

**J  
O  
R  
N  
A  
L  
I  
S  
M  
O**



# ELEMENTOS PARA UMA TEORIA DO JORNALISMO SENSACIONALISTA

ROSA NÍVEA PEDROSO\*

**RESUMO:** O texto especifica as condições de produção do discurso informativo reconhecido como sensacionalista.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo Sensacionalista: Linguagem.

**ABSTRACT:** The article specifies the conditions for the production of informative discourse recognized as sensationalism.

**KEY-WORDS:** Sensationalistic Journalism: Language

---

\* Professora Adjunta do Departamento de Comunicação da UFRGS. Mestre em Comunicação pela ECO/UFRJ. Coordenadora do Núcleo de Estudos e de Pesquisa da Comunicação da UFRGS.

## 1 INTRODUÇÃO

Os jornais diários brasileiros de prestígio surgiram no final do século passado, no início deste século ou a partir de 1950, fase de consolidação capitalista do país. Aspectos em comum caracterizam a longa existência dos títulos de prestígio: o sucesso financeiro e a modernização da empresa jornalística e a tradição editorial de credibilidade reconhecida como séria.

Porém, existe uma outra espécie de jornais no mercado editorial brasileiro: são os jornais popularescos ou sensacionalistas. Geralmente têm uma vida curta. Quando permanecem circulando por alguns anos, vão se transformando. Tornam-se mais sóbrios e começam a apresentar as mesmas características editoriais dos jornais de qualidade como: prestígio e credibilidade (venda, leitura, anúncio publicitário) e tradição editorial (marca do título) junto ao mercado leitor e anunciante.

Os procedimentos técnicos e ideológicos para o aproveitamento editorial e comercial do valor, do poder e do status da informação, isto é, transformação dos acontecimentos em notícia são realizados tanto pelos jornais de prestígio quanto pelos jornais popularescos. O que os diferencia é a forma e o modo de apresentação da notícia que se reconhece, na recepção, como sensacionalista:

“O que vai diferenciar um jornal dito ‘sensacionalista’ de outro dito ‘sério’ é somente o grau. Sensacionalismo é apenas o grau mais radical de mercantilização da informação: tudo o que se vende é aparência e, na verdade vende-se aquilo que a informação interna não irá desenvolver melhor do que a manchete”. (Marcondes Filho, 1985, p. 66).

“(…) todos os jornais são, uns mais outros menos, sensacionalistas. Nenhum foge dessa determinação. Isso porque transformar um fato em notícia não é o mesmo que reproduzir singelamente o que ocorreu. Transformar um fato em notícia é também alterá-lo, dirigi-lo, mutilá-lo”. (Marcondes Filho, 1985, p. 29).

Interessa-nos aqui neste artigo é o modo de produção editorial que transforma um acontecimento em notícia reconhecida como sensacionalista, como resultado de uma atividade técnica e ideológica que manipula, altera e recria a realidade e dá uma nova dimensão aos acontecimentos. Ao mesmo tempo, o caráter de sensacionalizar a informação encontra-se na natureza da produção do discurso e na natureza comercial do produto.

## 2 EM BUSCA DA SINGULARIDADE

Os jornais popularescos traduzem o cotidiano das grandes metrópoles, como se o ângulo de observação fosse do povo, isto é, da população não organizada que habita a periferia das cidades.

A interpretação jornalística da realidade (e do imaginário do povo) produz um

conhecimento do senso comum que se traduz, na página do jornal, num tratamento avaliativo e preconceituoso dos acontecimentos e da informação. A interpretação do **que e como** é divulgado define um tipo de discurso, o discurso popularesco.

O caráter estilístico (opinativo e avaliador) dos jornais popularescos diários cria o espaço da dúvida, da ambivalência, da ambigüidade no jornalismo. Permite que enfoques essencialmente subjetivos (opinativos, polêmicos, panfletários, justiceiros, condenadores, salvadores, perseguidores, vitimizadores) aflorem no texto jornalístico sem restrição de ordem editorial.

O jornal popularesco edita o espetáculo da subjetividade do trabalho do jornalista. Restrição ou ética profissional são imperativos do redator que escolhe aquele enfoque, aquela palavra, aquele fato, aquela informação, que relata aquelas opiniões. Faz (ou não) a exortação da apologia da ordem. Encarrega-se de indicar a explosividade (o perigo) e a emocionalidade dos fatos, dos protagonistas e das circunstâncias.

