

# JORNALISMO POPULAR: NÃO NECESSARIAMENTE SENSACIONALISTA

Camilla Afonso Berthier<sup>1</sup>, Paola Silva<sup>2</sup>

Este estudo se propõe a analisar a linguagem visual e textual empregada nos jornais populares, comparando suas formas de abordagem sensacionalistas e a que público se destina. A análise é feita através das semelhanças e diferenças entre a linguagem dos jornais. Como objeto de análise foram selecionadas edições no período de uma semana dos jornais The Sun e Diário Gaúcho (de 13 a 19 de março de 2011). Para a realização do trabalho foram utilizadas pesquisa bibliográfica e método comparativo através da análise dos periódicos. Os resultados mostram as particularidades e a forma de linguagem abordada em cada um, conforme o perfil do leitor.

**Palavras-Chave:** Jornalismo popular. Linguagem textual. Sensacionalismo.

The purpose of this study is to analyse the textual language employed by popular newspapers, comparing their sensationalist approaches and which public they are intended. The analysis is done through the similarities and differences between the language of newspapers. As the object of analysis were selected issues within one week of newspapers The Sun and Diário Gaúcho (13 to 19 March 2011). For the realization of the work, it was used literature and comparative method thru the analysis of the periodics. The results show the particular form of language of each one, according to the reader profile.

**Keywords:** Popular journalism. Textual language. Sensationalist.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Jornalismo pela PUC - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

<sup>2</sup> Bacharel em Administração pela UPF - Universidade de Passo Fundo-RS, Especialista em Gestão em Agronegócios pela FACDO - Faculdade Católica Dom Orione-TO e Mestre em Desenvolvimento Regional pela UNISC - Universidade de Santa Cruz do Sul-RS. Professora do Curso de Administração do ITPAC - Instituto Tocantinense Presidente Antônio Carlos e Professora do Curso de Gestão e Negócios - Cooperativismo da UFT-Universidade Federal do Tocantins. Email: patocantins@hotmail.com.

## 1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa se refere ao estudo das práticas sensacionalistas no âmbito do jornalismo impresso popular. O jornalismo destaca-se ao mobilizar códigos e signos linguísticos, tornando-se uma prática discursiva. Todos os tipos de jornalismo, seja ele impresso ou televisivo, apresentam características que variam conforme os objetos dos diferentes jornais. Dentre estes, alguns se destacam pelo apelo *sensacionalista*.

Em geral, o termo *sensacionalista* se refere às ações narrativas que buscam provocar sensações com o objetivo de atrair o leitor. E, no jornalismo, especificamente, essas ações indicam audácia, irreverência, questionamento e, muitas vezes, a inversão da realidade, erro na apuração ou imprecisão no que diz respeito ao conteúdo das informações.

Considerando esta uma forma de expressão jornalística, a pesquisa tem como objetivo verificar o processo de construção dos elementos textuais, gráficos e temáticos na elaboração das principais notícias de capa dos jornais impressos **Diário Gaúcho** e o tabloide inglês *The Sun*, por meio de pesquisa e análise de ambos, no período de uma semana.

A escolha do tema *jornalismo popular, não necessariamente sensacionalista*, surge devido à forma de abordagem na linguagem e características dos dois jornais. De acordo com Amaral (2006), os jornais populares utilizam uma estratégia de sedução do público leitor, mas da mesma forma que o jornal pode ser sensacionalista, é possível obtermos um jornalismo de qualidade, em jornais populares. “Cabe ao jornalismo popular ser interessante ao público e não só responder ao que imagina que seja o desejo do público” (AMARAL, 2006, p. 131).

A imprensa sensacionalista não tem como principal objetivo informar, mas sim, satisfazer às necessidades instintivas do público, por meio de formas sádicas, grotescas, chamativas, apelativas, emotivas e sensacionais. É um jornalismo que emite sensações ao leitor, através de efeitos visuais imediatos, podendo ser, também, um efeito textual, sugerido de acordo com a narrativa impressa.

Desta maneira, foi possível obter um embasamento sobre os jornais populares e

sensacionalistas, e por qual motivo eles utilizam linguagens semelhantes. Analisando as diferenças entre formas, *layout*, assuntos, abordagem, temática e fotografia de ambos, será possível distinguir no que se diferenciam o jornalismo popular e sensacionalista.

A metodologia empregada abrangeu o levantamento bibliográfico e documental, observação direta, análise e investigação do assunto estudado. Com embasamento nos métodos científicos descritos pelas autoras Benetti e Lago (2007), constitui-se numa pesquisa bibliográfica desenvolvida mediante a análise de livros e artigos científicos; e documental, através da análise dos jornais.

A delimitação do tema é feita a partir de transformações de linguagem que o jornalismo popular utiliza para obter um espaço significativo no cotidiano do público. “O jornalismo, para popularizar-se, não poderá ignorar o *cotidiano do leitor*, e tem de fazer uma ponte entre sua posição de leitor do mundo e o mundo do leitor”, (AMARAL, 2006, p. 130).

Como problemas de pesquisa, são relacionadas às diferenças na linguagem popular e/ou sensacionalista utilizada, a relevância dos conteúdos e o modo de comunicação dos jornais com o público. O período analisado será de 13 a 19 de março de 2011, referente aos dois jornais, identificando temas, *layout*, conteúdos, formatos, abordagens, texto e linguagem de cada uma das publicações.

