



Serviço Público Federal  
Ministério da Educação  
**Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL  
FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO**

**LÍVIA BARROS MEDINA**

**O SENSACIONALISMO NO JORNALISMO ON-LINE**

Análise dos títulos do site Midiamax

Campo Grande (MS)  
NOVEMBRO /2025



**LÍVIA BARROS MEDINA**

**O SENSACIONALISMO NO JORNALISMO ON-LINE**

Análise dos títulos do site Midiamax

Monografia apresentada como requisito parcial para aprovação na Componente Curricular Não Disciplinar (CCND) Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Curso de Jornalismo da Faculdade de Artes, Letras e Comunicação (FAALC) da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

Orientadora Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Laura Seligman



## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, antes de tudo, a mim mesma: pela coragem de começar, pela determinação em continuar e pela força de concluir mais uma etapa importante da minha vida acadêmica. Cada desafio enfrentado ao longo deste processo reforçou minha capacidade de persistir e evoluir.

Expresso minha profunda gratidão à minha orientadora, Laura Seligman, que esteve presente com paciência, orientação segura e incentivo constante. Seu olhar atento e suas contribuições foram essenciais para que este trabalho alcançasse qualidade e significado. Agradeço principalmente as risadas, piadas e a animação durante todo o processo. Você sempre acreditou nos momentos que eu duvidava.

Agradeço também aos meus amigos e parceiros de curso, João Vitor Marques, Gyovana Marinho e Giovanna Fernandes, que partilharam comigo noites de estudo, trocas de ideias, dúvidas, risadas e apoio nos momentos mais difíceis. Ter vocês ao meu lado tornou essa caminhada mais leve e muito mais especial. Para sempre vou guardar vocês no coração.

A todos que, de alguma forma, contribuíram para este trabalho e para o meu crescimento acadêmico e pessoal, deixo aqui meu sincero agradecimento.



## RESUMO

O presente trabalho analisa o uso de elementos sensacionalistas em títulos da editoria policial do jornal on-line *Midiamax*, observando sua relação com os princípios éticos do jornalismo. A pesquisa buscou identificar padrões linguísticos e estruturais que reforçam o apelo emocional e o exagero, contrariando o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2007). Foram analisados 504 títulos publicados entre 14 e 28 de julho de 2025, com base na Análise de Conteúdo de Bardin (2011) e nas categorias de Enne (2007). Constatou-se que estratégias editoriais e semânticas violentas são práticas recorrentes. Os resultados indicam que o sensacionalismo é usado como estratégia para atrair audiência, à custa da objetividade e da ética. O estudo evidencia a necessidade de reflexão sobre o uso da linguagem jornalística e a busca por audiência. Conclui-se que o jornalismo policial, ao priorizar o impacto e o espetáculo, afasta-se de sua função informativa e reforça a banalização da violência.

**Palavras-chave** – Sensacionalismo; Jornalismo On-line; Títulos Jornalísticos.



## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	6
1 REVISÃO TEÓRICA .....	11
1.1 Sensacionalismo .....	11
1.2 Títulos de matérias on-line .....	12
1.3 Linguagem Jornalística .....	15
1.3.1 A linguagem jornalística nos títulos .....	16
1.4 Ética Jornalística .....	18
2 METODOLOGIA .....	19
3 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS .....	22
3.1 Categorias de análise comentadas .....	23
3.1.1 Semântica: O uso de palavras que incitam violência como estratégia sensacionalista .....	23
3.1.2 Pontuação: Sensacionalista? .....	25
3.1.3 Vocativo: O uso de ordens ao leitor, confira .....	26
3.1.4 Temática: Desmembrando o uso do sensacionalismo .....	27
3.1.5 Marcas Sensoriais: O sensacionalismo que dá voz e emoções .....	28
3.1.6 Utilização de Estratégias editoriais .....	30
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	32
REFERÊNCIAS .....	34
APÊNDICES .....	36
APÊNDICE 1 – Planilha geral de títulos .....	37
APÊNDICE 2 – Print de todos os títulos .....	38
APÊNDICE 3 – Planilhas categorizadas .....	39



## **INTRODUÇÃO**

O jornalismo desempenha um papel crucial na disseminação de informações e atualizações sobre acontecimentos. As notícias sobre crimes, embora menos frequentes do que as relacionadas à segurança, política e outros temas de interesse público, são de grande interesse do público. Esse fenômeno não é recente. Já havia publicações de temas sobre escândalos, curiosidades e bizarrices já na Europa do século XVII, tendo sido impulsionado pelo desenvolvimento das técnicas de impressão (Dejavite, 2001). É o que se considera *Fait Divers*, ou Fatos Diversos na tradução do francês. “Os aristocratas da cultura do século XIX não viram o entretenimento com bons olhos, e procuram, logo, um motivo para barrar o seu crescimento. Uma das alegações era que essas novas formas de gastar o tempo livre se caracterizavam, acima de tudo, como diversão” (Dejavite, 2001, p. 4).

Com a popularização da imprensa no Brasil, especialmente no final do século XIX, a forma de fazer jornalismo e os meios de comunicação tiveram que se adaptar às novas demandas do mercado - consequência da popularização da imprensa por inovações tecnológicas (novas formas de impressão com melhores técnicas e maior velocidade) e o aumento do público pelo maior número de alfabetizados (Trindade; Menezes, 2009). Já no século XX, com a criação e, logo após, o avanço da internet houve o incremento da disseminação de informações em massa que os veículos tradicionais já faziam. Os meios de comunicação promoveram novas características para adequar o conteúdo às exigências de cada veículo ou plataforma. O entretenimento, o sensacionalismo, e a busca pelo imediato que já eram presentes, modificaram não só o estilo de escrita, mas também a motivação das mensagens midiáticas. A mudança dessa realidade pode ser percebida nos títulos de matérias na web.

Um dos elementos jornalísticos que mais mudaram por conta da expansão da internet no Brasil, a partir dos anos 1990, foi o título jornalístico. A “ditadura do espaço” dos meios impressos, que obriga o jornalista a ter um alto poder de resumo, não existe na web. Natural, então, que os títulos ganhem palavras a mais nas homepages e nas páginas internas de notícias. (Bertolini, 2012, p. 71).



Os títulos, assim como as manchetes<sup>1</sup>, são a entrada de uma matéria jornalística. Segundo Comassetto (2001, p.11), eles “têm alta capacidade de evocação mental, despertando, na maioria das vezes, associações (esquemas) que permitem inferências e possibilitam de imediato uma ideia geral do assunto tratado pelo texto”. Ou seja, são essenciais para que o leitor entenda de antemão, e de forma resumida, os assuntos que serão tratados, além de conectar ou associar o tema com experiências e vivências pessoais.

No contexto do jornalismo em editorias policiais, o cuidado ao escolher o título deveria ser ainda mais relevante. A mudança da era digital, com suas plataformas interativas e atualizações rápidas, também trouxe um problema extra: a necessidade de fazer títulos que sejam adequados para o uso imediato, muitas vezes, com foco no clique.

Contudo, essa corrida pela atenção pode causar um problema moral, especialmente quando se trata de crimes e tragédias, em que o autor utiliza elementos sensacionalistas para atrair a atenção e a curiosidade do leitor. Dessa forma, os títulos deixam de ser somente informativos e passam a ser apelativos, instigando o emocional, o choque e o suspense em matérias que são, em grande parte, sobre assuntos delicados.

