

Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista*

Rosa Nívea Pedroso**

Departuring from discourse analysis of *Luta*, a Brazilian newspaper, the author integrates a body of hypotheses and categories that aim to constitute the basis for a theory of sensationalistic journalism. Such a theory is based not only on the analysis of messages as cultural products, but on the exploration of the conditions of its production and of its commercialization.

Introducción

Los diarios brasileños de prestigio aparecieron a finales del siglo pasado, a principios de éste o a partir de 1950, en la época de la consolidación capitalista del país. El éxito financiero, la modernización empresarial y la tradición editorial de credibilidad reconocida como seria, son aspectos que caracterizan en común la larga existencia de los periódicos de prestigio. Por otro lado, existen también otros diarios, que circulan desde hace

* Traducción del portugués de Raúl Fuentes Navarro. Título original "Elementos para una teoría do jornalismo sensacionalista".

** Profesora adjunta del Departamento de Comunicación de la UFRGS e Investigadora del CNPq y FAPERGS.

mucho tiempo, y que han tenido muchos altibajos o simplemente desaparecieron del mercado. Lo que tienen (o tenían) en común es una presentación gráfica y léxica reconocida como sensacionalista.

Tanto los periódicos de calidad como los periódicos populacheros tienen su prestigio (venta, lectores), credibilidad (anuncios publicitarios) y tradición (marca de título) dentro del mercado de lectores y de anunciantes. Todos los tipos de periódicos realizan procedimientos técnicos e ideológicos para la explotación comercial (del valor, del poder y del estatus) de la información, es decir, para la transformación de los acontecimientos en noticias. El periodismo es una actividad que manipula, altera y recrea la realidad y le da una nueva dimensión a los acontecimientos. El carácter de la sensacionalización de la información se encuentra al mismo tiempo en la naturaleza de la producción del discurso y en la naturaleza comercial del producto.

En busca de la singularidad

Los periódicos populacheros traducen lo cotidiano de las grandes metrópolis como si el ángulo de observación fuera del pueblo, esto es, de la población no organizada que habita en la periferia de las ciudades. La interpretación periodística de la realidad (y del imaginario del pueblo) produce un conocimiento de sentido común que se traduce, en la página del periódico, en un tratamiento evaluativo y preconceptual de los acontecimientos y de la información. La interpretación del *qué* y *cómo* se divulga, define un tipo de discurso; el discurso de lo populachero.

El carácter estilístico (de opinión y evaluador) de los diarios populacheros crea el espacio de la duda, de la ambivalencia, y de la ambigüedad en el periodismo. Permite que enfoques esencialmente subjetivos (de opinión, polémicos, panfletarios, justicieros, condenadores, salvadores, persegui-

dores, victimizadores) afloren en el texto periodístico sin restricción de orden editorial.

El periódico populachero edita el espectáculo de la subjetividad del trabajo del periodista. La restricción o la ética profesional son imperativos del redactor que elige cierto enfoque, cierta palabra, cierto hecho, cierta información, que relata ciertas opiniones. Hace (o no) una exhortación de apología del orden. Se encarga de indicar la explosividad (o peligro) y la emocionalidad de los hechos, de los protagonistas y de las circunstancias.

La exacerbación del carácter singular de la noticia superficializa y desvincula los hechos del contexto cultural, económico y político que los origina. El tratamiento limitado al carácter singular de la realidad desemboca en un espacio discursivo que presenta acontecimientos aislados y abre oportunidades a la reificación de narrativas míticas y místicas acerca del destino del pueblo y del individuo.

La sobriedad, la seriedad y la objetividad textual son características editoriales de periódicos que poseen una infraestructura patrimonial y financiera, y organización empresarial. El lenguaje reconocido como sensacionalista en el periodismo representa una forma primera y primaria de comunicación con el lector (Dines 1971: 69).

Los periódicos que no tienen (y pretenden extraer) dividendos financieros necesitan recurrir al sensacionalismo de las palabras y de los significados. Y las categorías más explotadas son las que se refieren a la sexualidad y a la violencia.

