

Enquadramentos no jornalismo popular: como as mudanças de títulos maquiam as matérias do Diário de Pernambuco para serem consumidas pelo leitor do Aqui PE

Filipe FALCÃO¹

Resumo

O presente estudo tem como objetivo analisar a apropriação de notícias do tradicional jornal Diário de Pernambuco pelo popular Aqui PE. Pertencentes ao grupo Diários Associados, ambos os jornais possuem públicos diferentes, o que justifica, entre outros fatores, que os títulos das matérias publicadas no Aqui PE, por exemplo, sejam retrabalhados utilizando expressões bastante populares. Por meio dos conceitos de construção social da realidade, fatores culturais, enquadramento e categorização, é possível estudar os pontos que provocam tais mudanças. Ao mesmo tempo, outras dúvidas surgem, uma vez que, diferentes dos títulos, as matérias sofrem pouca ou nenhuma alteração, o que coloca não apenas o ambiente social sob investigação, mas a forma como os jornais categorizam seus leitores e produzem suas notícias.

Palavras-chaves: construção social da realidade. Diário de Pernambuco. Aqui PE. Categorização. enquadramento.

Abstract

This study aims to analyze how the news from the traditional newspaper Diário de Pernambuco is also published by the popular newspaper Aqui PE. Both newspapers belong to the same media group, the Diários Associados, but the two newspapers have different readers. This may explain the fact that the titles of the articles published by the Aqui PE are reworked using popular expressions. Through the concepts of social construction of reality, cultural aspects and categorizing of the news, it is possible to study the points that cause such changes. At the same time, other questions arise, as apart from the title, the news itself

¹ Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e em Jornalismo Televisivo Internacional pela Nottingham Trent University, na Inglaterra. Professor da Faculdade Metropolitana do Grande Recife e nas Faculdades Integradas Barros Melo - AESO. E-mail: filifalcao@gmail.com

contains little or no change, which puts not only the social environment under investigation, but the way the newspapers categorize readers and how they produce their news.

Keywords: social construction of reality. Diário de Pernambuco. Aqui PE. categorization. framework.

Introdução

Qualquer pessoa acostumada a ler diariamente um jornal pode facilmente perceber que existe uma semelhança muito grande entre as matérias que estampam diferentes periódicos de uma mesma região. “Todos os jornais têm a mesma notícia, mas com nuances muito significantes.” (ALSINA, 2005, p. 235). Dentro da compreensão do que vem a ser notícia, podemos citar a proposta de Searle (1997), quando ele afirma que trata-se de um acontecimento de interesse público. Mas para qual público? É por meio do chamado contexto de interpretação, proposto por Alsina (2005), que percebemos que as notícias vinculadas em jornais são formatadas dentro de contextos interpretativos diferentes e que através de uma observação mais detalhada, é possível perceber que títulos, *leads*, além dos próprios formatos das matérias publicadas em diferentes jornais² que circulam em uma cidade ou estado podem variar de acordo com a linha editorial de cada veículo.

De acordo com Bourdieu (1997), o campo jornalístico é influenciado pelo mercado. Sendo assim, a linha editorial de determinado veículo é formada para atingir um tipo de leitor específico e fazer com que as notícias sejam então trabalhadas para serem reconhecidas dentro da ideia de representação social de cada grupo consumidor. Como resultado desta lógica de produção de notícias, Searle (1997) evidencia o papel central dos jornalistas na produção de enquadramentos na cultura política de massa.

A imagem que a mídia constrói da realidade é resultado de uma atividade profissional de mediação vinculada a uma organização que se dedica basicamente a interpretar a realidade social e mediar os que fazem parte do espetáculo mundano e o público. Compartilhamos com a afirmação de Gomis (1991) e consideramos que a mídia não só transmite, mas prepara e apresenta uma

² Este trabalho vai analisar apenas jornais e não telejornais, programas jornalísticos de rádio ou portais de notícia.

realidade dentro das normas e das regras do campo jornalístico. (VIZEU e CORREIA, 2008, p. 13)

O grupo Diários Associados, do qual faz parte o Diário de Pernambuco³, lançou no dia 11 de agosto de 2008 o jornal Aqui PE, que é comercializado na região metropolitana do Recife, além de cidades do agreste pernambucano. O jornal, vendido ao preço de R\$ 0,25, circula de segunda a sábado e tem em média 24 páginas. De acordo com o seu site oficial, o Aqui PE é um jornal “sem frescuras, sem lero-lero, sem meias palavras. (...) Histórias do povo para o povo ler.”⁴ Apesar de não constar nesta apresentação, fica fácil classificar o Aqui PE como um jornal destinado ao público C e D. O periódico é formado por um editor, dois editores assistentes e três estagiários. Estes números não incluem fotógrafos ou diagramadores.

O Diário de Pernambuco é vendido ao preço de R\$ 1,80 durante os dias de semana e aos sábados. Aos domingos, o jornal custa R\$ 3. O periódico possui uma média de 90 repórteres, entre profissionais e estagiários, além de 15 editores, divididos em oito editoriais diárias e cadernos de suplementos, que são publicados uma vez por semana. Estes números não incluem fotógrafos, diagramadores ou repórteres dos portais de notícias do Diário de Pernambuco, o www.diariodepernambuco.com.br e o www.pernambuco.com.