Esta análise pretendeu contribuir para o jornalismo, diferenciando o caráter popular do sensacionalista do jornalismo, identificando as diferenças de linguagem utilizadas em cada um, o que os torna jornais populares ou sensacionalistas.

## 2. DEFINIÇÕES DO POPULAR/SENSACIONALISTA

Através das idéias de cultura popular, do que é relevante na notícia, e da forma como ela é exposta na mídia, podemos obter o significado dos conceitos *popular* e *sensacionalismo*, que se confundem dentro do jornalismo.

A base principal para um bom jornalismo é a notícia relevante ao público. Contudo, para cativar o leitor e conquistar o consumidor, os jornais cada vez mais se transformam em

mercadorias, em todos os lugares, segmentos e especificidades, afirma Amaral (2006, p.141).

A palavra *sensacionalismo* é geralmente utilizada para certo tipo de postura editorial adotada, regular ou esporadicamente, por determinados meios de comunicação, que se caracteriza pelo exagero, pelo apelo emotivo e pelo uso de imagens fortes na cobertura de um fato jornalístico. Trata-se de um exagero de fato exibido, com muitas cenas emotivas e de certa forma generalizando o tema abordado.

É uma prática muito usada para ganhar audiência, pois o sensacionalismo normalmente choca, mas atrai os espectadores. É uma prática que faz parte de um processo histórico-cultural, sendo influenciado por matrizes como a pornografia, o melodrama, o folhetim, o gótico, a literatura de horror, a literatura fantástica e o romance policial. A mídia sensacionalista divulga a violência, transformando em bandidos o erro de alguns em troca de audiência, ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)). No entanto, o sensacionalismo pode ser entendido como uma produção noticiosa que vai além do *real*, e superdimensionando o fato e, por isso, muitas vezes, tem a credibilidade discutível.

O termo *popular* vem de *povo*, ou seja, tudo que está ligado a uma pessoa ou algo conhecido, ou tudo que é feito para todos. *Cultura popular* ou *cultura pop* é a cultura vernacular, isto é, do povo que existe em uma determinada sociedade. O conteúdo da cultura popular é formado pelo elemento folclórico. Inclusivamente, no mundo pré-industrial, a cultura de massa como hoje é entendida não existia, existindo, no entanto, uma cultura coletiva, hoje chamada popular. Esta camada de cultura ainda persiste na nossa sociedade, seja, por exemplo, em forma de anedotas ou de calão, seja em brincadeiras ou práticas variadas. Assim, o sensacionalismo refere-se ao escândalo, ao espetacular, a pessoa que visa causar sensação na literatura e/ou na manifestação prática.

O termo *cultura popular* está longe de ser um conceito bem definido pelas Ciências Humanas ou pela Antropologia Social. Segundo Arantes (1982, p.7), cultura popular remete, na verdade, a um amplo espectro de concepções e pontos de vista que vão desde a negação (implícita ou explícita)

de que os fatos por ela identificados contenham alguma forma de *saber*, até o extremo de atribuir-lhes o papel de resistência contra a dominação de classe.

Um grande número de autores identifica *cultura popular* como um conjunto de objetos, práticas e concepções religiosas ou estéticas consideradas tradicionais. Ou seja, o folclore. Por outro lado, pesquisadores mais sofisticados concebem essas manifestações culturais tradicionais como resíduo da cultura *cultra*, de outras épocas (às vezes de outros lugares), filtrada ao longo do tempo pelas sucessivas camadas da estratificação social. Nesse sentido, diz-se “o povo é um clássico que sobrevive” (ARANTES, 1982, p. 16).

Desde a perspectiva de Pedroso (2001, p.61), o jornal popular não se diferencia dos jornais da grande imprensa apenas por romper com os modelos tradicionais de produção e distribuição predominantes, mas porque cria suas próprias condições de existência e realiza uma nova concepção de comunicação entre jornal e leitor, ha qual é possível o acesso do leitor no processo de decisão do jornal.

### 3. ANÁLISE DO JORNALISMO POPULAR/ SENSACIONALISTA

Os jornais populares mostram a face de um jornalismo do cotidiano, pois o formato dos jornais populares favorece a leitura, esteja o leitor sentado no banco da praça ou em pé, no ponto de ônibus. Já os jornais tradicionais, com quase o dobro do tamanho, não permitem essa versatilidade.

#### 3.1 Conceitos, linguagem e assuntos abordados no jornal popular.

Os jornais populares constroem uma legitimidade a partir de outros parâmetros que os sensacionalistas têm:

Relacionando-se de uma forma peculiar com o mundo do leitor. Precisam falar do universo dos leitores, interpelam uma estética pragmática, pouco importando se as informações são do âmbito do privado, do local ou do entretenimento. Além disso, são obrigados, por interesses mercadológicos, a utilizar determinados recursos temáticos, estéticos e estilísticos, que, mesmo deslocados do discurso

jornalístico tradicional, servem para legitimar a fala do jornal entre seu público-alvo (AMARAL, 2004, p.66).

Segundo Amaral (2004), para ser consumido, o jornal precisa conhecer minimamente os gostos, a linguagem, a estética e os estilos de vida de seus leitores. Da mesma forma que na imprensa de referência, o jornalismo popular é um modo de conhecimento, mas no segmento popular ele se configura melhor como um modo de entretenimento.