Los periódicos populacheros lucran con la divulgación de escándalos y de crímenes. En lugar de vender los hechos vestidos, venden los hechos desnudos. Son periódicos hechos para ser leídos por el lector masculino de las clases populares. Las cabezas, titulares, notas y fotografías son mensajes pornográficos, violentos y fuertes, como los hechos que reproducen. El impacto de la lectura revela los aspectos insólitos y crueles de la realidad que el periodismo de prestigio relega al campo de las curiosidades y así, delega en los periódicos populacheros la primicia de su publicación.

El periódico populachero vende a base de encabezados, capaces de hacer que el lector compre y lea nada más por atracción, por sensación, por impacto, por curiosidad. El encabezado es capaz de hacer del periódico un producto exótico porque puede cautivar al lector curioso de clase media o alta que mira la primera plana, compra el ejemplar y lo transforma en un cuadro (cartel), en un objeto de colección, de exposición, de admiración. Ese tipo de actitud produce, en la recepción, un enunciado del tipo: "Mira lo que traje para que vieran". Ver lo absurdo, lo incomunicable en el periodismo. En la recepción, el encabezado hace del periódico un producto pintoresco.

El discurso sensacionalista exige del redactor creatividad y percepción de lo *nuevo* en el hecho, de la novedad de la palabra (de la palabrota, del modismo) y de lo incomunicable del universo popular. El impacto tiene que ser renovado y mantenido en cada edición. Los aspectos de lo inusitado y de lo violento se repiten diariamente, pero el redactor necesita convertir el pleito de esquina en guerrilla marginal; precisa inventar la materia cuando no hay buenos ingredientes para despertar emociones y componer un escándalo periodístico. La imaginación recubre un día pobre en acontecimientos explosivos.

El discurso de la violencia no oculta el cadáver, pero, oculta las razones y las proyecciones de la criminalidad. Oculta la magnitud de la exclusión y de la desigualdad social. Con su poder de nominación (subjektivación y adjetivación) justiciera, enjuicia a los autores de las acciones violentas. Noticiar es enjuiciar.

La repetición de la unidad informativa *violencia* (y su enjuiciamiento impreso) genera un tipo de discurso social autoritario que contempla la tragedia del impulso agresivo del hombre. Vivir es fatal, mata. La palabra de orden de los periódicos populacheros es la repetición de que la vida es peligrosa y que los hombres matan (y los periódicos lo hacen noticia y, por eso, exhiben a los malos). Al repetir el mismo enunciado en cada edición, se realiza el culto a la magnitud de la violencia en la sociedad (y al poder justiciero del periodismo).

En busca de un concepto

El periodista aparece en el texto como enunciador omnipresente al nivel de conciencia de las fuentes. El sabe de la escena, del escenario y de los personajes de los acontecimientos. La complicidad y la proximidad con la ficción (efecto de ficcionalización) elaboran una narrativa que desacredita las noticias entre la producción periodística en general. La intención del enunciador de llamar la atención a la lectura es explícita y directa, y por eso califica el modo de hacer periodismo como prensa amarilla (de colores, de cabeza de 36 puntos) y sin prestigio ante las élites culturales y económicas.

Los periódicos populacheros se diferencian de los diarios de prestigio por el *modo* de percibir, estructurar y organizar lo real. Por ejemplo, la lectura de la cadena semántica antetítulo-encabezado-subtítulo-llamada-cabeza de nota, permite la visualización de los grados de importancia que el periódico otorga a los tipos de hechos y de contenidos. Al organizar lo real, lo clasifica. Produce titulares que enuncian y clasifican la noticia, construyendo un discurso de actualidad que alude a la cultura de clase del lector.

La complicidad entre periódico y lector tiene que ver con la selección, jerarquización y supervaloración de contenidos que son considerados adecuados a la cultura de clase de los lectores. Sensacionalizar las noticias es un *modo de comunicación* que pretende llamar la atención del lector por medio de la vetización de acontecimientos y personajes que se localizan habitualmente en la periferia del orden instituido.

El discurso de los periódicos populacheros se presenta como *adecuado a las condiciones culturales y económicas* de las clases populares. La adecuación se refiere a la *repetición* de la temática de la violencia vista como un contenido propio de la cotidianidad de las clases de bajo ingreso familiar y de bajo nivel cultural.

