

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

GABRIELA NOVAES FEITOSA

DOIS PESOS, DUAS MEDIDAS:

Enfoques distintos nas coberturas de violência dos jornais *O Globo* e *Extra*

Niterói

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

GABRIELA NOVAES FEITOSA

DOIS PESOS, DUAS MEDIDAS:

Enfoques distintos nas coberturas de violência dos jornais *O Globo* e *Extra*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal Fluminense como requisito obrigatório para a obtenção de título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof.^a Sylvia Moretzsohn

Niterói
2016



UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE



IACS

INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

PARECER

Ao primeiro dia do mês de abril de 2016, reuniu-se no Instituto de Arte e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense a Banca Examinadora designada para avaliar o Projeto Experimental de Gabriela Novaes Feitosa, matrícula UFF 112.030.077, habilitação Jornalismo, sob o título "Dois pesos, duas medidas: enfoques distintos nas coberturas de violência dos jornais *O Globo* e *Extra*".

Em sessão secreta, a Banca deliberou pela: (X) aprovação () reprovação do(a) aluno(a), com a nota 9,0 (...NOVE.....).

Niterói, 1º de abril de 2016

Orientador(a):

NOME: SYLVIA MORITZSOHN ASSINATURA: 

Banca:

NOME: CARLISSA MORAIS ASSINATURA: 

NOME: MARCIO CASTILHO ASSINATURA: 

AGRADECIMENTOS

Aos meus professores e colegas da Universidade Federal Fluminense por me ensinarem a pensar de maneira crítica. Devo a vocês minha formação política, o exercício da empatia e a desconstrução dos preconceitos, que tento colocar em prática a cada dia.

À minha orientadora, prof. Sylvia Moretzsohn, por sua paciência, dedicação e confiança na elaboração deste trabalho.

Aos meus pais e minha avó, Nilza, pelo amor, incentivo e apoio incondicionais.

Aos meus familiares e amigos por cada momento inesquecível juntos e por sempre me apoiarem e impulsionarem em busca de meus objetivos, não me deixando desistir jamais.

E a todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigada.

"Essa tribo é atrasada demais.
Eles querem acabar com a violência,
mas a paz é contra a lei, e a lei é contra a paz"
(Gabriel, o Pensador, 1997)

RESUMO

Este trabalho pretende analisar o porquê de dois jornais de um mesmo grupo de comunicação apresentarem enfoques diferentes na cobertura de um mesmo fato sobre criminalidade. Além de mostrar como as reportagens analisadas repercutiram, destacando alguns dos comentários provocados. Para isso, será feita uma comparação entre algumas capas dos jornais *O Globo* e *Extra*, observando a orientação editorial de cada um, a fim de entender os motivos pelos quais essa discrepância acontece. E, para realizar a análise, será utilizada a fundamentação teórica de estudos que vinculam o jornalismo à criminologia crítica.

Palavras-chave: Jornalismo. Crime. Violência urbana. *Extra*. *O Globo*.

ABSTRACT

This final project intends to analyze the reason why two newspapers of the same communication group are able to present different approaches on the coverage of the same fact about criminality, and also show how this news reverberated. For this, a comparison will be made between some covers of the newspapers *O Globo* and *Extra*, observing the discourses used by each of them in order to understand the reasons why this divergence happens. Moreover, to execute the research, it will be used the theoretical foundation of studies linking journalism to critical criminology.

Keywords: Journalism. Crime. Urban violence. *Extra*. *O Globo*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Capas dos jornais <i>O Globo</i> e <i>Extra</i> do dia 21 de maio de 2015.....	33
Figura 2: Capas dos jornais <i>O Globo</i> e <i>Extra</i> do dia 22 de maio de 2015.....	34
Figura 3: Policiais conduzindo suspeitos de classes sociais diferentes.....	36
Figura 4: Capa do jornal <i>Extra</i> do dia 8 de julho de 2015.....	39
Figura 5: Capas dos jornais <i>Extra</i> e <i>O Globo</i> do dia 30 de novembro de 2015.....	40

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1 JORNALISMO E CRIME.....	11
2 A TRADIÇÃO DO JORNALISMO POPULAR E AS POSSIBILIDADES À CONTRACORRENTE.....	18
2.1 Relação entre jornalismo popular e sensacionalismo.....	19
2.2 Características dos jornalismo popular e de referência.....	21
2.3 Rumo à popularização.....	24
2.4 Possibilidades dentro do jornalismo popular.....	25
3 O GLOBO X EXTRA.....	28
3.1 Histórico.....	29
3.2 O abismo.....	32
3.3 Justiça x justiça.....	36
3.4 Padrão PM.....	39
3.5 Enquanto isso nas redes sociais.....	42
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46

INTRODUÇÃO

O presente trabalho pretende analisar por que dois jornais do mesmo grupo de comunicação, o Grupo Globo, apresentam discursos destoantes entre si, nas coberturas de um mesmo fato, especificamente sobre violência urbana e segurança pública. Além de mostrar como as reportagens analisadas repercutiram, destacando alguns dos comentários provocados. Para isso, será feita uma comparação entre algumas capas dos jornais *O Globo* e *Extra*, percebendo o enfoque de cada um, a fim de entender os motivos pelos quais isso acontece.

A diferença de enfoque provocou suspeitas sobre o que estaria por trás de uma cobertura à contracorrente do senso comum, no caso do *Extra*. Portanto, é necessário questionar se essa distinção tem relação somente com o público-alvo de cada jornal ou se o *Extra* pretendeu atingir outra parcela do público com a mudança da orientação editorial. Foram utilizados três casos, ocorridos em 2015, como forma de sustentar a análise: o assassinato do médico Jaime Gold na Lagoa Rodrigo de Freitas (RJ), na noite do dia 20 de maio, a ação dos justiceiros que lincharam um ladrão em São Luís (MA), no dia 5 de julho, e o assassinato de cinco jovens, por policiais militares, em Costa Barros (RJ), em 28 de novembro.

Este estudo mostra-se relevante, pois tenta elucidar algumas questões importantes não só para o jornalismo como também para os leitores. E, para tanto, a análise será sustentada pela fundamentação teórica da criminologia crítica aplicada aos estudos sobre jornalismo popular.

Nesse sentido, trilharemos um percurso que se inicia com a análise da relação entre jornalismo e criminologia, no qual mostraremos como as noções de violência urbana são construídas pela mídia e quais são os interesses que levam a cobertura criminal a estimular a punição, ato reforçado pelo senso comum, fortalecendo, desse modo, a convicção sobre a aplicação de penas cada vez mais duras como solução para os conflitos sociais. Com isso, percebemos que a cobertura jornalística cria uma visão deturpada da criminalidade, que gera tensão e insegurança. Os discursos são vendidos por alguns jornais como grandes soluções para as “ondas de criminalidade”, buscando relegitimar o sistema penal.

Já a segunda parte deste trabalho discutirá as particularidades do que se chama de “jornalismo popular”, analisando também suas possibilidades à contracorrente. Primeiro, iremos abordar uma das vertentes do jornalismo popular, o sensacionalis-

mo, e, com isso, citar algumas de suas diferenças para o atual modelo de jornalismo feito para as classes mais baixas. Depois, discutiremos as diferenças entre o jornalismo popular e o de referência, para então chegarmos à principal questão: é possível fazer jornalismo popular priorizando as causas da violência, e não somente suas consequências? Nesta parte, salientaremos que o jornal *Extra* aponta essa possibilidade, fazendo, cada vez mais, um jornalismo de responsabilidade social, quando o assunto é segurança pública.

Por fim, no terceiro capítulo, analisaremos os casos baseados nas capas dos jornais *O Globo* e *Extra*, com o intuito de responder às questões acima mencionadas e enfatizar que há de fato um padrão na forma de se fazer jornalismo quando a pauta é violência, mas que, por outro lado, existe sim a possibilidade de se criar um novo modelo de jornalismo baseado, principalmente, no respeito aos Direitos Humanos.

1. JORNALISMO E CRIME

O jornalismo como mediador, fundado no conceito de “quarto poder”, tem o papel de fiscalizar e de representar a sociedade contra os abusos do Estado. Sendo assim, a imprensa legitimou-se como a voz dos que não a têm e os olhos e ouvidos do povo em todos os lugares em que este não pode estar. Mesmo com o crescimento da internet, o jornalismo produzido nas grandes empresas de comunicação continua se legitimando como uma referência de informação para a sociedade.

Esse conceito de “quarto poder” favorece a concepção de que o jornalista deva ser imparcial e objetivo quando noticia algo, pois seu dever seria transmitir a informação do jeito que ela aconteceu, sem pender para nenhum lado. Como se o jornalista não interferisse na construção da notícia, estando apenas a relatar fatos para que o leitor tire suas próprias conclusões acerca do que lê. Sobre essa classificação idealista do que seria o “quarto poder”, Moretzsohn (2002) afirma:

Os princípios clássicos do jornalismo baseiam-se na idéia de “esclarecer os cidadãos”, relacionada a critérios de objetividade que dizem respeito ao suposto poder de “verdade” contido nos próprios fatos. (...) Essa noção de verdade permitiu a formulação de alguns dos princípios fundamentais da atividade da imprensa: a teoria da responsabilidade social, baseada na idéia de que o público tem “o direito de saber”, remetendo à classificação idealista de “quarto poder” - portanto, acima das contradições da sociedade, sem interesses a defender, capaz de falar em nome de todos -, e as noções de imparcialidade e objetividade daí decorrentes. (MORETZSOHN, 2002, p. 1)

Outro questionamento necessário é quanto ao “direito de saber” defendido genericamente como um dos postulados do jornalismo. A esse respeito, Silva (2010) salienta o papel dos jornalistas.

A partir da imposição dos pressupostos de objetividade e neutralidade que acompanham o seu discurso, tais profissionais exercem uma forma de dominação (conjuntural, não estrutural) sobre um espaço de jogo que eles mesmos ajudam a construir e no qual, por efeito de uma espécie de *magia social*, se acham colocados, também, na favorável situação de árbitros. Ao fixar, pois, o “repertório de lugares-comuns (...) e maneiras comuns de abordar tais problemas comuns” (BOURDIEU, 2001, p. 207), estes agentes sociais, talvez mais que quaisquer outros, desempenham a função legítima (e, portanto, socialmente reconhecida) de elementos definidores daquilo que é ou não relevante, daquilo que é ou não, portanto, um problema público. (SILVA, 2010, p. 44)

Assim, o próprio jornalista está envolvido no processo de produção da notícia, assim como o jornal, o que nega a definição de objetividade comumente defendida

no meio profissional, segundo a qual o jornalista apenas “relata fatos”. Dessa forma, “a notícia não espelha a realidade, ajuda a construí-la como fenômeno social compartilhado, posto que no processo de descrever um acontecimento, a notícia define e dá forma a esse acontecimento”. (TUCHMAN, 1983, p. 197-198 *apud* BUDÓ, 2008, p. 4).

Como diz Muniz Sodré (in SERRA, 1980, p. 12), o próprio *mass media* constrói a informação que divulga. Segundo ele, fica evidente na análise de Serra (1980) que “o jornal ‘popular’ também comete o crime ao noticiá-lo, isto é, produz um ‘real de criminalidade’ que só existe da maneira como é escrito no próprio texto do medium.”

O simples ato, “cotidiano e institucionalizado”, de ler jornal admite inconscientemente a naturalização de um determinado universo de valores, sem que o próprio leitor se dê conta disso. Serra (1980) argumenta que, nesse processo, os meios de comunicação consolidam o senso comum e o agendamento das políticas públicas.

No caso da cobertura criminal, os estudos que tomamos como referência para este trabalho – ancorados na criminologia crítica, que associa mídia e sistema penal, encarando-os como forças de controle social – já demonstraram a prevalência de um discurso maniqueísta e favorável a políticas públicas centradas no endurecimento da legislação penal como solução para os conflitos sociais. Segundo Nilo Batista, a base para o entendimento desse quadro é a identificação da solidariedade de interesses entre as grandes corporações de mídia e um modelo econômico que necessita do sistema penal para o controle dos contingentes humanos que ele mesmo marginaliza.

