



Imprensa popular sensacionalista: contribuições ao jornalismo contemporâneo

José CRISTIAN GÓES¹

Resumo: O trabalho sustenta a ideia central de que o *modus* histórico de se fazer uma imprensa popular sensacionalista emprestou significativas e relevantes contribuições ao jornalismo contemporâneo. Três momentos nos marcos da história do jornalismo, especialmente de intensa produção da notícia sensacionalista, são fundamentais para compreender algumas das contribuições: a) a confecção e distribuição do cordel e das folhas noticiosas no século XVI e XVII; b) a imprensa política pornográfica francesa e o *party press* americano do século XVIII; c) o *penny press* nos Estados Unidos nos anos 1830 e o jornalismo popular do fim do século XIX e início do XX.

Palavras-chave: Jornalismo; história da imprensa; sensacionalismo; imprensa popular; notícia.

1. Uma proposta inicial para o debate

A opção por uma prática jornalística que se centra na ênfase a elementos narrativos e expressivos desproporcionais e que está marcada por coberturas de fatos violentos, sexo, escândalos, histórias humanas e casos bizarros acaba produzindo, quase sempre, uma avaliação crítica e, às vezes, também reducionista. Rotulado como sensacionalista, o jornalismo daí proveniente é classificado como de péssima qualidade, de mau gosto e tão somente destinado às camadas populares.

A reação a esse tipo de jornalismo ganha consistência ao se observar que, para além do seu conteúdo, essa prática está fundada em outras duas bases sólidas: a primeira é a sua forma expressiva, que se utiliza de uma linguagem carregada de exagero, com grande peso

¹ Jornalista. Mestrando em Comunicação e Sociedade - Universidade Federal de Sergipe. Tem especialização em Gestão Pública (FGV/ESAF) e Comunicação na Gestão de Crise (Gama Filho). Editor da Revista Paulo Freire (ISSN 977-22-3804-802-4). É ex-presidente do Sindicato dos Jornalistas de Sergipe.

nas imagens e com narrativas orais para estimular o apelo a sensações; a segunda é sua condição funcional, isto é, esse tipo de jornalismo estaria a serviço do mercado, inserindo-se numa estratégia empresarial que transforma a notícia num espetáculo barato, rápido e de fácil consumo pelas audiências, supostamente as de menor renda e nível cultural.

Vale ressaltar que os estudos sobre esse tema no Brasil são relativamente recentes e alguns de seus principais pesquisadores (AMARAL, 2005, 2006; BARBOSA, 2005; BERNARDES, 2004; ENNE, 2007; MATHEUS, 2011) defendem a tese de que o jornalismo sensacionalista tem se transformado, superando a ênfase meramente policiaesca e extraordinária, e desenvolvendo uma espécie de condição de prestador de serviços, buscando se tornar legítimo porta-voz dos reclames populares mais imediatos.

Mesmo admitindo-se uma possível nova faceta acrescida ao jornalismo sensacionalista, este trabalho avalia uma perspectiva de que a construção da notícia com apelo às sensações também pode ser observada, em certa medida, nos meios considerados de referência, com vistas a atrair e manter a audiência. O jornalista Alberto Dines (1969), em palestra na USP e citado em Amaral (2006, p. 20), acredita que “(...) em toda imprensa ocorre o processo sensacionalista, sendo o próprio *lead* um recurso desse tipo, por sublinhar os elementos mais palpitantes da história para seduzir o leitor”. Assim, não é raro observar em jornais, rádios, TV e *sites*, classificados como de referência, o uso de alguns expedientes dramático-narrativos sensacionalistas.

Partindo-se desse quadro, busca-se responder a seguinte questão: seria possível encontrar na história do jornalismo algumas contribuições que a prática profissional focada na cobertura sensacional dos eventos emprestou para a formatação do jornalismo contemporâneo? Para respondê-la, este trabalho se utiliza de uma revisão bibliográfica para investigar alguns dos marcos na história da imprensa – especialmente da popular – que possam indicar características que esse modelo particular de registro da sociedade destinou ao jornalismo de referência.