De acordo com Amaral (2006), ao tentar adequar a informação jornalística a temáticas e linguagens mais populares, os jornais eliminam de sua agenda vários temas de interesse da cidadania e colocam, no mesmo *status* de informação, discursos de campos diferentes do jornalismo. No entanto, se toda a notícia deve ser de interesse humano, nem toda história de interesse humano deveria ser elevada ao *status* de notícia, afirma.

Para elevar o número de vendagens, é de característica dos jornais populares utilizar tabus como: violência, fetiche, perversões, morte, voyeurismo, sadomasoquismo e homossexualismo, para chamar atenção do leitor. O que determina o grau do sensacionalismo é, principalmente, a linguagem que os jornais usam para abordar esses assuntos.

Para Angrimani (1995), o sensacionalismo está intimamente ligado ao homicídio, à morte e ao sangue derramado. O sangue representa simbolicamente esse gênero de imprensa.

A imprensa popular cria um modo próprio de lidar com os conceitos de verdade, realidade e credibilidade.

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

Ao publicar uma matéria sobre homossexualismo, por exemplo, o tratamento que o jornal sensacionalista dá ao assunto é preconceituoso, marginalizante, ofensivo e retrógrado. O homossexual aparece como um

perverso degenerado, cuja conduta fere a *normalidade* e coloca em risco as instituições, afirma Angrimani (1995).

Outro exemplo é a nudez explícita de certas partes do corpo da mulher (nádegas, seios, coxas), que:

Proporciona (ou pretende proporcionar) ao leitor um prazer de ordem visual, o que leva à constatação de que existe também uma proposta exibicionista-*voyeurista* nesse gênero de ilustração (ANGRIMANI, 1995, p. 73-74).

Além dessas *atrações* visuais imediatas, há também uma maior aproximação com o leitor, por intermédio de outras estratégias, como a prestação de serviços e o entretenimento, como jogos e horóscopo, por exemplo.

Jornais mais populares como o **Diário Gaúcho**, têm entre seus preceitos editoriais a facilidade de leitura, identificação, interatividade, emoção, serviço e diversão, e destinam-se abertamente a um público leitor de renda baixa e pouca escolaridade, afirma Amaral (2006).

Para obter essa aproximação com o público-alvo, esses jornais utilizam recursos informais de linguagem, que provocam um distanciamento gráfico, linguístico e temático da imprensa conhecida como de qualidade ou de referência.

Lage (2006), disserta sobre a linguagem jornalística tradicional. Para ele, os jornais populares radicalizam e acentuam as características da linguagem:

As restrições mais gerais do jornalismo noticioso referem-se à linguagem jornalística, sobretudo quando impõe o uso de vocabulário e gramática tão coloquiais quanto possível nos limites do que se considera socialmente correto e adequado à abrangência do veículo (LAGES, 2006, p. 23).

Esse novo grupo de jornais que utiliza linguagens não convencionais, não existe apenas no Brasil. Muitos jornais latino-americanos e europeus seguem essa nova abordagem e abrem novos mercados de leitores, pois não competem com a imprensa tradicional.

### 3.2 Características dos jornais sensacionalistas / populares

Amaral (2006), disserta sobre a qualidade de um jornal popular. Para ela, um jornal de qualidade viável nos moldes de uma empresa jornalística é aquele que:

- Leva em consideração a posição econômica, social e cultural do leitor, e por isso fala deste determinado ponto de vista;
- Expõe as necessidades individuais das pessoas, para servir como *gancho* para aquelas de interesse público;
- Representa as pessoas do povo de forma digna;
- Publica notícias de forma didática, sem perder seu contexto e sua profundidade;
- Agrega o conceito de responsabilidade social da imprensa ao de utilidade social;
- Define-se sua proximidade com o público, pela adoção de elementos do universo cultural do leitor e conexão com o local e o imediato;
- É composto de notícias de interesse público, relatadas de maneira humanizada;
- Busca ampliar o conhecimento do leitor sobre o mundo e substituir o ponto de vista individual pelo ponto de vista do cidadão ou da comunidade, sem se dirigir para o campo do entretenimento e do espetacular.

Por mais que o jornalismo popular tenha surgido ligado a interesses políticos e mantenha histórica relação com o entretenimento, a autora afirma que:

Um jornalismo popular de qualidade só será viável se souber construir seus contornos sem subordinar-se a determinados interesses mercadológicos ou políticos. Cabe ao jornalismo popular trabalhar com dispositivos de reconhecimento e dar conta de algumas características culturais de seus leitores, sem perder seus propósitos de vista (AMARAL, 2006, p. 133-134)

No caso do **Diário Gaúcho**, a participação do público e o preço acessível (em média 0,50 a 0,75 centavos) justificam um expressivo número de leitores e posiciona o jornal como líder de mercado no segmento dos populares em Porto Alegre e na região sul do país. Em apenas sete anos, o *DG* abocanhou cerca de um milhão e meio de leitores e superou a liderança histórica do Rio de Janeiro, uma das capitais com maior índice de leitura de jornais em todo o Brasil.

#### 4. ANÁLISE: JORNAL THE SUN E DIÁRIO GAÚCHO

Considerados jornais populares e sensacionalistas, foi escolhida uma semana de exemplares de ambas as publicações para a análise e estudo de caso. A pesquisa corresponde ao período referente ao primeiro semestre de 2011, na semana dos dias 13, 14, 15, 16, 17, 18, e 19 de março/2011.

Serão consideradas as principais características apresentadas nas capas, e o desenvolvimento de cada jornal, tais como: conteúdo, formato, títulos, cores, fotografias, temáticas e forma de abordagem de ambos.

