

O JORNALISMO POPULAR E A REPRESENTAÇÃO DOS ATORES NO JORNAL IMPRESSO DIÁRIO GAÚCHO

SUELEN ALMEIDA FREDA¹; MARIA THEREZA ROSA RIBEIRO²

¹*Universidade Federal de Pelotas – suelenafreda@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – mtherezaribeiro@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho é um recorte da Dissertação de Mestrado em Sociologia ainda em progresso. Com o objetivo de contribuir com os campos de pesquisas da sociologia da comunicação, do jornalismo popular e das classes sociais. Sendo assim, o jornalismo que se dirige às classes populares já recebeu diversos tipos de classificações. Ora é identificado como uma imprensa marrom, de baixa qualidade, sensacionalista, reafirmação de estereótipos, ora é usado para classificar um tipo de jornalismo com abordagens regionais e locais, como uma ferramenta comunicativa entre os leitores de uma determinada região (AMARAL, 2006). Sendo assim, neste trabalho, analisaremos a edição imprensa do jornal popular Diário Gaúcho (DG).

Neste trabalho buscaremos compreender como os atores são representados nas matérias jornalísticas do jornal DG, a fim de compreendermos como a imprensa jornalística que se denomina voltada às classes populares constrói as notícias como possibilidade de padronizar e induzir o comportamento desse grupo social. Para tanto, o foco dessa pesquisa recai na (des) construção da ideia de classe C concebida como público-alvo de venda do jornal DG, com o objetivo de relacionarmos o conceito de classe popular a partir dos elementos teóricos – metodológicos da sociologia de Pierre Bourdieu. Assim como, identificarmos nas notícias as formas simbólicas de ideologia a partir da percepção do sociólogo John, B. Thompson.

Como embasamento teórico, utilizaremos os autores WEBER (2005), com a análise sobre o que significa o desenvolvimento capitalista no interior da própria imprensa, segundo uma perspectiva sociológica sobre o papel da imprensa em geral; THOMPSON (1995) com a crítica à ideologia dos meios de comunicação de massa; MARCONDES FILHO (1984) com a compreensão do processo de notícia como mercadoria; AMARAL (2006) com o jornalismo popular; BOUDIEU (2007), com o processo de diferenciação social, fazendo a correspondência entre práticas culturais e classes sociais.

2. METODOLOGIA

A metodologia completa desta pesquisa divide-se em duas etapas, primeiramente, será feito a Análise Documental (AD) do jornal impresso DG, a fim de categorizarmos as editorias presentes no jornal. A segunda etapa consiste na aplicação do questionário e da realização do grupo focal com alguns leitores do jornal na cidade de Pelotas/RS. Entretanto, nesta explanação, a metodologia de pesquisa empregada consistiu na Análise Documental do jornal Diário Gaúcho e na análise de três matérias divulgadas pelo mesmo, na categoria “Vida da Gente”, entre os meses de março e abril de 2016.

2. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para o melhor entendimento das características presentes no DG, realizamos a (AD) com o intuito de verificar as categorias dispostas no jornal, (as categorias são tratadas pelo jornalismo como editoriais), além de uma breve descrição das mesmas, feitas pelo pesquisador.