O caminho percorrido para atingir esse objetivo passa por observar três momentos: a) a produção da literatura de cordel e as folhas noticiosas nos séculos XVI e XVII; b) o jornalismo sensacional político pornográfico na França do século XVIII e o predomínio de uma imprensa partidária nos Estados Unidos; c) as contribuições do jornalismo popular sensacionalista norte-americano, o *penny press*, dos anos 1830 e do fim do século XIX e

início do XX. Desde já, considera-se como importante que “a história do jornalismo é acumulativa e os diferentes modelos jornalísticos que foram surgindo ao longo da história não tiveram (nem têm) fronteiras rígidas”. (SOUSA, 2008, p. 153).

2. Narrativa sensacional nos primórdios do jornalismo

Antes de identificar algumas características do sensacionalismo em um período que Martín-Barbero (2009, p. 248) chama de “protojornalismo popular”, fundamental entender o sensacionalismo como a “(...) intensificação e exagero gráfico, temático, linguístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto de representação e construção do real social” (PEDROSO, 2001, p. 52). Reforça esse conceito Amaral (2006, p. 21) ao garantir que, em geral, o sensacionalismo está ligado “(...) a valorização da emoção; à exploração do extraordinário, à valorização de conteúdos descontextualizados; à troca do essencial pelo supérfluo ou pitoresco e inversão de conteúdo pela forma”. Angrimani (1995), por viés semelhante, ressalta outro aspecto no ato de tornar sensacional um fato que, por regra jornalística, não ganharia *status* de notícia. Para ele “(...) é na exploração das perversões, fantasias, na descarga de recalques e instintos sádicos que o sensacionalismo se instala e mexe com as pessoas” (ANGRIMANI, 1995, p. 17).

Esse *modus* particular de fazer jornalismo tem lugar garantido e de destaque na história da imprensa. Para Martín-Barbero (2009) o jornalismo tem suas origens ainda no século XVI, na transição entre o oral e o escrito, através da introdução da literatura de cordel, que transformou o folclórico em popular. Desde lá, a escolha do que noticiar, da forma como narrar e do formato de apresentação dos fatos têm forte interseção com as características da produção da notícia sensacionalista. Aponta Martín-Barbero sobre esses primeiros “jornais”:

Temos assim um *meio* que, à diferença do livro e *semelhança do periódico*, vai buscar seus leitores na rua. E que apresenta uma feitura na qual o *título* é reclame e motivação, publicidade; segue-se ao título um *resumo* que proporciona ao leitor as chaves do argumento ou as utilidades a que se presta, e uma gravura que explora já a “magia” da imagem (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.151, grifo do original).

É relevante destacar é que esses primeiros impressos - *pliegos* na Espanha, *colportage* na França e tantas outras folhas na Europa do século XVI – eram feitos para que fossem lidos em voz alta e em espaços públicos, em razão do reduzido letramento da população. Assim, eles se apresentam e se revestem de importância social porque eram, na prática, instrumentos de mediação entre os fatos e as pessoas. Esse necessário papel de mediação será um indicativo de essência do jornalismo numa sociedade que se tornava mais urbana e complexa.

Quanto ao conteúdo, as primeiras folhas noticiosas estavam comprometidas com histórias trágicas, feitos extraordinários, fábulas, demônios, “(...) especialmente aos relatos de crimes, nos quais o *pliego* lança as bases daquilo que mais tarde seria o jornalismo popular” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 156). O século XVI foi profícuo em folhetos no estilo sensacional. “De publicação avulsa e irregular, esses impressos eram vendidos nas ruas como uma grande fonte de informação sobre os acontecimentos da época” (MELO, 2005).

Para Jorge Pedro Sousa (2008) o nascimento da imprensa moderna, com periodicidade garantida, está data do século seguinte, mais precisamente em 1604 com a circulação de *La Gazette Française*. O conteúdo desse jornal é o sensacional, transportado dos cordéis. Segundo esse autor: “O aparecimento das gazetas permite afirmar que o jornalismo noticioso é uma invenção europeia dos séculos XVI e XVII, com raízes remotas na antiguidade clássica e antecedentes imediatos na Idade Média e no Renascimento” (SOUSA, 2008, p. 80). Danilo Angrimani (1995) aponta uma dificuldade em se precisar a data de nascimento do jornal sensacionalista, mas afirma que na França, entre 1560 e 1631, aparecem os periódicos *Nouvelles Ordinaires* e *Gazette de France*, sendo que este último se parece que com jornais sensacionalistas que são feitos atualmente, “trazendo o *fait divers*² fantástico e notícias sensacionais” (ANGRIMANI, 1995, p. 19). Lembra ainda da existência, com sucesso, dos “*Canards*” também na França, que em tradução livre significa “pato”, mas que também designa conto “absurdo, fato não verídico”. De acordo com o autor, os *Canards* eram:

(...) jornais populares de apenas uma página, impressos na parte frontal e que comportavam título, ilustração e texto. (...) os mais procurados eram os que

² Fatos diversos (em tradução livre). BARTHES, R. *Essais Critiques*. Paris, Editions de Seuil, 1966.

relatavam *fait divers* criminais: crianças martirizadas ou violadas, parricídios, cadáveres cortados aos pedaços, queimados, enterrados. (...) Os vendedores de *canards* saíam às ruas aos gritos chamando atenção do público para suas manchetes. (ANGRIMANI, 1995, p. 19)

Com o crescimento e complexidade das cidades nos séculos XVII e XVIII, as folhas noticiosas se tornaram cada vez mais numerosas e isso impôs uma necessária transformação e aprimoramento das técnicas de impressão. Elas ganharam melhores estruturas e recebiam anúncios pagos, mas também atraíam, por sua condição estratégica de mediação social, o controle dos Estados e do clero. Sousa (2008) confirma que no século XVIII e início do XIX, os jornais mantinham um processo de busca pelo registro dos acontecimentos, mas avançaram significativamente para publicações ancoradas em textos mais opinativos e propagandísticos, reduzindo a cobertura sensacional e passando a se engajar em lutas políticas, morais e religiosas, como se observará mais adiante. Mas para resumir esse primeiro momento, recorre-se a Martin-Barbero que afirma:

Nesse protojornalismo popular – que será escrito em grande parte visando à difusão oral, para ser ‘lido, declamado, cantado’ em lugares públicos como o mercado, a estação de trem ou mesmo pelas ruas –, já se encontram as chaves do jornal sensacionalista. Estão lá os grandes títulos chamando a atenção para o principal fato narrado em versos, importância assumida pela parte gráfica, com desenhos ilustrando o texto, a melodramatização de um discurso que parece fascinado pelo sangrento e o macabro, o exagero e até a atração pelos ídolos de massa dos esportes ou dos espetáculos. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 248)

Assim, ao resgatar alguns elementos no início da história da imprensa a partir do século XVI, descobre-se a existência de um *modus* de produção e de divulgação de fatos que privilegia conteúdo, linguagem e forma sensacionais. Essas práticas podem ser relacionadas como: a) interesse por histórias humanas, mas com lances extraordinários e míticos; b) produção escrita com forte marca de oralidade – alinhada com a cultura local - e com a clara intenção de arregimentar a audiência; c) utilização da narrativa dramática nos relatos, muitas vezes em versos, o que seria de mais fácil apreensão pela audiência; d) a atenção com a primeira página, com a manchete, a ilustração e a forma cantada de apresentação das folhas como estratégia para a comercialização nas ruas.

3. Da imprensa pornográfica francesa ao *party press* americano

Antes de partir para analisar os eventos que serão centrais na consolidação de um jornalismo popular sensacionalista no século XIX, faz-se necessário observar de um lado a destacada imprensa política pornográfica e sensacional nos processos que envolveram a Revolução Francesa e de outro o predomínio da imprensa partidária (*party press*) nos Estados Unidos. Esses dois momentos singulares na história do jornalismo, ambos marcadamente no século XVIII, estão interligados em sua base pela política. Investigar a imprensa pornográfica e o *party press* é fundamental para compreender a retomada, com ampla força e importância, do jornalismo popular sensacionalista no século XIX.

