



**A prática do sensacionalismo: uma análise dos sites Pensa Brasil e
Jornal do País**

**The practice of sensationalism: an analysis of the sites Pensa Brasil and
Jornal do País**

Kerolaine dos Santos Costa¹

Janyelle Carla Silva Vieira²

Resumo

Este trabalho discute a multiplicação de notícias tendenciosas compartilhadas através de sites acentuando determinados partidos políticos brasileiros e avalia esse enquadramento sensacionalista por meio da ética jornalística. A partir de uma análise nos sites Pensa Brasil e Jornal do País e em suas respectivas contas no Facebook, foi possível concluir por meio das características presentes no conteúdo que parte das matérias compartilhadas diariamente mostra cunho sensacionalista e opinativo, no qual não apresentam responsabilidades com o jornalismo que busca pela imparcialidade. O método de divulgação de tais notícias não se constitui neutro nem isento. Essa difusão de notícias no meio digital pode ser responsável direta na educação política de uma porcentagem da população. Fundamentado no conceito do Jornalismo conhecido como Gatekeeper, o presente trabalho questiona as escolhas feitas pelos “porteiros” da notícia nesses portais, quando optam por divulgar informações de maneira onde, por causa das ideologias, as informações são transmitidas de forma distorcida.

Palavras-chave:

Compartilhamento, ética jornalística, sensacionalismo.

¹ Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
krtkerol@hotmail.com

² Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
janyellecarla@hotmail.com



Abstract

This work discusses an expansion of tendentious news shared by websites accentuating certain Brazilian political parties and evaluate this sensationalist framing by means of journalist ethics. From an analysis on the websites Pensa Brasil and Jornal do País and your Facebook accounts, it was possible to conclude by means of characteristics present in the content that part of the daily shared shows sensationalism and judgment that haven't responsibilities with impartial journalism. The news sharing isn't neutral nor exempt. This news propagation in the middle digital may be responsible in political education of a part of the population. Based on the journalistic study Gatekeeper, this work questions the choices by the "porters" of the news in these portals, that when they choose to disseminate information based on ideology, the information is disseminated in a distorted way.

Keywords:

Sharing, journalistic ethics, sensationalism.

1. Introdução

Este trabalho busca primeiramente, explicar, através dos resultados obtidos em pesquisa bibliográfica, as características do jornalismo sensacionalista. O objetivo específico é analisar as manchetes dos jornais Pensa Brasil e Jornal do País, analisando os enquadramentos por eles estabelecidos.

Através de uma pesquisa bibliográfica, acordamos como sensacionalismo, segundo (MARCONDES FILHO, 1986) o jornalismo que

“não se presta a informar, muito menos a formar. Presta-se básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do público, por meio de formas sádica, caluniadora e ridicularizadora das pessoas. Por isso, a imprensa sensacionalista, como a televisão, o

¹ Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
krtkerol@hotmail.com

² Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
janyellecarla@hotmail.com



papo no bar, o jogo de futebol, servem mais para desviar o público de sua realidade imediata do que para voltar-se a ela, mesmo que fosse para fazê-lo adaptar-se a ela”.

Dessa forma, o sensacionalismo se configura, segundo (PEDROSO, 1983), como um

“destaque de elementos insignificantes, ambíguos, supérfluos ou sugestivos; subtração de elementos importantes e acréscimo ou invenção de palavras ou fatos; valorização de conteúdos ou temáticas isoladas, com pouca possibilidade de desdobramento nas edições subseqüentes e sem contextualização político-econômico-social-cultural; discursividade repetitiva, fechada ou centrada em si mesma, ambígua, motivada, autoritária, despolitizadora, fragmentária, unidirecional, vertical, ambivalente, dissimulada, indefinida, substitutiva, deslizante, avaliativa; exposição do oculto, mas próximo; produção discursiva sempre trágica, erótica, violenta, redemo-la, insólita, grotesca ou fantástica; especificidade discursiva de jornal empresarial capitalista, pertencente ao segmento popular da grande empresa industrial-urbana, em busca de consolidação econômica ao mercado jornalístico; escamoteamento da questão do popular, apesar do pretenso engajamento com o universo social marginal; gramática discursiva fundamentada no desnivelamento sócio-econômico e sociocultural entre as classes hegemônicas e subalternas”.