Quadro 1 – Análise Documental das Categorias do DG

Categorias/Subcategorias	Descrição
1. Capa	Apresenta a chamada das principais notícias do dia através de fotos e títulos
2. Para ler em 5 minutos	Dividido entre charge, previsão do tempo e notícias curtas, subdivididas entre: mundo, Brasil e Estado.
3. A vida da Gente	Apresenta fatos do cotidiano exemplificando com entrevistas de pessoas anônimas. Exemplos: consumo, jovem talento.
4. Geral	Conta com pequenas notas de assuntos gerais ou notícias da cidade e região.
5. Espaço do Trabalhador	Divulgação de concurso público, cursos profissionalizantes gratuitos, cursos técnicos, dicas para melhorar a carreira e o currículo.
6. Esporte	Matérias e opiniões sobre a Dupla GRE-NAL
7. Caderno Lady (sexta-feira)	Focado para o público feminino, tende a ser dividido em 3 partes: comportamento, desfilando por aí e dicas de saúde e beleza.
8. A boa do Dia / Final de Semana	Espaço destinado ao horóscopo, palavras cruzadas, piadas, charges, programação da Tevê aberta e fechada, resumo das novelas e agenda cultural da semana como shows e festas da região metropolitana.
9. Retratos da Fama	Comentários sobre a vida profissional e/ou pessoal de celebridades regionais e nacionais.
10. Carreira e Emprego (Sábado-Domingo)	Dicas para melhorar na carreira profissional.
11. Classificados	Classificados de Porto Alegre e região metropolitana (empregos, serviços, aluguel e vendas).
12. Ronda Policial	Relatos sobre crimes cometidos no Estado.
13. Seu Problema é Nossa	Espaço destinado ao leitor para solicitar ajuda, tanto na dimensão da comunidade como assuntos pessoais. Neste espaço também é divulgado as respostas aos pedidos de providência.
14. #EunoDG	Espaço para o leitor enviar suas fotos com amigos e família e/ou prestar alguma homenagem. Neste espaço, o leitor também pode enviar um sonho que gostaria de realizar.
15. DG + (Matéria especial de Sábado e Domingo)	Espaço para publicação da matéria principal a ser tratada na edição do dia. Esta matéria possui chamada destacada na capa e no interior do jornal ela é desenvolvida no espaço duas páginas.
16. Contracapa	Variedades no ramo do entretenimento, por exemplo, o quadro do “guri de Uruguaiana”,

	"estrelas da periferia", "de bem com a vida" "água na boca", "tutorial tecnológico".
--	--

Fonte: Elaboração da autora com base na AD do jornal DG no período de março a abril de 2016.

a) Categoria “Classes sociais”

A matéria “Uma promessa voando por ai” encontrada como destaque na capa da edição nº 4.941 e divulgada na editoria “Vida da Gente”, trata-se a promessa de distribuição de repelente para grávidas que participam do programa Bolsa Família. A ação buscava intensificar o combate ao mosquito Aedes aegypti, que transmite a dengue, a febre chikunguya e o vírus zika. A notícia apresenta relatos de grávidas que foram em busca do produto, mas não obtiveram sucesso. “(...) assim que viu na tevê a notícia de que o governo distribuiria repelentes para grávidas, a moradora do Bairro Floresta, na capital, foi ao Centro de Saúde Santa Marta em busca do produto” (Jornal Diário Gaúcho, 2016 – Nº 4.941, p. 3).

Como vimos para BOURDIEU (2007), os agentes são distribuídos conforme a sua posição no capital econômico e cultural. O agente que aparece na notícia é participante do programa Bolsa Família, logo possui um baixo capital econômico. Assim como reside em um bairro afastado da região central, consequentemente se percebe duas variáveis para o agente ser distribuído em um determinado espaço social. Além de ir à busca da distribuição gratuita do repelente, demonstrando um tipo de prática correspondente a uma classe social popular.

Vejamos que a matéria a seguir também se trata das práticas sociais hierarquizadas através do tipo de bem material adquirido. A matéria “A páscoa do bombonzinho”, também divulgada na editoria “Vida da Gente”, fala da queda nas vendas dos ovos de páscoa como reflexo de uma crise econômica e a alta do chocolate. A informação é contextualizada através da Associação Gaúcha de Supermercados (Agas) e com entrevistas de consumidores: “(...) a costureira Maria Vera Nunes, 56 anos, da Restiga, foi radical: não vou comprar chocolate este ano. O presente será algo artesanal que vou fazer” (Jornal Diário Gaúcho, 2016 – Nº 4.959, p.3). Logo, o fato do agente entrevistado escolher presentear com o seu próprio trabalho manual e não com ovos de chocolate industrializado, justifica um estilo de vida com baixo capital econômico. Além de apresentar um capital cultural específico, o *habitus* (BOURDIEU, 2007) do trabalho manual, podendo ser interpretado através de um valor de troca inferior ao da indústria.