Para Sousa (2008, p. 81) “dois modelos normativos e funcionais do jornalismo” vão ser concretizados no século XVIII. De um lado há o florescimento de um intenso e engajado jornalismo popular na França, que apelou ao pornográfico, ao escândalo sexual da nobreza e do clero, como ação essencialmente política. A imprensa que se desenvolvia por esse viés fundamentava, também em sua prática, a ideia de luta pela liberdade. De outro, o modelo inglês, que será marcado pelo controle dos meios pela política partidária de Estado. “(...) o jornalismo, em ambos modelos (britânico e francês), alimentar-se-á, essencialmente de notícias, embora do modelo inglês da ‘imprensa de partido’ o artigo de caráter opinativo tenha tido uma importância relevante” (SOUSA, 2008, p. 81).

De acordo com Antonie de Baecque (1996) a distribuição de jornais/panfletos na França pré e pós-revolucionária colaboraram com a formação de um conceito moral sobre a decadente aristocracia em oposição à patriótica República que nascia. O jornalismo popular francês surge na clandestinidade e em oposição a um jornalismo político que estava a serviço do absolutismo, implacável contra críticas e protestos.

(...) a literatura obscena dos primeiros anos da Revolução, usavam dois temas para ridicularizar a aristocracia: impotência e homossexualismo... (...) a ideia de decadência associa-se à do apodrecimento, de colapso orgânico. A aristocracia se torna assim, para fins desses escritos, uma raça agonizante; a corrupção moral e a devassidão física passaram a estar intimamente ligadas. (...) a degeneração do corpo vem junto com a torpeza moral e a duplicidade política. As acusações se dirigem a todos os opositores da Revolução, sempre insistindo na doença, na falta de vigor e na inépcia. (BAECQUE, 1996, p. 231)

Assim, o jornalismo popular francês utiliza a aristocracia como um símbolo da velha ordem, doente, decadente, homossexual e impotente, mas ia para além dessa questão. “Essa literatura efêmera fornecia um comentário contínuo sobre praticamente tudo, e frequentemente o fazia concentrando-se em episódios espetaculares e figuras públicas proeminentes” (BAECQUE, 1996, p. 225). O autor classifica esse jornalismo como político pornográfico que tomou as ruas e as novas assembleias deliberativas do Estado e que usa “(...) não só uma moldura de obscenidade e um vocabulário pornográfico como também determinados artifícios, eficientes num contexto político, tais como o insulto ou a denúncia maliciosa” (BAECQUE, 1996, p. 228). Superado o absolutismo francês pela revolução, retomou-se uma produção jornalística essencialmente argumentativa e opinativa no campo da política partidária, e principalmente de Estado, reduzindo a presença de folhas de notícias populares e sensacionalistas.

No caso do modelo inglês, a imprensa é controlada pelos partidos políticos e há um extraordinário recuo de publicações populares, especialmente as dedicadas ao sensacionalismo. Esse quadro segue da Inglaterra para algumas de suas colônias, como os Estados Unidos, na América. Assim, “(...) pela primeira vez os jornais deixam de ser entendidos como meros veículos de notícias ou mesmo de propaganda, passando a ser encarados como instrumentos a usar na arena pública e na luta política pelo poder, no quadro de discussões racionais e livres sobre os problemas”. (SOUSA, 2008, p. 87).

Michael Shudson (2010) mostra que no fim do século XVIII e início do XIX, os jornais nos Estados Unidos representavam tão somente as manifestações do editor e/ou do seu partido. Antes de 1830:

Os jornais políticos davam maior ênfase a notícias da política nacional e eram financiados pelos partidos políticos, facções de partidos ou candidatos a cargos públicos, que ditavam a política editorial e, algumas vezes, escrevia pessoalmente os editoriais. Nada havia de enganoso nisso – tratava-se de prática padrão, e de conhecimento de todos. Os jornais partidários eram dependentes dos líderes políticos, não só pelo capital inicial e por seu ponto de vista, mas como forma de garantir a própria manutenção, por meio da publicação paga de notas jurídicas, quando o partido que apoiavam detinha o poder. (SHUDSON, 2010, p. 26)

