

# JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

## O JORNAL POPULAR NA ERA DIGITAL: RESISTÊNCIA E DESAFIOS

Katia Maria Belisário, Professora Doutora, Universidade de Brasília

### Resumo

Com todo o aparato e possibilidades do jornalismo em ambiente multiplataforma, o jornal popular impresso ainda resiste e está entre os mais vendidos no Brasil. Como explicar? Este artigo mostra os resultados de grupos focais feitos com leitores do jornal popular *Super Notícias* produzido na região de Contagem, Minas Gerais. A metodologia é a pesquisa bibliográfica, observação participante e o grupo focal com receptores na Estação Eldorado, em Contagem. Os resultados foram apresentados na minha tese de doutorado, apresentada na Universidade de Brasília, UnB.

Palavras-chave: Jornal Popular; Leitor; Grupo Focal; Cotidiano; Relações Interpessoais.

### 1-Introdução

Mesmo conhecida como imprensa marrom, sensacionalista e associada à ignorância das massas, a imprensa popular ainda resiste. O jornal mais vendido no Brasil hoje, de acordo com o Instituto Verificador de Circulação (IVC), 2015, é o *Super Notícias* (R\$0,25) de Minas Gerais, com 249.297 de circulação, seguido pelo *Globo* e a *Folha de São Paulo*.

O problema de pesquisa consiste portanto, em: como explicar esse fenômeno em pleno século XXI e com todas as possibilidades de um ambiente multiplataforma no Jornalismo? Para tanto, realizamos observação participante, entrevistas e quatro grupos focais na região de Contagem, grande Belo Horizonte.

No Bairro Eldorado, em Contagem, o jornal é produzido no parque gráfico. Lá ele tem também a maior circulação e a maior venda na Banca *Agência de Notícias*, da Estação Eldorado. Na Estação, onde fizemos a pesquisa, circulam, diariamente, 50 mil pessoas e 150 linhas de ônibus, que integram as diversas localidades da grande Belo Horizonte.

## JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Os resultados, apresentados na minha tese de doutorado defendida na Universidade de Brasília em abril/2014, dão algumas pistas da importância deste jornal para os seus leitores. Na verdade, o Super, como é conhecido, é parte integrante do dia a dia, do cotidiano e das interações sociais de seus leitores.

### 2-Metodologia

A metodologia usada inclui portanto, a pesquisa bibliográfica, mais especificamente os Estudos Culturais Latino-americanos de Jesus Martín-Barbero e Canclini e ainda, as pesquisas de Vera França(2012) e João Freire Filho (2013). Além disso, a observação participante, as entrevistas e quatro grupos focais feitos com leitores do jornal popular *Super Notícias*, em Belo Horizonte, em agosto 2013.

### 3- Discussão e/ou Resultados

Martín-Barbero registrou, nos anos 1990, um processo de construção de um modelo de análise no qual a cultura tem papel de mediação social e teórica da comunicação com o popular, com a vida cotidiana, com os meios. Freire Filho (2012) constata que cultura de massa continua mal vista pela maioria dos críticos, associada à “depravação”, à “corrupção”, ao “barbarismo”. Um processo de construção de um modelo de análise no qual a cultura tem papel de mediação social e teórica da comunicação com o popular, com a vida cotidiana, com os meios. Freire Filho (2012) constata que cultura de massa continua mal vista pela maioria dos críticos, associada à “depravação”, à “corrupção”, ao “barbarismo”.

No jornalismo, o conceito de acontecimento se aproxima ao conceito de notícia e se refere àqueles fatos especiais que se destacam e merecem ser narrados, noticiados (FRANÇA, 2012, p. 8). Privilegiamos “tomar o acontecimento como momento de ruptura e de reorganização, como ocorrência que afeta indivíduos e coletividades, ordenado por meio de narrativas, que convoca e constitui públicos específicos, que descortina campos problemáticos e reorganiza a intervenção dos sujeitos sociais” (FRANÇA, 2012, p. 9). Assim, percebemos que o popular fala de

## JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

acontecimentos e temas mais próximos do interesse cotidiano, do dia a dia (o time, o crime na vizinhança, os classificados etc) e enfim das preocupações dos seus leitores. Algumas falas do grupo focal merecem ser citadas aqui. Os nomes verdadeiros foram modificados para preservar os respondentes:

**“ Sérgio, 34 anos, operador de máquinas da FIAT –** É um jornal interativo. Eu leio esporte (sou do Atlético mineiro), notícias do dia a dia e classificados. Hoje, a vida tá muito corrida e o pessoal quer um jornal rápido, de leitura rápida. Você pega o *Estado de Minas*, ele tem muitas páginas.”