##### 4.1 Método e Critérios

Ao analisar um caso, é necessário que seja definido um método a ser aplicado. Considerando que a consolidação e a credibilidade de um estudo dependem das escolhas teórico-metodológicas adequadas ao objeto da pesquisa, esse texto concorda com Benetti; Lago (2007, p. 17), quando estas mencionam que “o pesquisador, em sua permanente vigilância epistemológica, precisa ter ao mesmo tempo, uma profunda percepção sobre a singularidade de seu objeto e um indiscutível compromisso com a legitimidade dos resultados de sua pesquisa”.

Para analisar o caso de pesquisa de um impresso popular, é importante ressaltar que os principais objetos desse gênero jornalístico são: a construção textual, a linguagem escrita, fotográfica, gráfica e a abordagem de diagramação. O impresso popular utiliza uma fala informal, e de fácil entendimento.

Oferece ao leitor a possibilidade de comunicação direta com o jornal, facilitando a interação entre ambos.

Para tal método, é importante “uma amostragem considerável de textos, capaz de ser representativa do funcionamento de um tipo de discurso em um período determinado, pois, a tendência hoje é compreender de forma mais exaustiva os mecanismos de construção do discurso jornalístico” (BENETTI e LAGO, 2007, p. 121).

O pesquisador do campo jornalístico precisa ter, ao mesmo tempo, percepção sobre a singularidade de seu objeto e compromisso com a legitimidade e validade dos resultados de sua pesquisa (BENETTI e LAGO, 2007).

Elementos gráficos, fotos chamativas e linguagem grotesca na capa dos jornais, são características exclusivas de publicações populares e sensacionalistas. As manchetes se destacam pela irreverência das frases, fotos sem censura, e cores em destaque, que ganham a atenção do leitor.

Esses elementos juntos, em um único exemplar, oferecem ao leitor uma imediata conjugação de diversas formas e linguagens, que abordam assuntos onde são combinados códigos, texto, imagens, ilustrações, apresentação gráfica e *layout* do jornal. Nesse contexto, as inúmeras *poluições* visuais e combinações de formato, fazem com que o impresso popular se torne um jornal descartável. O que é notícia hoje, não será amanhã, devido ao enfoque sensacionalista das manchetes. Cada dia há uma notícia excepcional estampada na capa dos tabloides, fazendo com que a manchete do dia anterior seja menos importante do que a manchete atual, que tende a ser esquecida e descartada.

Com isso, percebe-se que os jornais populares e sensacionalistas seguem um método de abordagem sensacional imediata da notícia. Publicam as manchetes de forma a chamar a atenção dos leitores rapidamente para venderem um maior número de exemplares diários, sem se preocupar com o conteúdo jornalístico e fundamento das matérias. Muitas vezes há matérias transcritas de agências de notícias, assim como matérias inverídicas. Diferente dos jornais de *referência*, os populares buscam números maiores e não dão importância à qualidade dos seus textos ou fontes.

Assim, a análise dos dois jornais **The Sun e Diário Gaúcho**, foi baseada nos critérios e características citados acima.

#### 4.2 Conceitos e Formato: The Sun e Diário Gaúcho

Os meios de comunicação britânicos caracterizam-se por uma evolução gradual, sem grandes rupturas, pois foi uma mudança lenta, contínua e sem conflitos, como marca da tradição inglesa.

Segundo Quintero (1994), do ponto de vista político, os principais diários regionais (vespertinos) permaneciam neutros, mas a

imprensa de tiragem nacional continuava a inclinar-se fortemente para a direita, como foi o caso do sensacionalista The Sun, desde que Rupert Murdoch o adquiriu, em 1969, apoiando sempre o governo de Margaret Thatcher.

O grupo de tabloides ingleses, de maior circulação nacional, atualmente é constituído pelos jornais Daily Mail, Daily Express, The Mirror e The Sun.

No Brasil, os jornais populares têm uma caracterização diferente dos jornais europeus. Em uma visão do público leitor e da mídia em geral, sua conotação de *popular* não significa necessariamente sensacionalismo, e o sensacionalismo também não é um fato exclusivo e direcionado à camada popular.

Segundo Amaral (2004, p. 80), o jornal brasileiro e popular **Diário Gaúcho** foi lançado em 17 de abril de 2000, montado em uma projeção de mercado de um milhão e novecentos mil leitores. É um jornal que circula de segunda a sábado, e seu preço, no início de 2006, era de R\$0,60. Dedicar-se principalmente às classes populares da região metropolitana da cidade de Porto Alegre, embora circule em todo o estado do Rio Grande do Sul.

O **Diário Gaúcho** é um jornal pertencente ao mesmo grupo do jornal Zero Hora, o RBS - Rede Brasil Sul de Comunicação. Este jornal, editado em Porto Alegre, segue o estilo dos tabloides britânicos, com títulos altamente grifados e em cores chamativas nas capas de suas edições. É uma categoria de jornal direcionado às classes B, C e D, por isso é intitulado popular. É um jornal que tem como estratégia a realização de promoções. Segundo Amaral (2004), o material promocional de lançamento do **Diário Gaúcho**, para as agências de publicidade, afirma o seu propósito de ser um jornal destinado às camadas populares:

No início, o jornal fez uma enquete com o povo para decidir o nome do jornal, sorteando um automóvel para incentivar a participação na escolha. O sucesso da campanha de lançamento proporcionou a experimentação do produto e o crescimento da circulação do jornal. O **Diário Gaúcho** proporcionou a inclusão de milhares de cidadãos no mercado de leitura de jornais e acesso às notícias. Para incrementar a relação do jornal

com o seu público leitor, o **Diário Gaúcho** possui a promoção *Junta & Ganhe*: desde o lançamento do jornal, bastava colecionar os selos e preencher uma cartela que, completa, dá direito a brindes. O primeiro deles foi um conjunto completo de panelas, e depois passando por pratos, tigelas, copos, etc. (*site WWW.wikipedia.org*).