O compromisso da imprensa – cujos órgãos informativos se inscrevem, de regra, em grupos econômicos que exploram os bons negócios das telecomunicações – com o empreendimento neoliberal é a chave da compreensão dessa especial vinculação mídia-sistema penal, incondicionalmente legitimante. Tal legitimação implica a constante alavancagem de algumas crenças, e um silêncio sorridente sobre informações que as desmintam. (...) A equação penal – se houve delito, tem que haver pena – a equação penal é a lente ideológica que se interpõe entre o olhar da mídia e a vida, privada ou pública. (BATISTA, 2002, p. 273)

Marília Budó argumenta, entretanto, que essa legitimação não significa pura e simplesmente a aceitação de que “tudo está bem com o sistema penal”, mas as críticas ao sistema são feitas de modo a reforçá-lo:

Muito pelo contrário, as críticas ao sistema também são diárias. Entretanto, mesmo essas críticas encontram-se amparadas ideologica-

mente por uma nova necessidade: diante da crise estrutural do sistema penal, cuidar de relegitimá-lo, transmudando tal situação em uma crise conjuntural de eficiência, cuja redenção se ancora no aumento da repressão penal. (BUDÓ, 2008, p. 8)

A cobertura da imprensa em relação à violência urbana e à criminalidade reforça, assim, o senso comum e desencadeia a sensação de medo e a sede pela realização de uma justiça que só é entendida através da aplicação de penas cada vez mais duras. Sobretudo quando se exploram os pânicos sociais, que desenham dois cenários: para a classe média, normalmente vítima do crime violento cometido pelos mais pobres, a ideia de ameaça latente fomenta o sentimento por segurança a qualquer custo e favorece o apoio a um Estado policial, que se justificaria como uma forma de apaziguamento através da força. Já para as classes subalternas, o medo tem a finalidade de impedir que esses indivíduos atentem contra a ordem.

A propagação da sensação de insegurança pela imprensa e pelas autoridades faz crescer um sentimento de vingança já presente no meio social, que se reflete em jargões populares como “direitos humanos para humanos direitos”.

O produto da cumplicidade entre jornalismo, neoliberalismo e sistema penal é o desenvolvimento de uma estratégia de criminalização de uma parcela da população, através da disseminação da sensação de medo, caos e insegurança, criando assim o cenário legitimador para a implementação de uma política de segurança cada vez mais sangrenta e o endurecimento da legislação penal. (COSTA, 2007, p. 17)

Marília Budó mostra que a aliança entre mídia e sistema penal se traduz também nos apelos sensacionalistas que o crime carrega e o interesse do sistema penal pela legitimação discursiva de seus atos. “O jornal auxilia, em conjunto com as demais instâncias de controle social, na construção social da criminalidade”. (BUDÓ, 2008, p. 1)

Por isso é necessário identificar a importância que os meios de comunicação de massa exercem nos processos de legitimação do sistema penal, a partir da propagação de preconceitos sociais e do apoio na implementação de políticas de lei e ordem. Quanto ao primeiro aspecto, a mídia opera criando rótulos que podem acabar virando estigmas.

A reação social ao desvio gera um rótulo de desviante no indivíduo, que leva a que o tratamento a ele dispensado pelas outras pessoas passe a ser diferente. Ou seja, de uma pessoa rotulada como desviante só se espera o desvio, e isso reduz as chances de este indivíduo agir contra este rótulo, criando uma tendência ao desvio secun-

dário e à constituição de carreiras criminosas. (LEMERT, 1951 *apud* BUDÓ, 2008, p. 3).

Essa “carreira do crime”, como se alguém escolhesse a vida de bandido, coloca em prática o segundo aspecto citado acima, a ação policial necessária para garantir a ordem, pois, se é uma escolha, seria justo a sociedade cobrar punição. A “carreira do crime” seria essa

(...) para a qual se pende por má inclinação, o crime como algo que se busca assim como se poderia buscar ser pedreiro. Colocado como indivíduo portador de livre arbítrio, contudo, a sociedade cobra-lhe o destino dado a tal liberdade. A punição humana entra como referência natural, decorrência necessária ao mal substancial que praticara na sua vida. (SERRA, 1980, p. 82)

Assim se formam os estigmas, que reproduzem um enfoque maniqueísta da realidade social.

Os meios de comunicação de massa (...) auxiliam as demais instâncias de controle social na construção social da delinquência “ao fundamentar sobre apenas um tipo de delinquência a informação de ‘tragédias’”, e na construção social do delinqüente “ao conformar o estereótipo diferencial de delinqüente através da edição da notícia, seu lugar na página, os caracteres utilizados, as fotos e o vocabulário particular para referir-se a ele”. (CASTRO, 2005, p. 234 *apud* BUDÓ, 2008, p. 8)

Os acontecimentos negativos costumam ter um alto grau de noticiabilidade. E os crimes possuem características ainda mais interessantes, por proporcionarem a busca por um culpado, alguém contra quem a sociedade possa se voltar (BUDÓ, 2008).

Sobre o noticiário relativo aos marginalizados, Sylvia Moretzsohn (2003, p. 19) aponta dois discursos complementares. O primeiro é o da favela vista como “locus do mal”, em que os conflitos sociais são naturalizados, reforçando os estereótipos que o senso comum reproduz, deixando “ilesa a estrutura radicalmente segregadora e violenta da própria sociedade que produz o crime e a exclusão.” Já o segundo discurso traz uma visão complacente, que coloca os marginalizados sempre em posição de vítimas do sistema, sendo tratados pelos jornalistas sob a ótica de um discurso conformista. Reproduzem-se assim os estereótipos maniqueístas, a partir de um “duplo discurso em relação aos marginalizados”, separados em “pobres do bem” e “pobres do mal”.

A década de 1980 foi marcada pela ascensão do neoliberalismo, que representou, no campo que aqui nos interessa, um endurecimento nas leis penais e nas polí-

ticas de segurança pública das grandes cidades, provocando a contradição de se ancorar em um órgão de reprodução da violência para contê-la.(BUDÓ, 2008)

Isso não teria sido possível sem o apoio dos meios de comunicação de massa, pois, além do reforço de estereótipos, as fontes oficiais são as que costumam ter espaço privilegiado nos jornais. Essa tendência se apoia nas características marcantes das notícias: o sensacionalismo e a espetacularização que se intensificam no crime, embora possam ser encontradas em outras editorias.

Levando em consideração que a notícia é uma mercadoria, o crime também é espetacularizado para poder vender. Sendo assim, as medidas de seu combate também tornam-se uma espécie de espetáculo, o que faz com que a política em torno das leis penais e da segurança pública seja conveniente. Contudo, esse ciclo faz com que o principal motivo da violência fique em segundo plano, como explica Marília Budó:

Simultaneamente ao processo de exposição excessiva da violência individual, oculta-se a violência estrutural que está na sua base, além da violência institucional do sistema. Diante disso, a repressão penal assume uma função simbólica diante da opinião pública. (BUDÓ, 2008, p.11)

Esse círculo vicioso produzido pela mídia e pelo sistema penal estabelece, ao mesmo tempo, uma sensação de justiça – todos devem pagar pelos seus erros - e de medo desproporcional em relação à violência, possibilitando, assim, que os crimes mais comoventes, porém menos numerosos, sejam vistos como usuais (BUDÓ, 2008), o que gera um efeito de “onda de criminalidade”.

O desfecho desse círculo costuma ser o de legitimar políticas públicas cada vez mais repressivas, mas só contra a parcela mais frágil da população, que corriqueiramente é responsabilizada pelo problema da criminalidade, sendo o sentimento de insegurança voltado apenas contra ela. Origina-se, dessa maneira, uma rejeição somente a essa parcela, produzindo, assim, discursos reacionários. Por isso, Nilo Batista diz que “o medo é a porta de entrada para políticas genocidas de controle social” (BATISTA, 1999, p. 135, *apud* BUDÓ, 2008, p. 13), o que possibilita “um sistema penal de extermínio” (BATISTA, 2003, p. 106 *apud* BUDÓ, 2008, p. 13).

Então, o senso comum assume uma postura na qual os pobres são vistos como as causas dos problemas, principalmente no quesito da segurança pública, fazendo com que, muitas vezes, a punição venha antes mesmo da investigação.

A começar pela difusão de discursos que legitimam atitudes arbitrárias por parte das agências executivas, dentro da idéia de que “bandido deve sofrer”, e de que os direitos fundamentais significam “tolerância à bandidagem” (WACQUANT, 2001, p. 10), os meios de comunicação de massa possuem ainda a tarefa de executar a pena de execração pública do “criminoso”, que pode inclusive sequer ter sido acusado formalmente. (BUDÓ, 2008, p. 14)

E talvez isso aconteça porque “as pessoas têm propensão sádica em relação ao crime e à morte”, como afirmou Angrimani (1995, p. 121). Em seu livro, o autor tratou da linguagem específica usada pelos jornais sensacionalistas – o que, como diz AMARAL (2006, p. 16), “remete ao inconsciente dos consumidores e atende a necessidades psicológicas coletivas”. Isso explica a audiência de programas policiais, por exemplo, nos quais o apresentador age como juiz, acusando, condenando e, em muitos casos, incitando a violência.

Há no propósito editorial sensacionalista uma descarga sádica, uma violência, um prazer na destruição, que provoca reações semelhantes no leitor. O *fait divers* se encaixa como fantasia substitutiva, cabendo à linguagem-clichê completar o circuito e permitir as descargas propostas, segundo o objetivo editorial sensacionalista. No papel de superego sádico, o jornal sensacionalista age como um educador, proibindo e castigando, mas também com propósitos mais cruéis: há humilhação, domínio (controle sobre o objeto) e uma perspectiva de quem quer ferir, causar dor. (ANGRIMANI, 1995, p. 77-78)

Os desvios – atitudes que fogem de um parâmetro dito como “normal” ou “natural” – servem como possibilidade transgressora, pois o jornal “mata” quem o leitor gostaria de ter matado, e como forma de advertência, na medida em que estabelecem regras de comportamento (ANGRIMANI, 1995).

Como se punir fosse fazer com que todas as pessoas “andassem na linha”, mas como os populares são vistos pelos jornais como “vulneráveis às pressões de um ‘meio criminogênico’” (SERRA, 1980, p. 36), essa repressão torna-se importante, pois, “a admissão da desordem se faz como confirmação da ordem, ela só existe para provar a vitória cíclica desta” (SERRA, 1980, p. 40). Além disso, segundo Muniz Sodré, não estar no desvio desperta prazer, o que é ratificado por Baudrillard, que criou o conceito “festividade clandestina”: é a sensação de alívio provocada quando se percebe que algo ruim ocorreu, mas não conosco, e sim com algum “outro”.

Crime, anomalia, irrisão-grotesco, distanciamento: eu (leitor) não estou ali (no crime), aqui (na segurança fantasiosa da minha leitura), onde não ocorre coisa nenhuma. Ou melhor, ocorre – o prazer de não estar no desvio. Esta é a mitologia que preside à significação do crime pelo jornal popular.

Mas, bem olhadas as coisas, essa é a mitologia de todo o jornalismo contemporâneo com relação ao fato penal. (SODRÉ *apud* SERRA, 1980, p.12)

Resultado disso é que a política de encarceramento é defendida como solução para os altos índices de criminalidade. Porém, segundo dados do Sistema de Informações Penitenciárias (Infopen), do Ministério da Justiça, até junho de 2014, a população prisional do Brasil era de 607.731 pessoas, sendo que a quantidade de vagas nos presídios é de 376.669, provocando uma situação de superlotação. Só no Rio de Janeiro, nessa mesma época, a população penitenciária contabilizava 39.321 pessoas, sendo o terceiro lugar no ranking por estado, em números absolutos. Entre 2005 e 2014, a população prisional brasileira aumentou, em média, 66%, enquanto, em alguns estados, mais do que dobrou.