Los periódicos populacheros vehiculan noticias reconocidas como sensacionalistas porque *explotan y supervaloran* la violencia personal. Esto no significa que esos periódicos no

manejen acontecimientos políticos, económicos o culturales. Lo que aquí tratamos específicamente es el trabajo que realizan los editores para que el periódico adquiera características populacheras, recurriendo a los señuelos gráficos, visuales y lingüísticos de la primera plana.

El carácter sensacionalista del lenguaje periodístico revela un *vínculo inestable de comunicación* entre el diario y el lector debido a las carencias culturales y económicas de las clases populares.

La comunicación entre el periódico y el lector se establece siempre a partir del encabezado, el cual por establecer una forma de comunicación emocional, pierde su impacto inicial después de la lectura. Esto es, disminuye su vínculo con los motivos de lectura (compra), por lo que el trabajo de manipulación de las noticias debe continuar en la próxima edición, presentando nuevamente lo singular en una envoltura espectacular, capaz de provocar sensaciones, miedos, ansiedades, curiosidades, fantasías, proyecciones e identificaciones. Estas sensaciones son desprovistas de un sentimiento estético, pues no establecen una relación con el sentido crítico del lector.

El discurso sensacionalista es una *forma de comunicación enfática y apelativa con el pueblo*, es una forma mitificada de *tratamiento* de éste. Los editores suponen que el *modelo de la oralidad, de la repetición* (de hablar fuerte, despacio, deletreando) es lo más adecuado para las clases populares y que el pueblo es atraído por las letras grandes (y los sonidos fuertes). La noticia sensacionalista es un grito escrito que difunde valores, conceptos, sentimientos e imágenes del lado perverso de la cultura y establece “el primer contacto de la clase inculta con un medio de comunicación cultural” (Dines 1971: 69).

La primera etapa del proceso de comunicación del periódico con el lector es resultado de un esfuerzo por ofrecer y provocar sentimientos de aceptación y rechazo de noticias que funden imaginación y realidad en una crónica de lo cotidiano, donde la violencia “se integra en las condiciones de la normalidad” (Portão 1980: 59).

El discurso sensacionalista es elaborado a partir de la información total, excepcional, insignificante y sin contexto, entendida como *fait divers* (Barthes 1982: 59). Esa información excepcional (sobre la muerte, el mal, la violencia) legítima, en el espacio periodístico, la explosión del impulso agresivo del pueblo y del lector (lectura).

El efecto de la noticia sensacional adquiere contornos visuales, estilísticos e ideológicos en el imaginario del lector: "hay violencia en la ciudad". El lector elabora otro discurso que exclama, contempla y comenta lo cotidiano: el discurso reflejo que dota a la violencia de un poder fantasma que "puede estar en cualquier parte".

El periodismo sensacionalista libera el habla contenida de los excluidos y la fisonomía propia de los temores y deseos sociales de libertad y agresividad como si la expulsión/explusión (divulgación) del habla recalcada fuera una de las obligaciones sociales de la prensa: el carácter brutal de lo cotidiano necesita ser propalado para ser contenido. Porque la violación de la ley acaba mal, la libertad y la agresividad tienen límites y el crimen no paga.

Pero las noticias sensacionalistas permiten el acceso al mundo de la libertad total por la exploración recurrente de acciones (temática) agresivas, homicidas y aventureras que, no pudiendo realizarse en la cotidianidad tienden a efectuarse proyectivamente en la lectura.

La libertad explorada en el sensacionalismo es la que se realiza fuera de la ley, en el submundo, con sus protagonistas identificados por identidades marginales y estigmatizadas. Esos protagonistas se atreven a seguir sus impulsos y deseos. La osadía y la experiencia de la libertad total (esto es, la muerte), expone el estigma del protagonista maldito e indiciado: es capaz de matar.

¿Qué es entonces lo que hacen los periódicos populares? Explotan la fascinación por lo extraordinario, por la aventura, que supuestamente existen sólo entre las clases populares. Aproximan lo cotidiano, el tabú, lo trágico y lo sádico. Esa representación (o supervaloración) de la transgresión ge-

nera un sentimiento de expectativa. Esto explicaría, en parte, por qué el encabezado vende el periódico.