As capas do jornal são praticamente um anúncio publicitário, pois são feitas de modo a chamar a atenção do consumidor, levando-o a adquirir o jornal. Além disso, a publicidade está voltada para o próprio jornal e seus leitores, sendo visivelmente uma magnífica estratégia de *marketing* pessoal do veículo.

Os colunistas são basicamente radialistas e comentaristas esportivos, ligados às emissoras de rádio da RBS (Rádio Farroupilha e Rádio Gaúcha), que já apresentavam empatia com o público.

Informações fornecidas pelos responsáveis pelo jornal, principalmente seu editor, Cyro Martins Filho, indicam que seria cerca de 150 mil exemplares diários em tiragens, abrangendo em torno de um milhão de leitores. Pelo seu estilo, o Diário, pode ser tomado como um jornal que não é apenas lido, mas também visto, um jornal onde predominam as imagens, conforme afirmam Guareschi, e Biz (2003).

A proposta do Diário é a de ser um veículo popular, ágil, direto, de linguagem simples, que busca estar sintonizado com as necessidades e os anseios das classes *populares*, levando em consideração que, em relação a outros periódicos populares, ele não apresenta uma seção tão vulgar de entretenimento como a maioria dos tabloides Brasil à fora.

De certa forma, os jornais populares obtêm um *marketing* esperto, pois trabalham com conteúdos direcionados ao próprio jornal, enquanto atendem às camadas C, D e E, visando as aparentes *necessidades* dos leitores, enquanto os demais jornais permanecem voltados para as classes A e B. Sendo assim, os jornais populares ganham leitores fiéis, ou seja, a maioria da população, a população de massa.

#### 4.3 Relevância e diferenças entre os jornais The Sun e Diário Gaúcho

Dois jornais populares, vindos de culturas e países diferentes, vistos como sensacionalistas e

direcionados à camada popular. Os números significativos nas tiragens diárias e semanais, tanto do **Diário Gaúcho** quanto do jornal inglês The Sun, não omitem o questionamento feito por parte da mídia e de alguns leitores, sobre a relevância dos assuntos abordados em ambos os jornais.

Discussões foram e ainda serão feitas sobre a importância das notícias abordadas em jornais populares. Até que ponto o sensacionalismo interfere ou não na relevância de uma matéria, seja ele em uma foto ou em um título que possa agredir ou chamar a atenção do leitor.

Segundo Guareschi e Biz (2003), a importância dessas discussões é relativa à ética, uma vez que esta poderá contribuir para a busca de uma sociedade marcada por seres humanos livres e saudáveis.

A ética busca a libertação pessoal e social das pessoas de situações de injustiça. Creio que os profissionais da área das ciências humanas têm o compromisso de analisar criticamente os materiais que circulam na mídia, tentando entender que *imaginário social* pode estar sendo construído a partir destes materiais, assumindo uma postura ética de denúncia, na busca de uma mídia que leve à libertação, crescimento e desenvolvimento, e não à reprodução de preconceitos, estereótipos e relações de dominação (GUARESCHI E BIZ, p. 73-74).

Nas palavras de Pedrosa (2001, p. 51), “na leitura da notícia excepcional, grotesca, erótica, violenta, o leitor libera a fisionomia própria dos seus sonhos, desejos, temores e horrores”. Portanto, a linguagem utilizada nos jornais sensacionalistas é o método mais importante para o sucesso do jornal. O modo como os fatos são descritos pode mudar completamente o conceito do leitor sobre a veracidade, a qualidade e a seriedade do jornal.

Diz o editor-chefe do **Diário Gaúcho**, Alexandre Bach, que “não existem assuntos proibidos no jornal, mas abordagens proibidas” (AMARAL, 2004).

Nos jornais populares, os princípios tradicionais do jornalismo são mais facilmente tensionados porque eles se destinam a um público de menor escolaridade e são mais vulneráveis ao mercado publicitário, pois não contam com assinaturas. Assim, a imprensa popular busca

satisfazer os leitores a qualquer custo, pois são bastante volúveis em função do baixo poder aquisitivo e precisam ser conquistados cotidianamente. Os produtos jornalísticos populares precisam mostrar uma conexão com seu público, pois são mais dependentes de um mercado que muda facilmente (AMARAL, 2004, p. 52).

Todos os jornais, de referência ou não, convivem numa tensão própria do campo jornalístico, produzida pelos conflitos de interesses dos jornalistas, dos empresários, das fontes, dos anunciantes e dos leitores. (AMARAL, 2004, p. 55).

Se, por um lado, as notícias são de entretenimento, e parecem banais aos olhos da imprensa de *referência*, por outro lado, há a possibilidade de se reverter esse quadro *preconceituoso*, tornando notícias de serviços sociais, entretenimento, e violência, em um processo que possa desenvolver o interesse do leitor de massa popular por assuntos mundiais e locais de relevância.