A exarcebação do caráter singular da notícia superficializa e desvincula os fatos do contexto cultural, econômico e político que os origina. A abordagem apenas do caráter singular da realidade resulta num espaço discursivo que apresenta acontecimentos isolados e oportuniza a reificação de narrativas míticas e místicas acerca do destino do povo e do indivíduo.

Sobriedade, seriedade e texto objetivo são características editoriais de jornais que possuem infra-estrutura patrimonial e financeira e organização empresarial. A linguagem reconhecida como sensacionalista no jornalismo representa uma forma “... primeira e primária de comunicação com o leitor”. (Dines, 1971, p. 69).

Os jornais que não possuem (e pretendem obter) lucro, precisam recorrer ao sensacionalismo das palavras e dos significados. E as categorias mais exploradas são as que se referem à sexualidade e à violência contra o indivíduo.

Os jornais popularescos fazem negócios com a divulgação de escândalos e de crimes. Ao invés de vender os fatos vestidos, vendem os fatos nus. São jornais feitos para serem lidos pelo leitor masculino das classes populares. Manchetes, títulos, matérias e fotografias são mensagens pornográficas, reais, violentas e fortes como os fatos que reproduzem. O impacto da leitura revela os aspectos insólitos e cruéis da realidade que o jornalismo de prestígio relega ao campo da curiosidade e das notas e, assim, delega aos jornais popularescos a primazia da publicação.

O jornal popularesco vem a reboque da manchete, que é capaz de fazer o leitor ler e comprar apenas por atração, por sensação, por impacto, por curiosidade despertada.

A manchete capaz de fazer do jornal um produto exótico porque pode flechar o leitor curioso de classe média e alta que olha para a primeira página, compra o exemplar e o transforma em um quadro de parede (poster), em um objeto de coleção, de exposição, de admiração. Na recepção, esse tipo de atitude produz um enunciado do tipo: **olha aqui o que eu trouxe para vocês verem**. Ver o absurdo, o incomunicável no jornalismo. Na recepção, a manchete faz do jornal um produto pitoresco.

O discurso sensacionalista exige do redator criatividade e percepção do **novo** no

fato, da novidade da palavra (do palavrão, da gíria) e do incomunicável do universo popular. O impacto precisa ser renovado e mantido a cada edição. Os aspectos do inusitado e do violento se repetem diariamente, mas o redator precisa transformar a briga de botequim em guerrilha marginal; precisa inventar a matéria quando não existem bons ingredientes para despertar emoções e compor um escândalo jornalístico. A imaginação recobre o dia magro em acontecimentos explosivos.

O discurso da violência não oculta o cadáver. Mas oculta as razões e as projeções da criminalidade. Oculta a grandeza da exclusão e da desigualdade social. Com o seu poder de nominalização (subjativação e adjetivação) justiceira, julga os autores das ações de violência. Uma vez noticiado, uma vez julgado.

A repetição da unidade informativa **violência** (e seu julgamento impresso) gera um tipo de discurso social autoritário que contempla a tragédia do impulso agressivo do homem. Viver é fatal, mata. A palavra de ordem dos jornais popularescos é a **repetição** de que a vida é perigosa e os homens matam (e os jornais noticiam e, por isso, mostram os maus). Ao repetir o mesmo enunciado a cada edição, realiza o culto à grandeza da violência na sociedade (e ao poder justiceiro do jornalismo).

### 3 EM BUSCA DE UM CONCEITO

O jornalista aparece no texto como enunciador onipresente ao nível da consciência das fontes. Ele sabe sobre a cena, o cenário e as personagens dos acontecimentos. A cumplicidade e a proximidade com a ficção (efeito de ficcionalização) elaboram uma narrativa que torna o noticiário desacreditado entre a produção jornalística em geral. A intenção do enunciador em chamar a atenção para a leitura é explícita e direta, por isso qualifica o modo de fazer jornalístico como imprensa amarela, marrom, (de cores, de título com corpo 36) e sem prestígio junto às elites culturais e econômicas.

Os jornais popularescos se diferenciam dos jornais de prestígio pelo modo de perceber, estruturar e organizar o real. Por exemplo, a leitura da cadeia semântica antetítulo (AT), manchete (M), subtítulo (ST), chamada e título da matéria (TM) permite a visualização dos graus de importância que o jornal dedica aos tipos de fatos e conteúdos. Ao organizar o real, classifica-o. Produz títulos que anunciam e classificam a notícia, construindo um discurso de atualidade por alusão à cultura de classe do leitor.