As principais matérias do Aqui PE são das editoriais de polícia, esportes e entretenimento, com algumas publicações de economia, política e acontecimentos gerais da cidade. A maior parte deste conteúdo é originalmente do Diário de Pernambuco. É importante observar que estas notícias originais do Diário representam uma média de 50% do conteúdo geral publicado no Aqui PE. Os outros 50% são divididos em assuntos nacionais e internacionais de agências de notícias, anúncios, classificados, voz do povo, foto do dia, fofocas, passa tempo, humor, resumo das novelas, fotos de mulheres seminuas, programação de cinema, teatro e shows. Uma importante observação quanto ao conteúdo de polícia do Aqui PE é que parte deste também é reprodução das matérias televisivas do

³ Mais antigo jornal em circulação na América Latina, com 188 anos de existência. A grafia da palavra Diário como nome do jornal está correta. Neste estudo, o Diário de Pernambuco poderá também ser chamado apenas como Diário ou DP.

⁴ Disponível em <http://www.aquipecom.br/expediente.shtml>. Acesso em 28/12/12.

programa Cardinot Aqui na Clube.⁵ De volta ao material do Diário que é aproveitado pelo Aqui PE, surge o questionamento sobre de que forma isto acontece já que se tratam de veículos concebidos para leitores aparentemente bem antagônicos.

Públicos diferentes

A escolha das matérias do Diário de Pernambuco que serão publicadas no Aqui PE é feita pelos editores deste segundo jornal, que possuem acesso ao material produzido pelo Diário. Desta forma, os editores do Aqui PE agem como *gatekeepers* por escolher quais informações serão levadas ao seu leitor. Claro que tais escolhas não acontecem de forma aleatória.

Um acontecimento só faz sentido se se puder colocar num âmbito de conhecidas identificações sociais e culturais. Se os jornalistas não dispusessem – mesmo de forma rotineira – de tais mapas culturais do mundo social, não poderiam dar sentido aos acontecimentos individuais, inesperados e imprevisíveis que constituem o conteúdo básico do que é noticiável. (HALL, 1993, p. 226)⁶

No entanto, o trabalho dos editores do Aqui PE não é apenas o de escolher a matéria e publicá-la. Existe uma adaptação do conteúdo do Diário de Pernambuco publicado pelo Aqui PE para que este material fique **mais a cara do leitor do Aqui PE** [grifo nosso]. Das mudanças, destaque para os títulos na própria matéria ou na capa do jornal. Os textos também sofrem alterações, embora de forma mais sutil.

Um interessante ponto inicial de observação é referente a como o Aqui PE possui uma produção jornalística bem pequena, basicamente formada por três estagiários, ou em alguns casos, um jornalista do Diário de Pernambuco que venha a produzir algum conteúdo exclusivo para o Aqui PE. Cabe então aos editores escolherem qual material do Diário deve ser publicada no Aqui PE. Assim podemos pensar na função proposta por Bourdieu (1997) de que o jornalista refrata a realidade ao cobrir acontecimento especiais. Mas aqui, os

⁵ Programa policial pernambucano exibido na TV Clube, que pertence ao grupo Diários Associados.

⁶ HALL, Stuart; CHRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, Jonh; ROBERTS, Brian. “A produção social das notícias: o mugging nos media”. In: TRAQUINA, Nelson (org). Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias. Veja Editora, 1993.

óculos propostos por ele não são usados exatamente para cobrir, mas na hora de escolher qual conteúdo será publicado e na formatação do mesmo. Desta forma, é possível perceber que boa parte dos títulos que são apresentados para as matérias do Diário de Pernambuco são bastante modificados para o Aqui PE. Seguem alguns exemplos escolhidos aleatoriamente.

Tabela 1 – Análise dos diferentes títulos das mesmas matérias publicadas no DP e no Aqui PE

	Diário de Pernambuco	Aqui PE
14/12/12	<i>Enfim, Justiça</i>	<i>Vão tudo mofar na cadeia</i>
23/04/12	<i>A vantagem mudou de lado</i>	<i>Carcará come a cobra</i>
30/04/12	<i>Armas roubadas de delegacia</i>	<i>Nem a delegacia escapou</i>
14/12/12	<i>Virgem vai posar nua</i>	<i>Gatinha do cabaço nuazinha</i>
20/11/12	<i>Tem que acabar</i>	<i>Organizadas quebram o maior cacete</i>

Como é possível perceber, as mudanças são notáveis e acontecem para tornar os títulos das notícias do Aqui PE muito mais formatados para o público consumidor deste jornal. Aqui é necessário fazer uma observação quanto ao termo popular que costuma ser empregado ao Aqui PE. O fato é que muitos jornais se classificam como populares, mas, na verdade, estão enquadrados nos moldes sensacionalistas ou possuem uma linha tênue entre o popular e o sensacionalismo. O jornal sensacionalista costuma ser aquele no qual o assunto em pauta é sempre a exploração do sofrimento humano, a banalização da violência, a sexualidade, o mau gosto e a descontextualização do fato. Amaral (2006) aponta o jornal popular como sendo simples e utilizando uma linguagem próxima da população, ou seja, deve ter uma preocupação para que o indivíduo se sinta pertencente à determinada comunidade, percebendo que o jornal faz parte do seu mundo. A forma como a notícia é apresentada faz parte deste processo de identificação. É importante observar que traçar uma correta definição sobre o Aqui PE ser um jornal popular ou sensacionalista não é o objetivo

deste trabalho. No entanto, apenas para fins de denominação nesta pesquisa, vamos tratá-lo como popular, embora em alguns exemplos ele poderá soar como sensacionalista.