O Código de ética do jornalista dispõe que a informação divulgada pelos meios de comunicação públicos terá por finalidade o interesse social e coletivo. O exercício da profissão jornalista é uma atividade de natureza social e de finalidade pública, e, portanto, é dever do jornalista divulgar todos os fatos que sejam relevantes e de interesse da sociedade (AMARAL, 2004, p. 56).

Afim de que sejam jornais populares sensacionalistas, o **The Sun** e o **Diário Gaúcho** têm diferentes formas de abordar seus assuntos. É visível o modo como os ingleses são conservadores e conduzem suas vidas. Justamente por este fato, os jornais sensacionalistas locais são mais intensos em suas contestações e *pegam pesado* na hora de publicar matérias sobre políticos, celebridades e assuntos mundiais.

O tabloide **The Sun** tem uma característica marcante. Ele expõe explicitamente sua opinião ao argumentar sobre um caso, ou sua posição a respeito de um assunto governamental, o que é facilmente identificado, através da linguagem utilizada para relatar qualquer fato.

Publicações de violência explícita, com fotos chocantes, é outro ponto que determina a malícia com que o jornal **The Sun** conduz seu leitor. Ao

abrir uma página do tabloide inglês, você encontra, desde acidentes de carro, com fotos indiscretas de pessoas alcoolizadas, a anúncios de uma página inteira dedicada a mulheres de programas, com telefones e fotos, sem censura alguma. Portanto, a linguagem utilizada hoje, para divulgar as notícias diárias do **The Sun**, virou uma banalização do foco dos assuntos do jornal e da imagem. É como se, por um lado, o jornal tivesse perdido seu propósito, mas, por outro, ganhado leitores interessados nesta *nova* proposta.

A falta de ética com um determinado leitor é uma forma de atrair outro leitor, e assim consecutivamente. Outro aspecto marcante são os relatos inventados, que causam processos diários contra o jornal. Mesmo argumentando que suas notícias são de cunho verídico, há matérias absurdas, publicadas diariamente, que causam revolta ao consumidor, e muitas vezes, à população.

Com o **Diário Gaúcho** não é diferente, apesar de serem países, culturas e formas diferentes de entretenimento. Há também insultos publicados contra o governo, em forma de alfinetadas, títulos de matérias ou charges, mas a proporção neste caso é muito menor.

Assim como o **The Sun**, o **Diário** tem uma forma específica de conduzir as matérias e suas *dramaturgias*. Ele constrói um leitor, através da fala e da imagem.

Isso faz com que o leitor fique dependente de seu veículo e seja atraído por editorias como

- Opinião do povo;
- Seu problema é nosso;
- Fala, leitor;
- Meu jornal.

O **Diário** aborda assuntos de interesse exclusivo de pessoas atraídas pelo fato de ver seu rosto e sua fala publicados no jornal. Ele se utiliza da *falta* de conhecimento desse leitor para manipulá-lo e fazer com que ele acredite em uma falsa ideia de que está participando do jornal e, sendo assim que ele seja um meio de utilidade pública.

Outro fator que determina o método de publicações do **Diário** são as agências de notícias. Principalmente em assuntos internacionais, o jornal não se dispõe a verificar as fontes, e *repassa* ao leitor informações vindas diretamente das

agências de notícias *online*, as quais, na maioria dos casos, publicam matérias equivocadas, ou falsas, e nesse caso, quem perde, com isso, é o leitor.

#### 4.4 Análise de The Sun



Figura 1. Página Inicial do Jornal The Sun  
Fonte: The Sun, 2010.

É um jornal que utiliza muitas ilustrações fotográficas em suas matérias. As cores são normalmente chamativas, as mais utilizadas em termos de capa, são: verde, vermelho, preto e amarelo. O título do jornal aparece sempre na parte de cima, na horizontal, estampado em um fundo vermelho, e a fonte em tamanho gigante, na cor branca. É um jornal do povo, portanto, é considerado barato, custa apenas 60p (o que corresponde a 60 centavos de *pound*, atual moeda inglesa).

A matéria principal de capa tem uma foto pequena sobre o assunto e um título com fonte tamanho grande, para chamar a atenção do leitor, em cores preto e branco. Em alguns exemplares, a foto da matéria principal é estampada no centro da capa, com o título sobreposto à foto. Mas a maioria dos exemplares leva apenas o título grande sem dar enfoque à foto da manchete, a não ser no caso de desastres ou matérias mundiais.

Manchetes secundárias de capa são colocadas do lado esquerdo do jornal. São notas pequenas, com título de tamanho médio. Normalmente, utilizam uma foto pequena, junto com o resumo prévio do caso. Cada capa tem entre duas e três notas secundárias nesse mesmo formato.

Outra característica marcante do **The Sun** é que, em edições ao lado, ou embaixo do título do jornal sempre há uma publicidade para venda de produtos. Normalmente, são ofertas de produtos

variados, e os valores do desconto são escritos em fonte gigante, para atrair o consumidor.

Os tabloides ingleses são conhecidos por noticiarem fofocas e escândalos, principalmente da família real inglesa. Inúmeras vezes são processados por colocarem escutas telefônicas e utilizarem de um jornalismo investigativo, sem respeitar a ética jornalística, para *desmascarar* personagens e divulgar furos em relação aos jornais diários. Acabam causando polêmica entre a população e o governo inglês, colocando em jogo a idoneidade da família real.