A cumplicidade entre jornal e leitor diz respeito à seleção, hierarquização e supervalorização de conteúdos considerados adequados à cultura de classe dos leitores. Sensacionalizar o noticiário é **um modo de comunicação** que visa a chamar a atenção do leitor pela vedetização do acontecimento e da personagem que se localizam habitualmente na periferia da ordem instituída.

O discurso dos jornais popularescos apresenta-se como **adequado às condições culturais e econômicas** das classes populares. A adequação refere-se à **repetição** da temática da violência. A violência vista como um conteúdo próprio do cotidiano das classes de baixa renda familiar e baixo nível cultural.

Os jornais popularescos veiculam notícias reconhecidas como desacreditadas e sensacionalistas porque **exploram e supervalorizam** a violência pessoal. Isto não significa que esses jornais não veiculem acontecimentos políticos, econômicos e culturais. Tratamos aqui especificamente do trabalho que os editores realizam para que o jornal assuma características popularescas, recorrendo aos apelos gráficos, visuais e lingüísticos da primeira página.

O caráter sensacional da linguagem jornalística revela um **vínculo instável de comunicação** entre jornal e leitor devido às carências culturais e econômicas das classes populares.

A comunicação entre jornal e leitor é sempre estabelecida a partir da manchete, por estabelecer uma forma de comunicação emocional, perde o impacto inicial após a leitura, isto é, perde o vínculo com os motivos da leitura (compra). E o trabalho de manipulação do noticiário precisa continuar na próxima edição, apresentando, novamente, o singular numa embalagem espetacular, capaz de provocar sensações, medos, ansiedades, curiosidades, fantasias, projeções, identificações. E as sensações são desprovidas de um sentimento estético, pois não estabelecem uma relação com o senso crítico do leitor.

O discurso sensacionalista é uma **forma de comunicação enfática e apelativa com o povo**. É uma forma mitificada de tratamento do povo. Os editores supõem que **o modelo da oralidade, da repetição** (de falar alto, devagar, soletrando) é o mais adequado às classes populares e que o povo é atraído pelas letras grandes (pelos sons altos). Essa suposição dos editores é uma convenção que estabelece o sensacionalismo como **uma forma verberativa de comunicação com o povo**.

A notícia sensacionalista é um grito escrito (sonoro e visual) que difunde valores, conceitos, sentimentos e imagens do lado perverso da cultura e estabelece “o primeiro contato da camada inculta com um meio de comunicação cultural”. (Dines, 1971, p. 69)

A primeira etapa do processo de comunicação do jornal com o leitor é resultado de um esforço de oferecer e provocar sentimentos de aceitação e rejeição de notícias que fundem imaginação e realidade como uma crônica do cotidiano, onde a violência “... se integra nas condições de normalidade”. (Portão, 1980, p. 59).

O discurso sensacionalista é elaborado a partir da informação total, excepcional, insignificante e sem contexto entendida como “**fait divers**”<sup>(1)</sup>. Essa informação excepcional (sobre a morte, o mal, a violência) legítima, no espaço jornalístico, a explosão do impulso agressivo do povo (e do leitor, na leitura).

O efeito da notícia sensacional toma contornos visuais, estilísticos e ideológicos no imaginário do leitor: **a cidade está violenta**. O leitor elabora um outro discurso que exclama, contempla e comenta o cotidiano: o discurso reflexo que dota a violência de um poder fantasma que **pode estar em toda parte**.

O jornalismo sensacionalista libera a fala contida dos excluídos e a fisionomia própria dos temores e desejos sociais de liberdade e agressividade como se a expulsão/explosão (divulgação) da fala recalcada fosse um dos deveres sociais da imprensa: o caráter brutal do cotidiano precisa ser propalado para ser contido. Porque a violação da lei acaba mal; liberdade e agressividade têm limites e o crime não compensa.

Mas o noticiário sensacionalista permite o acesso ao mundo da liberdade total pela exploração repetitiva de ações (temática) agressivas, homicidas e aventureiras que não podendo realizar-se no cotidiano, tendem a realizar-se projetivamente no espaço jornalístico.