O relatório divulgado pelo Ministério da Justiça também fez uma análise sobre a raça, condição econômica e escolaridade dos presos brasileiros. De acordo com o Infopen, os presos são majoritariamente jovens, negros, pobres e de baixa escolaridade. No Brasil, 56% dos presos têm entre 18 e 29 anos. O número de jovens no sistema prisional supera a proporção de jovens da população brasileira: enquanto representam 56% da população prisional, as pessoas dessa faixa etária compõem 21,5% da população total. Além disso, dois em cada três presos no Brasil são negros, o que significa 67% do total. O levantamento também constatou que é muito baixo o grau de escolaridade da população prisional brasileira: cerca de 53% dos presos possuem apenas Ensino Fundamental incompleto.

Entretanto, a sensação de medo da violência permanece estampando sempre os primeiros lugares nas preocupações dos brasileiros. Então, por que o senso comum ainda insiste em afirmar que quanto mais presos, melhor seria para a população? Por que o encarceramento em massa ainda é visto como uma grande solução? Retornemos a Nilo Batista (2002, p. 274): “O novo credo criminológico da mídia tem seu núcleo irradiador na própria idéia de pena: antes de mais nada, crêem na pena como rito sagrado de solução de conflitos”.

E as classes baixas costumam ser as mais prejudicadas, sendo perseguidas pelo sistema penal, o que vai de encontro ao princípio de igualdade defendido pela Constituição.

2. A TRADIÇÃO DO JORNALISMO POPULAR E AS POSSIBILIDADES À CONTRACORRENTE

A distância que separa os universos dos jornais populares e os ditos de referência pode ser observada no fato de os primeiros sobreviverem de temas relacionados às questões de “interesse do público”, enquanto os outros serem pautados pelo “interesse público”. No primeiro grupo, estão os jornais destinados à pequena classe média e aos mais pobres, que priorizam a curiosidade sobre crimes, celebridades e o noticiário esportivo. Já no outro estão os jornais considerados sérios, que precisam se legitimar entre os formadores de opinião, relacionando-se ao universo das classes mais instruídas.

Márcia Amaral (2006) afirma que, no hábito de ler jornal, encontra-se uma função cidadã. As pessoas leem jornal não só para se informar, mas também para se sentirem participantes da história e para poderem conversar sobre o que todo mundo conversa. E os novos jornais populares, em expansão desde 1990, aproveitaram um momento de ampliação do poder aquisitivo das classes não habitualmente leitoras de jornais impressos para investir no setor (PREVEDELLO, 2008). Dessa forma, nos últimos anos o mercado dos jornais populares cresceu bastante, surgindo, assim, muitas publicações, mais baratas e acessíveis em termos de linguagem, voltadas a esse público, com colunas sobre direitos trabalhistas, direitos do consumidor e direitos sociais, e também ênfase ao acesso a direitos sociais, como educação, saúde e segurança, reforçando ainda mais essa função.

O jornalismo popular tem características marcantes: publicação com pequeno número de páginas, a venda somente em bancas, a linguagem, o uso de sensacionalismo, a preferência por noticiar *fait divers*, tudo issotendo como base o tripé sexo, sangue e futebol. Além disso, um fato terá mais chance de ser noticiado nesses jornais se possuir capacidade de entretenimento, for útil e próximo geograficamente do leitor (AMARAL, 2006).

Entretanto, existe a possibilidade de se fazer um jornalismo popular diferente, não totalmente voltado aos “interesses do público” e que evite os lugares-comuns e clichês, o que, muitas vezes, irá desagradar a audiência, mas com um objetivo maior: o de informar. Jornalismo esse que ao invés de fazer uso de linguagem chula, da escatologia e de matérias inventadas, utilizará linguagem simples, didatismo e credi-

bilidade, mostrando que é possível fazer um jornalismo popular de qualidade (AMARAL, 2006).

Aqui discutiremos o conceito de sensacionalismo e mostraremos essa nova vertente do jornalismo popular e sua evolução, se tornando um segmento importante para a mídia impressa, pois tem o potencial de democratizar a informação, atingindo a população com baixa escolaridade, além de ampliar o mercado de trabalho para os jornalistas. Mostraremos, portanto, a tradição do jornal popular e as possibilidades de se reinventar, criando um jornalismo popular além do sensacionalista comumente visto.

2.1 Relação entre jornalismo popular e sensacionalismo

Muitas vezes, o jornalismo popular é tratado como sinônimo de sensacionalista. Segundo Amaral (2006), o mercado do jornalismo popular expandiu-se e o termo “sensacionalista” utilizado para classificar esse tipo de jornal não dá conta do universo mais amplo do jornalismo popular.

O sensacionalismo é uma estratégia dos meios de comunicação que basicamente molda o acontecimento de tal maneira para que se torne mais atrativo ao consumidor. Rosa Pedroso (1983 *apud* ANGRIMANI, 1995) afirma que uma de suas práticas é a “valorização da emoção em detrimento da informação”. Pensando, principalmente, em jornalismo popular, é muito importante conhecer os limites entre a responsabilidade pública e a sedução do leitor, para não só entreter como também informar, que é o dever do jornalismo (AMARAL, 2006).

As estratégias de seduzir o público leitor fazem parte da história do jornalismo. No Brasil, foram notados os primeiros sinais de sensacionalismo na imprensa em 1840, com os folhetins. Nos Estados Unidos, o primeiro jornal lançado, em 1690, já possuía características sensacionalistas, e a violência já era pauta dos jornais populares franceses no século XIX. Se engana quem pensa que a imprensa tradicional também não o incorpora, pois ela também apela às sensações, na medida em que “busca prender o leitor para ser lido e, conseqüentemente, alcançar uma boa tiragem” (AMARAL, 2006, p. 20). Porém, esse recurso é usado de forma mais explícita nos jornais destinados às classes populares.

O interesse mercadológico cerca todos os jornais, porém Marcondes Filho (*apud* ANGRIMANI, 1995, p. 15) define o sensacionalismo como “o grau mais radical da

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”. Para tanto, essa imprensa é composta por escândalo, pois o que interessa é o lado atraente da história, justamente para concretizar sua função mercantil e, assim, vender mais.

Sendo assim, a essência do sensacionalismo é a carga pulsional, que é facilmente alcançada pela linguagem adotada, “que é específica e remete ao inconsciente” (ANGRIMANI, 1995, p. 11). Segundo Angrimani (1995, p. 39-40), “a linguagem editorial sensacionalista é a do clichê”, pois “é preciso chocar o público. Fazer com que as pessoas se entreguem às emoções e vivam com os personagens. O sensacionalismo não admite moderação”.

Nesse caso, o sensacionalismo não permite distanciamento e neutralidade, pois ele busca exatamente o contrário, o envolvimento, “romper o escudo contra as emoções fortes”. Contudo, é importante ressaltar que o envolvimento emocional sozinho não o caracteriza. Segundo Angrimani (1995, p. 41-42), o “ponto nevrálgico para o entendimento do sensacionalismo é a opção pela linguagem-clichê como possibilidade de manipulação das pulsões do leitor.”

Existem três processos de linguagem, bastante evidentes no jornalismo popular, que ajudam o tom sensacionalista a se concretizar. São eles a dramatização, a perversão (manchetes sexualizadas) e a recuperação (discurso moralizante). De acordo com Muniz Sodré (*apud* SERRA, 1980), o grotesco é um traço marcante da cultura de massa no Brasil, por isso ele está tão presente na imprensa sensacionalista.

Contudo, até mesmo um jornal não-sensacionalista pode ter em algumas partes de sua produção momentos que o sejam, os quais são notados pela mudança de linguagem. Percebe-se, então, que a linguagem adotada é de extrema importância para as publicações.

O que vai fazer com que o mercado se divida e haja um público exclusivo para o veículo sensacionalista é a linguagem, a linguagem editorial que é a forma de se destacar uma foto, tornar o texto mais atraente, enfim, a busca de um equilíbrio entre ilustração e texto, além da preferência por matérias originadas de *fait divers*, em detrimento de temas político-econômico-internacionais que servem como estímulo predominante ao jornal informativo comum. (ANGRIMANI, 1995, p. 54)

Desvalorizar as produções jornalísticas destinadas às classes populares, atribuindo-lhes um valor pejorativo sob o rótulo sensacionalista tem sido uma prática re-

corrente. E quando isso ocorre, segundo Angrimani (1995), se faz uma tentativa de colocá-lo à margem, de afastá-lo das mídias “sérios”.

É verdade que os jornais populares ainda divulgam escândalos e fatos inusitados, mas o espaço destinado a cadáveres e histórias inverossímeis, como era comum no início de sua história, diminuiu consideravelmente, a partir da década de 1990, quando começou a surgir uma nova faceta do jornalismo voltado ao público de baixa renda. Prevedello (2007) costuma dizer que esse novo modelo se encaixa entre o jornalismo sensacionalista e o de referência, e tenta defini-lo em seu artigo.

Nem o antigo sensacionalismo, calcado em objetivos políticos e marcado pela simplificação acompanhada da degradação e/ou ridicularização humana, nem o tradicional jornalismo de referência, caracterizado pelas temáticas relacionadas ao interesse público e pela proposta mais convencional de estruturação das notícias. Os novos jornais populares situam-se numa faixa intermediária, buscando a sedução do leitor pelo apelo visual e pela velocidade dos textos mais sintéticos, priorizando a temática do cotidiano e da proximidade com o mundo de interesse do público, mas mantendo certa distância dos exageros e das fórmulas consagradas. (PREVEDELO, 2007, p.1)

O que possibilitou o surgimento desse novo tipo de jornal foi o aumento do poder aquisitivo, que gerou a ascensão da chamada “classe C”, que até então não estava entre os habituais leitores de jornais impressos. Além da expansão da Internet, que causou mudanças na linguagem de apelo ao espectador, e o momento internacional, no qual grandes empresas da Europa e América Latina lançaram periódicos condensados, com linguagem mais direta, sucinta e apelo visual mais forte.

O jornal sensacionalista caracteriza-se pelo conteúdo policiaisco e pela consequente valorização editorial da violência. Segundo Angrimani (1995, p. 51), essa imprensa “oscila, primordialmente, no pêndulo: transgressão/punição e faz dele a sua principal atração”. Com isso, a morte vira assunto de capa, como se rendesse um “culto diário e fetichizado” a ela. O jornal popular não foge tanto disso, optando, na grande maioria das vezes, por manchetes exageradas. Porém, alguns avanços já aconteceram e fazem alguns jornais populares se distanciarem do dito sensacionalista.

2.2 Características dos jornalismo popular e de referência

A notícia precisa ter capacidade de entreter e informar ao mesmo tempo. Entretanto, o uso demasiado de *fait divers* – fato curioso, inusitado, bizarro – pelos jornais populares, muitas vezes, prioriza somente o entretenimento. Pois, por ser tratar de um fato que não requer conhecimento prévio e que se encerra em si mesmo, não raro, ela não acrescenta em nada. Diferentemente do que ocorre nos jornais de referência, que não costumam fazer uso de *fait divers*, dando maior destaque ao noticiário político, nacional ou internacional, o qual é secundário nos jornais populares.

O entretenimento e a prestação de serviço são duas estratégias utilizadas hoje pelos jornais populares. A primeira parte do princípio que o “entretenimento está intimamente vinculado ao conceito da sensação e da emoção” (AMARAL, 2006, p. 64). Sendo assim os jornais populares se caracterizam pelas

informações sobre temas que dizem respeito aos interesses dos menos favorecidos, o próprio material policial, a linguagem e, finalmente, o registro permanente de reclamações e reivindicações populares, tudo isto lhe confere, além do público consumidor, uma estreita vinculação com uma parcela ampla da população. (SERRA, 1980, p. 31)

A segunda estratégia baseia-se na lógica do “quarto poder”. Os jornalistas agem como um intermediário entre a população e o governo, “concedendo” a palavra ao povo. Sendo assim, “a ‘existência social’ é devolvida a pessoas que em outros jornais são reduzidas a problemas sociais ou problemas de polícia” (AMARAL, 2006, p. 131).

