

RESENHA

JORNALISMO POPULAR PARA ALÉM DO SENSACIONALISMO

YAMAMOTO, Eduardo Yuji

Jornalista e especialista em Comunicação Popular e Comunitária pela UEL-PR; Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática, da UNESP-Bauru/SP
yudieduardo@bol.com.br

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006, 141p. ISBN 85-7244-325-8

Subestimar as produções midiáticas destinadas às classes populares, atribuindo-lhes um valor negativo como cultura vulgar e fútil, tem sido uma prática recorrente em muitos veículos da mídia. Especificamente no gênero informativo popular, predomina a noção da linguagem chula, a ênfase em manchetes irreverentes e em matérias que reportam à animalidade e às aberrações humanas. Esse preconceito sustenta-se no senso comum da idéia de um popular irresponsável, que se diverte com notícias inventadas, reportagens sanguinolentas e escândalos sexuais de artistas e pessoas comuns. O leitor popular, nesse caso, é aquele que se distrai com a tragédia alheia e lança mão dos verdadeiros problemas do país. Para esse leitor, nada mais digno que um jornal de mesma índole, que fale num mesmo código vulgar, sensacionalista na forma e vazio no conteúdo.

Certamente, ao referir-se aos produtos culturais destinados às classes populares, muitos já devem ter ouvido um discurso parecido. Essa fala, entretanto, perde sentido quando confrontada com alguns fatos objetivos. Segundo Márcia Franz Amaral, a expansão do segmento popular tanto na imprensa como na mídia eletrônica representa um estágio interessante do atual mercado editorial. A configuração desse mercado, relacionada à emergência de uma nova visão de sociedade, pode ser compreendida, sob a ótica do jornalismo, pelo respeito às classes populares. Destituir-se de um julgamento prévio em relação a esse público significa não apenas aproximar-se dele - tentar compreender o drama de sua existência e seu código comunicativo-, mas, sobretudo, eliminar tais preconceitos construídos por um elitismo histórico e que ainda persiste na grande mídia.

Atualmente, o segmento do jornalismo popular representa um mercado de trabalho promissor para profissionais experientes e para jovens repórteres. Nesse filão, os jornalistas do povo publicam matérias exclusivas, dão “furos”, ganham prêmios e, o que é mais importante, desmistificam a idéia de que o jornalismo popular necessariamente deve ser sensacionalista.

É verdade que esses jornais ainda continuam a divulgar escândalos e fatos inusitados, mas o espaço privilegiado para cadáveres e invencionices diminuiu. Como afirma a autora, as estratégias de seduzir o público leitor são mais antigas do que o próprio jornalismo e na maioria das vezes são incorporadas inclusive pela imprensa tradicional. O que deve ser enfatizando, todavia, são as mudanças editoriais sofridas nessas publicações, cuja responsabilidade, em parte, vem da recepção de seu público. Ao invés de fatos isolados, das escatologias, e das matérias inventadas, os jornais populares buscam a linguagem simples, o didatismo, a prestação de serviços, e a credibilidade (qualidade bastante improvável há algum tempo). Temas de ordem política e econômica ocupam nesse gênero jornalístico um lugar de destaque.

Segundo a autora, a intenção do livro não é apenas desconstruir o mito do sensacionalismo que vem como sinônimo de jornal popular, mas também observar a possibilidade de um jornalismo de qualidade nesse segmento. Conhecer a cultura do povo, desse modo, implica descer das “redações de marfim” e alojar-se no mesmo patamar dos problemas do povo, seja para se colocar em seu lugar enunciativo criando com esse uma identificação; seja para, a partir do conhecimento do código dessa cultura, maximizar seu potencial comunicativo. Acreditar na inocência popular, ou mesmo nos preconceitos que os envolve, torna essa tarefa impraticável.

O livro é dividido em cinco capítulos. A ordem da leitura, como alerta a autora, não compromete a compreensão do livro, e cada capítulo pode ser lido aleatoriamente. No primeiro capítulo, “O sensacionalismo não cabe em si”, o leitor pode conferir uma abordagem do jornalismo popular sob o ponto de vista conceitual e histórico. Para explicar porque se utiliza a expressão “popular” e não “sensacionalista” nesse segmento, a autora perfaz uma história do sensacionalismo na imprensa. Ela observa que muitos recursos de popularização são utilizados por toda mídia impressa, mas tornam-se bastante explícitos nos jornais destinados às classes B, C, e D.

Uma contextualização da nova fase dos jornais populares é apresentada no segundo capítulo, “A redescoberta de um segmento”. Nesta parte, o livro traz os principais jornais populares em circulação no País (*O Dia* e *Extra*, ambos do Rio de Janeiro, *O Diário Gaúcho* na Grande Porto Alegre, *Agora São Paulo*, *Diário de São Paulo* e *Jornal da Tarde*, esses três últimos na cidade de São Paulo), além de um breve relato sobre o que está acontecendo com produtos jornalísticos populares de outros formatos (televisão e revistas).

O capítulo seguinte, “O leitor do mundo e o mundo do leitor”, apresenta uma reflexão mais aprofundada sobre a relação entre imprensa e cultura. Nesse ponto, a autora enfatiza o contrato cultural que cada jornal estabelece com seu público. Esses

veículos retratam não apenas a realidade (lingüística, econômica e social) constituinte de cada grupo social, mas a especificidade dos assuntos que os interessam. A distância que separa os dois universos pode ser observada no fato de que um jornal sobrevive de temas relacionados às questões de “interesse público”, ao passo que o outro é pautado pelo “interesse do público”. No primeiro grupo, estão os jornais considerados sérios, que precisam se legitimar entre os formadores de opinião, reportando-se ao universo das classes A e B. No outro grupo, estão os jornais populares destinados ao público B, C e D. Ainda neste capítulo, o leitor terá uma explicação do que é notícia no segmento popular, com sua capacidade de entreter e informar ao mesmo tempo. Ao se reportar às estratégias enunciativas da cultura popular, a autora traz das raízes históricas do melodrama e do folhetim a explicação de quais são os antigos artifícios da imprensa popular usados na atualidade.

Um estudo de caso sobre o *Diário Gaúcho* é apresentado no quarto capítulo, “O penny press gaúcho”. Nele, observam-se algumas características dramáticas constituintes desse gênero popular e a diferença em relação ao *Zero Hora*, no que tange às coberturas jornalísticas. Destaque para a contextualização do jornal *Diário Gaúcho*, feita a partir de sua organização editorial e do perfil de seu público.

O último capítulo, “A prática do jornalismo popular”, traz os aspectos mais práticos do gênero informativo popular. Aqui, a autora traça o perfil profissional desse segmento e expõe algumas preocupações que os jornalistas devem ter ao adentrar nesse universo instigante. Entretanto, cabe um alerta sobre o perigo da popularização, principalmente no que se refere à excessiva dramatização e ao predomínio do “interesse do público” sobre o “interesse público”.

Por fim, o livro oferece um roteiro de leitura sobre produtos jornalísticos populares, além de uma bibliografia complementar. A relevância deste livro está em propiciar uma leitura aprofundada desse gênero informativo que atualmente ocupa um lugar de destaque no mercado editorial. Ainda pouco explorado, esse nicho de mercado sugere oportunidades de trabalho para jornalistas, além de abrir perspectivas rumo a uma democratização da informação para setores populares com baixa renda e escolaridade. Leitura obrigatória para profissionais e estudantes de jornalismo que se preocupam não apenas com as exigências do mercado, mas com a qualidade da informação e o interesse de seus leitores. E tudo isso sem abrir mão dos preceitos éticos que devem nortear a prática dessa profissão.