La presentación impactante de los hechos expone aquello que estaba oculto, lo no dicho pero cercano, y por tanto obsceno, "fuera de escena" (Ferreira 1983: 177). El modo de comunicación de lo que está fuera de la escena necesita atraer (mirando el encabezado) al lector que desea y teme realidades y situaciones fuera de lo común. El conflicto básico que se explota es el que se da entre necesidad y satisfacción, deseo y ley.

Elaborar un concepto de periodismo sensacionalista es una tarea redundante porque la naturaleza de la actividad informativa significa que "transformar un hecho en noticia no es lo mismo que reproducir simplemente lo que ocurrió. Transformar un hecho en noticia es también alterarlo, dirigirlo, mutilarlo" (Marcondes Filho 1985: 29).

El periodismo es reconocido como sensacionalista debido a la forma elegida para reproducir lo real, la cual se sugiere adecuada a la realidad cultural, política y económica de las poblaciones periféricas.

El periodismo sensacionalista es una actividad de identificación y exacerbación del carácter singular de los acontecimientos a través del énfasis, incremento o sustracción de elementos lingüísticos, visuales (sonoros) e ideológicos, por medio de la repetición de temáticas que contienen conceptos y valores que se refieren a la violencia, la muerte y la desigualdad social.

Las condiciones de producción del discurso

El texto periodístico, amparado en sujetos enunciadore, es constituido por la articulación entre producción y consumo de significados y de efectos. El análisis de la construcción de las noticias impresas puede iniciarse por los títulos. Así, el estudio no privilegia sólo a los encabezados (o títulos fuertes) sino también a los antetítulos y subtítulos (como línea de apoyo o de mirada) y a los títulos de las notas (que se localizan en las

páginas interiores del periódico). También considera las llamadas y los textos-llamada que funcionan como una narración ampliada de los antetítulos y encabezados, y constituyen un recurso gráfico y textual para mantener la curiosidad del lector, encaminándole hacia la lectura de la nota.

Como las llamadas no siempre resumen el contenido de la nota, funcionan también como textos redundantes entre los titulares de la primera plana y los títulos de las notas, formando con el conjunto de títulos el inicio de la cadena narrativa que precede al texto de la nota.

Las variaciones combinatorias: antetítulo, encabezado, subtítulo, título de nota, sirven para completar, ampliar o restringir aspectos del acontecimiento seleccionado para publicación. El conjunto de los títulos, además de anunciar, clasifica la noticia e inicia una cadena significativa produciendo frases autónomas, de carácter restrictivo o explicativo del hecho.

La combinación o desdoblamiento de los títulos en antetítulo, encabezado, subtítulo y título de nota, da por resultado repetición o ambigüedad de significados. Las estructuras repetitivas revelan las categorías ideológicas, lingüísticas y semánticas valorizadas.

El análisis de la sintaxis y del léxico del periódico señala las restricciones y las elecciones lingüísticas, ideológicas y editoriales (selección, énfasis y omisión), esto es, describe el *modo* de producción y circulación del producto periódico. El *modo repetitivo* de construcción discursiva del periodismo sensacionalista permite la elaboración, digamos, de una gramática que traduce una concepción ideológica de la sociedad.

Según un estudio que realizamos sobre el periódico *Luta* (*Lucha*),¹ los sujetos del discurso periodístico son representados por dos términos dominantes, mujer y hombre, que ponen en circulación otros términos referidos al cuerpo bioló-

1. El análisis de las 25 ediciones del periódico populachero *Luta* (*Lucha*), de Rio de Janeiro, en el periodo del 1 al 30 de junio de 1981, se encuentra en la tesis de maestría en comunicación presentada en la Universidad Federal de Rio de Janeiro en 1983.

gico y cultural que poseen y que los sitúa en modos diferentes de representación y reconocimiento social.

El sujeto mujer, en el análisis en cuestión,² aparece referido en la gramática discursiva del periódico como:

- a) órgano sexual, que ambigüamente también la designa como persona,
- b) objeto de placer sexual masculino,
- c) cuerpo valorizado, estableciendo una relación entre pasividad, juventud y belleza,
- d) cuerpo desprestigiado, cuando abandona la postura pasiva de víctima social o de objeto de deseo del hombre,
- e) identidad paradójica, cuando invierte el comportamiento sexual natural en lo que tiene que ver con la manifestación de la sexualidad.