De volta às diferenças entre as publicações, para os textos, a maioria das matérias no Aqui PE sofrem reduções por uma questão de espaço de diagramação, uma vez que o Diário de Pernambuco é publicado em papel tamanho *standard* (60 cm x 38 cm), enquanto o Aqui PE é publicado no tamanho *berlinder* (25,2 cm x 36cm), que é pouco maior que o estilo tablóide. Desta forma, as mudanças nas matérias não são de conteúdo ou formatação, mas acontecem por uma questão de diferença de espaço entre um jornal e o outro. Como exemplo, facilmente é percebido que uma matéria de 40 linhas do Diário é publicada em um espaço de 25 linhas no Aqui PE e por isso, os últimos parágrafos do texto são eliminados, enquanto o *lead* pode sofrer algumas alterações. Assim, as adequações mais bruscas acontecem realmente nos títulos das matérias, em especial aquelas que são assunto de capa. Tais mudanças acontecem pelo que os editores do Aqui PE parecem considerar uma forma de chamar a atenção da parcela da população que é tida como leitora do jornal.

O jornalista interpreta a realidade. Mas isso não quer dizer que ele poderá fazer qualquer tipo de interpretação. (...) É preciso levar em conta que, o que seria uma interpretação para uma comunidade, pode ser um uso para outra e vice-versa. Então, deveríamos dizer que a diferença entre interpretação e uso estaria na aceitação social majoritária ou não do sentido que o fenômeno têm. (ALSINA, 2007, p. 260)

Notícias e representações sociais

As representações sociais estão em todos os aspectos da vida cotidiana do homem. “Cada experiência é somada a uma realidade predeterminada por convenções.” (MOSCOVICI, 2000, p. 35). Assim, a forma como nos comportamos, vivemos e interagimos é social. Não seria diferente com o consumo de notícia. Desta forma, as representações sociais atuais penetram na vida cotidiana também através dos meios de comunicação. Atividades como ler um jornal, escutar rádio, ver televisão, acessar notícias em portais, entre outros exemplos, fazem parte da nossa rotina diária de consumo de notícia.

Ao mesmo tempo, também somos levadas a enquadrar grupos e pessoas através de representações conceituais, visto que “cada um de nós possui uma certa noção dos indivíduos com os quais nos relacionamos.” (DURKHEIN, 1996, p. 480). Tal premissa pode ser estendida ao conhecimento que o jornal, como instituição, tem do seu leitor. Seja por meio de pesquisa ou linha editorial, o jornal possui sim uma noção de quem é o seu público, embora esta afirmação nunca seja 100% verdadeira, visto o grande número de leitores que um jornal possui. Este fato termina por obrigar a empresa a tratar este público de forma generalizada. Isto acontece uma vez que a mídia costuma utilizar a ideia de estereótipos, que categorizam um grande número de pessoas. Assim, determinados grupos tornam-se mais fáceis de serem identificados e compreendidos. Os estereótipos surgem das interações sociais e vão apresentar as categorizações de diferentes públicos leitores, o que justifica as diversas linguagens utilizadas por periódicos. Dentro deste contexto de estereótipos, é possível perceber que o leitor do Diário de Pernambuco não é o mesmo do Aqui PE e vice versa.

De acordo com Goffman (1988), o ambiente social é responsável por estabelecer os meios que usamos para categorizar as pessoas tendo em vista os atributos reconhecidos como gerais em diferentes grupos sociais. Desta forma, quando o Aqui PE se define como um jornal com histórias do povo e para o povo ler, ele se enquadra na categoria de jornalismo cidadão, ou seja, popular. O público alvo dos jornais populares costuma ser de um nicho de mercado caracterizado por indivíduos de baixo poder aquisitivo e com pouco hábito de leitura. Assim, o Aqui PE vai seguir este pensamento para formatar as suas publicações, mesmo podendo ser consumido por um público bem mais amplo do que o imaginado.

Para Jovchelovitch (2000), as representações sociais funcionam como dinâmicas do cotidiano e são baseadas em estoques culturais. É verdade que os diversos grupos sociais que existem em cidades, estados e até em países não são iguais. Divididos por classes sociais, graus de escolaridade, grupos étnicos e culturais, entre outros tópicos, cada categoria possui semelhanças e características próprias. De acordo com Schutz (2003), as pessoas passam a vida interpretando o mundo, que acaba se tornando um lugar social e é

graças a este fenômeno que podemos nos comunicar. Assim, fica fácil ver o jornalista como um profissional que faz diariamente esta interpretação de acontecimentos diários. O trabalho deste profissional vai então além de apenas observar e reportar fatos uma vez que ele vai buscar a relevância social para dar sentido e funcionalidade ao seu texto. Assim, as representações sociais, ideias de enquadramento e de categorização também são fundamentais para a formatação de notícias. Repetindo a primeira ideia deste texto, se todos os jornais trazem as mesmas notícias, é possível perceber que tais conteúdos são formatados de acordo com a categorização que cada veículo possui do seu leitor. Isto independe do jornal ser produzido para o público A, B, C, D ou E.