De acordo com o Art. 11 do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (1985)<sup>2</sup>, o profissional não deve divulgar informações “de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes”. Portanto, é necessário responsabilidade ao escolher os termos, evitando palavras que possam reforçar preconceito, criar estigmas sociais e o sensacionalismo. O uso de títulos impactantes pode afetar a credibilidade do veículo e perpetuar narrativas errôneas sobre a violência, comprometendo a qualidade da informação. “A exposição chocante de fatos, acontecimentos e ideias visando emocionar para além dos graus normais da tensão psicológica caracteriza a ação mais evidente

---

<sup>1</sup>Aqui referenciamos os títulos como pertencentes às matérias ordinárias e manchetes como títulos das matérias principais.

<sup>2</sup>Disponível em:

[https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf) Acesso em: 06/05/2025.



da imprensa sensacionalista para potencializar a violência e torná-la banalizada” (Dias, 2003, p. 1).

A escolha do tema não foi apenas com embasamento teórico, mas também por vivência prática, pois, no meu estágio, tive contato direto com notícias de editorias policiais e pude observar a frequência do uso de títulos sensacionalistas. O uso dos termos chamativos e muitas vezes exagerados começou a me trazer desconforto e indignação. Após perceber que essa prática era corriqueira, passei a questionar sobre os ensinamentos adquiridos durante o período de graduação e especialmente, no que diz respeito ao Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Todo esse contraste de informações e descobertas despertou em mim o interesse em entender melhor esse fenômeno, e as suas consequências.

Com base nos preceitos discutidos, o presente projeto de pesquisa visa responder se os títulos das matérias policiais no veículo local de comunicação *Midiamax* seguem padrões de estrutura e linguagem sensacionalistas. Nossos objetivos foram: Geral - Identificar padrões de estrutura e linguagem sensacionalistas, considerando a ética jornalística, nos títulos publicados em editoria de polícia no veículo de comunicação Midiamax. Específicos: Analisar as características linguísticas e estilísticas que indicam abordagens de sensacionalismo nos títulos da editoria de polícia do veículo analisado; Investigar se existe um padrão e repetições comuns nos títulos de crimes; Contabilizar a frequência das palavras que indicam a presença de sensacionalismo nos títulos analisados; Delimitar possíveis implicações jurídicas e éticas de títulos sensacionalistas.

Além da motivação pessoal, acredito que o tema tem grande relevância social, já que a forma como os crimes são noticiados influencia diretamente a percepção da população sobre a violência. Como explicado por Dias (2003), termos sensacionalistas podem contribuir para a banalização da dor alheia, a revitimização de pessoas envolvidas e até a construção de narrativas equivocadas sobre determinados grupos sociais.



O jornal *Midiamax* não foi escolhido ao acaso. Ele é atualmente, um dos veículos online mais acessados em Mato Grosso do Sul, com 27,5%<sup>3</sup>. O site apresenta grande alcance e influência sobre o público local. Dito isso, analisar os padrões de linguagem desse portal é relevante não apenas para refletir sobre práticas jornalísticas atuais, mas também sobre a escolha pessoal do público.

Já do ponto de vista acadêmico, a pesquisa contribui para os estudos sobre ética no jornalismo, discurso midiático e práticas comunicacionais no ambiente digital. Ao analisar os títulos, o trabalho busca identificar padrões, levantar questionamentos e propor reflexões sobre como o jornalismo pode equilibrar a necessidade de informar com respeito aos valores éticos e humanos.

Quanto à escolha de utilizar apenas títulos como objeto de pesquisa surgiu a partir do conceito de SEO (Search Engine Optimization), que pode ser traduzido como Otimização para Mecanismos de Busca. Esse “é o nome dado a um conjunto de estudos e técnicas que têm por objetivo conquistar posições no ranking dos buscadores e alavancar o número de visitas em websites” (Paludo, 2019, p. 12).

No contexto do jornalismo on-line, elementos como a *title tag* que é “responsável pela descrição das páginas e a *meta keyword*, que reúne as palavras-chave mais relevantes para a busca” (Alvarez, 2011, p. 10), passaram a ser fundamentais. Isso fez com que os títulos se tornassem, na prática, a *hashtag* da notícia: uma frase geralmente curta, pensada estrategicamente para destacar o conteúdo nos mecanismos de busca, com o objetivo direto de atrair cliques, tema que desperta o interesse desta autora.

Além, é claro, de serem fundamentais para o significado de uma matéria e para a estrutura do jornalismo online, os títulos também são utilizados de forma estratégica nas redes sociais, onde assumem uma função central no consumo de notícias. Em plataformas como Facebook, e Instagram, é comum que apenas o título da matéria apareça junto ao link

---

<sup>3</sup>Disponível em <https://rankingpesquisa.com.br/noticias/pesquisa-saiba-quais-sao-os-principais-sites-de-noticias-e-outros-meios-de-comunicacao-mais-utilizados-em-campo-grande> Acesso em: 06/05/2025.



compartilhado. Isso faz com que, muitas vezes, ele seja o principal responsável por atrair a atenção do leitor e gerar interesse.



## 1 REVISÃO TEÓRICA

### 1.1 Sensacionalismo

O sensacionalismo – apelar para emoções da audiência de uma forma exacerbada – se tornou um elemento do jornalismo, criado historicamente, e está presente em meios diferentes – da rádio à televisão, da imprensa escrita à internet. Essa prática tem como principal objetivo atrair a atenção do leitor recorrendo a temas como “casos violentos, sexo, bizarices, escândalos privados, eventos extraordinários, histórias de interesse e impacto humano” (Góes, 2014, p. 11). Embora seja criticado e classificado como mau jornalismo - principalmente por aqueles que são alvos de tais coberturas - notícias de cunho sensacionalistas são utilizadas como uma ferramenta eficaz para atrair audiência e engajamento (Góes, 2014).

Historicamente, a abordagem de temas considerados sensacionalistas iniciou com um fenômeno conhecido como *fait divers*, ou traduzido do francês, Fatos Diversos. É apresentado como notícias do cotidiano e acontecimentos do dia-dia, que embora possuam alguma relevância social, são utilizados como “um elemento relevante para a promoção e ‘alimentação’ do entretenimento no noticiário” (Dejavite, 2001, p. 6). Um exemplo simples desse princípio é ilustrado pela famosa frase atribuída a Amus Cummings, editor do *New York Sun*, que propõe a seguinte lógica jornalística: “Se um cachorro morder a perna de um homem, não é notícia; mas se um homem morder a perna de um cachorro, é notícia” (Dejavite, 2001, p. 7).

Pedroso (apud Amaral, 2005), classifica o conteúdo como sensacionalista quando ele apresenta exagero gráfico, temático, linguístico ou semântico. A autora ainda acrescenta que os temas e suas abordagens são descolados do seu contexto para representarem algo que provoque sensações e, portanto, desperte a curiosidade do público. Amaral (2005) sustenta que essas estratégias são representações de posições sociais pré-determinadas, ou seja, notícias sobre crimes são destinadas a quem se identifica com essa realidade. Segundo Dias (2003), a imprensa sensacionalista se destaca por expor fatos, eventos e ideias de forma chocante, buscando provocar emoções que ultrapassam os níveis normais de tensão psicológica. Essa abordagem intensifica a violência e contribui para sua banalização.