O objetivo do conhecimento popular é a imediaticidade, e existe uma vocação do discurso popular para a reivindicação (...) A imprensa acaba substituindo o poder público em muitos momentos. Antes mesmo de ligar para os órgãos públicos para resolver seus problemas ou para fazer reclamações, muitos leitores ligam para os jornais ou emissoras de rádio e televisão. (AMARAL, 2006, p. 61-62)

Essa relação pode ser melhor percebida no jornalismo popular, pois como esse tipo de jornal é destinado a uma população menos favorecida e, conseqüentemente, mais esquecida e sem voz, o jornalista exerce ainda mais o papel de intermediário, “solucionando” problemas da população, à medida em que cobra dos políticos publicando as necessidades do povo.

Segundo Serra (1980, p. 32), a característica principal da população, de acordo com esse tipo de jornal, é a carência, pois se encontra em uma “completa situação de abandono”, fazendo com que sua marca registrada seja “a impotência e a ausên-

cia de voz própria”. Sendo assim, necessita de intervenção governamental, “por ser honesta, trabalhadora e paciente que esta população ‘merece’ ser assistida; é por ser delituosa e agressora que estes devem ser reprimidos”. Mas, para conseguir que suas lamúrias cheguem até o governo, essa população precisa da intermediação do jornalista.

O público dos jornais de referência quer ler o que ocorre no mundo, já o dos jornais populares preferem informações ligadas ao cotidiano popular. Sendo assim, Amaral (2006) mostra o que vira notícia em cada um desses jornais.

Na imprensa de referência, um acontecimento terá mais chance de ser notícia se: os indivíduos envolvidos forem importantes, tiver impacto sobre a nação, envolver muitas pessoas, gerar importantes desdobramentos, for relacionado a políticas públicas e puder ser divulgado com exclusividade. Na imprensa popular, um fato terá mais probabilidade de ser noticiado se: possuir capacidade de entretenimento, for próximo geográfica ou culturalmente do leitor, puder ser simplificado, puder ser narrado dramaticamente, tiver identificação dos personagens com os leitores (personalização) ou se for útil. (AMARAL, 2006, p. 4)

Enquanto os jornais de referência são voltados a um público com nível de escolaridade e de exigência mais alto, o popular é voltado a pessoas que têm pouco estudo, e isso explica sua linguagem ser mais simples e didática. As pautas apresentadas nestes jornais devem partir do pressuposto que o leitor não conhece o tema e causar identificação, por esse motivo, utilizam tanto a prestação de serviços. “Os jornais ajudam os leitores a enfrentar a burocracia, a conseguir emprego, a defender seu dinheiro, a garantir seus direitos e fiscalizar a qualidade dos serviços públicos.” (AMARAL, 2006, p. 61)

Além disso, há diferença também nas fontes escolhidas. Nos jornais de referência, são utilizadas fontes oficiais e especializadas, colunistas, editorialistas, jornalistas, pois essas têm maior credibilidade junto aos leitores. Sendo as fontes populares consultadas só quando são testemunhas de algum fato trágico. Já nos jornais populares, o depoimento do povo garante um efeito de aproximação como leitor, e as falas das fontes oficiais têm uma importância reduzida.

Porém, o fato de simplesmente colocar pessoas comuns para falar não garante que o tema será esclarecido. “A fonte popular ajuda a explicar seu mundo, mas não é responsável por si só pela realização da notícia. A urgência dos necessitados não pode imobilizar a notícia ou inviabilizar a reflexão” (AMARAL, 2006, 12).

2.3 Rumor à popularização

Márcia Amaral (2006, p. 109) mostra alguns caminhos para que um jornal obtenha popularização, termo que não está sendo usado de forma pejorativa. O primeiro é conhecer o público-alvo, porque é necessário saber a quem está se dirigindo, para saber o que e como falar. “Não para noticiar apenas o que aparentemente interessa ao leitor, mas sobretudo para ser simples, didático e utilizar uma linguagem própria à da população.”

Além disso, também é importante prestar atenção no ponto de vista que será utilizado, pois os leitores de jornais populares, geralmente, são de classes mais baixas que os jornalistas que os escrevem. Para a autora, “a prática do jornalismo popular é um exercício de empatia porque exige que o jornalista permanentemente se coloque no lugar do leitor” (AMARAL, 2006, p. 126).

Outro item relevante para se alcançar a popularização é a adequação do projeto gráfico. “No jornalismo, nenhuma opção estética pode sobrepor-se à legibilidade”, principalmente em jornais populares. A edição de boas capas e títulos informativos também é citada pela autora, pois a capa é o que vende o jornal, por ser o que mais chama atenção na banca (AMARAL, 2006, p. 116).

É preciso lembrar também que o jornal tem que valer cada centavo que o leitor pagou, por isso um valor-notícia – que determina a importância de um acontecimento para ser ou não noticiado – de extrema importância é a utilidade. O jornal deve ser essencial ao leitor e, para alcançar esse objetivo, uma das estratégias utilizadas é a interatividade com o público, na qual é dado espaço para que os leitores possam mandar suas opiniões e reclamações. Esse recurso também é muito usado pelos jornais “sérios”(AMARAL, 2006).

Outro valor-notícia encontrado nos jornais populares é a proximidade. Essa proximidade pode ser atingida pelo conteúdo narrado, pelas personagens envolvidas e pela linguagem utilizada. A notícia precisa causar impacto na vida de uma pessoa comum ou então precisa ser uma notícia que o povo possa comentar. Para alcançar isso, frequentemente ocorre a personalização dos problemas e das soluções. Personalizar é dar um caráter pessoal. É necessário expor as necessidades individuais das pessoas para servir de gancho para as de interesse público, mas em excesso pode provocar também uma extrema singularização, uma individualidade e, nesse caso, a história perde em contexto (AMARAL, 2006).

O entretenimento, a proximidade e a utilidade mostram que a prioridade desse tipo de jornal é o interesse do público. E isso faz com que o jornal precise tomar cuidado com exageros, pois existem riscos que a popularização pode trazer, se a sedução do leitor vier em primeiro lugar, e não a responsabilidade social, que é uma das práticas que todo jornalismo deveria seguir.

Entre eles, a autora cita o excesso de dramatização. “Não cabe ao jornalismo simplesmente gerar sensações, mas sim produzir informações e conhecimento” (AMARAL, 2006, p. 120). Além disso, representar os populares como vítimas ou apenas consumidores insatisfeitos, enquanto deveriam ser elevados à condição de cidadãos (AMARAL, 2006, p. 123).

Sobre as características negativas do jornal popular, uma delas é deixar de cumprir com o papel institucional da imprensa de estimular a prática e a afirmação do debate da temática de interesse público. A propósito, Prevedello (2007) deixa um questionamento:

de que forma os jornais populares não apenas utilizam estrategicamente um público apresentado como desprovido de cidadania para, através de suas próprias mazelas, buscar a identificação necessária à venda de jornal? (PREVEDELLO, 2007)

2.4 As possibilidades do jornalismo popular

Apropriando-se de elementos do sensacionalismo, que teve seu auge entre os anos 60 e 80, como a parte visual-gráfica, e também das técnicas que conferiram legitimidade e credibilidade ao jornalismo de referência, as indústrias da imprensa promoveram sucessivos lançamentos de jornais populares.

No fim do século XX, grandes grupos de comunicação começaram a apostar também nesse segmento, como é o caso do Grupo Globo que atua na publicação dos jornais *Extra*, *O Globo* e *Expresso*. Esses jornais de uma mesma empresa agem diferentemente em muitas ocasiões. Isso acontece porque correspondem a diferentes mercados, “isto é, atendem a anunciantes e a leitores diferentes” (AMARAL, 2006, p. 52).

Por outro lado, há um conflito de interesses, também encontrado nos jornais de referência, entre os próprios jornalistas, os empresários, as fontes, os anunciantes e os leitores, que pode refletir na redução da audiência, o que significa que, nos jornais populares,

a necessidade de aumentar a circulação sobrepõe-se muitas vezes à de exercer o papel social da imprensa e, portanto, o suposto “inte-

resse do leitor” fica acima do interesse público. (...) os jornais, muitas vezes, transformam-se em mercadorias em todos os sentidos. Com frequência deixam o bom jornalismo de lado para simplesmente agradarem ao leitor, em vez de buscarem novos padrões de jornalismo que reforcem os compromissos sociais com a população de renda mais baixa. (AMARAL, 2006, p. 30-31)

Sendo assim, ao valorizar a notícia sobre um fato violento, o jornal atende a um desejo de seu público, produzindo “um discurso de reforço dos valores, como meio para excitar não apenas as sensações como também os preconceitos morais do público” (GENRO FILHO, 1997, p. 198, *apud* BUDÓ, 2008, p. 10).

Isso significa que muitas opiniões que o jornal transmite são as mesmas dos leitores, o que só faz aumentar discursos moralistas, vindos do senso comum e que transbordam preconceito. Um exemplo disso pode ser notado no livro de Angrimani (1995), quando o autor mostra o tratamento dado aos homossexuais:

Como minoritário, como aquele que afronta a moral da maioria, o homossexual precisa pagar o preço dessa não-submissão. Portanto, quando ele sofre uma violência, quando é assassinado, o jornal sensacionalista edita a notícia de forma paralela, estendendo a ação criminosa ao lado da homossexualidade da vítima. O propósito implícito parece ser o de ‘justificar’ (ou pelo menos ‘compreender’) o ato violento. O criminoso ganha um status ‘diferente’, identificado como transgressor de ‘importância’ especial, por ter punido um transgressor mais temido, inconscientemente, pelo tecido social. (ANGRIMANI, 1995, p.70)

É possível notar o mesmo discurso quando bandidos são assassinados. O senso comum acha positivo por ser “menos um delinquente”. Vindo na contramão desse discurso simplista encontra-se o jornal *Extra*, considerado por Oliveira (2006) um “popular com conteúdo” – termo usado em oposição aos “populares com pouco valor agregado”, que representam jornais considerados mais marginais. O *Extra*, como se verá, vem adotando uma posição mais progressista em relação aos Direitos Humanos em pautas sobre segurança pública.

No entanto, Costa (2007) fala acerca desse empecilho ao produzir um jornalismo mais crítico.

Uma das maiores barreiras a ser ultrapassada para um jornalismo à “contracorrente” é o senso comum presente entre os leitores. Se por um lado não há mais a ditadura política, a imprensa hoje está subordinada à atuação de outros dois atores: o poder econômico, representado pelos grandes grupos que anunciam nas empresas de comunicação e pelos que nelas investem; e a ditadura imposta pelos leitores, em última instância, aqueles que garantem a sobrevivência dos jornais e com quem é preciso manter um canal de comunicação. (COSTA, 2007, p. 46-47)

Contudo, é importante criar esse tipo de discussão, indo em posição contrária aos lugares-comuns encontrados no discurso moralizante. Amaral (2006, p. 12) acredita que “uma imprensa popular de qualidade só é viável se conseguir desenvolver um tipo de jornalismo ético que aperfeiçoe suas técnicas de comunicação com o leitor popular sem ficar refém dos requisitos do mercado.”

Se a imprensa voltada ao público popular existe, incorporar o exercício de um jornalismo de qualidade é ainda o desafio. O discurso é cada vez mais informativo, há uma tentativa de mudança nos pontos de vista das matérias, mas ainda há muito a ser aperfeiçoado. (AMARAL, 2006, p. 16)

A falta de contextualização visível em jornais populares decorre, segundo Amaral (2006, p. 123), do fato de que eles “parecem entender que as pessoas do povo não precisam compreender como a sociedade funciona ou os problemas sociais se originam”.

Sendo assim, um jornalismo popular de qualidade só será possível “se souber construir seus contornos sem subordinar-se a determinados interesses mercadológicos ou políticas dominantes” (AMARAL, 2006, p. 134).

3. O GLOBO X EXTRA

A diferença de enfoque dado a coberturas jornalísticas de um mesmo fato sobre segurança pública pelos jornais *O Globo* e *Extra*, ambos do Grupo Globo, gerou estranheza por parte de leitores e pesquisadores. Até porque os princípios editoriais da empresa afirmam que seus veículos expressam uma opinião comum sobre os temas em voga.