A liberdade explorada no sensacionalismo é a que se realiza abaixo da lei, no submundo, com os seus protagonistas que são identificados pelas suas identidades marginais e estigmatizadas. Esses protagonistas ousam obedecer aos seus impulsos e desejos. A ousadia e a experiência da liberdade total (isto é, a morte) expõem o estigma do protagonista maldito e interdito: é capaz de matar.

O que, então, os jornais popularescos fazem? Exploram o fascínio pelo extraordinário, pela aventura, que é suposto só existir nas classe populares. Aproximam do cotidiano, o tabu, o trágico, o sádico. Essa representação (ou supervalorização) da transgressão cria o sentimento de expectativa. Isto explicaria, em parte, porque é a manchete que vende o jornal.

A apresentação chocante dos fatos expõe aquilo que estava oculto, o não dito, mas que está próximo, por isto obscuro, “fora de cena”<sup>(2)</sup>. O modo de comunicação do que está fora de cena precisa atrair (pelo olhar na manchete) o leitor que deseja e teme realidades e situações incomuns. O conflito básico explorado está entre necessidade e satisfação, desejo e lei.

Elaborar um conceito de jornalismo sensacionalista é uma tarefa redundante porque o estudo da natureza da atividade jornalística implica em dizer que “a própria produção da notícia significa a adaptação do fato social a alguma coisa mais rentável”. (Marcondes Filho, 1985, p. 29). O fato torna-se mais atrativo: transforma-se em manchete, em fotografia, em reportagem.

O jornalismo é reconhecido como sensacionalista devido à forma escolhida de reproduzir o real, a que é sugerida como adequada à realidade cultural, política e econômica das populações periféricas.

O jornalismo sensacionalista é uma atividade de identificação e exarcebação do caráter singular dos acontecimentos através do destaque, acréscimo ou subtração de elementos lingüísticos, visuais (sonoros) e ideológicos e através da repetição de temáticas que contêm conceitos e valores que se referem à violência, à morte e à desigualdade social.

#### 4 AS CONDIÇÕES DE CONSTRUÇÃO DO DISCURSO

O texto jornalístico, amparado em sujeitos enunciadores, é constituído pela articulação entre produção e consumo de significados e de efeitos. A análise de construção do noticiário impresso inicia com o estudo dos títulos que não privilegia apenas as manchetes (ou títulos fortes) mas também os antetítulos e subtítulos (como linha de apoio ou olho) e os títulos das matérias (que se localizam nas páginas internas do jornal). E também as chamadas e texto-chamada que funcionam como uma narração ampliada dos antetítulos e manchetes e se constituem em um recurso gráfico e textual que mantém a curiosidade do leitor, encaminhando-o para a leitura da matéria.



Como as chamadas nem sempre resumem o conteúdo da matéria, funcionam também como um texto redundante entre os títulos da primeira página e o título da matéria, formando com o conjunto de títulos, o início da cadeia narrativa que precede o texto da matéria.

As variações da combinação (e/ou) antetítulo, manchete, subtítulo, título da matéria servem para completar, ampliar ou restringir aspectos do acontecimento selecionado para publicação. O conjunto dos títulos, além de anunciar, classificam a notícia e iniciam a cadeia significativa produzindo sentenças autônomas, de caráter restritivo ou explicativo do fato.

A combinação ou desdobramento dos títulos em antetítulo (AT), manchete (M), subtítulo (ST) e título da matéria (TM) resulta em repetição ou ambigüidade de significados. As estruturas repetitivas revelam as categorias ideológicas, lingüísticas e temáticas valorizadas.

A análise da sintaxe e do léxico do jornal indica as restrições e as escolhas lingüísticas, ideológicas e editoriais (seleção, destaque e omissão), isto é, descreve o **modo** de produção e circulação do produto jornal. O **modo repetitivo** de construção discursiva no jornalismo sensacionalista permite a elaboração, digamos, de uma gramática que **traduz uma concepção ideológica da sociedade**.

De acordo com um estudo que realizamos sobre o jornal **Luta**<sup>(3)</sup>, os sujeitos do discurso jornalístico são representados por dois termos dominantes mulher e homem que colocam em circulação outros termos referentes ao corpo biológico e cultural que possuem e que os situam em modos diferentes de representação e reconhecimento social.

