. 143).

Barthes desvendou a estrutura do mito mostrando que o significante é ao mesmo tempo forma e sentido (no plano da língua), o significado é o conceito, e a correlação entre ambos é a significação. Assim, o significante (sentido e forma), desdobra-se: enquanto sentido, tem uma leitura imediata, um saber, uma memória, enquanto forma, é vazia, afastando todo o conhecimento prévio, carecendo de uma significação que a preencha e lhe dê a “leitura adequada”. O conceito, histórico e intencional, é o significado, reestabelecendo uma cadeia de causas e efeitos, motivações e intenções.

Na medida em que passa do sentido à forma (o significante no mito) perde-se o saber anterior e se investe no conceito. “De fato, o saber contido no conceito mítico é um saber confuso constituído por associações frágeis, limitadas” (BARTHES, 2010, p. 210). Quanto à significação, trata-se do próprio mito. O conceito deforma o sentido, aliena-o. O ponto de partida do mito é o final de um sentido.

A significação mítica não é totalmente arbitrária, há uma parte motivada e análoga. A motivação é essencial à duplicidade do mito, mas também é fragmentária. É a história que fornece as analogias à forma. O mito trabalha com imagens pobres, incompletas, nas quais o sentido é diminuído e, assim, disponível para uma significação, com caricaturas, símbolos, estereótipos, entre outros.

[...]o mito é constituído pela eliminação da qualidade histórica das coisas; nele, as coisas perdem a lembrança da sua produção. O mundo penetra na linguagem como uma relação dialética de atividades e atos humanos; sai do mito como um quadro harmonioso de essências. Uma prestidigitação inverteu o real, esvaziou-o de história e encheu-o de natureza, retirou às coisas o seu sentido humano, de modo a fazê-las significar uma insignificância humana. A função do mito é evacuar o real: literalmente, o mito é um escoamento incessante, uma hemorragia ou, caso se prefira, uma evaporação; em suma, uma ausência perceptível (BARTHES, 2010, p. 234).

Barthes demonstrou que o mito é uma mensagem, um sistema de comunicação, porém, que não se define pelo objeto de sua mensagem, mas sim pela forma de comunicá-lo. O mito é um sistema semiológico segundo, pois tudo se passa como se o mito deslocasse de um nível, o sistema formal das primeiras significações. O mito visa a uma ultrassignificação, a ampliação de um sistema primeiro (BARTHES, 2010, p. 225). Outra importante marca, é que a repetição do conceito, por meio de formas diferentes, permite que o mito seja decifrado, pois a insistência em um comportamento revela sua intenção.



A criação de mitos organiza um sistema ideológico e de valores, embora o mito seja “uma fala despolitizada”. A significação segunda carrega os sistemas que difunde e faz com que o leitor aceite com “naturalidade”, aquilo que é absolutamente histórico. A imprensa, de acordo com Barthes, operava uma segunda significação em suas mensagens, ultrassignificando as notícias. O conceito barthesiano sinaliza que aquilo que permite ao leitor consumir o mito inocentemente é o fato de ele vê-lo como um sistema indutivo, uma espécie de processo causal, no qual o significante e o significado mantêm relações naturais. Em suas pesquisas, Barthes identificou inúmeros exemplos de discursos ultrassignificados, difundidos na sociedade francesa. Escreveu ele que a imprensa semanal havia se transformado no centro de uma verdadeira magistratura, “como uma moral moderna, não emancipada, mas garantida pela ciência e para a qual a opinião do especialista é mais requerida do que a do sábio universal” (BARTHES, 2010, p. 127).

Em um campo midiático instaurador de mitos, com discursos ultrassignificados, a presença dos *fait divers* contribui para a distração e naturalização dos fatos enunciados, ou seja, é possível dizer que *fait divers* é um recurso enunciativo para naturalizar fatos históricos.