Já para Enne (2007, p. 2), as marcas mais frequentes do sensacionalismo são:



- a) a ênfase em temas criminais ou extraordinários, enfocando preferencialmente o corpo em suas dimensões escatológica e sexual;
- b) presença de marcas da oralidade na construção do texto, implicando uma relação de cotidianidade com o leitor;
- c) a percepção de uma série de marcas sensoriais espalhadas pelo texto como a utilização de verbos e expressões corporais (arma “fumegante”, voz “gélida”, “tremer” de terror etc.), bem como a utilização da prosopopéia como figura de linguagem fundamental para dar vida aos objetos em cena;
- d) a utilização de estratégias editoriais para evidenciar o apelo sensacional: manchetes “garrafais”, muitas vezes seguidas por subtítulos jocosos ou impactantes; presença constante de ilustrações, como fotos com detalhes do crime ou tragédia, imagens lacrimosas, histórias em quadrinho reconstruindo a história do acontecimento etc.;
- e) na construção narrativa, a recorrência de uma estrutura simplificadora e maniqueísta;
- f) relação entre jornal sensacionalista e seu consumo por camadas de menor poder aquisitivo, que, por diversas razões, seriam manipuladas e acreditariam estar consumindo uma imprensa “popular” (...) quando, no fundo, estariam consumindo um jornalismo comercial feito para vender e alienar.”

O pioneiro nos estudos do sensacionalismo no jornalismo brasileiro, Angrimani (1995, p. 14) diz que o jornalismo sensacionalista se afasta do que é considerado sério porque apresenta “imprecisão, erro na apuração, distorção, deturpação, editorial agressivo”. Essas características descritas pelos autores destoam do que é considerada a linguagem jornalística correta, como veremos a seguir.

## **1.2 Títulos de matérias on-line**

Assim como no jornalismo impresso, os títulos on-line possuem a função de atrair o foco e o interesse do leitor. Sua importância vem sendo discutida no decorrer deste Projeto de Pesquisa. Entretanto, há elementos que o diferenciam dos jornais físicos, provenientes exclusivamente do ambiente digital. São eles: links que direcionam o leitor diretamente para a notícia dentro do veículo, o uso dos títulos como elemento principal em publicações em redes sociais e, principalmente, o sistema de busca, que usa as palavras-chaves para que a notícia chegue aos buscadores. “Essa conciliação cria o que podemos chamar de um novo título jornalístico: ele está maior, tem mais funções, é mais dinâmico, não precisa mais ser pensado em linhas e toques e, literalmente, vende a notícia nos chamados muros de cobrança” (Bertolini, 2015, p. 2).



Outro tópico importante discutido por Bertolini (2015) é a função que os títulos exercem quando precisam conciliar a técnica, a estética e o entretenimento e ainda serem atrativos para o público. Ele ainda acrescenta que é no ambiente digital que essa lógica se intensifica, já que o acesso ao conteúdo da notícia depende do clique no título, que funciona como porta de entrada para o lead e o restante da informação (Bertolini, 2015). Ou seja, sem um título convidativo, convincente e que prenda a atenção do leitor, não há visualização na publicação.

Em relação à sua estrutura, foram identificadas dez categorias distintas, conforme a análise realizada por Bertolini (2015). São elas:

- Títulos superalongados: Eles vão além de resumir a notícia e podem romper com a tradição jornalística de síntese e clareza. Embora impactantes, tendem a ser extensos, cansativos e dificultam a identificação do sujeito e da ação. São mais comuns nas páginas internas das notícias on-line, onde não há a limitação de caracteres, diferentemente do jornal impresso. A falta de objetividade pode estar relacionada à ausência do que Bertolini chama de ditadura do espaço no ambiente digital e à pressa na produção jornalística. Tais títulos podem prejudicar a audiência, especialmente em contextos de leitura paga, por anteciparem informações demais e desestimularem o clique. Em resumo, apresentam uma estrutura confusa, com excesso de detalhes que podem dificultar a compreensão do leitor.
- Títulos motorizados: Normalmente usados para aumentar a audiência online por meio de técnicas de SEO, sendo comum em coberturas longas e também no noticiário diário devido à influência dos mecanismos de busca. Ele repete palavras-chave relevantes para melhorar o sistema de busca das notícias. Uma das principais dificuldades deste método é a perda da objetividade.
- Títulos agregadores: Neste caso, este método reúne informações complementares ou divergentes na mesma frase, normalmente separadas por ponto e vírgula. A segunda parte do título geralmente explica, contextualiza e apresenta uma consequência da primeira ou outra informação relevante. Esse tipo é comum para regionalizar informações ou destacar diferentes aspectos, como em denúncias. Muitas vezes, surgem quando o jornalista não define um único fato central.



- Títulos hiperdestacados: Para Bertolini (2015), esse método é usado em situações excepcionais, como visitas importantes ou desastres, para destacar fatos fora do comum. São raros para manter seu impacto visual. Esse formato chama mais atenção do leitor e serve para destacar atualizações importantes, área de maior visibilidade dos sites, ou seja, nas manchetes e destaque da página inicial do site jornalístico.
- Títulos autossuficientes: Extremamente objetivos e completos e, por si só, já transmitem todas as informações apresentadas no corpo da matéria. São usados em situações urgentes, quando se tem apenas a base da informação, como na morte de uma figura importante ou no desaparecimento de um avião. Podem vir acompanhados de um parágrafo repetitivo e da expressão “mais informações em instantes”, reforçando a ideia de imediatismo do jornalismo digital.
- Título antiestático: Normalmente presentes em jornais impressos, eles são apresentados sem cuidado visual, desrespeitando princípios de simetria e equilíbrio gráfico. Costumam aparecer em capas geradas automaticamente, sem edição jornalística. No meio on-line pode ser visto quando a foto de capa não está editada nas dimensões estabelecidas pelo sistema utilizado pelo jornal. Nesses casos podemos encontrar informações pela metade, foto cortada, e elementos em falta.
- Títulos introdutórios: Eles apresentam um enunciado antes da informação principal, situando o leitor no contexto do tema, muitas vezes com referências a fatos anteriores, históricos ou comportamentais. Frequentemente iniciam com “como” e são mais comuns em notícias esportivas. Embora possam facilitar a compreensão oferecendo o que Bertolini (2015) chama de “memória episódica”, eles podem prejudicar a clareza se forem excessivamente longos ou vagos.
- Títulos em camadas: São característicos do jornalismo digital e apresenta dois níveis: um título mais curto e direto na página inicial, pensado para atrair o clique, e outro mais detalhado na página da notícia. Essa estrutura aproveita o espaço reduzido da capa e o maior espaço interno, além de otimizar o conteúdo para mecanismos de busca. O recurso é bastante explorado, especialmente em editorias como Esportes, e reforça o papel do clique como elemento central da navegação online. Em resumo é como se um título principal atraísse o leitor e que ao ser clicado leva a outra matéria (com um novo título).



- Títulos Mutantes: São aqueles que mudam conforme os acontecimentos, refletindo atualizações contínuas da informação. Embora permitam ajustes rápidos, podem levantar questões éticas, especialmente quando modificam informações substanciais, como trocar a condição de “vivo” para “morto”. Além disso, títulos mutantes são mais presentes em constantes, como em desastres naturais ou operações policiais.
- Títulos dependentes: Eles são aqueles que, isolados, não transmitem claramente a notícia, pois dependem de um contexto maior, como em uma retranca. Isso ocorre frequentemente em listas de “últimas notícias”, onde o leitor perde o sentido sem a conexão com o tema principal. No jornalismo on-line, esse problema é amplificado, já que, sem a página impressa, o leitor não tem a visualização do contexto. Esse tipo de título é comum quando conteúdos do jornal impresso são replicados sem adaptação para a web, dificultando a compreensão do leitor.

Apesar do intenso detalhamento dos tipos de títulos descritos por Bertolini (2015), esta pesquisa não vai analisar quais são usados no site do Midiamax. As análises se restringirão ao uso de elementos que configurem o sensacionalismo.

