



## **Jornalismo policial sensacionalista: entre a audiência e a função social<sup>1</sup>**

Anamaíra Pereira Spaggiari Souza<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### **RESUMO**

A mídia televisiva como poder relevante na história de lutas sociais. O sensacionalismo na aproximação do público com o fato veiculado. O caráter empresarial e as possíveis funções sociais da abordagem policial sensacionalista, a partir dos efeitos no espectador. Observação das possíveis conseqüências da cobertura sensacionalista de um fato policial, tendo como exemplo o caso de Isabella Nardoni.

**PALAVRAS-CHAVE:** Sensacionalismo; Mobilização social; Jornalismo Policial; Isabella Nardoni

### **1 INTRODUÇÃO**

Não é de hoje que a mídia é chamada de quarto poder, aquele que regularia, fiscalizaria, disseminaria, imporá, manipularia e formaria opiniões. Nossa questão é: As mídias, principalmente a TV – cujo público, em sua maioria, é a massa –, podem usufruir desta característica de maneira a cumprir a função social de promover um maior esclarecimento por parte dos telespectadores quanto ao fato veiculado?

O objetivo deste artigo é, através da observação da abordagem televisiva de alguns crimes bárbaros e de seus efeitos na sociedade, buscar as possíveis funções sociais desenvolvidas pelo jornalismo policial sensacionalista. Para tratar do assunto, vamos nos restringir ao que é exibido em telejornais, não considerando outras mídias ou programas sobre criminalidade.

Hoje em dia, muitas vezes a mídia é acusada de exceder sua função de informar ao noticiar fatos policiais, detendo-se em detalhes tidos como irrelevantes para o entendimento do que ocorreu. Considerado um abuso midiático, este “defeito”,

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido à Divisão Temática, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduanda da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET), financiado pela Secretaria de Ensino Superior (SESu/ MEC), que tem como propósito integrar na graduação as atividades de ensino, pesquisa e extensão. Orientado pela Prof. Dra. Maria Lúcia Campanha da Rocha Ribeiro e pelo Prof. Dr. Potiguara Mendes da Silveira Jr. Endereço eletrônico: mairapss@gmail.com



frequentemente debatido, talvez possa ser visto como capaz de trazer benefícios para o cenário social contemporâneo.

O jornalismo sensacionalista pode cumprir a função social de contribuir com o desenvolvimento da sociedade? Se, na cobertura de crimes bárbaros, os exageros e apelos às emoções sensibilizam telespectadores, levando-os a se mobilizar, seja em manifestações, seja em correntes de opinião, pode-se pensar o sensacionalismo como capaz de ampliar a participação popular nas questões sócio-políticas, além de reforçar valores humanos e culturais. Nossa hipótese é de que, no jornalismo policial, a abordagem chamada sensacionalista está, de certa forma, atrelada à função social das mídias como formadora de opinião.

A presença de jornalistas e a abordagem frequente de alguns crimes bárbaros podem ser capazes de impulsionar lutas sociais provenientes de ações populares, pressionando o poder a tomar soluções do caso e a punir os culpados. É possível que essa atitude dos cidadãos seja reflexo da insistência da mídia. Caracterizadas pelo sensacionalismo, as matérias de “interesse do público” se tornam relevantes num contexto onde a sociedade age com descaso no que se refere às questões da nação – ou já não agem. Mas já que essa tendência gera resultados positivos, por que não aproveitar-se dela? Desta forma, a discussão na sociedade e a participação do cidadão, que, na maioria das vezes, se omite, são estimuladas.

## **2 O PODER MIDIÁTICO COMO INSTRUMENTO SOCIAL DE LUTA**

Desde a sua origem, a imprensa esteve presente em regulamentações sociais e denúncias de poder, constituindo um poderoso instrumento de luta. Segundo Sodré (2001, p.27), “a imprensa brasileira, por exemplo, tem uma tradição de lutas políticas memoráveis – da abolição da escravatura à derrubada do Estado Novo”. Com o desenvolvimento de novos meios de comunicação e sua disseminação pelas camadas populares, a influência da mídia nas transformações sociais parece ter aumentado.