Algumas vezes é suficiente simplesmente transferir um objeto, ou pessoa, de um contexto a outro, para que vejamos sob nova luz a para sabermos se eles são, realmente os mesmos. (...) Nós pensamos através de uma linguagem, nós organizamos nossos pensamentos, de acordo com um sistema que está condicionado, tanto por nossas representações, como por nossa cultura. (MOSCOVICI, 2000, p. 35)

O jornal pertence a uma empresa e para pagar aos seus funcionários e garantir a sua circulação, o veículo precisa basicamente vender o seu produto para leitores e ter uma cota de anunciantes. Desta forma, Bourdieu (1997) fala que o jornal é submetido à sanção externa da clientela dentro de uma lógica comercial. É muito simples: se o jornal não agradar ao seu público leitor, ele não será comprado. Se não for comprado, os anunciantes deixarão de anunciar e assim o jornal vai falir. Desta forma, voltando ao exemplo da apropriação e reenquadramento das notícias do Diário de Pernambuco pelo Aqui PE, fica fácil perceber porque os editores deste segundo jornal modificam o conteúdo do DP. Caso simplesmente publicassem as mesmas notícias, exatamente como são escritas no Diário, talvez o público leitor não tivesse o mesmo interesse e não o consumisse.

No entanto, a mudança acaba sendo muito mais superficial do que real, uma vez que as diferenças são percebidas prioritariamente nos títulos, que ganham uma conotação bastante popular ou sensacionalista. Para as mudanças nos títulos, o Aqui PE utiliza uma linguagem quase coloquial, com o intuito de tornar o texto escrito semelhante a um

contexto social e cultural que a linha editorial do Aqui PE acredita que os seus leitores possuem.

Vamos observar o exemplo da matéria sobre o caso Jennifer⁷, publicada pelo Diário de Pernambuco, em 14 de dezembro de 2012 com o título *Enfim, Justiça*. A matéria foi chamada de capa do Diário, figura 01, e do Aqui PE, figura 02, mas neste segundo teve seu título, também com chamada de capa, reescrito como *Vão tudo mofar na cadeia*. Claramente temos, no caso do Diário de Pernambuco, uma tradicional notícia de um caso policial com repercussão. O grupo Diários Associados possui um manual de redação no qual a publicação, lançada em 2005, faz a seguinte explanação quanto ao título. “Não precisa estar amarrado à fórmula sujeito + verbo + complemento. Forma conjunto com o sutão. Os dois desempenham o papel que caberia ao *lead* em uma matéria convencional” (SQUARISI, 2005, p. 26).

No exemplo da mesma matéria do Aqui PE, é possível perceber que o título é trabalhado para que a informação seja transmitida de forma a atingir um público categorizado pela linha editorial do jornal. Trata-se da forma como o jornal enquadra o seu público leitor e por isso edita de tal forma o título. Neste exemplo, as expressões “vão tudo” e “mofar” são facilmente ligadas a um linguajar mais popular, típico de periferia onde, dentro de uma abordagem generalista, a população costuma ser de baixa renda e com baixo índice de escolaridade. Aqui, a ideia de representação social de cada classe social de leitores é bem estratificada quanto aos títulos das matérias dos dois jornais.

⁷ Jennifer Kloker foi assassinada no dia 16 de fevereiro de 2010. O crime foi arquitetado pela sogra, com a colaboração do sogro, do marido da vítima e mais dois homens. O caso Jennifer, como foi chamado pela imprensa pernambucana, teve grande repercussão e o julgamento, em dezembro de 2012, durou quatro dias.

Figura 01 - Diário de Pernambuco, capa – 14/12/12

O Rei do Baião e a indústria criativa

ECONOMIA B6

ARTHUR DE SOUZA/ESP/DA PRESS

BLENDY SOUTO MAIOR/OPDA PRESS

ENFIM, JUSTIÇA



Delma Freire	Ferdinando Tonelli	Pablo Tonelli	Dinarte Medeiros
32 anos	25 anos e 6 meses	25 anos e 6 meses	14 anos e 4 meses
Condenada por homicídio duplamente qualificado, formação de quadrilha e fraude processual	Condenado por homicídio duplamente qualificado e formação de quadrilha	Condenado por homicídio duplamente qualificado e formação de quadrilha	Respondeu ao processo livre e foi condenado por homicídio e formação de quadrilha

Foram quase três anos de mentiras, tramas e reviravoltas. Ontem, a votação do júri pela condenação de quatro réus (o quinto, Alessandro Neves, será julgado em fevereiro) acusados de matar Jennifer Kloker pôs fim ao drama. VIDA URBANA Cl e C2

Fonte: Diário de Pernambuco

Figura 02 - Aqui PE, capa – 14/12/12

Garganta profunda
AMANDA SEYFRIED VAI FAZER O PAPEL NO CINEMA DE LINDA LOVELACE, ESTRELA PORNÓ DA DÉCADA DE 70

▶ PÁGINA 12

▶ CASO JENNIFER ◀

VÃO TUDO MOFAR NA CADEIA



Delma Freire 32 ANOS	Pablo Tonelli 25 ANOS E 6 MESES	Ferdinando Tonelli 25 ANOS E 6 MESES	Dinarte Medeiros 14 ANOS E 4 MESES
-------------------------	------------------------------------	---	---------------------------------------

O Tribunal do júri condenou ontem quatro envolvidos na morte da alemã Jennifer Kloker, em fevereiro de 2010. Já o quinto réu, o suposto atirador Alessandro Neves, teve o julgamento adiado