### **1.3 Linguagem Jornalística**

Caracterizada por sua objetividade, a linguagem jornalística é utilizada como um meio de padronização e uma ferramenta para facilitar o entendimento do leitor. “Se a distribuição das informações ocorre obedecendo a uma configuração textual e de acordo com uma lógica bem definida, não é por questão de estilo ou de preferência, mas para atender a motivações cognitivas” (Comassetto, 2001 p. 27). No entanto, Sousa (2001) argumenta que, embora relevante, a objetividade não é algo imutável, mas que se adapta aos contextos históricos e a transformações nas práticas profissionais. “Uma das maneiras de perceber o alcance das transformações históricas do jornalismo é reparar na evolução que o conceito de objetividade teve para os jornalistas” (Sousa, 2001, p. 46). Contudo, é importante frisar que essa característica importante, muitas vezes vista como uma meta, não espelha a realidade dos acontecimentos. “O problema é que a falsa noção de que as notícias são objetivas porque espelham a realidade se entranhou na cultura jornalística” (Sousa, 2001, p. 46).



Para Lage (2004), a linguagem jornalística é caracterizada pelo equilíbrio entre o formal e a oralidade, estando no meio do caminho entre esses dois extremos. Ele afirma que há restrições que se aplicam a ela quanto aos registros de linguagem, o processo de comunicação e os compromissos ideológicos. No primeiro quesito, o jornalismo se equilibra entre o formal e o coloquial, e inclui transformações como as variações regionais, neologismos etc. Ele exemplifica com um quadro comparativo em que a primeira coluna é a linguagem formal, a segunda é a linguagem jornalística e a terceira é a coloquial. (Quadro 1).

Quadro 1 - Comparaçao entre linguagens

<i>Formal</i>		<i>Coloquial</i>
1. próximo a	perto de	perto de
2. mora à Rua X	mora na Rua X	mora na Rua X
3. vereador	edil	vereador
4. concomitante	mente	ao mesmo tempo
5. homossexual	homossexual	veado, bicha
6. meu marido	meu marido	meu marido meu homem
7. esposa	mulher	mulher
8. semáforo	semáforo (SP) sinal (RJ)	farol (SP) sinal (RJ)
9. denegou	negou	negou
10. prurido	coceira	coceira
11. utilitário (auto)	perua (SP) camioneta (RJ)	perua (SP) camioneta (RJ)
12. perfuntório	superficial	superficial
13. construção	foi assistido por	foi assistido por
14. agramatical	(público)	(público)
15. neoplasia	câncer	câncer
16. aulicismo	puxa-saquismo	puxa-saquismo
17. indigitado	apontado	apontado
18. Indiciado	acusado	acusado

Fonte: Lage (2004 p. 50)

### 1.3.1 A linguagem jornalística nos títulos

A linguagem dos títulos jornalísticos desempenha um papel fundamental na captura da atenção do leitor, sendo essencial para a primeira impressão que o leitor terá da matéria. Os



títulos precisam ser concisos, mas ao mesmo tempo informativos, fornecendo ao leitor uma ideia clara do conteúdo da notícia (Comassetto, 2001). Além disso, eles devem ativar esquemas mentais que ajudem o público a associar rapidamente a informação e a antecipar o tema abordado no texto.

[Os leitores] não se limitam a uma representação mental parcial, mas iniciam uma tentativa de antecipar de que ele trata, quem são as pessoas envolvidas, atos, eventos ou estado de coisas a que o texto ou o falante se referem. E, para isso, utilizam o conhecimento pessoal existente sobre sujeitos, ações e mesmo situações vivenciadas ou presenciadas anteriormente (Comassetto, 2001, p. 13).

Quando se trata da linguagem jornalística usada em matérias das editorias policiais, que abordam assuntos delicados e que podem interferir no emocional do leitor, é necessário que o jornalista escolha cuidadosamente as palavras e a angulação do assunto a ser noticiado. É reforçado, dessa maneira, o conceito de Comassetto (2001), no qual o leitor utiliza experiências passadas para se interessar no texto - é preciso que o conteúdo faça sentido para o leitor. Pensando nisso, Sousa (2001, p. 80) apresenta alguns princípios importantes para garantir que a cobertura jornalística seja feita com responsabilidade e sensibilidade:

- Explorar o interesse humano da notícia, nomeadamente as consequências para as pessoas envolvidas e suas famílias: "dois operários morreram devido a uma explosão numa oficina de pirotecnia" é melhor do que "uma explosão numa oficina de pirotecnia matou dois operários";
- Ser específico: "queimaduras" é diferente de "ferimentos"; "sete feridos" é diferente de "muitos feridos";
- Não esquecer de responder a "quem?", "quando?", "onde?", "como?" e "porquê?"; relatar causas e consequências é importante;
- Contactar fontes que possam fornecer informações: polícia, bombeiros, médicos do serviço de emergência, testemunhas, sobreviventes, donos das propriedades atingidas, etc.; as citações dão vida à notícia e conferem-lhe credibilidade;
- Actualizar as notícias, se necessário;
- Ponderar bem se é necessário identificar as vítimas e referir os locais onde residem ou residiam, nomeadamente quando são menores de idade; por vezes, bastará dizer "dois jovens da Guarda" do que referenciar as suas identidades.

Dito isso, compreender a linguagem jornalística exige reconhecer seus limites e o fato de que toda narrativa jornalística envolve escolhas, recortes e interpretações, ainda que se pretenda neutra.



## 1.4 Ética Jornalística

A Ética Jornalística, segundo Menezes (2025), é um dos pilares fundamentais da prática da comunicação social, que estabelece os limites e as responsabilidades que devem orientar a atuação dos profissionais da imprensa. Ainda conforme a autora, o jornalismo desempenha um papel crucial, de alta relevância e responsabilidade ao servir como porta-voz dos acontecimentos que marcam o cotidiano e impactam diretamente na vida do cidadão. “É necessário então a responsabilização do jornalista, enquanto mediador entre a sociedade e a verdade, a respeito das próprias obrigações e princípios profissionais” (Menezes, 2025, p. 21). Esse papel exige não apenas competência técnica, mas também um profundo comprometimento ético, onde é necessário o cuidado com a linguagem e o comprometimento com a verdade.

Entre [...] a responsabilidade social do jornalista, estão o direito do cidadão à informação (que deve ser passada de modo inteligível, de forma a estender a compreensão do assunto à maior gama possível), a transmissão da verdade e a divulgação da notícia, que deve ter como maior preocupação o interesse público. (Menezes, 2025, p. 20)

Criado em 1985, pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros surgiu como uma forma de nortear e padronizar a atividade jornalística. Nele “são estabelecidos os princípios e deveres que devem servir de base à conduta do profissional” (Menezes, 2025, p. 20), além de debater assuntos importantes presentes no jornalismo atual, como o combate ao sensacionalismo, a prevenção da desinformação, a importância da veracidade dos fatos e a contextualização dos acontecimentos.

O vigente Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros reconhece a ocorrência de práticas sensacionalistas no exercício profissional. Nesse sentido, o artigo 11, inciso II, estabelece que é vedado ao jornalista divulgar informações de caráter “mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente na cobertura de crimes e acidentes” (FENAJ, 2007). Apesar disso, é comum encontrarmos esse tipo de conteúdo, como veremos nesta pesquisa.



## 2 METODOLOGIA

Para analisar os títulos do site Midiamax, escolhemos 14 (duas semanas) dias consecutivos, considerando que o veículo citado costuma publicar com uma periodicidade de 10 minutos durante o dia. O site em questão é apontado como um dos veículos mais acessados de Mato Grosso do Sul, com 27,5% da audiência<sup>4</sup>. No que se refere ao período de análise, 14 a 28 de Julho, devido à viabilidade de tempo já que é quando se inicia o recesso acadêmico da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Dessa forma, tive maior disponibilidade de horários para a realização da coleta de dados.