El sujeto hombre, según el mismo análisis,³ aparece referido en el discurso periodístico como:

- a) representante de la ley y el orden,
- b) cuerpo viril,
- c) representante del sexo masculino,
- d) persona capaz de practicar acciones peligrosas y osadas,
- e) identidad paradójica, a través de la manifestación de comportamiento sexual pervertido y transgresor,
- f) poseedor de un órgano sexual visible, a través de su representación como símbolo agresivo.

Los sujetos hombre y mujer son denominados, todavía por el mismo análisis,⁴ por un vocabulario predicativo que se refiere al cuerpo físico y cultural (erotismo) y a la violencia. Las

2. *Idem.*

3. *Idem.*

4. *Idem.*

denominaciones de erotismo se refieren a la presentación y uso del cuerpo, esto es, a la acción corporal, cualificación del cuerpo, partes del mismo, indumentaria, modo de utilización del cuerpo, lugares donde el cuerpo ejerce alguna función. Y la violencia es designada por un vocabulario que se refiere a la agresión contra el cuerpo. Los conflictos fundamentales explorados son las tensiones entre sexo, violencia y muerte.

Los principales procesos expresivos, identificados por el mismo análisis,⁵ y utilizados por el periodismo para producir sensaciones y reforzar preconceptos son: la ambigüedad, la omisión, la oposición y la simetría de palabras y expresiones.

La ambigüedad y la ambivalencia de los significados en el conjunto de los títulos producen el efecto de reconocimiento de lo erótico por medio del impacto (intensidad de la información), de la sugestión (insinuación de otros contenidos y significados), de la complicidad y de la desconfianza (anuncio de que todo es posible y del absurdo), de la fetichización de la violencia y del sexo (escenificación de lo prohibido y lo consentido, de lo próximo y lo distante, de lo inalcanzable y lo ofrecido, de todo lo sugerido y lo poco mostrado).

La omisión, la oposición y la simetría de significados producen el efecto de curiosidad sobre el acontecimiento. Esos procesos expresivos también revelan cercanía con la cultura oral que se revela en el juego lingüístico producido mediante el uso de rimas internas y externas y de la repetición de la sustitución de significados.

Podemos decir que el efecto sensacional sugiere, sustituye y repite enunciados, pero no los aclara. Diríamos que no son propias de la práctica sensacionalista la crítica y la interpretación de los hechos, pero sí la denuncia de la transferencia de sentimientos agresivos de la sociedad sobre el individuo (el personaje del hecho) y del sentimiento de miedo e impotencia del individuo (lector) ante la sociedad que genera miseria, deshonra, desigualdades y, por consiguiente, violencia.

El sobreinvertimiento de los efectos

En el estudio de los periódicos populacheros, el encabezado merece atención especial por constituir el principal elemento del sistema productivo del discurso, donde se concentran los efectos discursivos. El sobreinvertimiento de efectos en el encabezado es responsable del consumo del periódico y del primer contacto de comunicación con el lector.

El encabezado tiene también otras funciones, como la de establecer la primera forma de clasificación del hecho en la organización del espacio gráfico. Si consideramos que el periódico no especifica editorialmente a qué se refiere el hecho, el encabezado, además de anunciar y clasificar el hecho, establece la primera complicidad del periódico con el lector por la nominación del tipo de acontecimiento que el periódico está valorizando. Eso explica, en parte, el carácter repetitivo de los periódicos populacheros: es como si dijese que el lector sabe que en la sociedad existen crímenes pero no sabe que hoy aconteció un nuevo crimen. La complicidad entre periódico y lector (y temática) proviene de esa identificación no dicha, pero que es percibida como una noticia policíaca, por ejemplo.

La observación sistemática de los principales periódicos sensacionalistas de Brasil⁶ nos ha llevado a constatar que los encabezados privilegian los acontecimientos de la fuente policíaca. Ese privilegio aparece caracterizado por el empleo regular de sujetos indefinidos y que remiten a aspectos realzados de acontecimientos también singulares.