Os textos podem e devem divergir no estilo, no enfoque, na ênfase nesse ou naquele argumento, mas a essência é a mesma. Essa opinião deve refletir a visão do seu conselho editorial, composto por membros da família Marinho e jornalistas que dirigem as redações. Nenhum outro jornalista do grupo precisa, porém, concordar com tais opiniões, que, em nenhuma hipótese, influenciarão as coberturas dos fatos. Estas, como exposto aqui extensivamente, devem se pautar por critérios de isenção. (GRUPO GLOBO, 2011)

Este capítulo destina-se a mostrar essa discrepância, associando-a aos discursos sobre criminalidade e jornalismo popular, para tentar entender os motivos pelos quais ocorre. Para tanto, é necessário mostrar um perfil de cada jornal, delimitando suas origens, seus públicos-alvo e suas alterações ao longo dos anos, com foco na mudança de postura assumida pelo jornal *Extra*, que já há algum tempo vem se destacando pelas pautas com essa ótica mais progressista no campo dos direitos humanos e da segurança pública.

Além disso, é importante ressaltar que o jornal não assume um enfoque distinto de *O Globo* quando o tema é outro, como política ou economia. Nesses casos, a diferença é de linguagem, sendo a narrativa jornalística do *Extra* mais simples e tratada a partir do comovente ou curioso, partindo do particular para o geral, como geralmente fazem os jornais populares, com o intuito de causar identificação em seu público. Porém, segundo Amaral (2006), quando as pautas coincidem, até a linguagem torna-se bastante semelhante, diferenciando-se apenas pelo tamanho das matérias. Sobre a linguagem e o formato, os princípios editoriais do Grupo Globo afirmam que eles “não devem ser rebuscados a ponto de afastar os menos letrados nem simplórios a ponto de afastar os mais instruídos”.

Esta análise se sustentará por três notícias, ocorridas em 2015: o caso do assassinato do médico Jaime Gold, na Lagoa Rodrigo de Freitas (RJ), no início da noite de 20 de maio; a ação dos justiceiros que lincharam um ladrão em São Luís (MA), no dia 5 de julho, que rendeu, ao *Extra*, o Prêmio Esso na categoria primeira página;

e o assassinato de cinco jovens, por policiais militares, em Costa Barros (RJ), no dia 28 de novembro.

3.1 Histórico

O jornal *O Globo*, fundado em 1925, é um dos mais lidos pelos brasileiros das classes mais elevadas e segue uma linha editorial conservadora. Situado entre os três jornais de maior circulação do país, o jornal é considerado como “de referência”, sendo assim destinado e legitimado pelos formadores de opinião.

Já o *Extra*, considerado um jornal popular – termo que, muitas vezes, é usado em oposição a “jornal sério”, como uma forma de inferiorizá-lo perante os outros, como é comum fazer com tudo que venha do povo –, iniciou sua história em 1998, custando apenas 25 centavos, sendo destinado à chamada “classe C”. Seu lançamento foi uma estratégia – diga-se de passagem bem-sucedida – do Grupo Globo de entrar no ramo popular para competir com o jornal *O Dia*, que, até então, dominava o setor no Rio de Janeiro.

Quando lançado, o garoto-propaganda do jornal era o apresentador Carlos Massa, o famoso Ratinho, que estampava os anúncios da campanha publicitária com um jornal em forma de porrete na mão, em cartazes com fundo vermelho, prometendo dar uma surra na concorrência. No projeto gráfico, uma diagramação que explorava o apelo visual, com letras vermelhas, no estilo “espreme que sai sangue”, o que leva a pensar que o porrete não era para bater só na concorrência. E isso vai de encontro aos princípios editoriais do Grupo Globo que dizem que:

Nenhum veículo do Grupo Globo fará uso de sensacionalismo, a deformação da realidade de modo a causar escândalo e explorar sentimentos e emoções com o objetivo de atrair uma audiência maior. O bom jornalismo é incompatível com tal prática. Algo distinto, e legítimo, é um jornalismo popular, mais coloquial, às vezes com um toque de humor, mas sem abrir mão de informar corretamente. (GRUPO GLOBO, 2011)

Porém, com o passar do tempo, o estilo mudou e muito, e o *Extra* tem tentado fazer um jornalismo de responsabilidade social. A cobertura da segurança pública que antes era abordada por um ponto de vista “policialesco”, hoje evita reproduzir a ideia maniqueísta do enfrentamento entre mocinhos e bandidos. Recentemente, nota-se com cada vez mais frequência capas contra-hegemônicas, a favor dos direitos

humanos e que mostram a clara desigualdade social, como veremos mais para frente.

O nome do jornal foi escolhido pelo público, por meio de uma ação promocional, para que se sentisse parte dele, a partir disso surgiu o slogan “*Extra*, o jornal que você escolheu”. O Grupo Globo afirma, até hoje, que a participação popular tem grande importância no perfil da publicação do *Extra*: “as opiniões e sugestões dos leitores são muito bem-vindas e o jornal é reconhecido pela proximidade e lealdade que mantém com seu público leitor”. Conforme Bruno Thys (*apud* AMARAL 2006) então editor e diretor de Redação, o jornal tem a intenção de ser essencial à vida do leitor e não aliená-lo. Para isso cobre a política que interfere no cotidiano do leitor, por outro lado, não dá tanta importância para as notícias sobre o Congresso Nacional (AMARAL, 2006).

Sendo assim, segundo Amaral (2006), o *Extra* tem como objetivo fazer um jornalismo nos mesmo moldes dos jornais de referência. Contudo, isso não ocorre, pois assim como todos os jornais populares, ele privilegia temas como esporte, fofoca e polícia.

Com o aumento do poder aquisitivo, houve um boom de novas publicações populares nos anos 1990. E já em 2004 e 2005, entre os maiores jornais brasileiros em circulação estavam três jornais desse ramo: *Extra*, *O Dia* e *Diário Gaúcho*, conforme dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC). Também em 2005, o jornal *Extra* liderou, por muitas vezes, o ranking nacional aos domingos, com a média de vendas, em julho, de 428 mil exemplares.

Já no ano de 2006, o *Extra* consolidou-se como o jornal popular mais importante do país, ao alcançar o primeiro lugar em circulação entre os jornais brasileiros, lugar antes ocupado pela *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*. Desde então, alterna as primeiras posições com os jornais de referência. O popular até recebeu o título de “fenômeno comercial” entre os executivos da empresa graças a sua alta vendagem. Segundo Amaral (2006), o crescimento da circulação também pode ser atribuído à prática de distribuição de brindes. Para Bruno Thys (*apud* AMARAL 2006), essa prática fideliza os leitores.

De acordo com dados do IVC de abril de 2006, o jornal *O Globo* era o mais vendido no Rio de Janeiro, com uma média diária de 255 mil exemplares. O *Extra* vinha em segundo, com 243 mil, ficando *O Dia* na terceira posição, com 134 mil exemplares vendidos. Esse quadro mudou radicalmente ao longo dos últimos dez anos. O

Dia caiu para menos de 40 mil exemplares vendidos. O *Extra* chegou a superar O *Globo* durante alguns anos, mas agora vende a metade: média de 150 mil exemplares, contra 304 mil do “primo rico”, segundo colocado no ranking do IVC em 2015.

Desbancando *O Dia*, em menos de 18 meses desde que fora lançado, o *Extra* se tornou o jornal popular mais vendido no Estado do Rio. Amaral (2006) explica que o declínio de *O Dia* também aconteceu por ter iniciado um processo de mudança editorial, deixando de ser “popular” para ambicionar a concorrência com os títulos “de referência”, o que facilitou o sucesso do *Extra*, que também contou, e ainda conta, com uma estrutura de divulgação e publicidade da TV Globo. Em abril de 2006, *O Dia* passou a dedicar-se preferencialmente ao público classe B e “talvez fique definido como um ‘popular de gravata’, o que tem lhe rendido certa ‘crise de identidade’, apontada como a causa de sua queda de circulação” (AMARAL, 2006, p. 36). O jornal passou por outras reformas, que não cabe aqui tratar, sofreu com a venda da empresa a um grupo português (Ejesa) e tem futuro incerto.

Para tentar concorrer com o *Extra*, foi lançado, em 2005, pelo mesmo grupo que edita *O Dia*, o jornal *Meia Hora*, com preço baixo e destinado às classes C e D. O tabloide nunca conseguiu superar os índices de venda do *Extra*, mas nem por isso deixou de ser um fenômeno de vendas. Com sua estratégia de criar manchetes com uma dose de bom humor, explorando trocadilhos e duplos sentidos, logo no primeiro ano, já figurou em nono lugar na listagem do IVC. O que causou o lançamento do *Expresso*, pelo Grupo Globo, em 2006, para ser seu concorrente, sem muito sucesso.

Se o *Extra*, em tão pouco tempo, tornou-se um dos mais vendidos no país, principalmente aos domingos, por que decidiu mudar e seguir uma linha editorial mais crítica quando se trata de violência? O que o motivou a tomar tal atitude? E quando aconteceu? A mudança ocorreu por causa do surgimento do jornal *Meia Hora*? Ela tem ligação com a mudança na direção da redação do *Extra* ou essa troca já seria o resultado da opção pela mudança de enfoque?

Aparentemente a nova fórmula decorreu da tentativa de se tornar um “popular de qualidade”, e foi impulsionada pelo surgimento do *Meia Hora*: seria uma forma de se diferenciar do novo concorrente, investindo na prestação de serviços e apresentando-se como porta-voz dos interesses e da indignação de seu público. Num processo que se consolidou em 2010, as primeiras páginas deixaram de exibir a ima-

gem de mulheres seminuas e começaram a expor contradições sociais às vezes flagrantes, mas frequentemente esquecidas pela imprensa “de referência”.

O *Extra* não chegou a perder leitores por causa do *Meia Hora*, mas Octavio Guedes (diretor de Redação do jornal) viu naquela hora um sinal para realizar uma mudança. “Assim surgiu o chamado ‘Projeto Relevância’, para tentar mostrar ao público que o jornal valia cada centavo do R\$ 1,10 cobrado na banca” (Máiran, 2015).

Guedes, que exerce o cargo há sete anos, reconhece que, no início, o jornal *Extra* resvalava para o sensacionalismo e “tinha uma pitada de sexismo”. Mas considera que, desde o nascimento, em 1998,

o jornal se notabilizou por quebrar uma tradição dos jornais populares cariocas de fazer a exaltação de feitos policiais. A redação sempre teve um olhar sensível ao tema. Mas o *Extra* passou a dar mais ênfase ao tema, principalmente nas capas, nos últimos anos. Não porque assumi maior responsabilidades sobre a linha editorial (a partir de 2009), mas porque o tema ganhou maior relevância na sociedade brasileira e maior repercussão com as redes sociais. (Octavio Guedes, em entrevista concedida à autora, 2016)

No intuito de justificar a mudança, muitos pensam de imediato que se trata apenas de uma estratégia de marketing para ganhar um novo público. Contudo, basta analisar a página do Facebook do *Extra* para perceber que a quantidade de críticas recebidas é consideravelmente maior que o número de elogios pela recente postura. E enquanto o *Extra* vem assumindo essa vertente, o jornal *O Globo* faz, cada vez mais, um jornalismo conservador alinhado aos interesses elitistas e de direita.

3.2 O abismo

No dia 19 de maio de 2015, um crime chocou a população brasileira. Um médico de classe média alta foi assassinado a facadas na Lagoa Rodrigo de Freitas, cartão postal do Rio, enquanto pedalava. Nesse mesmo dia, um adolescente de 13 anos e um jovem de 24 foram assassinados durante uma operação da Polícia Civil no morro do Dendê, na Ilha do Governador.

As capas dos jornais *O Globo* e *Extra* mostraram um abismo em relação à cobertura dos casos. Orientado pelo conceito de lei e ordem, *O Globo* buscou os fatores que confirmassem a conduta de delito, omitindo toda a complexidade por trás do fato social, mostrando a “tragédia anunciada”, dava cinco páginas para o crime da Lagoa, dando apenas duas colunas em uma página interna para as mortes no Den-

dê. Já o *Extra* deu destaque ao crime no morro, pedindo que não esquecessem aquelas vítimas. Abaixo da chamada, veio a justificativa: “Como em qualquer lugar do mundo, crimes em pontos turísticos têm maior repercussão. Mas, no Dendê, mães choram mortes de seus filhos em ação da polícia e esperam que caso não caia no esquecimento”.