A criação de mitos e a narrativa espantosa de notícias são pilares que deram sustentação à mídia e extrapolaram os jornais impressos e revistas, como era o objeto de pesquisa para Barthes. Com seu trabalho, demonstrou que, além de sensacionalistas, os *fait divers* continuaram inspirados pela literatura, inicialmente, escritos para envolver e divertir. Versões fantasiosas e exageradas dos fatos que participavam do cotidiano, não apenas de maneira aberrante, mas também entrelaçadas na discursividade “objetiva” da imprensa, encontravam sua origem no folhetim, capitular e romanceado que, com o tempo, foi deixando os rodapés dos jornais e se espalhando nos amplos espaços ilimitados das novas mídias.

As mídias na atualidade não se definem mais pelo aparato de materialidade que lhes dá suporte. O encontro dos vários meios em ambiente digital ainda revela a prevalência um discurso que cria mitos e dá a ver um sentido, enquanto conota outro. Em meio a profusão de temas e notícias, ainda surgem os *fait divers* e a inefável abordagem folhetinesca colore de tons variados os discursos da comunicação atual.

Türcke (TÜRCKE, 20011) discute a prática midiática da atualidade sob a rubrica do que chama de “sociedade da sensação”, na qual destaca a disposição de um repleto aparato visual, com uma torrente de estímulos dos meios de comunicação de massa que competem para despertar e fazer parte dessas sensações. No contexto da sociedade da sensação, Türcke



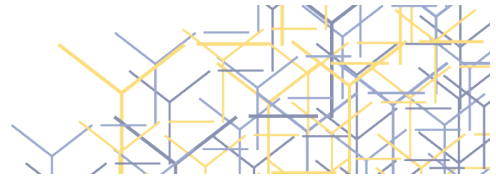
insere a prática jornalística como um “paradigma da sensação”, ressaltando o fato de que produzir notícias atingindo-se um máximo de abrangência, a coloca na “fronteira da falsificação”. Para ele, “inflar o banal, simplificar o complicado, chamar a atenção pública para determinados conteúdos e desviar de outros, pertence à imprensa como a transpiração ao corpo” (TÜRCKE, 2011, p. 6).

Sensação hoje, na linguagem coloquial, quer dizer simplesmente “aquilo de que causa sensação”. Quando a palavra passou do latim para as línguas nacionais europeias, representava bem genericamente a primazia fisiológica do sentido ou da percepção – sem nenhuma conotação espetacular. E o que é mais notável é que, justamente a alta pressão noticiosa do presente, que quase automaticamente associa “sensação” a “causar uma sensação”, não apenas se sobrepõe ao sentido fisiológico antigo de sensação, mas também o movimenta de uma nova maneira. Ou seja, se tudo o que não está em condições de causar uma sensação tende a desaparecer sob o fluxo de informações, praticamente não sendo mais percebido, então isso quer dizer, inversamente, que o rumo vai na direção de que apenas o que causa sensação é percebido. A percepção do que causa uma sensação converte-se na percepção *tout court*, o caso extremo da percepção em instância normal. Por certo, estamos apenas no princípio dessa tendência, mas a pressão econômica da concorrência global cuida para que ela se acelere – uma tendência que na alta pressão noticiosa só faz manifestar-se mais evidentemente” (TÜRCKE, 2011, p.20).

Apesar dos espaços demarcados nos suportes tradicionais do jornalismo, a dicotomia entre a mídia “séria” e a “sensacionalista” pode ficar em segundo plano com a instalação da imprensa no ambiente virtual. As novas multiplataformas midiáticas prescindem do espaço delimitado pelo papel dos meios impressos ou pelo tempo contabilizado pelas emissoras de televisão e têm como foco, o plano de conteúdo. Em época de notável acessibilidade à informação desmascara-se uma estética que ronda o clássico e o popularesco, abriga a linguagem publicitária, chega a seu público com um custo quase inexistente, permanece criando mitos. Os parâmetros são muito parecidos com a imprensa francesa do século XIX, porém trata-se do jornalismo que instala-se na internet e manifesta-se, como um importante espelho do jornalismo atual, nos portais de notícias on-line.