Os meios de comunicação, principalmente a imprensa, durante vários séculos exerceram um papel importante na denúncia dos abusos do poder, dos atropelos e discriminações de muitos governos e sociedades autoritárias. A história da imprensa foi, até certo ponto, marcada por essas lutas em prol da democracia e da liberdade de expressão de todos os cidadãos. (GUARESCHI, 2007 P.14)



A mídia televisiva associada ao jornalismo se mostra ainda mais eficaz em afetar a sociedade. Isto devido tanto ao alcance massivo que a primeira conseguiu, quanto à credibilidade conquistada historicamente pelo segundo. A massa (tele)espectadora confia na mediação, feita pela mídia, entre os governantes e os governados. Uma relação de cumplicidade e confiança é estabelecida com o público, conferindo poder à mídia, sendo que esse poder é legitimado pelo próprio público, através da audiência. E quanto maior a audiência, maior o poder midiático, daí o fenômeno massivo e poderoso que é a televisão. “A mídia só é poder, por causa dos efeitos causados na sociedade, cuja parte afetada é justamente aquela que se submete à programação televisiva.” (GUARESCHI, 2007, p.13)

A mídia não só tem poder sobre o seu público, como também sobre toda a sociedade que não deixa de estar submetida a seus meios de divulgação e denúncia. Ela se torna uma autoridade capaz de fiscalizar até os poderes Legislativo, Judiciário e Executivo .

Por agir como crítica aos poderes constituídos, como um contra-poder, a imprensa passou a ser chamada de quarto poder e a liberdade de imprensa como algo importante e imprescindível para a garantia da democracia numa sociedade. (GUARESCHI, 2007, p. 14)

## 2.1 FUNÇÕES SOCIAIS DA TELEVISÃO E DO JORNALISMO

A função do jornalismo, muito além de informar, caracteriza-se também por “formar” a sociedade, no que se refere à conscientização, ratificação dos valores morais e formação da opinião pública. “...os meios de comunicação de massa servem notadamente para reafirmar as normas sociais, expondo os desvios destas normas ao público.” (LAZARFELD, MERTON, in Lima, L.C., 2000, p.118).

A mídia, ao lado do jornalismo, também tem papel essencial na regulamentação das instituições e da sociedade. Uma denúncia é capaz de prejudicar a imagem da pessoa ou da instituição que cometeu erros ou infringiu normas. Se o meio de comunicação for o televisivo, os prejuízos podem ser ainda mais abrangentes: a imagem da tv funciona como uma prova que atinge o público de massa:

“E isso graças à capacidade do jornalismo em se instituir como uma forma preponderante de saber-poder. Ao promover a punição da imagem -veredicto impossível para a Justiça-, a mídia consegue adquirir capital simbólico para efetivar-se como instituição reguladora



da sociedade contemporânea: aquela que, se não dita as normas de funcionamento das diferentes instituições, no mínimo exige destas o funcionamento que seria o considerado correto.” (MENDONÇA, 2002, p.129 apud MOREIRA, D., 2006, p.40)

Ao se colocar como informante de desvios de normas, a televisão torna-se educadora, reguladora e denunciadora, envolvendo o público em questões que precisam de sua mobilização. “Os *mass media* podem iniciar uma ação social organizada, “expondo” condições que estão em desacordo com a moral pública.” (LAZARSELD, MERTON, in Lima, L.C., 2000, p.116).

Apesar de suas funções sociais, a televisão é acusada por muitos, principalmente pelo meio acadêmico, de manipular a sociedade, ditando regras e impondo valores. Sodré (2001, p.113) defende que “muitos fazem dos *mass media* alvo de crítica hostil porque se sentem logrados pelo rumo dos acontecimentos”. Reconhecer que a mídia tem poder na sociedade é necessário para um posicionamento mais crítico diante dela. Mas é importante reconhecer que esse poder é limitado o suficiente para não fazermos a suposição de que os espectadores são completamente passivos e manipuláveis.

As críticas são originadas por uma incompatibilidade entre o caráter empresarial dos meios de comunicação, que visam o lucro, e seu caráter público. Há uma polêmica discussão: se é a mídia que impõe uma programação de baixo nível cultural, deixando os espectadores sem escolha, ou se é o gosto popular que determina o que a mídia vai exibir, considerando que esta atende a massa por buscar audiência, necessária para atrair os anunciantes que financiam os meios de comunicação.

...exceto para filmes e livros, não é o leitor de revista nem o ouvinte de rádio, nem, em grande parte, o leitor de jornal que sustenta o empreendimento, mas sim o anunciante. São os grandes negócios que financiam a produção e distribuição dos *mass media*. (LAZARSELD, MERTON, in Lima, 2005, p.120)

Situadas dentro de um regime capitalista, as empresas jornalísticas estão submetidas à lei da oferta e da procura. Quando há concorrência, elas devem adequar sua programação à demanda da maioria do público. Por outro lado, banida a concorrência e instalado o monopólio, é possível ter controle sobre o gosto do público, atendendo aos interesses político-ideológico-mercado-lógicos das elites que detêm os meios de comunicação (COLLARES 2004 apud BARBOSA, M., 2007, p.17).