O GLOBO 90 ANOS

Quarta-feira, 23 de Mar de 2015, Rio de Janeiro, RJ, 17h30

Primeira Matéria (17h-19h) — (19h-21h) Segunda Matéria

ISSN 0000-0000

Alemão tem marcas de cortes
Promotor indaga o alemão Markus Müller, acusado de registrar um pedido de sua Companhia e quem é o responsável do corte de cargo, que provocou a morte de um jovem de 16 anos em um acidente de trânsito em uma rua movimentada do centro de Rio de Janeiro. O acidente ocorreu em uma rua movimentada do centro de Rio de Janeiro, no bairro de Botafogo, em uma rua movimentada do centro de Rio de Janeiro, no bairro de Botafogo, em uma rua movimentada do centro de Rio de Janeiro, no bairro de Botafogo.

Tragédia anunciada choca Rio
A cidade anunciou, ontem, com um anúncio de morte de um jovem de 16 anos, que se suicidou ao se jogar de um prédio de 16 andares por Botafogo, quando sua mãe, de 40 anos, estava no topo do prédio, segurando-o. O jovem morreu em um acidente de trânsito, em uma rua movimentada do centro de Rio de Janeiro, no bairro de Botafogo, em uma rua movimentada do centro de Rio de Janeiro, no bairro de Botafogo.

Congresso adia ajuste e aprova aumento de gastos
Com medo de derrota e rebelião no PT, governo desiste de votar arrocho

SÓ NÃO SE ESQUEÇAM DE GILSON E WANDERSON
Como em qualquer lugar do mundo, crimes em pontos turísticos têm maior repercussão. Mas, no Dendê, mães choram mortes de seus filhos em ação da polícia e esperam que caso não caia no esquecimento

EXTRA

Quarta-feira, 23 de Mar de 2015, Rio de Janeiro, RJ, 17h30

ISSN 0000-0000

CRIME BÁRBARO NA LAGOA CHOCA O RIO
Morte de médico causa comoção e revolta nas redes sociais. Beltrame manifesta indignação, reforça a segurança na região, com policiais a cavalo, e pede apoio à Guarda Municipal

SÓ NÃO SE ESQUEÇAM DE GILSON E WANDERSON
Como em qualquer lugar do mundo, crimes em pontos turísticos têm maior repercussão. Mas, no Dendê, mães choram mortes de seus filhos em ação da polícia e esperam que caso não caia no esquecimento

Policimento da Tijuca terá postos avançados
PM pretende vender terreno do 6º Batalhão e criar outras unidades de polícia de proximidade.

Ao longo da semana, as coberturas continuaram demonstrando a diferença entre os enfoques dos jornais. *O Globo* enfatizou que os suspeitos do crime eram menores de idade, com uma longa ficha criminal (“16 anos e 15 crimes”), em uma época em que se discutia a redução da maioridade penal, para gerar comoção e dar razão à medida. Esse tratamento preocupa, pois muitos discursos investem na culpabilidade do menino, mostrando que a ficha criminal dele é muito extensa, sem considerar a presunção de inocência. A mídia tem poder de representar um papel que reiteraria um “maniqueísmo social” em que há os bons e os maus, assim como explica o bacharel em direito Felipe Santos.

Com a monopolização da comunicação, monopoliza-se aquilo que virá notícia. Incurções policiais sanguinárias são apresentadas como necessárias para a manutenção da ordem; os morros são expostos como o receptáculo de toda a perversão e mal da sociedade; discurs-

soos estigmatizantes de políticos são apresentados como palavras heroicas. (SANTOS, 2010)

Enquanto isso, o *Extra* trazia a manchete: “Sem família, sem escola”, relatando as “duas tragédias antes da tragédia”, revelando que os possíveis autores do homicídio também foram vítimas do sistema.



A jornalista Sylvia Moretzsohn escreveu, em artigo para o site “Observatório da Imprensa”, sobre a chuva de comentários na internet especulando o porquê de o *Extra* ter assumido tal orientação editorial nessa cobertura:

Ao abrir espaço para relatar a história de pobreza e carência do adolescente suspeito do crime, o jornal foi acusado de defender um bandido e de tentar justificar aquele ato de brutalidade extrema. Outros exaltaram a escolha e mesmo se admiraram de ver um veículo do Grupo Globo agir daquela forma. Outros, ainda, a consideraram uma estratégia de marketing pensada para um público segmentado, o que aparentemente não faria qualquer sentido, já que a maioria dos leitores manifestou pesadas críticas ao jornal nesse episódio. (MORETZSOHN, 2015)

A partir deste caso, o jornal *O Globo* passou a dar destaque a crimes cometidos com facas, reforçando um caráter repetitivo das narrações, nas quais situações-padrão se sucedem, confirmando uma ordem atemporal, no intuito de gerar medo e

criar uma sede de justiça. E isso apenas reforça a ideia de que a mídia estimula a punição, fazendo com que se acredite que a condenação seja vista como solução dos problemas, de acordo com as crenças arraigadas no senso comum.

No dia 25 de maio, noticiaram o oitavo crime com faca em oito dias, o que me remeteu a um caso sobre uma onda de crimes contra idosos em Nova York, estudado por Mark Fishman, no qual a imprensa

criou também a sensação de medo, o que justifica medidas como pôr mais policiais nas ruas, criar novas leis, sonhar com a mudança para cidades do interior, etc. No entanto, diz ele (Mark Fishman), “a orientação política de monitorar de perto e reportar os crimes contra idosos havia sido projetada para um período de três meses apenas. Quando o monitoramento especial terminou, a cobertura morreu, e a onda de crimes acabou”. (MORETZSOHN, 2003, p. 14)

Enquanto isso, o *Extra* seguia com matérias sobre evasão escolar e cortes de verba na educação, tentando entender, assim, a causa dos problemas sociais, não somente suas consequências.

Surgiu, então, um projeto de lei que criminalizava o uso de armas brancas, ignorando as pessoas que usam facas em situações de seu cotidiano, como um vendedor de coco na praia, por exemplo. O *Extra* assinalou esse detalhe, mostrando, na capa do dia 26, os “profissionais que não largam a faca”.

No caso deste assassinato, nota-se a tentativa de supervalorizar o caso, por ter acontecido num lugar de destaque e com uma pessoa de classe média alta. Mas a diferença do tratamento dado a pessoas de classes diferentes não está presente somente na cobertura jornalística. Mesmo quando os dois são considerados culpados, percebe-se diferença também na maneira como o policial conduz o suspeito. Quando é pobre, ele algema, puxa pela gola da camisa, fazendo de tudo para humilhar. Quando é rico, o caso muda de figura.

Em 6 de junho, um rapaz de classe média alta atacou uma mulher com um saca-rolha, perfurando três vezes seu peito. O noivo, que tentou ajudá-la, teve a orelha decepada pelo agressor. O criminoso já tinha nove passagens pela polícia, a maioria por lesão corporal, mas, como se vê na imagem abaixo, nem algemado ele foi, e o policial que o está conduzindo mal encosta no braço dele, muito menos foi notícia de capa ou pediram pelo fim do saca-rolha nas ruas. Dessa forma, percebe-se que a mídia confere enorme espaço a notícias complacentes com a seletividade penal e com a criminalização dos miseráveis.



Fotos: jornal Extra e site do jornal O Globo

Os dois jovens foram considerados culpados, mas, pelo visto, para uma grande parte da população, incluindo a imprensa, a diferença entre culpado e inocente é a renda.

A tragédia que vitimou o médico Jaime Gold teve ampla repercussão midiática. Seu caso foi usado até como argumento para defender a redução da maioria penal, mostrando que a mídia constrói o papel de um Estado penal seletivo, repressivo e policialesco.

Quando o primeiro menor acusado do crime foi preso, as redes sociais foram inundadas com exemplos de ódio e intolerância. Foram milhares de comentários seguindo a linha de pensamento “bandido bom é bandido morto”, na qual os “cidadãos de bem” decidem o que é crime, quem é bandido e qual pena deve caber a cada um. Esses mesmos cidadãos que tinham tantas opiniões para dar acerca do assassinato do médico, nenhum comentário fizeram sobre o playboy do saca-rolha.

3.3 Justiça x justificação

A facilidade de interação entre público e informação que as novas mídias trazem, unido à histeria de certos apresentadores de telejornais, gera consequências negativas como circulação de boatos, difamação, discurso de ódio, apologia à violência e detrimento da qualidade da informação.

Todos os dias, uma pessoa é linchada no Brasil, por pessoas supostamente bem-intencionadas, mas com requintes de crueldade. O dado é do sociólogo José de Souza Martins, professor emérito da Universidade de São Paulo, em entrevista

ao site do jornal El País, que pesquisou casos de linchamento noticiados pela imprensa nos últimos 60 anos.

As estatísticas demonstram que pensamentos reacionários têm ganhado força. Vivemos em uma sociedade considerada civilizada, mas atitudes como essas nos fazem regredir e nos remetem ao tempo da lei de talião, expressa pela máxima “olho por olho, dente por dente”, na qual o crime é punido na mesma proporção do dano causado.

Em 2014, a âncora do telejornal SBT Brasil, Rachel Sheherazade, fez declarações polêmicas, em cadeia nacional e horário nobre, após uma ação de justiceiros que espancaram e amarraram um adolescente negro suspeito de roubo em um poste, no Flamengo, Zona Sul do Rio.

Segundo a jornalista, “a atitude dos vingadores é até compreensível”, incitando ainda mais a violência. Rachel ainda deixa um apelo irônico ao final de seu quadro chamado “Opinião”: “aos defensores dos direitos humanos que se apiedaram do marginalzinho preso ao poste, eu lanço uma campanha: faça um favor ao Brasil, adote um bandido”. Nesse caso, como Angramani (1995, p. 123) anotou em seu estudo, “o jornal extrapola sua função informativa para reivindicar uma atuação punitiva. A informação (...) estabelece uma nova realidade, moralista e preconceituosa”.

Uma pesquisa feita pela socióloga Ariadne Lima Natal, pesquisadora do Núcleo de Estudos da Violência da USP comprovou que o crime coletivo é estimulado pelo boato. Ela analisou casos de linchamentos que aconteceram entre 1980 e 2009, na região metropolitana de São Paulo, e constatou que, além de ser um crime cometido conscientemente pelos agressores, os linchamentos geralmente se repetem depois de um caso de grande repercussão na mídia. Um noticiário intenso sobre um caso pode acabar deflagrando uma espécie de epidemia de eventos semelhantes.

Portanto, como afirmou Angramani (1995, p. 57), “não há dúvida de que a divulgação de uma ação criminosa pode levar a um movimento mimético”. Porém, é errado dizer que os jornalistas ensinam práticas criminosas ao noticiá-las. “O que se esquece é que o crime seria cometido da mesma maneira. A questão não está no ‘modus operandi’, mas no desejo ou na necessidade de praticar determinado crime.”

Como visto no primeiro capítulo deste trabalho e podemos confirmar pelos dados acima, as mídias legitimam o discurso do senso comum, no qual a repressão é vista como solução dos problemas de violência do país, fazendo com que se deixe

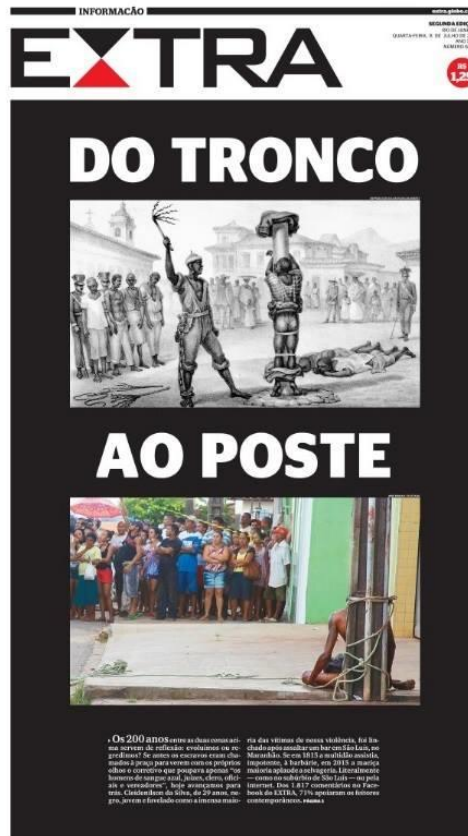
de lado a origem dessa violência, a desigualdade social, por exemplo, que, inclusive, só é intensificada com esse tipo de discurso.