A partir disso, coletamos e armazenamos em uma planilha, a URL<sup>5</sup> da matéria, o título, a data e hora de publicação de todas as matérias da editoria policial postadas durante o dia. Além de anotar o endereço de web dos títulos a serem analisados, foi feito print de tela para garantir o acesso posterior (já que os títulos podem ser alterados) e conforto para as análises, evitando a necessidade de retornar constantemente às matérias originais. Os dados obtidos compõem uma amostra não-probabilística por conveniência, ou seja, “definida metodologicamente como aquela em que há escolha deliberada de respondentes” (Amatuzzi et al, 2006, on-line).

O estudo desses materiais foi realizado através da Análise de Conteúdo que, segundo Bardin (2011), é uma ferramenta para despertar a leitura crítica. “A análise do conteúdo é um conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (Bardin, 2011, p. 15). A autora sustenta que ao organizar os dados que antes eram soltos, eles adquirem nova significação. Depois se inicia o processo de codificação, quando se escolhem as categorias (ou unidades de registro) e se estabelece a sistematização e análise dos dados. A análise se inicia com o que Bardin (2011) chama de leitura flutuante, ou seja, uma primeira mirada no material a ser analisado. Nessa parte, são elaboradas hipóteses.

---

<sup>4</sup>Disponível em: <https://rankingpesquisa.com.br/noticias/pesquisa-saiba-quais-sao-os-principais-sites-de-noticias-e-outros-meios-de-comunicacao-mais-utilizados-em-campo-grande> Acesso em: 06/05/2025.

<sup>5</sup>As URLs (Uniform Resource Locator) são fundamentais para a navegação na internet. Elas conduzem os usuários a páginas específicas, proporcionando uma experiência de navegação mais ágil e organizada. Disponível em: <https://www.hostgator.com.br/blog/url-o-que-e-importancia/> Acesso em: 13/05/25.



A próxima etapa metodológica desta pesquisa é estabelecer quais títulos possuem e os que não possuem elementos sensacionalistas. Para isso vamos criar, na mesma planilha, uma coluna para cada categoria adaptada de Enne (2007), que são:

- Semântica - uso de palavras que incitem violência;
  - Pontuação - uso de exclamação, por exemplo;
  - Vocativo - ordens ao leitor;
  - Temática - uso de dimensões escatológicas e sexuais;
  - Marcas sensoriais no texto, como utilização de verbos e expressões corporais e prosopopeia , figura de linguagem em que o orador ou escritor atribui sentimentos, ações ou palavras humanas a seres inanimados, animais, pessoas mortas ou ausentes;
  - Utilização de estratégias editoriais para evidenciar o apelo sensacional, como o destaque gráfico, cores ou subtítulos engraçados ou impactantes.

Para cada título analisado, foi verificada, de forma individual, a presença ou ausência de cada uma das categorias propostas por Enne (2007). Caso uma ou mais dessas categorias estivessem presentes no título, foi atribuído o número 1; caso contrário, foi atribuído o número 0, como poder ver no exemplo a seguir:

Quadro 2 - Exemplo de categorização de dados

A	B	C	D	E	F	G	H
Títulos de matérias jornalísticas		Categorias adaptadas de Enne					
NOME	Semântica	Pontuação	Vocativo	Temática	Marcas sensoriais	Marcas sensoriais	
Titulo 1	0	1	0	0	0	0	0
Titulo 2	1	0	0	1	1	1	0
Titulo 3	0	0	0	0	0	0	0

Fonte: A autora

A utilização desses números tem como objetivo facilitar a leitura da planilha e permitir que a ferramenta de contagem automatizada identifique e quantifique rapidamente os títulos que apresentam elementos sensacionalistas. Além disso, esse método torna mais eficiente a



contabilização das categorias mais recorrentes. Dessa forma, obtém-se uma visualização clara e objetiva da frequência com que essas estratégias aparecem nos títulos analisados.

Frisa-se que não utilizamos software para a extração dos dados, uma vez que muitos dos aspectos a serem analisados são sutis, o que nos traria resultados muito alterados.

Após todas as etapas estabelecidas e descritas anteriormente, esta pesquisa irá analisar se os princípios estabelecidos no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, estão de fato sendo aplicados nos títulos da editoria policial do jornal local *Midiamax*. Os tópicos escolhidos para essa análise são:

Art. 7º O jornalista não pode:

[..]

V - usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime". [...]

Art. 11. O jornalista não pode divulgar informações:

[...]

II - de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes; (Código de Ética dos Jornalistas, 2007. p. 2;3)



### **3 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

A seguir, apresentamos a análise de 504 títulos da editoria policial do jornal on-line Midiamax. Para a análise, foram utilizadas as categorias adaptadas de Enne (2007), que visam identificar elementos sensacionalistas de determinados textos. Dentre elas, a categoria com maior incidência é o que a autora chamou de Utilização de Estratégias Editoriais, com 299 registros, que usa meios para destacar o sensacional, como cores, textos engraçados ou impactantes. Do total, 146 títulos analisados não apresentaram marcas de sensacionalismo.

Em seguida, somando 186 registros, vem a utilização da Semântica, que é quando o texto apresenta elementos e palavras que incitem ou se refiram a violência. Já a categoria que se refere a Temáticas (escatológicas ou sexuais) aparece com 144 registros, demonstrando a preferência por títulos que choquem ou que despertem a curiosidade extrema.

As Marcas Sensoriais no texto, com 119 ocorrências, indicam o uso de verbos de ação, expressões corporais, figuras de linguagem como a prosopopeia, e fala sobre pessoas ausentes ou mortas, contribuindo para uma narrativa mais vívida, com o intuito de mexer com o emocional do leitor.

As categorias de menor ocorrência são Pontuação, como a exclamação ou a interrogação, presente em apenas dois casos; e o uso de Vocativos, que dá ordens diretas para o leitor. Isso indica que embora sejam estratégias utilizadas no meio sensacionalista, são menos exploradas neste caso específico em comparação com as demais.

De uma forma geral, encontramos elementos que caracterizam os títulos das matérias jornalísticas como sensacionalistas em praticamente todos os títulos, com raríssimas exceções. Mesmo que seja criticado e classificado como mau jornalismo, notícias de cunho sensacionalistas são utilizadas como uma ferramenta eficaz para atrair audiência e engajamento (Góes, 2014). Ainda assim, esse conteúdo acaba reafirmando o que se chama de *status quo*, ou seja, posições pré-determinadas a integrantes da sociedade para que identifiquem esse tipo de conteúdo como algo natural em sua realidade. É o que veremos a seguir:



Quadro 3 - Ocorrência das categorias de análise

Categorias de Enne	Quantidad e
• Utilização de estratégias editoriais para evidenciar o apelo sensacional, como o destaque gráfico, cores ou subtítulos engraçados ou impactantes.	299
• Semântica - uso de palavras que incitem violência;	186
• Temática - uso de dimensões escatológicas e sexuais;	144
• Marcas sensoriais no texto, como utilização de verbos e expressões corporais e prosopopeia , figura de linguagem em que o orador ou escritor atribui sentimentos, ações ou palavras humanas a seres inanimados, animais, pessoas mortas ou ausentes;	119
• Pontuação - uso de exclamação, por exemplo;	2
• Vocativo - ordens ao leitor;	1
• Sem marcas sensacionalistas	146

Fonte: elaborado pela autora

### **3.1 Categorias de análise comentadas**

#### *3.1.1 Semântica: O uso de palavras que incitam violência como estratégia sensacionalista*

Nos textos jornalísticos, a escolha de palavras é uma das principais ferramentas para provocar e manter a atenção, às vezes, às custas da ética e moral jornalística. O uso de termos carregados de violência e exagerados inseridos nos títulos, acabam se tornando um dos meios de enfatizar o sensacional. No site de jornalismo on-line Midiamax, utilizado como objeto deste estudo, foram encontrados 185 de 504 títulos que utilizaram a semântica como estratégia sensacionalista durante o período de análise . Exemplos disso são:

#### **Homem é preso após ameaçar cortar a mulher em pedaços em Dourados<sup>6</sup>**

---

<sup>6</sup>Disponível em: <https://midiamax.uol.com.br/policia/2025/homem-e-preso-apos-ameacar-cortar-a-mulher-em-pedacos-em-dourados/> Acesso em: 14/07/2025.