Em busca de audiência, a empresa televisão visa agradar o público, exibindo o que despertaria atenção da massa. Para isso, ela aproveita do gosto popular para fazer de sua programação um espetáculo, uma forma de divertimento a ser consumida como mercadoria, característica fundamental da cultura de massa. (MORIN, 2007).

## 2.2 INTERESSE PÚBLICO x INTERESSE DO PÚBLICO

Sobre a demanda dos espectadores de mídia, há a diferenciação do que é “interesse do público” e “interesse público”. Este último consiste no suprimento por parte, principalmente, do jornalismo de informações relevantes e indispensáveis ao contexto sócio-político-econômico que envolve o espectador, em outras palavras, é o que eles *devem* saber. Já o “interesse do público”, termo associado ao sensacionalismo, é entendido como aquilo que desperta a atenção e supre a curiosidade do espectador e, que por isso, dá audiência, ou seja, é o que a massa *quer* saber.

O jornalismo televisivo tem sido criticado por dar maior destaque ao “interesse do público”, ao invés de se restringir a oferecer informações relevantes para o funcionamento da sociedade. É preciso pensar, contudo, que o que é chamado de “interesse público” é algo ideal, longe do interesse que o público tem na realidade. Primar somente esse tipo de informação poderia levar os espectadores a buscarem outra mídia que lhes suprisse a demanda por informações curiosas ou, sob uma perspectiva mais otimista, levaria o público a se acostumar com a oferta única de informações relevantes.

Acima de tudo, seria essencial determinar se os mass media e os gostos das massas estão necessariamente ligados num círculo vicioso de padrões em decadência ou se uma ação apropriada por parte dos diretores dos *mass media* poderia levar ao aperfeiçoamento cumulativo do gosto de suas platéias. (LAZARFELD, MERTON, in Lima, 2005, p.124)

Mas no real contexto da sociedade de massa na qual estamos inseridos, o jornalismo de “interesse público” não dá a audiência almejada pelas empresas jornalísticas. apesar de ser de extrema importância para os cidadãos e para o veículo de comunicação que, ao fazê-lo, está exercendo uma de suas funções sociais. Por não despertar a atenção da massa, este jornalismo parece não ser capaz de estimular manifestações sociais com a mesma eficácia que o jornalismo sensacionalista tem mostrado conseguir.



Por despertar a atenção dos espectadores, o “interesse do público” no jornalismo policial pode cumprir o papel de reforçar valores humanos e sociais, demonstrando o que é certo ou errado fazer, além de complementar os efeitos do “interesse público”, ao sensibilizar cidadãos em torno de uma determinada questão. As mobilizações sociais podem surgir, então, como consequência da sensibilização do público. Para Sodré (2001, p.16), a “imprensa vem assegurar a transmissão de informações sobre a vida cotidiana, mas também amplia, em novas formas, a centralização do poder e o disciplinamento do cidadão.”

Se o “interesse do público” tem função na regulação e na educação da sociedade, e este termo é associado ao sensacionalismo, podemos presumir, portanto, que as matérias sensacionalistas do jornalismo também poderiam cumprir, de alguma forma, um dever social.

### 3 SENSACIONALISMO

De acordo com o “Dicionário de Comunicação”, sensacionalismo é:

1. Estilo jornalístico caracterizado por intencional exagero da importância de um acontecimento, na divulgação e exploração de uma matéria, de modo a emocionar ou escandalizar o público. Esse exagero pode estar expresso no tema (no conteúdo), na forma do texto e na apresentação visual (diagramação) da notícia. O apelo ao sensacionalismo pode conter objetivos políticos (mobilizar a opinião pública para determinar atitudes ou pontos de vista) ou comerciais (aumentar a tiragem do jornal). (...) 2. Qualquer manifestação literária, artística etc., que explore sensações fortes, escândalos ou temas chocantes, para atrair a atenção do público.