A concentração dos jornais nas mãos de partidos políticos e de grandes capitalistas; e o controle e a censura do Estado sobre os meios empurraram o jornalismo para o con-

sumo de poucos, uma elite letrada e dirigente. “Os jornais em geral eram comumente editados para pessoas de posses, o que em parte influía na preponderância do conservadorismo na imprensa” (EMERY, 1965, p. 232). No entanto, esse modelo estava fadado a ser superado em razão do crescimento das cidades, dos intensos fluxos migratórios, do amplo desenvolvimento da indústria e do comércio, da revolução dos meios de transporte e de comunicação, ou seja, a sociedade norte-americana estrutura-se no mercado de consumo e um “novo homem” nasce daí, especialmente operários qualificados, pequenos comerciantes, imigrantes endinheirados, e que estavam distantes dos jornais de referência de então. Edwin Emery (1965, p.231) compreende que “toda vez que uma massa de povo foi negligenciada por muito tempo por órgãos de comunicação existentes acabaram surgindo iniciativas para suprir essa lacuna”. As “iniciativas” as quais se referem o autor vão desaguar na imprensa popular sensacionalista e na cobertura do fato local, do acontecimento próximo do ponto de vista geográfico e temporal.

É nos Estados Unidos que o jornalismo rompe – através de suas práticas mais significativas – com o modelo de uma imprensa partidária e distante do “novo homem” americano. Para isso há uma retomada vigorosa à concepção inicial de folhas populares sensacionalistas dos séculos XVI e XVII, mas agora em cima de outras bases: a democrática e essencialmente a empresarial mercadológica. O produto que corporifica esse quadro é o *penny papers*, não apenas pela redução do preço que possibilitou o acesso a outras camadas sociais, mas essencialmente pela forma de fazer jornalismo. É no século XIX nos Estados Unidos que o jornalismo – com forte participação da imprensa popular sensacionalista - vai encontrar um terreno fértil para desenvolver-se e se consolidar como instituição social, produzindo grandes reflexos no mundo ocidental.

4. O *penny press* e as contribuições para definição da notícia

O aparecimento do *penny press* em 1830, em franca e clara oposição pública ao jornalismo político partidário, é a concretização de novo momento na história do jornalismo, uma espécie de primeira revolução da imprensa moderna. Segundo Shcudson (2010), o jornalismo desse período está fundado na empresa e é resultado das intensas mudanças políticas, sociais e tecnológicas que atravessavam os Estados Unidos. “O

jornalismo começou uma nova era a 3 de setembro de 1833, com o aparecimento de um pequeno e estranho jornal, o *New York Sun* (...) a ênfase era dada aos acontecimentos locais e ao noticiário de violência” (EMERY, 1965, p. 232). Constatação apoiada por Dejavite (2001), quando afirma que o “(...) *Sun* rompeu com os moldes do jornalismo da época, oferecendo em suas páginas: crimes, assassinatos, mortes, curiosidades, bizarrices, dentre outros assuntos que causavam sensacionalismo e eram fantásticos”. Melo (2005) ainda reforça que “a partir dos anos 30 do mesmo século, nos Estados Unidos, surgiram os primeiros jornais mais factuais e menos opinativos, ou seja, as notícias saíram do meio meramente econômico, político e bélico e ingressaram nos fatos do cotidiano da sociedade, dando origem às notícias de interesse humano”.

Mas é Shcudson quem sintetiza com precisão a década de 1830, período que “(...) levou ao triunfo da ‘notícia’ sobre o editorial e dos ‘fatos’ sobre a opinião” (SHCUDSON, 2010, p. 25). Para ele, a aristocracia do século XVIII tinha enquadrado os fatos comuns da vida a uma condição de comicidade e, assim, o cotidiano das ruas estava fora da imprensa de referência. “A imprensa *penny*, em comparação, mantinha o foco nas vizinhanças, e no cotidiano e, pela primeira vez, contratou repórteres em bases regulares, para cobrir notícias locais. Os repórteres eram distribuídos entre a polícia, os tribunais, o distrito comercial, as igrejas, a alta sociedade e os esportes” (SHCUDSON, 2010, p. 39). Ainda sobre esse aspecto, o autor chega a revelar o tamanho dessa primeira grande revolução no jornalismo:

Como a notícia era mais ou menos “inventada” nos anos de 1830, o repórter foi uma invenção social nos anos de 1880 e de 1890. Os primeiros jornais haviam sido equipes de um homem só: um único indivíduo atuava como impressor, agente de publicidade, editor e repórter. (...) No curso do século XIX, os editores passaram a confiar menos nessas fontes informais de notícias e mais nos escritores *free-lancers* e repórteres contratados, que eram pagos para escrever. Os *penny papers* foram os primeiros a empregar repórteres para as notícias locais (SHCUDSON, 2010, p. 81).