## **Entre execução e acidentes, MS registra cinco mortes no fim de semana<sup>7</sup>**

Esses enunciados não só trazem palavras de uma grande carga semântica, como também sentidos de violência, como “cortar em pedaços” e “execução”. Tal estratégia não só choca como maximiza o impacto da notícia, além de não conter a neutralidade estabelecida como necessária na ética jornalística. A escolha desses termos acentua o drama, reforça um discurso de medo e insegurança, e transforma tragédias em espetáculo midiático. São palavras que embora verdadeiras, ou seja, que tenham de fato ocorrido, carregam uma visão mais agressiva e exagerada sobre o tema. Segundo Guimarães (1999), duas categorias semânticas compõem a construção da notícia: o inusitado e a atualidade. O escândalo faz parte do que se pode chamar de inusitado pois, ao mesmo tempo que se configura como um fato que não esperamos que aconteça, ele passa a fazer parte do universo do leitor que normaliza esse tipo de acontecimento.

Dessa forma, reformulando esses títulos, é possível manter a informação essencial, sem modificar o contexto, mas evitando termos apelativos ou carregados de violência. As versões neutras e objetivas poderiam ser apresentadas da seguinte forma:

**Homem é preso após ameaçar companheira em Dourados**

**Cinco morrem em diferentes ocorrências no MS durante o fim de semana**

Essas reformulações mantêm o caráter informativo dos títulos, priorizando a objetividade e a clareza dos acontecimentos, retirando palavras que apelam para violência, exagero ou dramatização dos fatos.

Ao substituir as expressões como “cortar em pedaços”, e “execução” por uma manchete neutra, evita a exploração emocional dos leitores e atraem a atenção para as informações reais e não pelo sensacionalismo e a ênfase no drama.

---

<sup>7</sup>Disponível em: <https://midiamax.uol.com.br/policia/2025/entre-execucao-e-acidentes-ms-registra-cinco-mortes-no-fim-de-semana/> Acesso em: 14/07/2025.



### *3.1.2 Pontuação: Sensacionalista?*

Outro meio utilizado como sensacionalismo é o uso de pontuação como o de exclamação e interrogação. Embora seja sutil, diferente de palavras violentas, ele é utilizado estrategicamente como uma forma de instigar a atenção do leitor com a imposição de supostas ideias ou afirmações ou de plantar dúvidas que nem sempre procedem. Dentre os títulos analisados, foram encontrados apenas dois nessas características. Um exemplo deles é:

#### **Vingança? Assassinato triplo no Paraguai pode ter conexão com morte de ‘Gringo’ González<sup>8</sup>**

O uso do ponto de interrogação logo após a palavra “vingança” não é uma estratégia utilizada para relatar os fatos (já que o jornalismo deve relatar e não perguntar), mas uma forma de instigar a curiosidade do leitor, além de sugerir uma possível explicação para o crime. Essa estratégia, apesar de não deixar evidente o sensacionalismo, atua como uma provação, que abre espaço para diversas interpretações e especulações sobre um ocorrido, sem uma comprovação dos fatos, gerando cliques por meio do suspense.

Nesse contexto, evitando o uso do elemento sensacionalista, a reformulação do título apresentaria o foco nos acontecimentos e a neutralidade da informação, apresentando os acontecimentos de forma clara e objetiva. Um exemplo possível seria:

#### **Investigação apura possível relação entre assassinato triplo no Paraguai e morte de ‘Gringo’ González**

Essa versão de título apresenta as informações de modo claro, sem recorrer a recursos que despertem a curiosidade do leitor de forma apelativa e sensacionalista. Substituindo o ponto de interrogação por uma estrutura mais informativa, ainda relaciona à possível conexão do assassinato, sem induzir a possíveis interpretações e especulações sobre o crime. Desta forma,

---

<sup>8</sup>Disponível em: <https://midiamax.uol.com.br/policia/2025/vinganca-assassinato-triplo-no-paraguai-pode-ter-conexao-com-morte-de-gringo-gonzales/> Acesso em: 28/07/2025.



o jornalista respeita os princípios da ética jornalística, atribuindo uma leitura responsável por parte do público.

### *3.1.3 Vocativo: O uso de ordens ao leitor, confira*

Apesar de raro no corpus analisado - com apenas uma ocorrência entre 504 títulos - o uso de vocativos e construções imperativas também caracteriza estratégias sensacionalistas na linguagem jornalística. Um exemplo é:

#### **Investigação de Trump sobre a 25 de Março pode chegar ao Camelódromo de Campo Grande? Entenda<sup>9</sup>**

Mais uma vez, o texto impõe uma ação ao leitor - é como se estivesse ordenando, convocando, deixando a ideia de que só terá esclarecimento se ler o texto apresentado pelo jornal. Note-se que neste exemplo, vemos duplicidade de categorias - vocativo e pontuação. Apesar disso, a maior marca de sensacionalismo da frase não está nas categorias de Enne (2007), mas na estratégia de tentar localizar um acontecimento internacional/nacional. Trazer para o camelódromo de Campo Grande a repercussão de um fato internacional foi, no mínimo, forçado, uma vez que não ficou estabelecida essa relação. Trata-se de uma forma de aproximar o leitor, forçando a relação.

Desse modo, uma forma de evitar o vocativo, que provoca ordem ao leitor, e o ponto de interrogação que também é – como discutido anteriormente – um elemento sensacionalista, é reformulando o título para uma linguagem mais neutra, sem retirar de contexto. Como por exemplo:

#### **Investigação sobre comércio informal inclui centros populares de diversas regiões do país**

---

<sup>9</sup>Disponível em: <https://midiamax.uol.com.br/policia/2025/investigacao-de-trump-sobre-a-25-de-marco-pode-chegar-ao-camelodromo-de-campo-grande-entenda/> Acesso em: 17/07/2025.



Diferente do título original, não há imposições ao leitor, nem um questionamento que induzem à especulação e pré-julgamento de informações. Além disso, o título evita conexões forçadas entre fatos internacionais e contextos locais, priorizando a apresentação clara do tema abordado.