b) Categoria “Ideologia”

A matéria “Dilma Brada contra uma conspiração”, localizada na editoria “Vida da Gente” da edição nº 4.978, fala do discurso da Presidente do Brasil Dilma Rousseff, após a abertura do processo de impeachment. De acordo com a matéria, Dilma acusou o vice-presidente, Michel Temer, de golpista e conspirador após o vazamento de um áudio. Segundo a notícia a reação de Dilma contra Temer foi combinada com o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, “(...) pediu que ela demonstrasse os sentimentos porque, na sua visão, as pessoas querem ver o lado ‘humano’ dos governantes” (Jornal Diário Gaúcho, 2016 – Nº 4.978, p. 3).

Para THOMPSON (1995) a ideologia está a serviço da dominação. Entretanto o seu interesse é o sentido mobilizado pelas formas simbólicas inseridas nos contextos sociais e que estão no meio do mundo social. Por conseguinte, precisamos contextualizar que a matéria apresentada anteriormente, é apenas uma das diversas notícias que estavam sendo divulgados pelo jornal

DG, ao longo do pedido de impeachment da presidente Dilma Rousseff, demonstrando como o valor de uso para o leitor é o de troca para a empresa de comunicação se encerram rapidamente, necessitando de “novos capítulos”.

O problema está nas possibilidades de omissões e distorções das informações, pois de acordo com o MARCONDES FILHO (1984) as análises são mais incompletas, quanto mais o assunto for apropriado para questionar o sistema econômico dominante. Assim como, o questionamento de Weber (2005) ao debater as relações que levam a imprensa tornar públicos determinados temas e questões e outros não.

Na matéria podemos perceber as formas simbólicas de THOMPSON (1995) inseridas no contexto do pedido de impeachment da presidente Dilma Rousseff. Como por exemplo, as ações da presidente Dilma, que segundo o jornal foram sugeridas pelo ex-presidente Lula, logo, as falas e ações são reconhecidas entre eles e pelos outros como construções significativas. Contudo, essas construções são formas simbólicas da ideologia presente nos meios de comunicação de massa.

3. CONCLUSÕES

Neste momento, o diferencial desta pesquisa é problematizar sociologicamente o jornalismo popular, de forma a ir além do senso comum do jornal sensacionalista. Portanto, partirmos da observação de como a imprensa jornalística constrói as notícias, de modo a utilizar as ações dos atores para exemplificar o assunto abordado. Essas ações são voltadas como pertencentes à classe C – de acordo com as pesquisas de cunho econômico e utilizado pelo sistema de produção e comercialização do jornal (DG). Do mesmo modo, a pesquisa visa (re) construir o conceito de classes sociais a partir da teoria de Pierre Bourdieu, assim como, identificar as formas simbólicas de ideologias que estão inseridas de modo latente nos meios de comunicação de massa.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL, M. F. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- BARDIAN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução, Luis Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Portugal. Edições 70, 1977.
- BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. Tradução: Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- GULARTE, J. *Repelente para grávidas ainda é só uma promessa*. Diário Gaúcho, Porto Alegre, 1º mar. 2016. Vida da Gente, p. 3.
- JORNAL DIÁRIO GAÚCHO (2016). *Dilma brada contra uma “conspiração”*. Diário Gaúcho, Porto Alegre, 13 abr. 2016, p. 3
- MARCONDES FILHO, C. J. R. (Org.), **Imprensa e Capitalismo**. 1ª Edição. São Paulo: Kairos Livraria Editora Ltda, 1984.
- SCHULER, R. *A páscoa do bombonzinho*. Diário Gaúcho, Porto Alegre, 22 mar. 2016. Vida da Gente, p.3
- THOMPSON. J. B. **Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
- WEBER, Max. *Sociologia da imprensa: um programa de pesquisa*. In: Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. II. Nº 1 – 1º Semestre de 2005. pp. 13-2. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2084/1825>>. Acessado em: 20 mai. 2016.