▶ PÁGINA 3

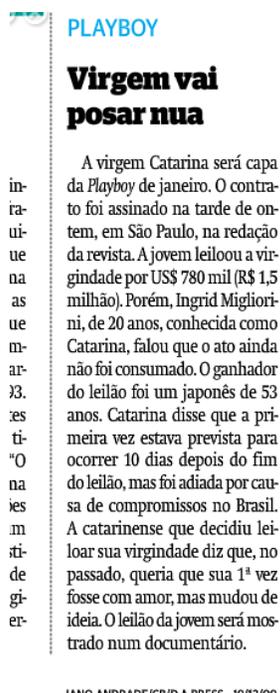
Craque da **COMUNIDADE**

Chelsea

Fonte: Aqui PE

Outro exemplo foi através de um texto da Agência Brasil publicado no Diário e no Aqui PE no dia 14 de dezembro de 2012. Com o título no Diário de *Virgem vai posar nua*⁸, ilustrado na figura 03, o Aqui PE rebatizou a matéria como *Gatinha do Cabaço Nuazinha*, ilustrado na figura 04.

Figura 03 - Diário de Pernambuco, p. 10 – 14/12/12



Fonte: Diário de Pernambuco

⁸ A brasileira Catarina Migliorini, 20 anos, ficou famosa ao vender a virgindade através de um leilão virtual. Logo depois do leilão, mas ainda virgem, ela anunciou que iria fazer um ensaio nua para a revista Playboy.

Figura 04 - Aqui Pe, p. 24, 14/12/12



Fonte: Aqui PE

Mapas conceituais

Nos títulos do Aqui PE, é possível perceber os exemplos do que Hall (1997) chama de representações, que respondem quando símbolos são utilizados para que mensagens sejam transmitidas da melhor maneira possível. Tais símbolos, formados por palavras, imagens e expressões, possuem ligações culturais com determinados grupos sociais que conseguem reconhecer tais símbolos

Agora pode ser que o mapa conceitual que eu carrego nos meus pensamentos é totalmente diferente do seu. Neste caso, você e eu teremos formas de interpretar ou entender o mundo completamente diferentes um do outro. Seremos incapazes de dividir nosso pensamento ou expressar ideias sobre o mundo de cada um. (...) É por isso que a ‘cultura’ às vezes é definida como em termos de ‘mapas conceituais divididos’⁹ (HALL, 1997, p. 18)

A ideia dos mapas conceituais justificaria parte das mudanças nos títulos do Diário de Pernambuco para serem publicados no Aqui PE, já que os mapas dos leitores do Diário não são os mesmos do público do Aqui PE. Assim, como o Aqui PE claramente enquadra o perfil do seu público leitor, que é apresentado como sendo diferente do leitor do Diário de

⁹ Now it could be the case that the conceptual map which I carry around in my head is totally different from yours, in which case you and I would interpret or make sense of the world in totally different ways. We would be incapable of sharing our thoughts or expressing ideas about the world to each other. (...) That is why ‘culture’ is sometimes defined in terms of ‘sharing meanings or shared conceptual maps’ (Tradução feita pelo autor).

Pernambuco, justifica-se as alterações do conteúdo dos títulos. Os signos devem fazer parte de um sistema de convenções culturais e é através dos títulos que as matérias procuram se enquadrar de forma rápida dentro de uma categorização típica dos jornais populares.

No entanto, ao deixar os títulos de lado, é facilmente perceptível que semelhantes mudanças bruscas não acontecem nas matérias, que possuem poucas diferenças quando comparadas entre os dois jornais. Como já foi abordado, as mudanças nas matérias acontecem muito mais pela diferença no espaço da diagramação entre os periódicos. O Aqui PE geralmente possui um espaço menor comparado ao DP. Nas figuras 05 e 06 abaixo, é possível perceber que a matéria do Diário possui cinco parágrafos enquanto a do Aqui PE tem quatro. É inclusive perceptível que em alguns casos, quando o espaço é o mesmo, as matérias do DP são publicadas no Aqui PE sem nenhuma alteração.

Figura 05 - Diário de Pernambuco, p. B4 – 23/04/12



Tiago Cardoso não teve uma boa situação, falhando no primeiro gol do Carcará

A vantagem mudou de lado

Santa perde de virada e agora vai precisar vencer no Arruda para decidir o título

DANIELARA
com links@jorنال.com.br
estadio@esportos

Salgueiro - O Santa Cruz precisará vencer o jogo de volta, no Arruda, para chegar às finais do FFB12. Em um segundo tempo emocionante, o Carcará fez valer a pressão da torcida e o calor escaldante do Seridó para vencer o Tricolor de virada, por 2 a 1, na tarde de ontem, no estádio Cornélio de Barros, em Salgueiro. Marcos Tamarandiré e Edmar fizeram os gols dos seridanos, enquanto que Branquinho assistiu para os carcarás. Ao Carcará, basta um empate para decidir o título. Durante esta semana, a Federação Pernambucana de Futebol (FPF) irá divulgar a data da par-

tida, que poderá ser na terça-feira.

O Santa Cruz entrou em campo sem o artilheiro Dénis Marques, que não se recuperou a tempo de uma pancada no pé direito, na véspera do jogo, e foi vetado. Capa-Rato firmou a dupla de ataque com Geilson, que foi expulso no jogo de ontem e já é destaque certo para o próximo domingo. Dénis Marques será reavaliado e provavelmente voltará ao time. Hoje, o Tricolor ganhou o jogo e só voltará a treinar amanhã à tarde.