El encabezado muestra una actualidad que no presupone que el lector conozca. Los acontecimientos son anunciados por su singularidad y no por el contexto a que se refieren. Los encabezados, así, se caracterizan por el aspecto informativo pues tratan de presentar o destacar lo que de original y sorprendente existe en el acontecimiento. Producen mucha sorpresa, frustración (después de la lectura del texto), e impacto, con

6 Análisis de los periódicos *Lucha Democrática* y *Lucha* (en 1981) y de los periódicos *El Día*, *Ultima Hora*, *Noticias Populares* (en el periodo de 1980 a 1989).

palabras que subrayan la fase más sugerente del acontecimiento. De esta manera, la omisión o la ambigüedad de las palabras sirve para despertar el interés del lector.

Otro aspecto a considerar es el uso de modismos en el encabezado, lo cual marca la originalidad (creatividad) y la identificación del periódico con las clases populares. Muchos periódicos populacheros buscan la legitimidad de la representación de las poblaciones periféricas a través del uso coloquial del lenguaje, del empleo de palabrotas y modismos, como si ese uso caracterizara su compromiso con los intereses, gustos y expectativas populares.

El estudio de las notas anunciadas por los encabezados nos ha demostrado⁷ que los periódicos populacheros privilegian las crónicas de acontecimientos, una categoría de notas muy próxima a aquella que Barthes describió como *fait divers* (Barthes 1982: 59), notas desprovistas de contexto y caracterizadas por la exageración del carácter singular. Los encabezados también aparecen combinados con otros atractivos de primera plana, como el empleo de colores y fotografías.

Los efectos de la omnisciencia

La narrativa periodística se caracteriza por revelar trazos de la participación del periodista en el texto, como mediador entre el lector y el acontecimiento. El periodista cuando es un enunciador institucionalizado (cuando no firma las notas) se manifiesta en el texto a través de la descripción de lo que vio, de la descripción de aquello que recogió como declaración de otras personas (en forma de discurso directo o indirecto), de los comentarios sin información y de la utilización de adjetivos y construcciones adverbiales y de la estructuración del texto en secuencias temporales.

La omnisciencia del enunciador es lo que diferencia y caracteriza el texto sensacionalista porque crea el efecto de

7. *Idem.*

suspense (el encabezado promete espantos y la estructuración cronológica de la nota no causa sorpresa), el efecto de frustración (la expectativa en torno a las promesas de revelación del encabezado es mucho mayor que lo que ofrece el texto de la nota), y el efecto de desconfianza (la nota al burlarse y subestimar al lector en cada edición, crea los efectos de complicidad, reconocimiento y broma, debido a la utilización constante de comparaciones y suposiciones). La producción de esos efectos de recepción denuncia el modo en que el periódico percibe al lector.

Consideramos al efecto de ficcionalización como el más significativo ya que es el que caracteriza a las narrativas policíacas. El enunciador omnisciente produce una narrativa que se refiere a una cultura de clase y en esa referencia produce el efecto de familiaridad o de reconocimiento del hecho criminal, mórbido, aventurero, pornográfico, grotesco e insólito como propio del ambiente de las clases populares.

Verón define el efecto de ficcionalización como ubicuidad (1980: 232), como relato que reproduce al mismo tiempo varios acontecimientos localizados en lugares diferentes y que son interrelacionados en la redacción del texto.

Las marcas del enunciador omnipresente en los periódicos populacheros pueden ser uno de los indicadores de que el periódico puede inventar material cuando no existen hechos suficientemente violentos e insólitos para ser noticiados. En este caso, el efecto de ficcionalización se acompaña del efecto de desconfianza pues la narrativa no convence, dado el exceso de marcas de presencia del autor-redactor.

Los efectos de recepción, aquí descritos de una forma o de otra, indican que los periódicos populacheros segregan simbólicamente a las clases populares, porque aparecen siempre representadas como peligrosas, estigmatizadas, estereotipadas y violentas. A los periódicos les corresponde nombrar y fotografiar a los individuos peligrosos que por venganza o desesperación harán justicia de lo que les han atribuido. El inicio o prosecución de trayectorias personales sin retorno al orden, es uno de los filones explotados por el periodismo "en la medida

en que exagera la importancia del crimen y de los criminales y los hunde cada vez más en la vida del crimen" (Ramalho 1979: 118).