Sob tais conceitos dos estudiosos, foram desenvolvidas as análises a seguir.

A escolha dos jornais, que são caracterizados como jornais populares não se limita a tal característica. O jornalismo popular não é por si só, sensacionalista. Comumente, tal adjetivo é atribuído à categoria. Entretanto, a forma como são tratados os fatos jornalísticos nos jornais analisados o caracterizam como tal.

Importa destacar que no contexto de um veículo jornalístico há dependência de preferências pessoais e exigências editoriais definidas pela empresa, destaques do momento atual vivido e valores-notícia. Quando um fato jornalístico é selecionado, há ainda a escolha dos aspectos que serão realçados no texto e títulos já que a escolha dos fatos é subjetiva.

¹ Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
krtkerol@hotmail.com

² Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
janyellecarla@hotmail.com



Entretanto, na apresentação desses jornais, notam-se estratégias que podem ser definidas como sensacionalistas e que ajudam a captar o interesse do leitor, são elas: o uso de manchetes, a linguagem informal e a relevância de determinados temas.

A manchete sensacionalista provoca comoção, choca, desperta a carga de sensações do leitor. São utilizados recursos gráficos exagerados, como a letra em caixa alta, em tamanho grande, grifada e em cores que conferem destaque. A sua linguagem aproxima-se da linguagem oral e informal. Há o uso abusivo de gírias, chavões, uso de palavras de baixo calão e frases de duplo sentido.

Muitas vezes, o uso abusivo de tais recursos para tornar a manchete chamativa, desvincula o tema central da matéria. Ela se torna uma armadilha com a única intenção de capturar a atenção e o clique do leitor.

Neste trabalho, serão analisadas as manchetes e notícias da categoria “Política” dos portais visto que tal categoria tem relevante destaque. As notícias mencionadas foram publicadas no período que compreende os meses de fevereiro a maio do ano de 2018.

2. A construção dos portais

2.1 Jornal do País

O veículo aqui analisado tem como slogan “a notícia corre pelo mundo” e é descrito como mais um veículo de mídia que atua com credibilidade e seriedade dentro da ética e procurando sempre oferecer o melhor em informação que circula no Brasil e no mundo. O portal de notícias Jornal do Brasil publica notícias autorais além de replicar variadas matérias de outros portais, no entanto, pode-se notar que o foco do portal está em captar a atenção do leitor pela manchete já que, em seus textos, há carência de informações.

O veículo é marcado pela informalidade. Seus títulos e manchetes inferem opiniões e frases carregadas de sarcasmo além de acusações e ironias e esses são estendidos para as fotos que ilustram as matérias.

¹ Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
krtkerol@hotmail.com

² Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
janyellecarla@hotmail.com



As notícias replicadas de outros jornais variam, em algumas das vezes, no estilo do texto e em todas às vezes, no título. A responsabilidade de quem seleciona tais notícias é isenta já que o portal não contém assinatura nos textos publicados exceto quando ele é replicado de outro veículo, pois é dado o crédito ao jornal pioneiro.

Além dos jornais, são reproduzidas notícias de blogs e até portais religiosos. Notícias políticas adquirem características da linguagem informal e se afastam da linguagem jornalística. O portal mais usado pelo jornal foi o site Gospel Prime, um portal de notícias evangélico que tem cunho totalmente religioso em suas publicações.

Para analisar as características sensacionalistas presentes no Jornal do País, foram analisadas algumas matérias publicadas neste portal de notícias. Para isso, foi escolhido o período de quatro meses, que teve início em fevereiro e conclusão em maio de 2018. Para realizar um filtro entre as notícias, apenas as de cunho político foram estudadas, com o total de 259 textos.

O portal usa de maneiras próprias de se dirigir ao seu público através das manchetes e traz em sua maioria a utilização de palavras como BOMBA, URGENTE, VEJA AQUI E EXTRA.