O sujeito mulher, na análise em questão, aparece referido na gramática discursiva do jornal como:

- a) órgão sexual, que ambigüamente também a designa como pessoa;
- b) objeto de prazer sexual masculino;
- c) corpo físico valorizado, estabelecendo uma relação entre passividade, juventude e beleza;
- d) corpo físico desprestigiado, quando abandona a postura passiva de vítima social ou de objeto de desejo do homem;
- e) identidade paradoxal, quando inverte o comportamento sexual natural no que diz respeito à manifestação da sexualidade.

O sujeito homem, ainda na mesma análise, aparece referido no discurso jornalístico como:

- a) representante da lei e da ordem;
- b) corpo viril;
- c) representante do sexo masculino;
- d) pessoa capaz de praticar ações perigosas e ousadas;
- e) identidade paradoxal, através da manifestação do comportamento sexual pervertido e transgressor;

f) ser possuidor de órgão sexual visível, através da representação como símbolo agressivo.

Os sujeitos homem e mulher são denominados, ainda pela mesma análise, por um vocabulário predicativo que se refere ao corpo físico e cultural (erotismo) e à violência. As denominações do erotismo referem-se à representação e ao uso do corpo, isto é: ação do corpo, qualificação do corpo, partes do corpo, indumentária do corpo, modo de utilização do corpo, lugares onde o corpo exercita alguma função. E a violência é designada por um vocabulário que se refere à agressão contra o corpo. Os conflitos fundamentais explorados são a tensão entre sexo, violência e morte.

Os principais processos expressivos, identificados pela mesma análise, utilizados pelo jornalismo para produzir sensações e reforçar preconceitos são a ambigüidade, omissão, oposição e simetria de palavras e expressões.

A ambigüidade e a ambivalência dos significados no conjunto dos títulos (AT, M, ST, TM) produzem o efeito reconhecido como erótico pela criação do impacto (intensidade da informação), da sugestão (insinuação de outros conteúdos e significados), da cumplicidade e da desconfiança (anúncio do tudo é possível e do absurdo), da fetichização da violência e do sexo (encenação do proibido-e-do-consentido, do próximo-e-do distante, do inalcançável-e-do oferecido, do tudo sugerido e do pouco mostrado).

A omissão, a oposição e a simetria de significados produzem o efeito de curiosidade sobre o acontecimento. Esses processos expressivos também revelam proximidade com a cultura oral que são identificados no jogo lingüístico produzido através de rimas internas e externas e da repetição da substituição de significados.

Podemos dizer que o efeito sensacional sugere, substitui e repete enunciados mas não esclarece. Diríamos que não é próprio da prática sensacionalista a crítica e a interpretação dos fatos. Mas sim a denúncia da transferência de sentimentos agressivos da sociedade sobre o indivíduo (a personagem do fato) e do sentimento de medo e impotência do indivíduo (leitor) diante da sociedade que gera miséria, poluição, desigualdades e, por conseguinte, violência.

As atuais manchetes do jornal **Notícias Populares** podem ser analisadas utilizando-se os resultados obtidos com o estudo das manchetes do jornal **Luta**.

## 5 O SUPERINVESTIMENTO DE EFEITOS

No estudo de jornais popularescos, a manchete merece atenção especial por constituir-se no principal elemento do sistema produtivo do discurso, onde os efeitos discursivos estão concentrados. O superinvestimento de efeitos na manchete a responsabiliza pelo consumo do jornal e pelo primeiro contato de comunicação com o leitor.

A manchete também tem outras funções, como a de estabelecer a primeira forma de classificação do fato na organização do espaço gráfico. Se considerarmos que o jornal não especifica a editoria a que se refere o fato, a manchete, além de

anunciar e classificar o fato, estabelece a primeira cumplicidade do jornal com o leitor pela não nomeação do tipo de acontecimento que o jornal está valorizando. Daí explica-se, em parte, o caráter repetitivo dos jornais popularescos: é como se dissesse que o leitor sabe que na sociedade existem crimes, ele não sabe, porém, é que hoje aconteceu um novo crime. A cumplicidade entre jornal e leitor (e temática) advém dessa identificação não dita mas que é percebida como uma notícia do setor policial, por exemplo.

A observação sistemática dos principais jornais sensacionalistas do Brasil<sup>(4)</sup> nos tem levado a constatar que as manchetes privilegiam os acontecimentos da editoria de polícia. E esse privilégio aparece caracterizado pelo emprego regular de sujeitos indefinidos e que remetem a aspectos realçados de acontecimentos também singulares.