O início da partida deixou evidente o nervosismo de ambas as equipes. No clima do Seridó, a bola parecia queimar nos pés dos atletas, e os chutes davam o tom da partida. Com o apoio da torcida, o Salgueiro até tinha maior posse de bola e arriscava mais, porém a marcação do Santa Cruz estava praticamente impecável. No único erro, aos 11 minutos, Leandro Souza falhou feio, Fabrício Coarú tomou a bola e soltou uma

bomba, no ângulo. A bola não entrou por pouco. Aos 22, foi a vez de Geilson errar e Luciano Henrique tomar a bola e mandar no chuveiro. A bola negou a trave. Após o lance, de tão grande o calor, o árbitro da partida permitiu um tempo técnico para que os atletas tomassem água. A primeira etapa acabou sem gols.

No segundo tempo, o calor diminuiu e o jogo melhorou bastante. Querendo fazer o resultado em casa, o Salgueiro se lançou para o ataque. Aos 11, Fabrício Coarú perdeu um gol incrível. O atacante recebeu lançamento, malou no peito e sozinho, debaixo da barra, deu uma bomba para cima. No lance seguinte, a resposta coral. Romatinho jogou o rebote do escanteio, passou para perna direita e acertou o travessão. O jogo seguiu assim: o Salgueiro atacava e o Santa Cruz fazia uma partida defensivamente impecável. Só que aos 25 minutos, a defesa do Carcará vacilou, Romatinho avan-

çou sozinho e chutou. Luciano deu rebote e Branquinho, que tinha acabado de entrar, fez o gol tricolor.

Quando a brecha já se mostrava impaciente com o time, aos 33 minutos Marcos Tamarandiré avançou pela direita e cruzou. O goleiro Tiago Cardoso ficou olhando, a bola o encobriu e morreu no fundo do gol. No lance seguinte, Geilson se entrosou com o salgueiro Alencar e foi expulso. O Carcará partiu com tudo para cima e aos 42, foi a vez de Edmar, que tinha acabado de entrar, receber o cruzamento e fazer o gol da virada e da vitória seridana.

> zero dez

	Tiago Cardoso	4
	Diogo	5
	Willian	6
	Leandro Cardoso	5
	Romatinho	5,5
	Meiro	6
	Wagner	5
	Anderson Pedro	7
	Chicão	6
	Luciano Henrique	6
	Jefferson Maranhão	5
	Geilson	6
	Capa-Rato	5,5
	Branquinho	6,5

> Bta

2 x 1

Salgueiro Santa Cruz

Luciano Henrique marcou o gol tricolor. Alencar fez o gol da virada. Edmar marcou o gol da vitória. Tiago Cardoso fez o gol do Carcará.

Tiago Cardoso marcou o gol do Carcará. Alencar fez o gol da virada. Edmar marcou o gol da vitória. Tiago Cardoso fez o gol do Carcará.

Luciano Henrique marcou o gol tricolor. Alencar fez o gol da virada. Edmar marcou o gol da vitória. Tiago Cardoso fez o gol do Carcará.

>> acesse

www.esportos.com.br

Veja a galeria de fotos e reportagens do jogo clicando no Seridó. Clique em Salgueiro

> na professor



Fonte: Diário de Pernambuco

Este pensamento representaria uma possível quebra em parte da linha editorial proposta pelo Aqui PE como sendo um jornal popular. Dentro desta análise, o Diário de Pernambuco possui uma linguagem mais bem trabalhada nas suas matérias pelo público A e B ao qual é destinado. No entanto, é importante observar que mesmo sendo um jornal voltado para o público considerado elitizado, os textos do Diário costumam ser de fácil compreensão com uma linguagem explicativa dos acontecimentos tratados. O manual de redação dos Diários Associados define que “nós escrevemos para o leitor. Queremos que ele leia e entenda o texto.” (SQUARISI, 2005, p. 31)

Um ponto importante acaba então sendo percebido através do tipo de matéria que é escolhida para ilustrar o Aqui PE. Por exemplo, se o Diário trouxer seis matérias em seu caderno de Local¹⁰ sendo duas sobre saúde, uma sobre meio ambiente, uma sobre educação, uma sobre polícia e a última sobre urbanismo, muito provavelmente o Aqui PE vai publicar apenas a matéria de polícia. Dentro deste contexto, a decisão acontece em função das escolhas dos editores, que enquadram os leitores em suas próprias categorizações.

Com as matérias escolhidas, ao menos os títulos precisam ser bem trabalhados dentro de uma lógica de enquadramento do público do Aqui PE, caso contrário possivelmente não haverá uma identificação do leitor com o conteúdo proposto. Assim, aliando o texto original da matéria, que é de fácil compreensão, com os novos títulos, o leitor do Aqui PE sente-se confortável e consegue identificar os mapas conceituais propostos podendo assim pagar os R\$ 0,25 e consumir o restante do produto, mesmo que as matérias não sejam uma continuação exata de estilo dos títulos. Sendo assim, podemos apontar, tendo como base os exemplos em anexo ao fim deste trabalho, que o leitor do Aqui PE acaba desenvolvendo, possivelmente sem saber, o hábito de ler parte do conteúdo produzido e publicado pelo Diário de Pernambuco.