Além das características de focar no evento local, da busca pela notícia do cotidiano em lugar da opinião e da contratação regular de repórteres para ir aos fatos, a imprensa popular sensacionalista nesse momento foi fundamental para o desenvolvimento da indústria gráfica, com reflexos em outros setores econômicos, como assinala Shcudson:

Nos Estados Unidos, os *penny papers* eram sempre os primeiros a instalar as mais recentes máquinas de impressão. Na verdade, pode ser mais correto afirmar que a imprensa *penny* introduziu a impressão a vapor no jornalismo norte-americano do que dizer que o vapor tenha impulsionado a imprensa *penny*. (...) O telégrafo começou a ser usado nos anos de 1884, depois de a própria imprensa *penny* tê-lo experimentado. Os jornais encorajaram seu desenvolvimento. (SHCUDSON, 2010, p. 46).

Outro fator preponderante apontado pelo autor para o desenvolvimento da imprensa popular e que terá reflexos significativos no fazer jornalismo é a escolarização e a ampliação da alfabetização básica durante o século XIX. “Como os novos leitores eram pouco sofisticados, seus gostos tendiam a ser simples, definidos, particulares e limitados. Isto não apenas explicaria o crescimento de circulação de jornais, como também a ênfase da imprensa *penny* sobre a notícia local e de interesse humano” (SHCUDSON, 2010, p. 48). Para ele: “As qualidades contemporâneas admiradas ou detestadas nesses jornais – relativa independência partidária, preço baixo, intensa circulação, ênfase sobre a notícia, atualidade, sensacionalismo – têm a ver com o surgimento de uma classe média urbana” (SHCUDSON, 2010, p. 64).

O segundo momento dessa revolução no jornalismo registra-se no final do século XIX e início do XX e consolida o jornalismo em si, com ênfase na prática da reportagem. Duas personalidades que construíram impérios e que são essenciais para entender esse momento são Joseph Pulitzer e William Hearst. Com eles, inicia-se o “Novo Jornalismo” e “(...) surgem dois jornais que vão moldar o gênero sensacionalista, dando-lhes características que ainda hoje são utilizadas: o *World* e o *Journal*” (ANGRIMANI, 1995, p. 20). Shcudson (2010) entende que Pulitzer foi revolucionário em vários aspectos do jornalismo, mas principalmente no gênero sensacional. “Sua atenção pela notícia local, especialmente crimes, escândalos e a alta sociedade se manteve da tradição do *penny papers*” (SHCUDSON, 2010, p. 114). Sobre o formato do jornalismo empregado por Pulitzer, o autor informa que: “O uso generoso, pelo *World*, de caricaturas e desenhos, de diferentes tipos de títulos, e sua própria ênfase em palavras, conteúdos e estrutura frasal relativamente simples, atraíram as pessoas inexperientes na leitura em inglês” (SHCUDSON, 2010, p. 118).

Nesta segunda fase da imprensa popular sensacionalista nos Estados Unidos, o jornalismo amplia a busca pelas notícias locais, mas passa a se ajustar e a agregar outras funções para atender as exigências do mercado consumidor, numa ampla interação com a audiência. A notícia se insere entre os bens de consumo. Há “(...) uma ampliação da função de ‘entretenimento’ do jornal, mas também representava a expansão daquilo que tem sido recentemente chamado ‘jornal multiuso’, em lugar de jornal informativo – jornal diário como um compêndio de dicas para a sobrevivência urbana”. (SHCUDSON, 2010, p. 122). Uma das transformações mais significativas foi à redução do tamanho físico do jornal para que ele tivesse mais mobilidade e pudesse ser facilmente transportado e lido em todos os lugares. Essa mudança tem reflexos extraordinários, inclusive, na produção das notícias, na definição do *lead* e da “pirâmide invertida”, como explica Schudson:

(...) a mudança do *World* para um estilo e layout que causaram sensação resultou da adaptação às necessidades dos passageiros: ler no ônibus era difícil devido às letras pequenas e páginas grandes da maioria dos jornais. Assim, o *World* reduziu o tamanho da página, reforçou o tamanho dos títulos e o uso das ilustrações e desenvolveu o *lead*, parágrafo em que todas as informações mais importantes estariam concentradas. (...) É provável, então, que o crescente uso da ilustração e dos títulos grandes nos jornais fosse uma adaptação aos novos hábitos da classe média quanto às novas características da classe trabalhadora imigrante. (SHCUDSON, 2010, p. 123).