No dia 8 de julho de 2015, a ação dos justiceiros se repetiu. Em São Luís, capital do Maranhão, uma multidão amarrou um homem que tentou assaltar um bar a mão armada. Cleidenilson Pereira da Silva foi linchado pelo povo, com ajuda de garrafas e pedras, superando o “modus operandi” do criminoso, e um adolescente que estava com ele fingiu-se de morto para sobreviver. Sua morte é vista como um delinquente a menos. Cleidenilson não tinha passagem pela polícia. Seus algozes mostraram-se tão criminosos quanto ele jamais foi. Mas nem por isso, se é questionada a culpabilidade dos responsáveis pela tortura e assassinato do rapaz. Naquele contexto, tivemos um suspeito de assalto morto e dezenas de suspeitos de assassinato soltos. Isso porque estes se autointitulam “cidadãos de bem”.

A morte de Cleidenilson, assim como de outros na mesma situação, restaura a ordem, pois morto não oferece perigo, e ainda reforça a lei, pois manda um recado a quem cogitar fazer o mesmo. Esse aviso é direcionado, principalmente, aos pobres, porque estes são vistos— sobretudo pelo enfoque tradicional dos jornais populares – sempre na iminência de cometer atos ilícitos e, assim, mostra o que pode acontecer com eles caso “escolham” tal caminho. Sobre isso, Angrimani (1995) faz referência a Jean Baudrillard, que afirma que a morte do outro é saboreada como uma espécie de espetáculo, fazendo com que a execução pública assuma uma função moral, portanto, “vergonhosa e clandestina”.

A capa do *Extra*, do dia 8, chamou a atenção, tanto positiva quanto negativamente. Muitos acusaram o jornal de ter protegido bandido e ser a favor da impunidade, coincidentemente ou não, um discurso bem parecido com o propagado por Rachel Sheherazade no já referido episódio ocorrido no Rio de Janeiro. Mas como falar em impunidade em um país que tem a quarta maior população carcerária do mundo, segundo o Ministério da Justiça? Sem esquecer que os presos têm uma cara: são em maioria negros, jovens e com baixa escolaridade.

Por outro lado, o jornal conquistou o Prêmio ExxonMobil, antigo Prêmio Esso, na categoria “Primeira página”, por sua capa que comparou o atual momento com os tempos de escravidão, quando negros eram amarrados no tronco e açoitados em praça pública, como instrumento de tortura e humilhação.



O jornal *O Globo* não deu destaque em sua capa para a notícia no dia do fato. Já no dia 10, *O Globo* noticiou um ataque parecido. Desta vez, no Rio, um suspeito de furto foi amarrado e agredido, porém PMs impediram que o despecho se repetisse e não deixaram o homem ser espancado até a morte. A chamada para essa matéria era “No Rio, ‘tribunal’ das ruas”, como se os populares estivessem realmente agindo de forma correta, podendo fazer justiça, ou melhor, justiçação, já que o Estado é omissivo. E isso só aumenta o número de pessoas pensando que “se a moda pegar”, a população terá paz, como pôde ser visto, no site do jornal *Extra*, em um dos comentários na matéria.

Contudo, a questão da violência só poderá ser resolvida, quando o Estado agir de maneira preventiva, melhorando os sistemas carcerário e judiciário, além de garantir o acesso aos direitos básicos para todos.

3.4 “Padrão PM”

No dia 28 de novembro de 2015, cinco amigos voltavam da comemoração do novo emprego de um deles, que havia acabado de receber o primeiro salário como jovem aprendiz (tinha 16 anos), quando foram assassinados por quatro policiais mili-

tares, em Costa Barros (RJ). Os policiais dispararam mais de 50 tiros contra o carro dos rapazes.

Os agentes da polícia plantaram uma pistola para incriminar as vítimas, porém as informações da perícia contradisseram essa versão, e os policiais foram presos por homicídio doloso e fraude processual.

No dia 30 de novembro, o *Extra* veio com a manchete “O padrão PM”, que ocupava mais da metade da página e lembrava que só até aquela data já haviam acontecido outros quatro casos iguais. Enquanto isso, o jornal *O Globo* deu bem menos destaque, tanto na capa, quanto internamente (menos de meia página), e, diferentemente do *Extra*, não enfatizou a questão da repetição de casos de assassinatos por policiais.

EXTRA
INFORMAÇÃO
SEGUNDA EDIÇÃO
REPUBLICANA DE 12 NOVEMBRO DE 2010
R\$ 1,25

ATÉ QUANDO?

O PADRÃO PM
Policiais fuzilam cinco jovens, desfazem local do crime e tentam registrar ocorrência na DP como auto de resistência. Só este ano, houve outros quatro casos iguais

Roberto de Sousa Pinho, de 16 anos, que trabalha como aprendiz, foi gravemente ferido no primeiro atirador. Sábado, ele estava trabalhando em uma loja de roupas na rua Socorro, também de 16, Cláudio Cortez de Sousa, de 14 anos, Wilson Batista Domingos Assis, de 20, e Wesley Castro Rodrigues, de 21. Ele foi atingido na cabeça com uma bala de 9mm, que acabou atingindo o cérebro. Por volta de 23h, quando os jovens estavam em uma loja de roupas, os policiais entraram na loja e começaram a atirar. Os jovens foram mortos no local. Os policiais tentaram registrar ocorrência na DP como auto de resistência. Só este ano, houve outros quatro casos iguais.

Roberto, Wesley, Cláudio, Wilson e Wesley foram mortos no local do crime. Os PMs dizem que tentaram registrar ocorrência na DP como auto de resistência.

Surfistas de trem ainda são problema no Rio

Major é preso por assediar PMs da tropa

Nas mãos do Flu e Corinthians

Hoje deve ser pago o Social de outubro

Levy: Brasil vive emergência fiscal

OBRA EM PROCESSO

O GLOBO
90 ANOS
REPUBLICANA DE 12 NOVEMBRO DE 2010
R\$ 1,25

ESPORTES
Ainda há esperança
VASCO RESPIRA NO BRASILEIRO

MATEMÁTICA
Caro
40 pontos
o ENEM PRECISA

ESCÂNDALOS EM SÉRIE
MP investiga anotação que cita propina do BTG a Cunha
STF prorroga prisão de André Esteves, que renuncia ao comando do banco

PMs são presos por executar 5

CONFÉRENCIA DO CLIMA

Pernambuco em alerta

ONU quer meta agressiva contra aquecimento

Levy: Brasil vive emergência fiscal

OBRA EM PROCESSO

Um dos casos que o *Extra* lembrou foi o de dois mototaxistas mortos na Pavuna (RJ), por engano, quando o policial militar confundiu um macaco hidráulico com arma, em 29 de outubro do ano passado. Além desse, teve também o do jovem morto, no Morro da Providência (RJ), em setembro, no qual um vídeo feito por moradores mostrou os policiais alterando a cena do crime, colocando uma arma na mão do ra-

paz para sugerir um confronto, na tentativa de incriminar a vítima. Neste caso, os policiais também foram presos por fraude processual.

As estatísticas do Brasil assustam. Em 2014, o país registrou 160 mortes violentas intencionais por dia. Segundo levantamento divulgado pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública, a ação policial, seja militar ou civil, foi a segunda maior causa dessas mortes naquele ano. Sendo assassinadas oito pessoas por dia, o que equivale a 3.022 pessoas no país, um total que supera o de vítimas dos atentados de 11 de setembro nos EUA, em 2001, em que 2.977 pessoas morreram. O número é 37,2% superior ao do ano de 2013, e a tendência é continuar aumentando.

Esses casos são exemplos de uma política de combate à violência equivocada. Esses dados são mais uma evidência, de tantas outras, de que o sistema policial no país precisa mudar. O que temos hoje é uma política de enfrentamento associada à ideia de que quanto maior for a punição, mais medo irar gerar e, portanto, irá reduzir a violência, o que é claramente um erro. Outra evidência do fracasso desse sistema é o alto índice de policiais também assassinados no país. O Rio de Janeiro é o estado que lidera o ranking com o maior número de policiais como vítimas, mas também figura entre os que mais matam.

Em casos de mortes pela polícia, é muito comum os pais se sentirem obrigados a provar a inocência de seus filhos, falando que não eram traficantes, ou que tinham carteira assinada, tentando defender a honra deles. Mas quem deveria dar explicações são os culpados, não as vítimas. Essa ação dos pais é reflexo da opinião do senso comum que aplaude a punição sem nem saber se a pessoa é culpada. No site do *Extra*, por exemplo, um comentário chamou atenção: o autor dizia que não estava tentando justificar o erro dos policiais, mas dois dos cinco jovens tinham antecedentes criminais, então não eram santos. Mas mesmo se fossem marginais, mereceriam ser julgados, e não condenados à pena de morte, que, teoricamente, não existe no Brasil, mas que os moradores de favela conhecem bem.

No caso de Costa Barros, a mãe de um dos jovens contou que seu filho era um bom aluno e estava terminando um curso de jovem profissionalizante de administração e contabilidade. Nota-se que, além do “padrão PM”, há um padrão no qual as vítimas têm que se defender, pois, no Brasil, os pobres e negros são sempre vistos como bandido. Quem deveria estar protegendo a comunidade está matando, e isso só faz com que aumente a guerra e o ódio.

O *Extra* seguiu dando matérias de capa sobre esse modelo de polícia militar a semana inteira. No dia 1º de dezembro, a manchete do jornal popular era “Padrão Rio: PM mata, PM morre”, na qual mostravam “os dois lados da moeda”. No dia 2/12, a chamada foi “Dor de pai: ‘Meu filho não vai me ver de beca’”, sobre o pai de um dos rapazes que estava se formando em Direito, e seu filho não ia poder comparecer à formatura. No dia 3, com um pouco menos de evidência, mas ainda assim na capa, o *Extra* anunciava que “Foram 63 tiros no carro, mas PMs dizem que não foram os únicos a atirar”. Já no dia seguinte, vinha a comprovação de que os jovens eram inocentes com a chamada que testemunhava “a sordidez de PMs”: “Jovens estavam rendidos quando levaram 63 tiros”. No dia 5, o desfecho “PM cai em contradição sobre 5 mortes”. Enquanto *O Globo* noticiou no dia 1º que os “PMs de Irajá são os que mais matam” e esqueceu o assunto.

O que percebemos com isso é que o jornal *Extra* tem se mostrado, nas pautas sobre violência urbana, um defensor dos Direitos Humanos, enquanto o primo rico parece ter assuntos mais importantes para se preocupar, deixando de lado as causas da violência, mostrando só suas consequências, contribuindo, assim, para difundir pensamentos simplórios.

3.5 Enquanto isso, nas redes sociais

Muito se supõe que a mudança do *Extra* ocorreu devido a uma tentativa de abranger mais uma fatia do público, porém essa alternativa não se sustenta quando se olham os comentários provocados por essas matérias com enfoques mais humanista, nas redes sociais do jornal.

Em sua página no Facebook, a maioria dos comentários condena o *Extra* por “defender bandido”.