### *3.1.4 Temática: Desmembrando o uso do sensacionalismo*

Outra estratégia comum no discurso sensacionalista é a exploração de temas ligados à escatologia (sangue, vísceras, mutilações) ou à sexualidade de maneira apelativa. No jornal analisado, 144 dos 504 títulos fizeram uso dessa categoria. Os exemplos incluem:

**Mulher é esfaqueada por confeiteira e tem vísceras expostas em Campo Grande<sup>10</sup>**

**Jovem de 20 anos é decapitado e tem órgãos retirados do corpo em aldeia de Paranhos<sup>11</sup>**

Esses títulos utilizam termos como “vísceras expostas”, “decapitado” e “órgãos retirados”, que carregam um peso violento e gráfico, dando à notícia um evidente caráter sensacionalista. A presença de tais expressões contribui para a construção de uma narrativa apelativa, que desperta emoções intensas no leitor, como medo, nojo ou curiosidade mórbida. É o que Goés (2014, p. 88) sustenta:

São geralmente nas notícias de crimes, especialmente os mais violentos, cruéis e desumanos, onde uma série de informações e detalhes dramáticos estará latente, que poderemos observar os enquadramentos, as representações sociais, o senso comum convocado a se emocionar e opinar, julgando moralmente a cena e as personagens, o que sempre resulta em alguma punição exemplar pelo desvio de uma possível ordem natural da sociedade.

Goés (2020, p. 82) afirma que as principais marcas do sensacionalismo são o modo de seleção e de cobertura narrativa verbo-visual dramática, exacerbada, intensa, repetitiva, que fere os preceitos jornalísticos e a condição humana. “Repórteres assumem-se como porta-vozes do povo e exigem punição contra criminosos”. O autor sustenta que muitas representações sociais

---

<sup>10</sup>Disponível em: <https://midiamax.uol.com.br/policia/2025/pistoleiros-usaram-disfarces-de-policiais-para-executar-brasileiro-com-30-tiros-no-paraguai/> Acesso em: 21/07/2025.

<sup>11</sup>Disponível em: <https://midiamax.uol.com.br/policia/2025/jovem-de-20-anos-e-decapitado-e-tem-orgaos-retirados-do-corpo-em-aldeia-de-paranhos/> Acesso em: 27/07/2025.



já estão prontas e sedimentadas antes do sujeito nascer. Dessa forma, temos conceitos formados sobre fatos, coisas e pessoas sem mesmo conhecê-los. Criamos um conceito para colocar no lugar do desconhecido e esse conceito pode vir de muitas origens e instituições como a família, a religião e a própria mídia. “Na medida em que as relações sociais vão se constituindo, as representações são reforçadas e surgem novos modos de representar. Um lugar de trânsito para isso é o jornalismo” (Goés, 2020, p. 86).

Para evitar o sensacionalismo em de matérias de editoria policial, é necessário que o principal elemento seja a objetividade, e com neutralidade, visando reformular o foco ser os acontecimentos principais e não a violência do ocorrido. Um exemplo, de forma simples, é:

**Mulher sofre ataque com faca em Campo Grande; caso está sob investigação**

**Jovem de 20 anos é encontrado morto em aldeia de Paranhos**

Essa versão mantém o foco nos acontecimentos sem relatar a brutalidade dos fatos e descartando os detalhes gráficos desnecessários - que não são importantes para o contexto da notícia. Utilizando uma linguagem mais neutra e objetiva, os títulos contribuem para um jornalismo ético, respeitando a sensibilidade do público e dos envolvidos, evitando a utilização do sofrimento das vítimas para fins de audiência.

*3.1.5 Marcas Sensoriais: O sensacionalismo que dá voz e emoções*

Nos títulos jornalísticos analisados, a presença de marcas sensoriais e de figuras de linguagem como a prosopopeia - expressões corporais, sentimentos atribuídos a mortos ou a entidades abstratas, e verbos que apelam à sensibilidade do leitor - demonstram uma clara tentativa de intensificar o apelo emocional das notícias. Eles são frequentemente utilizados como estratégia de envolvimento. Dos 504 títulos examinados no site Midiamax, 199 apresentaram essas marcas linguísticas que amplificam o drama e transformam a notícia mais sensível, podendo interferir no julgamento do leitor. Exemplos disso são:



**‘Para lá, eu não volto’: criminoso morto em confronto com a polícia era considerado de alta periculosidade<sup>12</sup>**

**‘Hoje a festa é no céu’: mãe fala sobre a dor da perda da filha que faria 1 ano em MS<sup>13</sup>**

Nesses enunciados, é possível observar o uso da prosopopeia. No primeiro caso, o criminoso morto é quem “fala”, recebendo voz e subjetividade. No segundo, a frase “a festa é no céu” dá vida ao céu como espaço ativo de celebração e reconforto, suavizando a dor da perda através de uma metáfora sensível. Nos dois casos, a estratégia é emocionar, comover ou mesmo chocar o leitor.

Uma forma de reescrever o título, sem usar elementos que usam a subjetividade e o uso do apelo emocional do leitor, utilizando falas das vítimas, familiares e pessoas que já não estão mais vivas, é entregar uma versão que atribua a objetividade e neutralidade. Desta forma, o jornalista evita a personificação de sentimentos ou situações que podem distorcer os fatos e a interpretação e sensibilidade do leitor. Um exemplo para os apresentados neste tópico são:

**Criminoso morto em confronto com a polícia era considerado de alta periculosidade  
Mãe comenta sobre a perda da filha que completaria um ano em MS**

Essas reformulações eliminam o uso da prosopopeia, discutidos anteriormente, e as expressões carregadas de emoção apelativa, visando apenas reforçar a apresentação de informações essenciais. Desta forma, os títulos contribuem para o jornalismo ético e responsável, respeitando e evitando a manipulação dos sentimentos para atrair atenção, audiência e cliques.

---

<sup>12</sup>Disponível em: <https://midiamax.uol.com.br/policia/2025/para-la-eu-nao-volto-criminoso-morto-em-confronto-com-a-policia-era-considerado-de-alta-periculosidade/> Acesso em: 15/07/2025.

<sup>13</sup>Disponível em: <https://midiamax.uol.com.br/policia/2025/hoje-a-festa-e-no-ceu-mae-fala-sobre-a-dor-da-perda-da-filha-que-faria-1-ano-em-ms/> Acesso em: 21/07/2025.



### *3.1.6 Utilização de Estratégias editoriais*

Essa marca de sensacionalismo descrita por Enne (2007) aponta o uso de cores, textos engraçados ou impactantes para conquistar a atenção do leitor. Nos exemplos acima, vemos duas tentativas de usar fatos trágicos como piada, ao trazer detalhes pitorescos. A sensação de repulsa por um atentado a tiros ou uma idosa perder suas economias é substituída pelo humor - rir do grotesco.

**Rapaz é ferido a tiros por padrasto de amiga ao cantar música de ‘corno’ em Campo Grande<sup>14</sup>**

**Golpe do amor: aposentada campo-grandense vivia ‘affair’ com falso Elon Musk<sup>15</sup>**

Apesar do uso de um possível humor, ainda assim se reafirma a facécia como condição de figura retórica - ainda que originalmente não seja, mas se aproximando da ironia. Aqui a intenção é mais uma vez causar surpresa e despertar a curiosidade. “No sensacionalismo, as informações do ponto de vista jornalístico são apenas um suporte para o drama e o exagero, Um desbotado pano de fundo” (Góes, 2014, p. 78).

Uma forma de reescrever os títulos que utilizam de estratégias editoriais apelativas, como o uso do humor inapropriado, trocadilhos ou jogos de palavras em contextos trágicos, é o foco informativo e sóbrio. Nesse tipo de escrita, o jornalista transforma situações graves como elementos para atrair atenção do leitor, ridicularizando os acontecimentos, desviado o foco para atrair audiência.

**Rapaz é baleado após desentendimento com padrasto de amiga em Campo Grande**  
**Aposentada é vítima de golpe financeiro aplicado por homem que se passava por figura pública**

---

<sup>14</sup>Disponível em: <https://midiamax.uol.com.br/policia/2025/rapaz-e-ferido-a-tiros-por-padrasto-de-amiga-ao-cantar-musica-de-corno-em-campo-grande/> Acesso em: 14/07/2025.