Analisando a diagramação dos portais, visualiza-se que a página do Jornal do País encontra-se mais ordenada e com distribuição equilibrada de categorias. No entanto, as categorias não são respeitadas e no espaço destinado ao esporte, por exemplo, encontra-se a seguinte notícia “VAI ACABAR SÓ: Por que Gleisi e Lindbergh serão os primeiros a abandonar Lula”.

No processo de edição o tamanho dos títulos não é considerado. É comum a presença de alguns que ultrapassam o tamanho do subtítulo, como em “Celso Daniel foi executado em 2002, quando estava prestes a denunciar o Esquema de Corrupção Petista, e oito pessoas relacionadas ao caso foram mortas, mas nesse caso é tudo teoria da conspiração”, em que a própria manchete contém informações que poderiam ser apresentadas no decorrer do texto.

A escolha do assunto relevante, neste caso, os temas políticos, é tomada para manipular os leitores, pois valorizam uma temática isolada. O portal apela para o gosto da massa que se contenta com sensações e não com a razão motivada pelo momento em que se encontram.

¹ Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
krtkerol@hotmail.com

² Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
janyellecarla@hotmail.com



A estratégia do jornal vai além de uma estratégia de venda, mas responde a necessidade do leitor buscando agradá-los a qualquer custo e afastando quem busca uma notícia com informações e não só espetacularização.

O portal privilegia letras grandes apresentando descompasso ao entregar determinadas notícias e seus títulos criam penalização no lugar de descontentamento.

No dia 01 de abril de 2018, o portal trazia a seguinte manchete “Com LULA PRESO, Não haverá segundo turno e Bolsonaro SERÁ ELEITO PRESIDENTE DO BRASIL”. Ao longo do texto, são publicadas especulações de uma suposta pesquisa e há repetição do título por mais três vezes.

Em uma análise de 205 publicações sobre política em geral, 132 mencionaram Lula, Dilma ou PT. Nenhuma delas foi considerada favorável nem neutra. Todas possuíam um tom acusador.

Embora o jornal apresente manchetes extremamente sensacionalistas, no corpo textual, algumas ferramentas do texto jornalístico foram mantidas, como o lide. As cinco perguntas que compõem o lide (O que, quem, quando, como, onde e porque) estão presentes na maioria dos textos postados no portal. Isso pode confundir o leitor atraído pela manchete, com desconhecimento do que deveria ser uma matéria jornalística.

Ao cruzar com informações que apresentem características semelhantes com jornais de credibilidade, o leitor desatento pode se perder em meio a conteúdos tendenciosos e até portadores de fake news e acreditando ser uma fonte de confiança pela estrutura textual, podem ser reproduzidas pela população. Isso contribui para o crescimento de portais de notícias que estimam o lucro de vender notícia sem considerar a credibilidade.

O texto semelhante ao jornalístico pode ser mais perigoso do que os que não apresentam nenhuma estrutura de notícia. A opinião do escritor exteriorizada no texto pode ser similar a do leitor, isso dá força para aumentar a impressão de credibilidade e, diferente da notícia próxima da neutralidade, que seria o ideal, o público não tem a oportunidade de formar uma opinião consistente baseada nas verdades apresentadas por meio do conteúdo.

Foi postada em cinco de março a matéria com o título “Rede Globo vai para o tudo ou nada e culpa o PT pela crise que ela ajudou a provocar”. A manchete além de

¹ Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
krtkerol@hotmail.com

² Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
janyellecarla@hotmail.com



sensacionalista, afirma um fato baseada na opinião do veículo. A matéria se desenvolve com parágrafos de até três linhas com o roteiro de uma reportagem exibida no Fantástico, programa da Rede Globo. Alguns trechos como “Os interesses da Globo são vários, e não é o do Brasil. A baixaria só está começando” mostram um desabafo do autor.

As fotos presentes são editadas de forma exagerada e juntas com o texto revelam o apelo aos métodos sensacionalistas. Algumas não têm ligação com o assunto tratado, são tiradas de momentos isolados ou de montagens e junto à matéria possibilitam novas interpretações desfiguradas do caso. Elas ajudam a fortalecer as insinuações do veículo e quando não conseguem causar sensação suficiente, são legendadas inadequadamente.