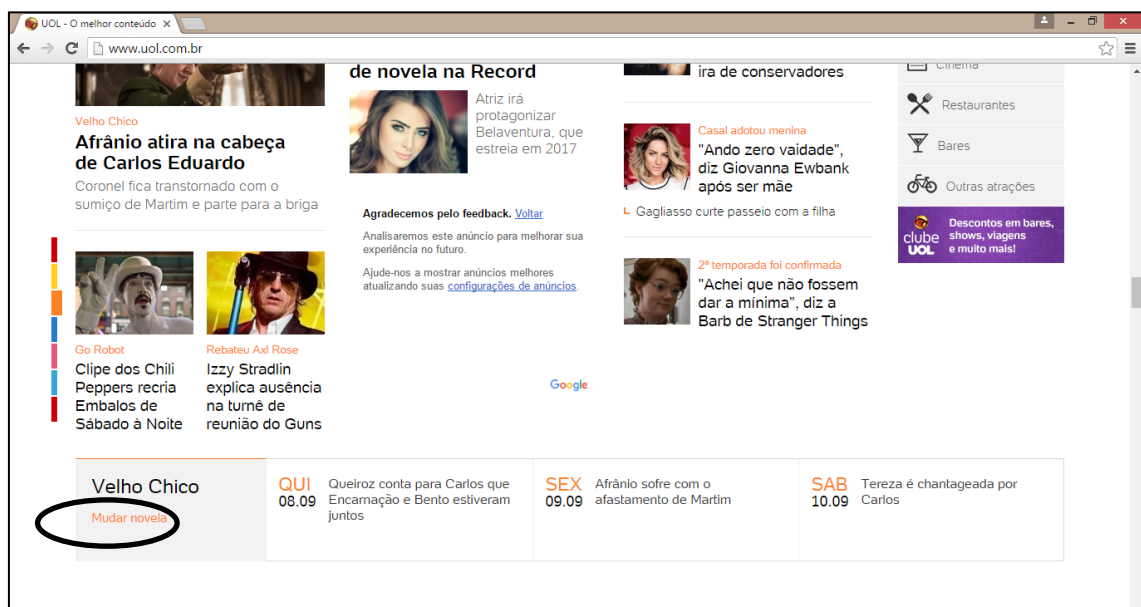
4. Do jornal impresso ao portal de notícias

O portal de notícias, como o nome sugere, é um meio de entrada, uma porta para a navegação nas infinitas páginas da internet. Como um dispositivo de acesso às informações, seu formato é a da primeira página de um jornal, pois tal qual, faz um convite aos leitores para que adentrem e mergulhem em suas matérias. No entanto, como não se trata mais de uma busca linear pelas reportagens, há a arbitrariedade inerente à navegação pelos portais de notícias que demandam ainda mais esforços para que se opere a manipulação. Reter o leitor nessa página tão efêmera exige novos esforços pelo sujeito produtor do discurso. A estratégia



enunciativa gera sentido também pela composição e fluidez de temas, para que nem seja necessário adentrar as páginas virtuais. Uma vitrine de breves resumos, manchetes conclusivas e fotos reveladoras produz efeitos como chocar, preocupar, entreter, divertir, erotizar. É com esse viés da atualidade, como destacada ultrassignificação, que os *fait divers* permeiam o jornalismo on-line. Nem mais em publicações popularescas, como de origem, ou em jornais “sensacionalistas”, como de costume, mas apenas estão ali, entrelaçando os fatos “nomeáveis” do dia, discretamente, reforçando estereótipos e expondo minorias.

Figura 1: No Portal UOL, as notícias sobre entretenimento estão em meio às demais reportagens. No estilo do rodapé dos folhetins, ao final da sessão surge as chamadas para as novelas (folhetins atuais), porém o acesso ao romance exige o acesso a outra mídia.



Fonte: UOL- www.uol.com.br

O excesso de informações no texto de um portal de notícias simula naturalidade pela presença dos *fait divers*. Tal aparência oculta a perversidade de um discurso segundo, ultrassignificado, cuja estratégia de formação de sentido está em aproximar e afastar o leitor de sua condição cotidiana, pela mescla de assuntos que lhe tocam diretamente, com outros que o distraem, pelo absurdo, fantástico e improvável em que operam. A atribuição de valores entre fatos bem distintos entre si acaba por neutralizar a fala dos textos, que tornam-se mitos. A significação é gerada pela relação entre a forma vazia e o conceito, não somente pela individualidade de cada uma das notícias, mas também pelo todo que integra.