El periodista como testigo (participante) de hechos violentos o insólitos funciona como mediador o portavoz de las clases peligrosas y del mundo de los absurdos, donde todo puede suceder y repetirse. La *estructura repetitiva* del discurso crea el espacio de la desconfianza (o de la duda) en el periodismo, pues en cada edición podrán repetirse las situaciones violentas e insólitas.

La narración y los títulos se utilizan igualmente en la separación de los significados referidos al desvío del orden. La exploración constante y repetitiva de lo trágico y de lo grotesco permite la permanencia de la atracción del lector por la novedad (obsérvese que los periódicos populacheros sobreviven por la venta de ejemplares sueltos en puestos callejeros).

Lo oculto, pero cercano (la perversión sexual, el desorden y el crimen), expuesto por la narrativa, es recuperado en el mismo espacio por un discurso moralizante que se refiere siempre a la existencia de la autoridad policíaca.

La cara de los marginados

El universo marginal tipificado por el periódico reconstruye la biografía de los estereotipos sociales. El periódico, al tipificar personas y grupos de comportamiento transgresor, exagera y valoriza la violencia *de y sobre* habitantes de espacios naturalizados como violentos.

El periodismo que explora lo cotidiano de las periferias urbanas caracteriza a sus habitantes por el desempleo, la perversión, el desorden, la criminalidad, la adhesión a sectas y la brutalidad de los actos que cometen.

El modelo discursivo de *resaltar la negatividad* de los atributos de las clases peligrosas presupone la omisión de cuestiones sociales, políticas y económicas y, por consiguiente,

la omisión de la cultura de la pobreza, de las condiciones de la misma y de la acumulación de miserias sociales.

El modelo repetitivo de la narrativa sobre la violencia estimula formas generalizadas de reconocimiento de la realidad. Los indicios de marginalidad y desvío de las clases con bajo poder de consumo son realzados en forma trágica, erótica o pintoresca. El *culto de la violencia* se transparenta en las páginas del diario motivado por el exceso, esto es, por el apasionamiento, la venganza, el sadismo, la competencia, el fanatismo, homicidios, asaltos, crueldades, etcétera. Como dice don Adriano Hipólito, cuando "las estructuras sociales fallan, cualquier tipo de marginalidad tiene toda la libertad de acción" (Meinel 1982: 18).

El modo marginal, feroz, ilegítimo e infractor de sobrevivir ante la miseria y la exclusión compone el *estatus desviante* de las clases peligrosas, reconocido por la práctica de la ofensa y por la experiencia de negación del orden social.

La libertad de acción consagrada por el periodismo (crimen, sexo y muerte) se traduce en los objetivos de construcción de la noticia en cuanto hecho seleccionado por el interés humano, por la curiosidad, el impacto, la rareza, etcétera.

El efecto sensacional del hecho atrae al lector, al mirar el encabezado que anuncia un acontecimiento singular. La exploración de la atención del lector permite la instauración del absurdo en el periodismo en tanto que utiliza el texto sugerente que busca impactar en vez de informar. De ahí que las personas sean estereotipadas y las acciones etiquetadas.

La *práctica de la etiquetación de lo cotidiano* busca resaltar y ocultar significados y elabora un modelo informativo que sobrevalora los conceptos de norma y desvío, y establece y caracteriza una *forma motivada de comunicación* con las clases populares. Lo *real exagerado* estimula emociones en el lector a través de un texto producido por el empleo de sinónimos, antónimos, metáforas y metonimias. Lo real excepcional oscurece lo cotidiano de la marginalidad y de los contrastes

sociales. El tratamiento atractivo de los hechos explota las interdicciones sociales con el objetivo de producir un efecto de curiosidad.