Ainda na matéria sobre o Fantástico, uma das fotos em que aparecem os apresentadores do programa, a legenda da imagem é a seguinte “Os apresentadores do Fantástico colocados para revirar o lixo para encontrar algo contra o PT”.

A entrevista de gênero pingue-pongue aparece no portal duas vezes durante os meses analisados. Uma delas é feita com a filha do presidente Michel Temer e apresenta um número maior de parágrafos, com respostas grandes e com pouca edição. Foram adicionadas algumas fotos da entrevistada no decorrer do texto.

Frequentemente aparece o uso de verbos como detonar e atacar para descrever ações simples. Esses verbos são utilizados para causar maior impacto. Além do texto, eles aparecem nas manchetes constantemente e auxiliam na venda das notícias.

2.2. Pensa Brasil

O portal Pensa Brasil utiliza o slogan “em busca da notícia” e se denomina uma rede de sites que veiculam matérias que são de origem jornalística ou não, através de informantes, fontes anônimas, agência de notícias, cidadão e outros que colaboram com nossa rede. A rede Pensa Brasil **NÃO TEM NENHUM VÍNCULO COM QUALQUER OUTRO SITE E/OU PERFIL NAS REDES SOCIAIS** que não estejam listados em nossos contatos.

¹ Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
krtkerol@hotmail.com

² Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
janyellecarla@hotmail.com



O veículo, que também faz parte de uma imprensa popular traz em suas pautas o exagero utilizando das estratégias para aproximar o público como, por exemplo, a linguagem informal, mensagens de duplo sentido e fotos apelativas. O portal também replica notícias além das publicações autorais.

A diagramação referente ao portal Pensa Brasil possui elementos gráficos desordenados e sem critérios de tamanhos e formas. Foi detectado em ambos os portais uma maior importância do âmbito nacional político. Também possuem destaque em ambos os portais os temas de comportamento e notícias sobre famosos.

No dia 27 de março de 2018, o portal publicou uma manchete “BOMBA - Dilma deixa escapar o que estava em segredo "tentaram assinar Lula” e ao longo do texto, é possível encontrar o seguinte trecho: (...) Os Escandalos do PT nesses 09 anos. É muito roubo, companheiro??? É QUASE INTERMINÁVEL (...)

O portal se posiciona de uma maneira inaceitável para a ética jornalística. Os textos extrapolam o real e utiliza-se de um tom escandaloso. É a exploração do vulgar.

No dia 14 de fevereiro, o portal veiculou a seguinte manchete: “Dilma e Lula: Os maiores bandidos do Brasil vão cair em breve! Entenda...”, no dia 07 de março, o portal publicou: Pirou, Lula diz que fará campanha política de dentro da cadeia e traz o seguinte chapéu: SANATÓRIO DO PT. As acusações seguem em inúmeras notícias.

A primeira notícia de 2018 sobre o então presidente Michel Temer foi publicada no dia 12 de março e levou a assinatura da redação. A manchete “Temer faz visita surpresa a Carmem Lúcia, assunto tratado assusta” desacompanhada de foto desperta curiosidade pela escolha das palavras “surpresa” e “assusta”, pois a falta de demais informações abre margem para diversas interpretações. A matéria segue o mesmo caminho de insinuações para fortalecer a imaginação, as mesmas palavras usadas na manchete são repetidas em negrito e o escritor se coloca na posição de contador de história, fazendo suposições ao caso.

Em 29 de março de 2018, o portal publicou a última notícia do mês sobre Temer. O título com caixa alta apenas em uma palavra deu destaque para o nome do presidente: “Limpeza no Brasil, 13 amigos de TEMER foram pra cadeia, entenda...”. A diagramação se apresenta de forma desordenada com a manchete repetida durante quatro vezes entre os parágrafos. Além disso, expressões como “a noite vai ser quente

¹ Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
krtkerol@hotmail.com

² Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
janyellecarla@hotmail.com



em Brasília” e “desculpe o transtorno, estamos limpando o Brasil” foram utilizadas para dar graveza ao caso.