Figura 2: Na profusão de notícias cotidianas, os temas espantosos, carregam de dramaticidade, os portais.



Fonte: G1- www.g1.com.br

Nesse novo discurso midiático há também o retorno do velho folhetim, mesmo que com nova conotação. Os recursos multimídia ampliam a presença desse gênero no jornalismo. Tira-o também do rodapé da página. Não é mais necessário que um conto ou novela sejam escritos para o portal de notícias, pois esse apropria-se dos diversos contos e novelas distribuídos pelas emissoras de televisão. Oferecem a possibilidade de assistir seus capítulos a qualquer hora, por meio das suas multiplataformas, traz “notícias” sobre o destino de personagens, promove enquetes para conhecer a opinião dos leitores, agrega colunistas “especializados” para analisar o “andamento” dos folhetins. De novo, tal qual nos periódicos franceses do século XIX, as fronteiras entre a ficção e a realidade são esfumaçadas. É no cotidiano fabricado de um *Reality Show* que notícias são extraídas e enunciadas em destaque. Os aspectos emocionais e trágicos de personagens de uma ficção produzida “ao vivo” podem figurar entre as notícias mais lidas daquele dia. Entre uma notícia de economia e o anúncio de uma importante decisão política, o jornalismo atual, em páginas virtuais, insere abundantes *fait divers* e mirabolantes folhetins. É a estética discursiva do jornalismo on-line do século XXI.



Figura 3 - Em meio a notícias sobre política e esportes, a abordagem dramática perpassa a narrativa jornalística e culmina com a exposição de títulos e temas aberrantes com maior destaque na "página" virtual.



Fonte: Terra- www.terra.com.br

Nesse mosaico virtual, aparentam existir elementos que são chaves para uma significação geral, mas que podem passar despercebidos pela distração que ocasionam. São núcleos formados por narrativas próprias, que se utilizam de recursos dramáticos e folhetinescos, articulando entre si assuntos do cotidiano, dramatizados, em meio a conteúdos reproduzidos de novelas, *reality shows* e outros entretenimentos, utilizando a convergência das linguagens de vários meios, porém trazendo de volta os seculares folhetins para as páginas virtuais e assim, esfumando as fronteiras entre o real e o ficcional. Consideração especial ao portal UOL, que aborda as tramas novelescas da ficção em seu cotidiano, elevando a posição desse tipo de chamada à porção mediana de seu site (Figura 1), ou mesmo na posição acima dele. O portal G1, pertencente ao grupo Globo, que abarca também a TV Globo, tradicionalmente, a maior produtora de novelas brasileira, estampa notícias mais voltadas para as celebridades, porém oferece um *link*, disponível no portal, chamado *gshow*, em que é possível assistir aos capítulos de suas novelas, mas que constrói seus títulos com temas chocantes e espantosos do cotidiano (Figura 2), sempre reforçados pelo emolduramento que faz com a cor vermelha. É também o caso do Portal Terra, cujo arranjo de sua página se mostra tal qual Barthes demonstrou em seus estudos, pois aproxima temas distantes, estabelecendo uma relação de contrariedade, constituindo *fait divers* que não estão só estão