<sup>15</sup>Disponível em: <https://midiamax.uol.com.br/policia/2025/golpe-do-amor-familia-descobre-affair-de-aposentada-campo-grandense-com-falso-elon-musk/> Acesso em: 25/07/2025.



Essas versões evitam o uso de termos irônicos ou coloquiais e mantêm o foco o conteúdo central da notícia. O uso de uma linguagem objetiva e neutra sem o uso de referências cômicas ou exageradas contribui para uma abordagem respeitosa com as vítimas e com a situação – principalmente diante de situação que envolvem violência e prejuízo emocional. Desta forma, o jornalista reforça o compromisso com a ética e evita transformar casos delicados em entretenimentos ou material para consumo.



## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos títulos da editoria policial do jornal on-line *Midiamax* demonstrou que o sensacionalismo é um recurso recorrente na produção do conteúdo do veículo. Entre as categorias estabelecidas para este estudo, a mais frequente foi a utilização de estratégias editoriais, seguida pelo uso de semântica violenta e temáticas escatológicas, confirmando que a exploração do choque, do exagero, do humor e da violência é uma prática amplamente utilizada para atrair a atenção do público.

O estudo teve como objetivo principal verificar se os títulos de matérias na editoria policial do jornal on-line *Midiamax* respeitam os princípios estabelecidos no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2007), especialmente em relação ao uso de elementos sensacionalistas, como conteúdos mórbidos e exagerados ou que agridem os direitos humanos.

A partir disso, foram coletados 504 títulos obtidos durante o período entre os dias 14 e 28 de julho de 2025, nos quais percebeu-se que a maioria das notícias contêm algum tipo de elementos sensacionalistas, ainda que em graus e estratégias variadas.

Para atingir esses objetivos, foram utilizadas as técnicas da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) com base nas categorias de Enne (2007), que permitem a identificação e a classificação dos elementos discursivos com características sensacionalistas, como, por exemplo, semânticas com apelo à violência, pontuações desnecessárias que alteram o sentido, ordens ao leitor, temas exagerados, temas sexuais, marcas que priorizam o emocional e estratégias editoriais. Essa forma possibilita a observação estrutural das intenções comunicativas e uma interpretação crítica.

Os resultados evidenciam que, embora o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2007) estabeleça limites claros para evitar a exploração mórbida ou apelativa de tragédias, tais preceitos não têm sido aplicados na prática. O recurso a expressões sensacionalistas contribui não apenas para a banalização e ridicularização da violência, mas também para a construção de estigmas sociais e para a revitimização das pessoas envolvidas.

O estudo converge com autores como Góes (1999; 2014), que aborda o jornalismo como espetáculo e a manipulação de emoções por meio da linguagem; e Guimaraes (1999) que discute a semântica do inusitado e a atualidade do discurso noticioso.



Essa constatação reforça a necessidade de se refletir sobre os limites entre a busca por audiência e a responsabilidade social do jornalismo e do jornalista. O título jornalístico, além de ser uma ferramenta estratégica no ambiente digital – potencializado pelo SEO e pelas redes sociais – deve preservar sua função primordial de informar com objetividade e neutralidade, sem abrir mão da ética e do compromisso com a verdade.

Como sugestão para futuros estudos, recomenda-se ampliar o *corpus* para outras editorias, como por exemplo política, cotidiano, ou entretenimento, e para outros veículos locais e nacionais. possibilitando uma comparação mais ampla sobre o uso do sensacionalismo na mídia brasileira.

Portanto, conclui-se que o jornalismo policial, quando pautado pelo sensacionalismo, distancia-se de sua função social de mediar a realidade com responsabilidade e passa a atuar como espetáculo midiático. Esse movimento pode comprometer a credibilidade dos veículos e perpetuar representações equivocadas sobre a violência. Cabe ao jornalista e às empresas de comunicação reavaliar práticas discursivas, considerando não apenas a lógica do clique, mas também os impactos sociais e éticos que tais escolhas acarretam.



## REFERÊNCIAS

ALVAREZ, B. Z.. Cartilha de recomendações de SEO para jornalistas online. **Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul**, 2011.

AMARAL, M. F. “**Sensacionalismo, Um Conceito Errante**”. *Intexto*, nº 13, março de 2005, p. 103-16. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4212>. Acesso: 05/05/25.

ANGRIMANI, D. **Espreme que sai sangue**. São Paulo. Summus. 1995.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2011.

BERTOLINI, J.. O novo título jornalístico: dez categorias do ambiente digital. **Ação Midiática**, Curitiba, n. 9, 2015.

BERTOLINI, J. Plataformas digitais. **Vozes e diálogo**, v. 11, n. 02, 2012.

COMASSETTO, Leandro Ramirez. **As razões do título e do lead**: uma abordagem cognitiva da estrutura da notícia. Florianópolis: UnC, 2001.

DEJAVITE, F. A. O poder do fait divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção. In: **Anais do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Campo Grande**. 2001. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/arquivos/np02.htm> Acesso em: 05/05/25.

DIAS, A. R. F. **O Discurso da Violência no Jornalismo Popular**. São Paulo: Editora Cortez. 2003.

ENNE, A. L. S. **O sensacionalismo como processo cultural**. XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v10i2.1018> Acesso em: 05/05/25.

FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: <https://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/> Acesso em 10/09/2025.

FRANCISCATO, C.E.; GÓES, J.C. **Jornalismo em Sergipe**. Florianópolis, SC : Combook, 2020.

GÓES, J.C. **Jornalismo e sensacionalismo** : enquadramento, criminalização da probreza e implicações éticas no Jornal Cinform. Dissertação. 2014. Disponível em <https://ri.ufs.br/handle/riufs/4033> Acesso em 10/09/2025.

GÓES, J.C. O sangue nas bancas de revista: sensacionalismo e criminalização da pobreza. In: GUIMARÃES, D. M.A. **Organização textual da opinião jornalística**: nos bastidores da



notícia. 1999. 199 f. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1999.

LAGE, N.. **Linguagem jornalística**. 8. ed. São Paulo, SP: Ática, 2004.

MENEZES, B. L. S. de. **Sensacionalismo e ética jornalística**: breve análise do programa Bandeira 2 no Maranhão. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências Sociais, São Luís, 2025. Disponível em: <http://hdl.handle.net/123456789/8928> Acesso em: 05/05/25.

PALUDO, L. de C. **Jornalismo e SEO**: otimização de títulos para mecanismos de busca no ciberjornal UOL. 2019. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/200469>. Acesso em: 12/05/2025

SOUSA, J. P. **Elementos de jornalismo impresso**. Letras Contemporâneas, 2001.

TRINDADE, S. A.; MENEZES, I. R.. A educação na modernidade e a modernização da escola no Brasil: século XIX e início do século XX. **Revista HISTEDBR On-line**, Campinas, SP, v. 9, n. 36, p. 124–135, 2009. DOI: 10.20396/rho.v9i36.8639645. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/histedbr/article/view/8639645>. Acesso em: 12/05/ 2025.



Serviço Público Federal  
Ministério da Educação  
**Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul**



## APÊNDICES



Serviço Público Federal  
Ministério da Educação  
**Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul**



## **APÊNDICE 1 – Planilha geral de títulos**



Serviço Público Federal  
Ministério da Educação  
**Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul**



## **APÊNDICE 2 – Print de todos os títulos**



### **APÊNDICE 3 – Planilhas categorizadas**