No dia 24 de abril, foi publicado “O candidato fantasma, mesmo preso, condenado sem previsão de sair da tranca, PT lança Lula e logo em seguida, escrevem: “Essa turma do PT (Partido dos Trabalhadores) precisa ser estudada seriamente, todos estão formando um sanatório”.

Em 11 de abril, foi publicada uma lista no portal que citava nome de todos os investigados pelo Supremo Tribunal Federal. “Lista de todos os santos da política que agora são alvos do STF, vem cadeia ai...” Semelhante às demais, a matéria que agora é assinada por três pessoas, tem a manchete com apelido e insinuações, além do uso das reticências.

Publicada em 30 de abril, a matéria “Temer faz discurso em TV 1º de maio e diz ‘amanhã é o nosso dia’” de Marcela Ribeiro, não teve título tão sensacionalista quanto às demais, porém, o subtítulo é composto pelo comentário da escritora, que não apresenta identificação como jornalista e diz “Dele não, com todas as regalias que têm como pode chamar isso de trabalho?”. O texto é desenvolvido com o discurso do presidente.

Em maio duas matérias foram publicadas com 12 dias de diferença uma da outra e levaram a assinatura do mesmo indivíduo. Na primeira, publicada no dia 17, traz no título uma suposta denúncia da sogra do presidente sobre os crimes cometidos por ele. Porém no corpo, são tratados assuntos da vida pessoal em gênero de fofoca com comparações entre a idade de Temer, da sogra e da esposa, que é citada como a “bela, recatada e do lar” ao invés do seu nome, um amplo distanciamento com o texto jornalístico.

Nenhum dado sobre a denúncia apresentada na manchete foi citado, caracterizando a mesma como uma tentativa clara de vender notícia pelo título, assim como acontece na segunda, publicada no dia 29, tem na manchete a afirmação “Temer vai cair!”. Entretanto, o texto se desvia para a greve dos caminhoneiros e apresenta falas frágeis caracterizadas pelo gênero opinativo.

3. Considerações finais

¹ Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
krtkerol@hotmail.com

² Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
janyellecarla@hotmail.com



A partir da ideia de imprensa livre, surge o questionamento: se o conceito de imprensa livre é verdadeiro, os veículos não teriam direito da publicação dos fatos que assim decidirem publicar, independente de critérios?

Por outro lado, vale destacar que o jornalismo possui importância para o futuro, já que tudo que é publicado é acervo documental. Desta forma, é inegável que a imprensa sensacionalista que presta um desserviço para a população foge do compromisso social que é essencial para o público.

Percebemos, de acordo com a fundamentação teórica vista nesse trabalho, que um jornal sensacionalista é considerado pouco confiável e assim, não contribuem quanto a informações com credibilidade. O jornalismo construído nas mensagens ambíguas desinforma. O jornalismo que não oferece informação não atua nos interesses da sociedade.

O jornalismo popular tem se tornado instrumento de inclusão social, formando novos leitores, mas é notória a tendência sensacionalista desses jornais. O serviço informativo prestado é pertinente a uma determinada comunidade, isto é, os jornais analisados são endereçados. Não é simplesmente um sensacionalismo provocado pela ânsia do mercado, que transforma as matérias de um jornal somente em pautas passíveis de venda. Esse sensacionalismo tem a necessidade de chamar a atenção do leitor, conquista o público pelo impacto visual, pelo inusitado e atrai aqueles que compartilham da sensação.

De acordo com Angrimani, o sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso.

Os preceitos básicos do jornalismo como a busca pela verdade e o compromisso com o leitor são deixadas em segundo plano com as práticas sensacionalistas. Essas desenvolvem a ideia de uma prestação de serviços enquanto saciam a busca do público pela construção da realidade que os agradam constando julgamentos públicos, valores individuais e dramatização da narrativa.

¹ Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
krtkerol@hotmail.com

² Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
janyellecarla@hotmail.com



Referências

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

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da Notícia.** São Paulo, Ática, 1986.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A Produção do Discurso de Informação num Jornal Sensacionalista.** Rio de Janeiro, UFRJ/ Escola de Comunicação, 1983.

¹ Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
krtkerol@hotmail.com

² Aluna de graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas;
janyellecarla@hotmail.com