A busca pela notícia e para mostrar a melhor, a mais completa e real narração dos eventos impôs uma concorrência extraordinária aos jornais e jornalistas, ampliando-se os recursos sensacionalistas e chegando-se a inventar e interferir nos fatos. Nesse quesito, Sousa (2006, p. 156), por exemplo, lembra-se de Hearst não poupar esforços para “(...) inventar factos, mesmo que fossem desmentidos em duas linhas no dia seguinte”. É nesse momento que surge o “jornalismo amarelo” (*yellow journalism*). Para Martin-Barbero (2008) o jornalismo popular americano do século XIX e início do XX representa a:

(...) continuidade com o sensacionalismo da literatura do acontecimento e de terror – narração gótica na Inglaterra, *pliegos* de cordel na Espanha, *canards* na França – através das crônicas escritas por repórteres que se fazem passar por detentos em penitenciárias ou loucos internados em hospícios, e que se acham presentes no lugar do crime ou do acidente para poderem ‘comunicar ao vivo’ a realidade e as emoções do acontecimento. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 248)

Importante ainda salientar que saíram também dos dois grandes impérios da imprensa popular nos Estados Unidos, o de Pulitzer e o de Hearst, transformações profundas em outro campo: a formação dos jornalistas. “Numa época marcada pelo positivismo, também os jornalistas são levados ao culto dos factos e à tarefa de reproduzir fielmente a realidade, impressionados com novos inventos, como a máquina fotográfica” (TRAQUINA, 1993, p. 23). A cobertura dos fatos impõe a necessidade se ter um profissional qualificado, detentor de técnicas jornalísticas (como entrevista, coleta de informações), e que não mais se confundia com o gráfico. Surgem cursos superiores para a formação de jornalistas e a ampliação do debate sobre regras ou códigos deontológicos. Coube a Pulitzer, por exemplo, ter impulsionado a criação da Escola de Jornalismo da Universidade de Columbia que contribuiu “(...) não apenas para conferir um melhor estatuto social e uma maior dignidade profissional aos jornalistas e ao jornalismo como também para a profissionalização e para a definição dos jornalistas como corpo profissional autônomo” (SOUSA, 2006, p. 155).

Como se percebe, o sensacionalismo se consolida no século XIX e início do XX e o *locus* privilegiado foi à imprensa empresarial popular nos Estados Unidos. As técnicas empregadas para selecionar e transformar fatos e eventos em notícias e comercializá-las vão ser decisivas na concepção do jornalismo contemporâneo. As contribuições vão desde a busca pelo factual, a contratação regular de repórteres, a narração mais objetiva, a preocupação com a forma expressiva (tamanho do jornal, a capa, as manchetes, fotos e imagens), a especialização dos repórteres e a criação dos correspondentes e até a constituição de cursos superiores para formação de jornalistas. Sobre o Novo Jornalismo do século XIX Jorge Pedro Sousa, resume: “Seleção e síntese da informação e linguagem factual impuseram-se como factores cruciais da narrativa jornalística, que, posteriormente, foram transmitidas de geração de jornalistas em geração de jornalistas, configurando-se como traços da cultura profissional”. (SOUSA, 2006, p. 154).

5. Considerações finais

O *New York Time*, um dos mais incisivos jornais de oposição ao modelo sensacionalista do fim do século XIX nos Estados Unidos, é um dos exemplos absorção de técnicas desenvolvidas pela imprensa popular. Para Sousa (2008), o *Time* nasceu atenuando o sensacionalismo e exigindo rigor e profundidade na cobertura, mas “(...) sem abandonar, contudo, algumas das ideias que estiveram na base do sucesso da primeira geração da imprensa popular: preço baixo e tiragens elevadas, diversidade temática para agradar a todas as franjas da população, linguagem clara, concisa e precisa, culto dos factos” (SOUSA, 2008, p. 140). Segundo Shcudson (2010, p.138) as “pessoas mais instruídas e prósperas liam não somente o *Times*, mas também os jornais e as revistas de ‘fofoca’, apesar de o fazerem com um sentimento de vergonha”. No mesmo *Time* as “pessoas se políam para ler sobre política em letras miúdas, mas elas se deixam levar pela leitura sobre assassinatos ou a observação de imagens de celebridades” (SHCUDSON, 2010, p. 141).