Outra característica que deve novamente ser levada em consideração é referente ao número de funcionários do Aqui PE, que é bem menor do que o Diário, inviabilizando inclusive uma produção constante própria. Dentro de um quadro reduzido, a opção de

¹⁰ Caderno do Diário de Pernambuco que traz os acontecimentos da cidade com enfoque em matérias de serviços, cidadania, polícia, meio ambiente, educação, urbanismo, saúde, entre outros tópicos. As matérias de polícia publicadas em Vida Urbana são as de grande repercussão.

alterar os títulos acaba sendo a forma mais rápida e fácil para enquadrar o conteúdo. Aqui cabe uma observação que o Aqui PE não é o primeiro jornal deste tipo na região metropolitana do Recife. O jornalismo com tendências populares e sensacionalistas surgiu na capital pernambucana na década de 1960 com o Diário da Noite, que abordava de forma mais explícita notícias e imagens sobre violência. Na década de 1990, é lançada a Folha de Pernambuco, com conteúdo semelhante.

Enquadramento de leitores

Mas por que então apenas o título é popular e a matéria praticamente a mesma? Nos colocando como leitores de jornais, nós costumamos ficcionalizar todo o material midiático e recebemos constantemente informações reais que são retrabalhadas, ou simplesmente formatadas, para serem mais funcionais para um público de massa. Goffman (1974) nos apresenta a realidade de que assistimos televisão como entretenimento. Para ele, fica claro perceber que boa parte do tempo da programação televisiva é dedicada a dramas e comédias. A produção de notícia não fica de fora desta realidade.

Sem dúvida alguma tudo isso contribui para melhor informar o público. Mas também se trata da transformação de acontecimentos políticos ou trágicos em matéria-prima para roteiros, cuja representação proporciona aos telespectadores uma oportunidade de participação indireta (...) Acredito que sempre estivemos dispostos a deixar-nos cativar. (GOFFMAN, 1974, p. 661)

É importante observar que os veículos de comunicação de forma geral parecem ter certo cuidado em não utilizar a palavra entretenimento como associação de notícia. O Manual de Redação da Folha de São Paulo (1992), por exemplo, define notícia como sendo o puro registro dos fatos, sem opinião. Ou de forma resumida, “notícia é todo fato relevante que desperte interesse público.” (NOBLAT, 2002, p. 31). Mas o que Goffman quer dizer, dentro da abordagem da realidade que assistimos pela televisão é que tal construção é trabalhada e por isso, soa como entretenimento. Assim, toda matéria televisiva, mesmo as transmitidas ao vivo, passa por processos de produção. É claro que existe uma diferença na

formatação das matérias tendo como ponto de observação a linha editorial dos veículos, o que pode deixar mais ou menos explícita esta ideia de entretenimento.

Assim, dentro da ideia de entretenimento defendida por Goffman, podemos estendê-la também para jornais impressos. Desta forma, um periódico considerado tradicional, como o Diário de Pernambuco, vai trabalhar as suas notícias de forma mais próxima de uma abordagem mais informativa, e assim acaba por parecer distante da ideia de entretenimento. Já o Aqui PE vai possuir algumas notícias semelhantes, porém, como já vimos, dentro de uma abordagem popular. Assim, é possível afirmar que o Aqui PE possui uma ligação maior com a ideia de entretenimento, até mesmo pela forma como o título da matéria é apresentado. Desta forma, é possível entender que o título possui este formato de chamar a atenção e de entreter. Esta parece ser a forma encontrada pelo grupo Diários Associados para maquiagem parte de um produto do Diário de Pernambuco para ser consumido pelo público do Aqui PE.

É interessante trazer algumas pontuações sobre as influências do jornalista dentro da sua rotina produtiva. Por exemplo, aqui é possível discordar da teoria do espelho, de que as notícias são como são porque refletem a realidade. Pena (2005) vai além e define a metáfora do espelho como bastante limitada, uma vez que a linguagem neutra não acontece no jornalismo, pois não é possível transmitir o significado dos acontecimentos sem mediação. No entanto, a maquiagem das notícias do Diário pelo Aqui PE pode apresentar uma ameaça para o leitor. De acordo com as ideias de Goffman (1974), os nossos enquadramentos dos acontecimentos podem levar a ambiguidades, erros e disputas de quadros. Assim, a forma como determinado produto é compreendido pode perder significado quando acontece qualquer tipo de quebra do formato já conhecido.

Quando, por qualquer razão que seja, o indivíduo rompe o quadro e percebe que o fez, muda subitamente a natureza de sua absorção e de sua crença. (...) Enquanto espera adotar uma posição num âmbito corretamente enquadrado, ele descobre que nenhum quadro em particular é imediatamente aplicável, ou que o quadro que ele pensava ser aplicável já não parece mais sê-lo, ou que ele não consegue se fixar no quadro que parece ser aplicável. (GOFFMAN, 1974, p. 463)

A perda do significado neste caso responde pelo risco de uma possível quebra de formato já conhecido sobre determinado produto. Neste caso, os títulos retrabalhados enquadram produtos pensados originalmente para o Diário de Pernambuco para funcionarem no Aqui PE. Neste caso, uma análise mais cuidadosa por parte do leitor poderia levar o mesmo a identificar que algumas matérias do Aqui PE são iguais as do DP. Ao perceber isso, teria este público o mesmo interesse pelo Aqui PE?