A manchete mostra uma atualidade que não pressupõe que o leitor conheça. Os acontecimentos são anunciados pela sua singularidade e não pelo contexto a que se referem. As manchetes, assim, caracterizam-se pelo aspecto informativo pois procuram apresentar ou destacar o que de original e surpreendente existe no acontecimento. Trazem muita surpresa e frustração (depois da leitura do texto) e impacto, com palavras que destacam o aspecto mais sugestivo do acontecimento. Assim, a omissão ou a ambigüidade das palavras servem para despertar o interesse do leitor.

Outro aspecto a ser considerado é uso de gírias na manchete, o que vem marcar a originalidade (criatividade) e a identificação do jornal com as classes populares. Muitos jornais popularescos procuram legitimidade de representação das populações periféricas através do uso coloquial da linguagem, do emprego do palavrão e da gíria, como se esse uso caracterizasse o seu engajamento com os interesses, gostos e expectativas populares.

O estudo das matérias anunciadas pela manchete nos tem demonstrado que os jornais popularescos privilegiam as crônicas de acontecimentos, uma categoria de matéria muito próxima daquela que Barthes descreveu como "fait-divers", matérias desprovidas de contexto e caracterizadas pela exarcebação do caráter singular. As manchetes também aparecem combinadas a outros atrativos da primeira página, como o uso de cores e fotografias.

## 6 OS EFEITOS DA ONISCIÊNCIA

A narrativa jornalística caracteriza-se por revelar traços da participação do jornalista no texto, como mediador entre leitor e acontecimento. O jornalista quando enunciador institucionalizado (quando não assina as matérias) manifesta-se no texto através da descrição daquilo que o jornalista viu, da descrição daquilo que recolheu como declaração de outras pessoas (na forma do discurso direto e/ou indireto), dos comentários sem informação e da utilização de adjetivos e construções adverbiais e da estruturação do texto em seqüências temporais.

É a onisciência do enunciador que diferencia e caracteriza o texto sensacionalista porque cria o efeito de suspense (a manchete promete espantos e a estruturação temporal cronológica da matéria não causa surpresa); o efeito de frustração (a

expectativa em torno das promessas de revelação da manchete □ muito maior que o oferecimento do texto da matéria) e o efeito de desconfiança (a matéria, ao ludibriar e subestimar o leitor a cada edição, cria os efeitos de cumplicidade, reconhecimento e brincadeira pela utilização constante de comparações e suposições). A produção desses efeitos de recepção denunciam o modo como o jornal percebe o leitor.

Consideramos o efeito de ficcionalização como o mais signativo porque ele vai caracterizar as narrativas policiais. O enunciador onisciente produz uma narrativa que se refere a uma cultura de classe e nessa referência produz o efeito de familiaridade ou de reconhecimento do fato criminoso, mórbido, aventureiro, pornográfico, grotesco e insólito como próprio do ambiente das classes populares.

Veron define o efeito de ficcionalização como “ubigüidade” (Veron, 1980, p. 29), como relato que reproduz ao mesmo tempo vários acontecimentos localizados em lugares diferentes e que são interligados na redação do texto.

As marcas do enunciador onipresente nos jornais popularescos pode ser um dos indicadores de que o jornal pode inventar matéria quando não existem fatos suficientemente violentos e insólitos para serem noticiados. Nesse caso, o efeito de ficcionalização é acompanhado do efeito de desconfiança pois a narrativa não convence devido ao excesso de marcas da presença do autor-redator.

Os efeitos de recepção aqui descritos de uma forma ou de outra indicam que os jornais popularescos segregam simbolicamente as classes populares porque aparecem sempre representadas como perigosas, estigmatizadas, estereotipadas e violentas. Cabe aos jornais nomear e fotografar os indivíduos perigosos que por vingança ou desespero farão jus ao que lhes é atribuído. O início ou o prosseguimento de trajetórias pessoais sem retorno à ordem é um dos filões explorados pelo jornalismo, “na medida em que exacerba a importância do crime e dos criminosos e os afunda cada vez mais na vida do crime”. (Ramalho, 1979, p. 118).