A característica principal do jornalismo popular é a sua linguagem textual marcante. Como pode-se ver, o *The Sun* utiliza essa característica constantemente, além das ilustrações que, muitas vezes, chocam o leitor, com imagens violentas ou sem censura, com títulos que também podem causar polêmica.

Nos exemplares analisados até o momento, o *layout* predominante de página é exatamente o mesmo. Muitas cores, fotos, e ilustrações chamativas. Fonte simples e títulos em caixa alta, com letras em tamanho grande. A matéria principal, com aproximadamente quatro páginas, possui pouquíssimo texto, sendo ilustrada com fotos gigantes em ambas as páginas.

Não há um padrão de tamanho das fontes, ou cores usadas no **The Sun**. O jornal utiliza o máximo de *poluição* visual, para chamar a atenção do leitor não apenas através da abordagem dos conteúdos sensacionalistas do jornal, mas também através das cores e das diferentes fontes e tamanhos usados em títulos e matérias.

Com essa análise, fica evidente que o tabloide aproxima o leitor geograficamente, é narrado com dramaticidade, utiliza uma linguagem simples, popular, e de fácil compreensão, possui capacidade de entretenimento, expressa revolta com os problemas políticos e as desigualdades sociais, identifica uma relação entre os personagens e os leitores, e visivelmente tem o poder de manipular a opinião pública, ao ilustrar as notícias com fotos excepcionais de crimes, desastres, mulheres com pouca roupa e situações constrangedoras.

#### 4.5 Análise de Diário Gaúcho



Figura 2. Página inicial do Jornal Diário Gaúcho –  
Fonte: Diário Gaúcho, 2011.

Não diferente do jornal inglês **The Sun**, o popular **Diário Gaúcho** é conhecido por utilizar cores marcantes, linguagem popular e múltiplas ilustrações fotográficas para engrandecer suas matérias.

A abertura das matérias de capa, nesse jornal, é sensacionalista por natureza, mas um *sensacionalismo* com menor intensidade do que o dos tabloides britânicos.

Caracterizado por uma estrutura padrão de notícias, elementos, temática e ilustrações fundamentais para chamar a atenção do público.

É um jornal que tem como cores predominantes o verde, amarelo, vermelho e branco, pois são as cores da bandeira do estado do Rio Grande do Sul, utilizadas na identificação desse jornal. A capa traz uma matéria principal, e, ao lado do título do jornal, na parte de cima, uma matéria secundária que, nesse caso, trata sobre um assassinato na capital, com uma foto média para ilustrar o caso, também com o título escrito em branco e sobreposto a essa foto, juntamente com um anúncio de publicidade, ao canto direito da notícia.

No lado esquerdo da capa, vemos uma coluna com quatro notas, duas sobre esporte, identificando os próximos jogos de futebol, e duas sobre o carnaval gaúcho.

São jornais baratos, custam apenas R\$ 0,75. São encontrados facilmente em mercados, revisteiras e lojas de produtos de consumo. A primeira página do jornal é caracterizada pela cor verde, com bordas, quadros, tabelas ao redor das notícias, utilizadas para chamar a atenção do leitor. Logo ao lado esquerdo da página, encontramos pequenas notas e notícias sobre acontecimentos gerais e mundiais.

Anúncios publicitários também tomam conta desse jornal, em meio a páginas, colunas e notas, dentro do mesmo. São ofertas de venda e compra de produtos de primeira necessidade, etc.

O texto, nesse periódico, é padrão em relação à fonte e seu tamanho. Alguns títulos levam um tamanho maior, ou em caixa alta, mas a maioria deles são padrão, diferente do que ocorre no tabloide inglês.

O curioso é que publicidade, quando não ocupa uma página inteira, ocupa praticamente meia página do jornal, sobrando pouco espaço para o desenrolar das matérias. Além disso, alguns colunistas têm seus textos, comentários, crônicas e charges publicadas no jornal.

O **Diário Gaúcho** é visto como jornal sensacionalista no país, e no estado, mas, de um lado, ele não deixa de servir como utilidade pública para as pessoas de baixa renda, pois é um jornal que não gira apenas em torno de assuntos midiáticos e de fofocas de celebridades. Procura manter um certo equilíbrio entre o entretenimento, os assuntos gerais, e os problemas sociais, levando, de certa forma, conhecimentos gerais ao seu leitor.

Além disso, uma nota de rodapé, sobre ofertas de empregos, é vista nas cores de fundo verde e texto branco. É um *layout* de página que chama a atenção do leitor. De certa forma, as notícias são de interesse público, mesmo com títulos agressivos, ou emotivos demais.

O popular valoriza sempre a dramaticidade do fato, coloca emoção nos personagens, fazendo com que o leitor interaja com o jornal, sinta emoções ao ler as matérias e se torne parte do público fiel do jornal.

## 5. CONCLUSÃO

Os estudos desenvolvidos sobre os 14 exemplares analisados deixam nítida a impressão de que o jornalismo popular, em maior ou menor grau de sensacionalismo, mexe com as emoções e opiniões das pessoas. De alguma forma, esse formato do jornal impresso cativa e pode manipular o público leitor. Apesar de não ser um jornal que depende de assinaturas mensais, causa efeito imediato ao consumidor, o que faz com que o leitor lhe mantenha fidelidade.