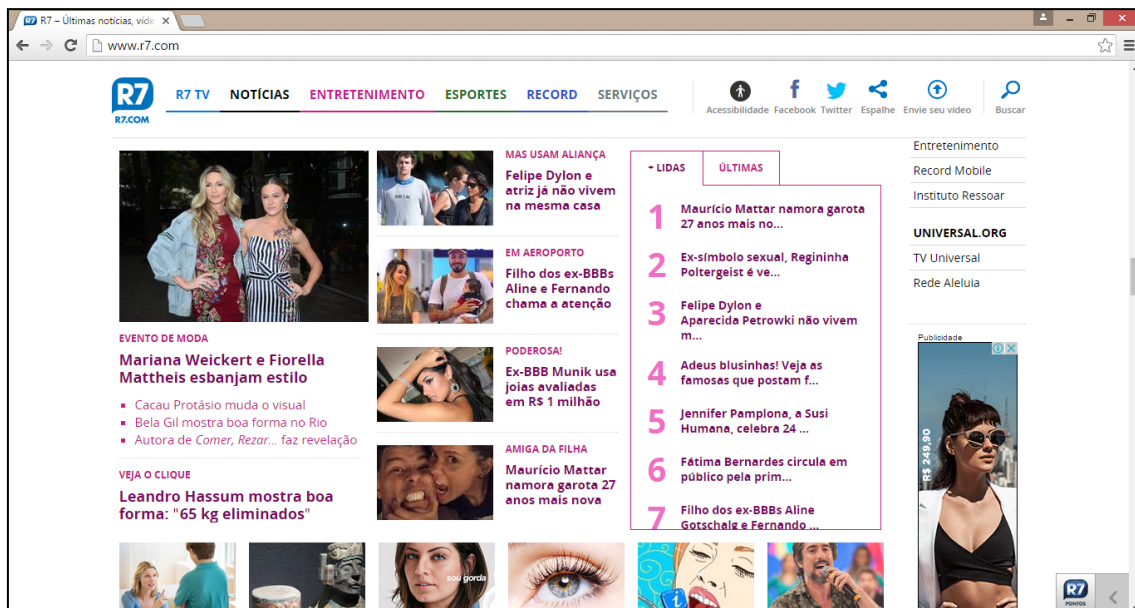
relacionados à coincidência, mas também à causalidade “arranjada, suspeita, duvidosa, irrisória” (Figura 3).

5. Celebidades: do folhetim para o cotidiano

A presença da literatura folhetinesca é reforçada pelo mito dos atores. Há um tipo de restauração dos personagens quando são fotografados para as mídias. No capítulo de Mitologias em que Barthes fala do “Ator de Harcourt”, descreve com destreza o papel da fotografia na construção mitológica dos atores, modernamente, tratados como “celebidades”. Participantes de uma esfera em que a oposição humanidade vs divindade opera, algumas vezes são “humanizados” pelas circunstâncias em que são flagrados (em geral envolvendo escândalos) ou pelos papéis que interpretam. Porém, quando são fotografados, há um enquadramento, um olhar, uma focalização do fotógrafo, que apagam o tempo e as imperfeições, alçando tais criaturas ao terreno do divino. Barthes repara que o ator de Harcourt é um deus; ele nunca faz nada: é captado em repouso. “Um eufemismo tomado emprestado à mundanidade dá conta dessa postura: presume-se que o ator esteja ‘na cidade’. Trata-se naturalmente de uma cidade ideal, essa cidade dos comediantes onde nada há além de festas e amores, ao passo que em cena tudo é trabalho, ‘dom’ generoso e extenuante” (BARTHES, 2010, p. 26). Segundo ele, o rosto dos atores é um grande mito alienado.

Nos portais de notícias, o mito das celebridades permeia o campo dos fait divers, mas algumas vezes rompe com a delimitação desse espaço e assume uma importância na hierarquia das notícias que está acima daquelas que norteiam o cotidiano social. É na transposição da programação da TV que essa estratégia assume maior evidência. Quanto maior é a presença de notícias sobre folhetins e reality shows em meio às notícias sobre os temas mais tradicionais, mais lidos tornam-se tais assuntos.

Figura 4 – As celebridades ocupam parte dos portais de notícias. As “notícias” de que são objeto estão entre as mais lidas. Como se pode ver pela barra de rolagem na lateral direita da figura, ocupam o espaço central do arranjo gráfico do portal.



Fonte: R7- www.r7.com.br

De acordo com o conceito barthesiano de mito, aquilo que permite ao leitor consumi-lo inocentemente é o fato de ele não ver no mito um sistema semiológico, mas sim uma espécie de processo causal, porque todo sistema semiológico é um sistema de valores, mas para o consumidor do mito, parece apenas um sistema de fatos (BARHTES, 2010). Assim, a significação constituída nos discursos do jornalismo on-line está revestida por um sistema de valores dominante e insistente, porém, pela própria ação “naturalizadora” do mito moderno, não “parece estranho”, que parte dos espaços de conteúdo dos portais de notícias pesquisados abriguem *fait divers*.