O jornalista como testemunha (participante) de fatos violentos ou insólitos funciona como mediador ou porta-voz das classes perigosas e do mundo dos absurdos, onde tudo pode acontecer e repetir-se. **A estrutura repetitiva** do discurso cria o espaço da desconfiança (ou da dúvida) no jornalismo, pois a cada edição situações violentas e insólitas poderão repetir-se.

Narração e títulos igualmente se utilizam do deslocamento de significados referentes ao desvio da ordem. A exploração constante e repetitiva do trágico e do grotesco é que permite a permanência da atração do leitor pela novidade (observe-se que os jornais popularescos sobrevivem da venda avulsa dos exemplares em bancas).

O escondido mas próximo (a perversão sexual, a desordem e o crime) exposto pela narrativa é recuperado no mesmo espaço por um discurso moralizante que se refere sempre à existência da autoridade policial.

## 7 A CARA DOS VILÕES

O universo marginal tipificado pelo jornal reconstrói a biografia dos estereótipos sociais. O jornal ao tipificar pessoas e grupos de comportamento transgressor,

exarceba e valoriza a violência **de e sobre** habitantes localizados em espaços naturalizados como turbulentos.

O jornalismo que explora o cotidiano das periferias urbanas caracteriza os habitantes pela ocupação, pela perversão, pela desordem, pela criminalidade, pela adesão a seitas e pela brutalidade dos atos que cometem.

O modelo discursivo de **realce da negatividade** dos atributos das classes perigosas pressupõe a omissão de questões sociais, políticas e econômicas e, por conseguinte, a omissão da cultura da pobreza, das condições da pobreza e da acumulação de misérias sociais.

O modelo repetitivo da narrativa sobre a violência estimula formas generalizadas de reconhecimento da realidade. Os indícios de marginalidade e desvio das classes com baixo poder de consumo são realçados de forma trágica, erótica ou pitoresca. **O culto da violência** transparece nas páginas do jornal motivado pelo excesso, isto é, pelo passionalismo, pela vingança, pelo sadismo, pela concorrência, pelo fanatismo, chacinas, assaltos, crueldades, etc. Como disse Dom Adriano Hipólito, quando “as estruturas sociais falham, qualquer tipo de marginalidade tem toda a liberdade de ação” (Meinel, 1982, p. 18).

O modo marginal, feroz, ilegítimo e infrator de sobreviver diante da miséria e da exclusão compõe o **status desviante** das classes perigosas, reconhecido pela prática do ferimento e pela experiência de negação da ordem social.

A liberdade de ação cultuada pelo jornalismo (crime, sexo e morte) traduz-se nos objetivos de construção da notícia enquanto fato selecionado pelo interesse humano, curiosidade, impacto, raridade, etc.

O efeito sensorial do fato atrai o leitor pelo olhar na manchete que anuncia um acontecimento singular. A exploração da atenção do leitor permite a instauração do absurdo no jornalismo enquanto texto sugestivo que visa a chocar ao invés de informar, por isso, pessoas são estereotipadas e ações são rotuladas.

**A prática da rotulação do cotidiano** visa ao destaque e à ocultação de significados e elabora um modelo informativo que supervaloriza os conceitos de norma e desvio e estabelece e caracteriza uma **forma motivada de comunicação** com as classes populares. O real **exagerado** estimula emoções no leitor através de um texto produzido pelo uso de sinônimos, antônimos, metáforas e metonímias. O real excepcional obscurece o cotidiano da marginalidade e dos contrastes sociais. O tratamento atraente dos fatos explora as interdições sociais com o objetivo de produzir o efeito de curiosidade.

## 8 CONCLUSÃO

O modo de produção do discurso informativo reconhecido como sensacionalista resume-se nos seguintes pressupostos:

- a) variedade na apresentação gráfica;
- b) exploração de estereótipos sociais;

- c) valorização da emoção em detrimento da informação;
- d) exploração do caráter extraordinário e vulgar dos acontecimentos;
- e) adequação ideológica às condições culturais, políticas e econômicas das classes populares;
- f) exploração exacerbada do caráter singular dos acontecimentos;
- g) destaque do aspecto insignificante e duvidoso dos acontecimentos;
- h) omissão de aspectos dos acontecimentos;
- i) acréscimo de aspectos dos acontecimentos;
- j) discurso repetitivo, motivador, despoliticizador e avaliativo;
- k) discurso informativo de jornais em fase de consolidação econômica e empresarial;
- l) modelo informativo que torna difusos os limites entre o real e o imaginário.