Sobre a capa do assassinato do médico, o comentário que mais recebeu curtidas dizia “Parabéns ao Extra pela capa. Tomara que aquele seu irmão metido, que se acha grande, poderoso, inteligente, aprenda um pouquinho com vocês”, fazendo referência ao jornal *O Globo*. Contudo, o número de postagens contrárias era maior. Logo em seguida, com mais apoiadores, vinha o seguinte pedido, que fazia alusão à manchete: “só não esqueçam que matam mais de um policial por semana no RJ”, seguido de um comentário carregado de elitismo: “comparar a morte do médico com

a do menor do Dendê? Que tinha postagem no face exaltando terceiro comando? Vão fazer manchete populista lá na...”.

No Facebook de *O Globo*, podem ser vistos comentários apoiando a redução da maioria penal e o “estatuto do desfacamento”, termo usado, por um seguidor da página, em alusão ao estatuto do desarmamento. Mas também houve quem notasse que o fato de o crime ter acontecido num dos pontos turísticos do Rio foi fator determinante para propagar o caso.

Sobre a capa do linchamento, o comentário mais curtido, com 9.020 mil apoiadores dizia: “Regredimos. A imprensa naquela época não defendia bandidos como vcs de hoje em dia.”, logo em seguida com 7 mil e 171 curtidas vinha “EXTRA vai defender bandido nos quintos dos inferno. Há 200 anos um negro apanhava por ser negro, não compare um bandido com um inocente. Sou contra esse tipo de atitude, mas essa comparação foi ridícula.” E, com bem menos curtidas, 1.582, vinha o primeiro comentário apoiando a atitude do jornal. Além disso, puderam ser vistos os clássicos comentários, como “bandido bom é bandido morto”, “um marginal a menos”, “tá com pena, leva para casa” e “lugar de negro é no poste mesmo”. No site, muitos parabenizavam os moradores de São Luís e diziam que o Rio precisa de pessoas assim.

Já sobre o caso Costa Barros, haviam muitos comentários dizendo que a polícia só é manchete quando mata, mas quando morre o jornal ignora. No dia da capa que mostrava a PM que mata, mas também morre, por exemplo, um dos comentários de destaque, com 58 curtidas, era “Finalmente. Depois do fiasco da capa de ontem, uma capa mais amena. Sem generalizar.” Sobre a referida capa do “padrão PM”, uma internauta recebeu 150 curtidas ao dizer que era o *Extra* que seguia um padrão: o de falar besteira. O jornal inclusive foi chamado de “mídia oficial dos vagabundos”.

Considerações finais

É evidente a reação negativa do público sempre que um jornal ousa apontar a violência policial contra bandidos “típicos”, oriundos dos setores marginalizados da sociedade, eternamente suspeitos até que se prove o contrário. A reação imediata é automática, sem reflexão e de protesto contra o jornal, “que está defendendo bandido”. E como vimos, o jornal também é responsável na legitimação desse comportamento, porém o que mais importa é reconhecer a complexidade da questão, para tentar propor uma reorientação na cobertura criminal, mesmo que essa reorientação implique confrontar o senso comum e provoque, pelo menos num primeiro momento, uma estranheza que levasse à rejeição.

Para o diretor de Redação, Octavio Guedes (in MORETZSOHN, 2015), enfrentar o senso comum em nome da linha considerada mais justa é fazer um jornalismo popular “sem apelação, sem idiotizar a audiência”. Sobre as diferentes abordagens feitas pelos jornais *Extra* e *O Globo*, Octavio foi enfático ao dizer que os princípios editoriais do Grupo Globo são claros e afirmam que as redações são absolutamente independentes entre si. “Ao apurar, escrever ou editar uma reportagem para o *Extra* nossos jornalistas não se preocupam com o enfoque que *O Globo* dará ao assunto. Não há liberdade de imprensa sem liberdade na empresa, sem liberdade para repórteres e editores” (idem).

Como visto, costuma-se afirmar que os jornais tendem a escrever de forma que satisfaçam seu público, e nos casos analisados no capítulo anterior, percebe-se, ao ler os comentários deixados nas matérias, que o *Extra* faz justamente o contrário, quando se trata de pautas sobre violência urbana. Para Octavio Guedes (idem), esse confronto entre o jornal e o público é possível, porque “jornalismo não é concurso de Miss Simpatia.” Sendo assim, “o dever de informar é mais importante do que o de agradar a audiência.” E isso não significa, de forma alguma, ignorar as críticas do público.

Mesmo com a enxurrada de comentários negativos, a posição correta do ponto de vista jornalístico não seria recuar e mudar a linha editorial para ganhar “curtidas” e aumentar as vendas. “Quando entendemos que estamos no caminho correto, bastam coragem e sangue frio para contrariar o senso comum e questionar soluções simples para problemas complexos. Só assim o bom jornalismo vai sobreviver”, afirmou o diretor de Redação (idem).

Por outro lado, o que se costuma ver nas matérias sobre violência na maioria dos jornais demonstra que os jornalistas tendem a reproduzir um senso comum criminológico, reforçando o modelo punitivo neoliberal e a lógica maniqueísta. Apesar disso, Octavio Guedes (idem) se diz otimista e acredita que, aos poucos, é possível levar as pessoas a refletir. “Nossa geração é caloura em democracia, mas há avanços. A vontade de refletir é a principal razão para alguém comprar um jornal. E a única fórmula que conheço para ajudar a reflexão é o velho e bom jornalismo. Não conheço outra.”

Cada vez fica mais perceptível que o *Extra* está tentando escapar do modelo clássico. Porém, depois de ler os comentários no Facebook e no site, como ainda acreditar que a mudança de enfoque do jornal *Extra* veio para abocanhar mais uma parcela de leitores, se a maioria da população aplaude esse modelo? O público leitor desse jornal é formado por populares, que refletem os pensamentos da mídia. As pessoas que estão apoiando o *Extra* nesse momento não fazem parte de seu público, mas daí a dizer que eles estão tentando conquistar essa parcela não faz sentido, pois para que eles fariam isso colocando em risco perder o grande número de leitores já fiéis a ele?

Octavio Guedes (idem) afirma que o leitor que busca informação no papel, e paga por isso, tem que ser valorizado, mas não teme a perda de leitores com esta linha de cobertura. Para ele, o leitor quer enriquecer seu repertório, mesmo que discorde de um enfoque numa determinada cobertura. “E não é seguindo bovinamente o senso comum que as redações vão conseguir valorizar este leitor. Ninguém compra jornal por preguiça mental. O jornal está estimulando a reflexão, mesmo que ele discorde. E este é o pacto entre jornal e leitor.”

O jornalismo atua na formação e na consolidação da opinião pública, sendo assim quanto mais jornais à contracorrente, mais rápido poderemos criar um novo senso comum – um novo consenso – que respeite os Direitos Humanos para todos, não só para uma parcela da sociedade. Assim, a população vai perceber que há uma seletividade na forma com que as matérias são conduzidas, que esbarram em fatores como raça e renda, assim como acontece com as prisões.

O jornal *Extra* está indo na direção certa, criando um jornalismo de responsabilidade social. Seria o caso de indagar por que não estende esse comportamento às editorias de política e economia. Mas isso já seria tema para outra pesquisa. O que se pode afirmar aqui é que, se tentasse esse caminho, provavelmente encontraria mais do que o empecilho de ser do Grupo Globo para fazê-lo, esbarraria também na falta de interesse do leitor em se aprofundar nesses assuntos.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Marcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

AMARAL, Marcia Franz. Imprensa popular: sinônimo de jornalismo popular? Intercom. Brasília, UnB, 2006. Disponível

em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/63557889706955819390718237293726753880.pdf>>. Acesso em: 27 fev. 2016

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

BATISTA, Nilo. **Introdução crítica ao direito penal brasileiro**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

BUDÓ, Marília Denardin. **O espetáculo do crime no jornal: da construção social da criminalidade à relegitimação do sistema penal**. In: Congresso Latino-americano de Direitos Humanos e Pluralismo Jurídico. Florianópolis: Dom Quixote, 2008. Disponível em:

<<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/33470-43144-1-PB.pdf>>. Acesso em 18 fev. 2016

Conselho Nacional de Justiça. **Levantamento Nacional de Informações Penitenciárias –Infopen**. Junho de 2014. Disponível em:

<<http://www.cnj.jus.br/files/conteudo/arquivo/2015/11/080f04f01d5b0efebfbcf06d050dca34.pdf>>. Acesso em 20 fev. 2016

COSTA, Mariana de Almeida. Jornalistas e a questão social: um perfil dos profissionais responsáveis pela cobertura criminal no *Globo* e no *Extra*. Monografia de conclusão do curso de Comunicação Social/Jornalismo. Niterói, Iacs/UFF, 2007.

Extra. **Extra conquista o Prêmio Esso com a capa 'do tronco ao poste', sobre linchamento no Maranhão**. Disponível em:

<<http://extra.globo.com/noticias/rio/extra-conquista-premio-esso-com-capa-do>

tronco-ao-poste-sobre-linchamento-no-maranhao-17822026.html>. Acesso em: 1 nov. 2015

INFOGLOBO. **Sobre a Infoglobo**. Disponível em:

<<https://www.infoglobo.com.br/anuncie/institucional.aspx>>. Acesso em: 27 out. 2015;

IVC (Instituto de Verificação da Circulação). **Dados da circulação dos jornais impressos brasileiros**. Rio de Janeiro: 2006 e 2015.

MÁIRAN, Paula. A reinvenção de um jornal popular: o *Extra* e sua guinada editorial como exigência de mercado. Projeto de pesquisa de mestrado. Niterói/UFF, 2015.

MORETZSOHN, Sylvia. Jornalismo em “tempo real”. O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MORETZSOHN, Sylvia. **Imprensa e criminologia: o papel do jornalismo nas políticas de exclusão social**. Biblioteca on line de Ciências da Comunicação. Covilhã: UBI, 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-imprensa-criminologia.pdf>>. Acesso em 18 fev. 2016;

MORETZSOHN, Sylvia. **O combate ao que está “fora da ordem”: ética, mídia, Estado policial e senso comum**. 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-o-combate-ao-que-esta-fora-da-ordem.pdf>>. Acesso em 18 mar. 2016.

MORETZSOHN, Sylvia. **‘Jornalismo não é concurso de Miss Simpatia’**. Entrevista com Octavio Guedes. São Paulo: Observatório da Imprensa, 2015. Disponível em: <<http://observatoriodaimpresa.com.br/imprensa-em-questao/uma-empresa-dois-jornais-um-abismo/>>. Acesso em: 26 out. 2015;

MORETZSOHN, Sylvia. **Uma empresa, dois jornais. Um abismo**. São Paulo: Observatório da Imprensa, 2015. Disponível em: <<http://observatoriodaimpresa.com.br/imprensa-em-questao/uma-empresa-dois-jornais-um-abismo/>>. Acesso em: 26 out. 2015;

NUNES, Angelina. O “boneco cidadão” e o uso do personagem de um jornal popular para a construção da imagem pública do prefeito carioca. 2015. Disponível em: <<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2015/04/GT8-Nunes.pdf>>. Acesso em 24.fev. 2016;

PREVEDELLO, Carine Felkl. **Extra: O jornalismo popular chega à liderança em circulação no país.** 2007. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/dossie8_f.htm>. Acesso em: 20 fev. 2016;

PREVEDELLO, Carine Felkl. **Representações no jornalismo popular: a cidadania no discurso do Extra (RJ).** Dissertação de Mestrado em Comunicação. Santa Maria: UFSM, 2008. Disponível em: <http://cascavel.cpd.ufsm.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1929>. Acesso em: 24 fev. 2016;

Princípios editoriais do Grupo Globo. Disponível em: <<http://extra.globo.com/principios-editoriais/>>. Acesso em: 15 mar. 2016

SANTOS, Felipe. **O papel da mídia na edificação de um Estado penal seletivo e policialesco.** 2010. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/14202/o-papel-da-midia-na-edificacao-de-um-estado-penal-seletivo-e-policialesco/1>>. Acesso em: 19 mar. 2016

SERRA, Antonio A. **O desvio nosso de cada dia:** a representação do cotidiano num jornal popular. Rio de Janeiro: Achiamé, 1980.

SILVA, Edilson Márcio Almeida da. **Notícias da violência urbana:** um estudo antropológico. Niterói: EdUFF, 2010.