6. Considerações finais

Assim como Barthes (BARTHES, 2009) identificou nos meios impressos, a causalidade e a coincidência são os elementos que sustentam a significação espantosa e sensacional da narrativa, nas mídias atuais, multiplataformas. A sua estrutura utiliza estratégias discursivas que jogam com os aspectos do cotidiano para torná-los ainda mais chocantes. Nas páginas on-line, essas notícias estão misturadas às demais, sugerindo um tratamento discursivo ultrassignificado em todas e, dessa forma, naturalizando o estranhamento em meio à miríade de informações que compõe uma pauta que nem é mais diária, pois é atualizada (em partes, não no todo), em minutos ou horas. Segundo o semiólogo, todo *fait divers* está amparado na relação entre a forma – ligada à linguagem do jornal – e o



conteúdo que, embora sejam atinentes aos temas participantes da vida humana (crimes, roubos, assassinatos), ganham uma outra notação no discurso dos *fait divers*. A causalidade é aplicada, geralmente, diante de estereótipos, como os crimes passionais, apostos a personagens também estereotipados, como crianças, mulheres e idosos, que intensificam as essências emocionais. Em virtude desses estereótipos, a causa esperada, nem sempre é a que aparece, criando uma ruptura diante da expectativa do que seria o esperado e o que se obtém da construção do *fait divers*. A coincidência é o fator ligado à repetição do mesmo e o apelo ao senso comum, sobre as questões do destino e da fatalidade. Neste caso, busca-se aproximar dois temas distantes, estabelecendo uma relação de contrariedade e utilizando-se de recursos como a antítese.

A denúncia barthesiana mostra-se tão atual nesses tempos digitais, passíveis de produzir suportes midiáticos, cujo conteúdo, recheado por mitos, oferecem uma pauta “arranjada, suspeita, duvidosa, irrisória”, porque demonstra a constituição de um discurso que denota uma certa modernidade, jogando com efeitos de sentido de temporalidade e atualidade, constituintes de um espaço mais democrático para notícias e participação social, porém com uma conotação que pode ser apreendida pela presença de temas e discursos estranhos à sua primeira notação. De certa forma, o discurso se fecha com a presença do “baú dos inclassificáveis” e com a ruptura das fronteiras entre a ficção e os fatos do cotidiano. A naturalização de temas históricos, a repetição e a instalação de mitos revela a mídia atual, com traços muito avançados pelos recursos tecnológicos, porém com estratégias de manipulação, por meios de seus discursos ultrassignificados, tal qual Barthes já revelara na França, do século passado.

Referências

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Trad. Rita Buongiorno, Pedro de Souza e Rejane Janowitz. 5ª edição. São Paulo: Difel, 2010.

_____. **Ensaio Crítico**. Trad. António Massano e Isabel Pascoal. Lisboa: Edições 70, 2009
CAVALCANTE, Maria Imaculada. Do romance folhetinesco às telenovelas. **OPIS - Revista do NIESC**, Goiás, Vol. 5, pp.63-74, 2005.

DOSSE, François. **História do Estruturalismo** – o campo dos signos. Trad. Álvaro Cabral. São Paulo: Ensaio, 1993.



Le Petit Journal. Disponível em <<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k588250g.langEN>>. Acesso em 26/12/2014.

MEYER, Marlyse. **Folhetim** – uma história. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MOTTA, Leda Tenório. **Roland Barthes** – uma biografia intelectual. São Paulo: Iluminuras, 2011.

PEDROSO, Nivea Rosa. Elementos para uma teoria do Jornalismo Sensacionalista. **Bibliotecom & Comum**. Porto Alegre, Vol. 6, pp. 37-50 jan/dez, 1994.

RAMOS, Roberto. **Os sensacionalismos do sensacionalismo** – uma leitura dos discursos midiáticos. Porto Alegre: Sulina, 2012.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade Excitada** – filosofia da sensação. Trad. Antonio A. S. Zuin, Fabio A. Durão, Francisco C. Fontanella, Mario Frungillo. Campinas: Unicamp, 2011.