## NOTAS

- (1) Expressão utilizada por Roland Barthes (BARTHES, 1982, p.59).
- (2) Expressão utilizada por Teixeira Coelho Neto (FERREIRA, 1983, p. 177).
- (3) Análise de 25 edições do jornal popularesco **Luta**, do Rio de Janeiro, no período de 01 a 30 de junho de 1981. Dissertação de Mestrado em Comunicação na ECO/UFRJ.
- (4) Análise dos jornais **Luta Democrática** e **Luta** (em 1981), dos jornais **O Dia** e **Última Hora** (no período de 1980 a 1989), do jornal **O Povo** (do Rio de Janeiro, no ano de 1990) e do jornal **Notícias Populares** (no período de janeiro de 1990 a agosto de 1993).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 BARTHES, Roland. Estrutura da notícia. In: \_\_\_\_\_. **Crítica e verdade**. São Paulo: Perspectiva, 1982. p. 57-67.
- 2 BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1979.
- 3 DINES, Alberto. Sensacionalismo na imprensa. **Comunicações & Artes**. São Paulo: ECA/USP, V.4, p. 67-75, 1971.
- 4 FERREIRA, Jerusa Pires & MILANESI, Luís. **Jornadas impertinentes: o obscuro**. São Paulo: Hucitec/Intercom, 1983.

- 5 GENRO FILHO, Adelmo; ROLIM, Marcos; WEIGERT, Sérgio. **Hora do Povo:** uma vertente para o fascismo. São Paulo: Brasil Debates, 1981.
- 6 GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide:** para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê!, 1987.
- 7 GOFFMAN, Erving. **Estigma:** notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.
- 8 GUIMARÃES, Alberto Passos. **As classes perigosas:** banditismo urbano e rural. Rio de Janeiro: Graal, 1981.
- 9 LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia.** Petrópolis: Vozes, 1979.
- 10 LEITÃO, Eliane Vasconcellos. **A mulher na língua do povo.** Rio de Janeiro: Achiamé, 1981.
- 11 LIMA, Sandra Amêndola Barbosa. **A participação social no cotidiano.** São Paulo: Cortez, 1980.
- 12 MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia:** o jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1985.
- 13 MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícia:** um produto à venda; jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Alfa Omega, 1978.
- 14 MEINEL, Valério. Violência não surpreende mais a Baixada Fluminense. **Folha de São Paulo, São Paulo**, 6 jun., 1982, p. 18, c. 5-6.
- 15 MELO, José Marques de, Estudo comparativo da violência no jornalismo brasileiro. In: \_\_\_\_\_. **Estudos de jornalismo comparado.** São Paulo: Pioneira, 1972. p. 173-260.
- 16 MORAIS, Regis de. **O que é violência urbana** São Paulo: Brasiliense, 1981.
- 17 PEDROSO, Rosa Nívea. **A produção do discurso de informação num jornal sensacionalista.** Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 1983. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- 18 PORTÃO, Ramão Gomes. **Criminologia da comunicação.** Santos: Traço, 1980.

- 19 RAMALHO, José Ricardo. **Mundo do crime** a ordem pelo avesso. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- 20 SERRA, Antonio A. **O desvio nosso de cada dia**; a representação do cotidiano num jornal popular. Rio de Janeiro: Achiamé, 1980.
- 21 SILVA, Carlos Eduardo Lins da, coord. **Comunicação, hegemonia e contra-informação**. São Paulo: Cortez/Intercom, 1982.
- 22 SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Graal, 1977.
- 23 SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**: introdução à cultura de massa brasileira. Petrópolis: Vozes, 1980.
- 24 TORQUATO, Gaudêncio. O jornalismo e as funções da linguagem. **Comunicação e Sociedade**. São Paulo: Cortez/IMS, V.3, n. 1, p. 75-85, jul. 1980.
- 25 VELHO, Gilberto, org. **Desvio e divergência** uma crítica da patologia social. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- 26 VERON, Eliseo. **L'espace du soupçon**. mimeo.
- 27 ———. **Dictionnaire des idées non reçues**. mimeo.
- 28 ———. Le hibou. **Communications**, Paris, n. 28, p. 69-125, 1977.
- 29 ———. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix, 1980.
- 30 ———. **Construire l'événement** ; les médias et l'accident de Three Mile Island. Paris: Les éditions de minuit, 1981.