Independente de classe social, escolaridade ou poder aquisitivo, esse público-alvo é atingido e manipulado sob medida, pois os impressos sensacionalistas têm como foco principal o público ideal e os efeitos que irão causar nesses leitores, conforme o modo com que a notícia é conduzida e publicada.

Analisar exemplares de jornalismo popular /sensacionalista foi um trabalho gratificante, pois, possibilitou um maior entendimento de algumas das inúmeras vertentes que o jornalismo impresso pode ter. É de característica sensacionalista o poder de conduzir o leitor de tal maneira que ele se torne *dependente* daquela linguagem e se identifique com a forma emocional de ver o mundo. Consciente ou inconscientemente, o leitor consome esse jornalismo, e consome de forma fiel.

Com a análise feita das edições de 13 a 19 de março de 2011 dos jornais **Diário Gaúcho** e **The Sun**, pôde-se observar que há diferenças acentuadas nos dois tipos de formato tabloide, não apenas por serem de culturas e países diferentes, mas por manterem tipos distintos de público, porque se expressam de modo diferente.

O jornal **The Sun** não direciona seu conteúdo a um público X, através da classe social, escolaridade, ou poder aquisitivo. Esse jornal utiliza uma forma de cativar o leitor através do sensacional, utilizando uma linguagem expressiva, uma imagem fotográfica chocante e manchetes apelativas e emocionas, bem como anúncios promocionais de futilidades. Essa estratégia de entretenimento fez do jornal **The Sun** um dos mais populares do mundo, com o maior número de exemplares vendidos entre tabloides escritos na língua inglesa.

Para a mídia de *referência*, o tabloide **The Sun** faz com que a sociedade sofra uma degradação pelo jornalismo. Segundo estes, o leitor do **The Sun** regride em seus conhecimentos pela qualidade adquirida com o entretenimento do tabloide, que em nada mais se constitui do que em mulheres seminuas, fotonovelas eróticas, bebedeiras, brigas, alfinetadas e fofocas de celebridades.

Consequentemente, o simples fato do leitor do tabloide inglês não ter o contato com o fato real e verdadeiramente importante, faz com que ele pense que está informado quando, na verdade,

está sendo *enganado* por puro entretenimento superficial.

No caso do jornal **Diário Gaúcho**, pode-se dizer que o jornal é voltado ao leitor popular de forma significativa. Há editorias de entretenimento, como os demais sensacionalistas apresentam, que chama a atenção do leitor, mas, por outro lado, há também as editorias voltadas para o serviço social, o que de fato, faz com que o jornal deixe de ser apenas sensacionalista, para também servir à sociedade.

A partir da amostra pesquisada, **O Diário Gaúcho** é um jornal de cunho popular, abrangendo um público específico, conforme o grau de escolaridade e sua classe social. Enquanto **o The Sun**, é um jornal barato e trata dos conteúdos de uma forma informal e simples.

Em exame apurado dos dois casos, percebe-se que ambos os jornais se dirigem preferentemente ao público masculino, devido às inúmeras notícias sobre esporte, e espaços significativos entre páginas centrais e capa, para fotografias de atrizes e modelos exibindo seus corpos.

No caso do **The Sun**, o conteúdo e informação desejável não é aquela que produz o conhecimento, mas sim a que produz um efeito estético ou dramático. (AMARAL, 2006).

Em alguns casos, o jornal sensacionalista faz com que o leitor passe a ser personagem de histórias que, muitas vezes, lembram a ficção. São jornais que dão créditos a crenças religiosas e populares, e com isso se tornam parte da vida cotidiana do leitor.

Outro ponto a ser ressaltado é o fato de os jornais sensacionalistas terem a confiabilidade de muitos anunciantes, pois a publicidade é evidente em quase todas as páginas dessas publicações. Esse fato provavelmente ocorre devido ao número alto de venda diária e a um evidentemente público fiel, já que não são jornais que precisam de assinaturas.

É como se o público de um jornal popular ou sensacionalista se enxergasse nas páginas do jornal. O leitor se identifica com as matérias ali publicadas, e com as *oportunidades* de promoções, propagandas ou sorteios que o jornal disponibiliza. Torna-se assim, um jornal mais próximo da realidade daquele leitor, onde ele

enxerga sua *vida*. Assegurando informação, com ou sem conteúdo jornalístico, de certa forma, o jornal popular faz com que o leitor compreenda o que está sendo dito, devido à linguagem semelhante à do seu dia-dia, transformando-o em um consumidor fiel.

## 5. REFERÊNCIAS

- AMARAL, Márcia Franz. Jornalismo popular. São Paulo: Contexto, 2006.
- AMARAL, Márcia Franz. Lugares de fala do leitor no Diário Gaúcho. Porto Alegre, PUCRS, 2006. Tese de doutorado.
- ANGRIMANI, Danilo. Espreme que sai sangue: Um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.
- ARANTES, Antônio Augusto. O que é cultura popular. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- BENETTI; LAGO, Márcia e Cláudia. Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.
- GUARESCHI; BIZ, Pedrinho e Osvaldo. Diário gaúcho: Que discurso? Que responsabilidade social? Porto Alegre: Evangraf, 2003.
- LAGE, Nilson. Linguagem jornalística. São Paulo: Ática, 2006.
- PEDROSO, Rosa Nívea. A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista. São Paulo: Annablume, 2001.
- QUINTERO, Alejandro Pizarroso. História de la prensa. Madrid: Planeta, 1994.
- WIKIPEDIA, Org. Enciclopédia Livre, 2011. Disponível em: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org).