Ao deixar os títulos de lado, talvez fosse possível para o leitor romper o quadro formado pela imagem de popular do Aqui PE. Ou pelo menos em alguns textos. No entanto, é importante pontuar que as notícias do Diário publicadas no Aqui PE podem acabar diluídas em meio aos demais conteúdos do jornal e assim, muito possivelmente não levantarem suspeitas do seu processo de apropriação. Aqui cabe lembrar que o Aqui PE possui outros conteúdos que são independentes do Diário, como diagramação própria e canais de interação com o leitor, além de notícias de fofoca, quadros de humor, fotos de mulheres seminuas, entre outros. Assim, é plausível perceber que ao ganharem novos títulos, as matérias do Diário tornam-se mais um conteúdo dentro da gama popular oferecida pelo Aqui PE para o seu leitor.

No entanto, uma investigação mais profunda sobre a recepção do público do Aqui PE das matérias parecidas ou iguais às publicadas pelo Diário de Pernambuco poderá ajudar em um estudo mais completo sobre o tema. Como exemplo, existe a possibilidade de que a própria empresa, no caso os Diários Associados, parece ter encontrado uma forma de atingir dois públicos diferentes utilizando majoritariamente os funcionários do Diário. A prática parece comum dentro do grupo, visto que existem exemplos aparentemente semelhantes como O Correio Brasiliense e o Aqui DF, o Estado de Minas e o Aqui BH, entre outros. Assim, a organização garante o seu espaço no mercado para diferentes públicos e ainda aumenta de certa forma os seus ingressos econômicos.

Considerações finais

O Aqui PE surge como um jornal popular do grupo Diários Associados em Pernambuco. Como tal, possui um público generalizado como sendo de baixo poder aquisitivo e com pouco grau de leitura. Em função de ter poucos funcionários, cerca de 50% das matérias do Aqui PE são na verdade publicações do Diário de Pernambuco, que responde como um jornal tradicional. Mas para que o conteúdo do Diário funcione para o público consumidor do Aqui PE, torna-se necessário e plausível realizar adaptações no material original. De forma clara, o Aqui PE cria títulos que interagem com o seu público. Aqui, é a partir do enunciado que se cria outra expectativa no leitor.

Vão tudo mofar na cadeia e *Gatinha do cabaço nuazinha*, entre outros títulos, são expressões populares que jamais seriam utilizadas pelo Diário em suas matérias. No entanto, tais exemplos funcionam dentro da proposta do Aqui PE. Seguindo as pistas dadas através do ambiente social, os meios de categorização definem o tipo de linguagem própria para o público leitor do Aqui PE, justificando assim as mudanças bruscas nos títulos, que utilizam mapas conceituais facilmente reconhecidos pelos seus leitores para criar um interesse de consumo no seu público específico.

Já os textos das matérias do Diário que são publicadas no Aqui PE não sofrem mudanças tão bruscas, mas enquadram-se naturalmente aos temas de interesse do leitor do Aqui PE. O fato das escolhas do Diário serem prioritariamente matérias de polícia, esportes e entretenimento já deixa claro o interesse em criar uma ligação deste conteúdo com o leitor do Aqui PE. Assim, é possível dizer que o título serve como forma de maquiagem o conteúdo feito originalmente para o Diário. No entanto, existe o risco de o leitor perceber esta quebra de contrato com o Aqui PE.

No entanto, da forma como as matérias do Diário são maquiadas por meio dos novos títulos, é possível acreditar que elas acabam por serem diluídas com as demais publicações do Aqui PE, como coluna de fofoca, humor, fotos do leitor, entre outros. Por meio desta análise é possível chegar a tais conclusões apontadas acima, embora este estudo

sirva mais como um convite a uma investigação mais profunda do tema propondo uma extensão da análise da construção social da realidade através do jornalismo dentro de questões de categorização e enquadramento além da própria ideia de consumo de notícias.

Referências

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2005.
- AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.
- Aqui PE**. Disponível em <http://www.aquipe.com.br/expediente.shtml>. Acesso em 28/12/12.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Paris: Jorge Zahar Editor, 1997.
- DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: M. Fontes, 1996.
- GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social**. Petrópolis: Editora Vozes, 1986.
- GOFFMAN, Erving. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: Guanabara, 1988.
- HALL, Stuart. **Representation**: cultural representation and signifying practices. Londres: The Open University, 1997.
- JOVCHELOVITCH, Sandra. **Psicologia social**: representações sociais e esfera pública. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.
- MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais**: investigações em Psicologia Social. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.
- NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Editora Contexto, 2002.
- Novo Manual de redação**: Folha de S. Paulo. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, 1992.
- PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- ROCHA, H. C. L. . Verdade e rigor no Jornalismo**: a intersubjetividade como referência na construção da notícia. Estudos em Comunicação/Communication Studies, v. 01, p. 171/02-183, 2007.

SEARLE, JOHN. **La construcción de la realidad social**. Barcelona: Paidós, 1997.

SQUARISI, Dad. **Manual de redação e estilo**. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand, 2005.

SCHUTZ, Alfred. **El problema de la realidade social**. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.

HALL, Stuart; CHRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, Jonh; ROBERTS, Brian. “**A produção social das notícias: o mugging nos media**”. In: TRAQUINA, Nelson (Org). **Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias**. Veja Editora, 1993.

VIZEU, Alfredo., CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência**. In: Vizeu, Alfredo. (Org). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.