**“ Pedro, 42 anos, caminhoneiro –** A parte de crime do *Super* é excelente!!! A gente precisa saber. Os pais que veem isso cuidam das filhas deles. Não tem um dia que não tem parte criminalista no *Super*. Nem o *Estado de Minas* mostra o que o *Super* mostra! Ele tem muitas páginas, mas não mostra o que *Super* mostra.”

**“Inês, 51 anos, auxiliar de serviços gerais –**A gente tem filho e precisa saber para conversar com os filhos da gente, né? Você fica mais em casa e evita.”

**“Sérgio, 34 anos, operador de máquinas da FIAT –** “É um jornal verdadeiro, só publica anúncio verdadeiro, coisa que o *Aqui* não faz. Publica um anúncio, você vai lá e a vaga já tá preenchida.”

**(BELISÁRIO, Katia. De Chicago a Contagem: Páginas do Cotidiano do Popular mais lido no Brasil, UnB, 2014)**

#### 4-Conclusões

Os tradicionais jornais impressos do mundo e do Brasil estão cedendo lugar às versões *on-line*. Ocorre uma verdadeira mudança na relação jornalista/público e no conteúdo jornalístico. Pereira (2012)<sup>1</sup> observa a crescente incorporação de ferramentas de interação em plataforma *web*, o uso de redes sociais para se comunicar com os leitores e o ganho de destaque da produção amadora nos telejornais e na

---

<sup>1</sup> PEREIRA, Fábio, ADGHIRNI, Zélia. O Jornalismo Em Tempo De Mudanças Estruturais. **Intexto** Revista da UFRGS PPGCOM. Porto Alegre, v.1, n. 24, p. 38-57, jan./jun. 2011. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/19208/12362>>. Acesso em: 05 set. 2012.

## JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

*internet*. Mas, com tudo isso, seis jornais populares ocupam as dez primeiras posições no *ranking* dos mais lidos no Brasil.<sup>2</sup> Como explicar tal fenômeno?

Com base em observação participante e grupos focais com leitores, percebemos o papel mediador do jornal popular. Trata-se de um bem cultural com valores próximos da comunidade analisada e presente nas relações; essa é a razão do seu sucesso.

### Referências Bibliográficas

BELISÁRIO, Katia Maria. **De Chicago a Contagem: Páginas do Cotidiano no popular mais lido no Brasil**. Tese de Doutorado. Universidade de Brasília, 2014.

CANCLINI, Néstor G. **Latino-americanos à procura de um lugar neste século**. Trad. Sérgio Molina. São Paulo: Iluminuras, 2008.

FRANÇA, Vera. O acontecimento para além do acontecimento: uma ferramenta heurística. In: FRANÇA, Vera Regina Veiga; OLIVEIRA, Luciana (Org.). **Acontecimentos: reverberações**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012.

FREIRE Filho, João. Big Brother Brasil e o valor da autenticidade. In: FRANÇA, Vera Regina Veiga; CORRÊA, Laura Guimarães Corrêa (Org.). **Mídia, Instituições e Valores**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012.

HALL, Stuart. **A Centralidade da Cultura: Notas sobre as Revoluções Culturais do Nosso Tempo**. Trad. e rev. Ricardo Uebel, Maria Isabel Bujes e Marisa Vorraber Costa. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2005.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e mediações culturais**. Liv Sovik (Org.). Trad. Adelaine La Guardia Resende et al. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2009

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. São Paulo: Editora Loyola, 2004.

\_\_\_\_\_. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia**. 6a edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

---

<sup>2</sup> ANJ/2015 mostra que dos dez jornais mais vendidos no Brasil, seis são populares: *Super Notícia* (MG), *Extra* (RJ), *Daqui* (GO) Diário Gaúcho (RJ), Correo do Povo (RS), Meia Hora (RJ). Disponível em < <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>>, acesso em 17/10/2016