Conclusión

El modo de producción del discurso informativo reconocido como sensacionalista se resume en los siguientes presupuestos:

- a) variedad en la presentación gráfica;
- b) explotación de estereotipos sociales;
- c) valorización de la emoción en detrimento de la información;
- d) exploración del carácter extraordinario y vulgar de los acontecimientos;
- e) adecuación ideológica a las condiciones culturales, políticas y económicas de las clases populares;
- f) explotación exagerada del carácter singular de los acontecimientos;
- g) énfasis en el aspecto insignificante y dudoso de los acontecimientos;
- h) omisión de aspectos de los acontecimientos;
- i) incremento de aspectos de los acontecimientos;
- j) discurso repetitivo, motivador, despolitizador y evaluativo;
- k) discurso informativo de periódicos en fase de consolidación económica y empresarial;
- l) modelo informativo que vuelve difusos los límites entre lo real y lo imaginario.

BIBLIOGRAFIA

- BARTHES, Roland (1982) "Estrutura da notícia", em *Crítica e verdade*. São Paulo: Perspectiva.
- BERGER, Peter L. y Thomas LUCKMANN (1979) *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes.
- DINES, Alberto (1971) "Sensacionalismo na imprensa", *Comunicações & Artes*. São Paulo: ECA/USP, 4: 67-75.
- FERREIRA, Jerusa Pires y Luis MILANESI (1983) *Jornadas impertinentes: o obsceno*. São Paulo: Hucitec/Intercom.
- GENRO FILHO, Adelmo (1987) *O segredo da pirâmide; para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê.
- GENRO FILHO, Adelmo; Marcos ROLIM y Sérgio WEIGERT (1981) *Hora do Povo: uma vertente para o fascismo*. São Paulo: Brasil Debates.
- GOFFMAN, Erving (1980) *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro: Zahar.
- GUIMARÃES, Alberto Passos (1981) *As classes perigosas: banditismo urbano e rural*. Rio de Janeiro: Graal.
- LAGE, Nilson (1979) *Ideologia e técnica da notícia*. Petrópolis: Vozes.
- LEITÃO, Eliane Vasconcellos (1981) *A mulher na língua do povo*. Rio de Janeiro: Achiamé.
- LIMA, Sandra Amêndola Barbosa (1980) *A participação social no cotidiano*. São Paulo: Cortez.
- MARCONDES FILHO, Ciro (1985) *O capital da notícia; o jornalismo como produção social da segunda natureza*. São Paulo: Atica.
- MEDINA, Cremilda de Araújo (1978) *Notícia: um produto à venda; jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Alfa Omega.
- MEINEL, Valério (1982) "Violência não surpreende mais a Baixada Fluminense", *Folha de São Paulo*. São Paulo, 6 junho, c. 5-6.

- MELO, José Marques de (1972) "Estudo comparativo da violência no jornalismo brasileiro", en *Estudos de jornalismo comparado*. São Paulo: Pioneira.
- MORAIS, Regis de (1981) *O que é violência urbana*. São Paulo: Brasiliense.
- PEDROSO, Rosa Nívea (1983) *A produção do discurso de informação num jornal sensacionalista*. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- PORTÃO, Ramão Gomes (1980) *Criminologia de comunicação*. Santos: Traço.
- RAMALHO, José Ricardo (1979) *Mundo do crime; a ordem pelo avesso*. Rio de Janeiro: Graal.
- SERRA, Antonio A. (1980) *O desvio nosso de cada dia; a representação do cotidiano num jornal popular*. Rio de Janeiro: Achiamé.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da (coord.) (1982) *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. São Paulo, Cortez/Intercom.
- SODRÉ, Muniz (1980) *A comunicação do grotesco; introdução à cultura de massa brasileira*. Petrópolis: Vozes.
- SODRÉ, Nelson Werneck (1977) *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Graal.
- TORQUATO, Gaudêncio (1980) "O jornalismo e as funções da linguagem", *Comunicação e sociedade*. São Paulo: Cortez/IMS, 3 (1): 75-85, julho.
- VELHO, Gilberto (org.) (1981) *Desvio e divergência; uma crítica da patologia social*. Rio de Janeiro: Zahar.
- VERÓN, Eliseo (s/f) *L'espace du soupçon*. Mimeo.
- (s/f) *Dictionnaire des idées non reçues*. Mimeo.
- (1977) "Le hibou", *Communications*. Paris: (28) 69-125.
- (1980) *A produção de sentido*. São Paulo: Cultrix.
- (1981) *Construire l'événement; les médias et l'accident de Three Mile Island*. Paris: Les éditions de minuit.