Assim, retornando-se a questão central deste trabalho, percebe-se que podem ser recortadas da história do jornalismo, especialmente em momentos de grande produção de uma imprensa popular sensacionalista, algumas contribuições relevantes emprestadas ao jornalismo contemporâneo de referência. Longe de se encerrar aqui, essa investigação pode auxiliar nos estudos do sensacionalismo na imprensa, reduzindo-se um juízo de valor, geralmente pejorativo e reducionista. Apesar de consistentes e fundamentadas críticas à opção por um tipo de jornalismo popular que privilegia o sensacional, ele tem seu lugar na história e, como observado aqui, possui contribuições ao fazer jornalístico contemporâneo, como: a) a inserção das histórias de interesse humano, deixando a notícia mais próxima da audiência; b) a preocupação com os eventos locais, com os fatos das ruas, com os temas e ocorrências do cotidiano; c) a contribuição para a ideia de objetividade no relato dos fatos e de mediação; d) a busca pela narração simples e direta, sem rebuscamento linguístico; e) a atenção com a composição atrativa e sintética da primeira página do jornal, da abertura dos programas de rádio e tv, da apresentação visual dos *sites*; f) a contratação, a especialização e a formação dos jornalistas, além de gerar um necessário debate sobre conduta ética profissional e os valores do jornalismo; g) a ideia de jornalismo como instrumento de ação pedagógica na sociedade; h) a cobertura de personalidades e de governos que têm suas atividades, às vezes privadas, postas na arena pública; h) a condição do

jornalismo como um prestador de serviço, como um meio de entretenimento, como um guia a atender às necessidades da audiência.

Referências

AMARAL, Márcia. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. Sensacionalismo, um conceito errante. **Intexto**. Porto Alegre, v. 2, n. 13, p. 1-13, jul/dez. 2005. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4212> Acesso em: 13 de mar. 2012.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

BAECQUE, Antoine de. **Panfletos – libelo e mitologia política**. In: DARNTON, Robert e ROCHE, Daniel (orgs). *Revolução Imprensa: a imprensa na França 1775-1800*. Tradução de Marcos Maffei Jordan. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

BARBOSA, Marialva. Jornalismo popular e sensacionalismo. **Verso e Reverso**. São Leopoldo/RS, n. 39, jan. 2005. Disponível em: <http://www.unisinus.br/diversos/revistas/versoereverso/index.php?e=3&s=9&a=31> Acesso em: 28 abr. 2012

BERNARDES, Cristiane B. **As condições de produção do jornalismo popular massivo: o caso do Diário Gaúcho**. 2004. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **O poder do fait-divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção**. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande, 2001. Anais.

EMERY, Edwin. **História da imprensa nos Estados Unidos**. Tradução de Alkmin Cunha. Rio de Janeiro: Lidaador, 1965.

ENNE, Ana L. **O sensacionalismo como processo cultural**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Cultura das Mídias”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

MARTÍN-BARBERO. Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6ª Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MATHEUS, Letícia. **Narrativas do medo**: o jornalismo de sensações além do sensacionalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.

MELO, Patrícia Bandeira de. Um passeio pela História da Imprensa: o espaço público dos grunhidos ao ciberespaço. **Revista Comunicação & Informação**, v. 8, n. 1, Goiânia: UFG, 2005.

Disponível em: www.fundaj.gov.br/geral/artigo_passeio_historia_imprensa.pdf Acesso em: 21 mar. 2012.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001.

SHCUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Tradução de Denise Jardim Duarte. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. 2ª edição. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006.

_____. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. In: SOUSA, J. P. (Org.). **Jornalismo: história, teoria e metodologia da pesquisa**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.) **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.