Consiste na postura editorial adotada por determinados meios de comunicação, caracterizada pelo exagero, pelo apelo emotivo e pelo uso de imagens fortes na cobertura de um fato jornalístico. Sensacionalismo, como o próprio radical do termo sugere, é tudo o que desperta sensações. Contudo, atualmente, o conceito está deturpado e sendo usado de forma irresponsável pelo senso comum. A qualquer exagero ou equívoco midiático é atribuído o caráter de matéria sensacionalista, como se toda abordagem desse tipo fosse necessariamente antiética.

Como indústria cultural do espetáculo e da diversão, a televisão divulga informações de “interesse do público”, muitas vezes carregadas de sensacionalismo.



Ambos termos são pejorativos por estarem associados ao jornalismo incorreto, de baixo valor e baixa credibilidade.

Para uma exemplificação, podemos recorrer ao site do Observatório da Imprensa, onde há a seguinte enquete: “Como avalia a cobertura jornalística do acidente com o Airbus do voo AF 447?” As opções de resposta são: “correta” e “sensacionalista”. O resultado, menos importante para o que queria demonstrar, é previsível: 28% (56 votos) classificaram a abordagem como correta, enquanto 72% (143 votos) a consideraram sensacionalista.

Independentemente de como tenha sido a abordagem posta em questão, colocar em contraposição os adjetivos “correta” e “sensacionalista” explicita uma posição corriqueira que desconsidera possíveis novos rumos para o aspecto sensacionalista no jornalismo. Sendo o jornalismo associado à objetividade e à imparcialidade, a dramatização ocorrida no sensacionalismo é vista como um exagero distante dos ideais da atividade. Mas também já é bastante questionável o jornalismo “objetivo” e “imparcial”, ao qual muitos de referem com ilusão. Se assim é, a atividade pode ser e – efetivamente- é desempenhada de outras formas.

Acusar a mídia de sensacionalismo pode negligenciar a importância do público no que é abordado e exibido pela tv. Isto, tanto na determinação do que é exibido quanto na capacidade de alteração dos fatos. Se há sensacionalismo, é porque há quem consome, e não são poucos os telespectadores.

O jornalista Guilherme Fiúza<sup>3</sup> afirmou que a “opinião pública às vezes deseja levar a imprensa a uma abordagem que se desloca do foco da tragédia, transformando o assunto em um reality show.” Seguindo as regras da indústria do entretenimento, o “reality show” intensifica as emoções transmitidas sobre o fato e o telespectador se comove.

### 3.1 JORNALISMO POLICIAL SENSACIONALISTA

Os crimes hediondos são a principal matéria-prima do jornalismo policial sensacionalista e, atualmente, têm sido presença constante nos noticiários. Entendemos por crimes hediondos aqueles cuja prática violenta é de gravidade acentuada, que

---

<sup>3</sup> Em entrevista ao programa “Observatório da Imprensa”, exibido no dia 15/4/2008, e citado pelo artigo do site do mesmo programa, de Lilia Diniz, do dia 16/4/2008.



causam aversão e revolta à coletividade por ofenderem os valores morais legítimos. E por isso, a lei tende a ser mais rigorosa no julgamento deles que em outros.

Partindo do pressuposto de que a violência não faz parte do *status quo* social, constatamos que ela atende aos critérios fundamentais de noticiabilidade midiática, como ineditismo, improbabilidade, interesse, apelo e empatia.

o fato de a violência se apresentar como uma crise em relação ao estado normal cria, por princípio, uma afinidade entre ela e a mídia. Como podemos constatar, num dia calmamente banal fica difícil fazer um jornal ou um noticiário de TV para anunciar que não aconteceu nada (...). A violência, com a carga de ruptura que ela veicula, é por princípio um alimento privilegiado para a mídia, com vantagem para as violências espetaculares, sangrentas ou atroz sobre as violências comuns banais e instaladas” (MICHAUD, Y. 1989, p.49 apud PORTO, 2002, p.15)

No jornalismo policial da televisão, cujo assunto preponderante é a violência, as reportagens são, geralmente, repletas de apelo sensacionalista. As vítimas ou seus familiares emocionados, a linguagem descritiva, as tomadas de câmera aproximativas: elementos que oferecem uma carga dramática ao espectador, que é informado do que e de como ocorreu.

Quando um crime é abordado com sensacionalismo, deixa-se evidente a inconformidade com comportamentos brutais, o que é considerado certo ou errado na sociedade, a solidariedade que devemos ter com as vítimas e a necessidade do público agir por justiça. Desta forma, o sensacionalismo policial na televisão denuncia, educa, conscientiza, ratifica os valores humanos e estimula ações do público de massa.

Numa sociedade de massa, essa função de desmascaramento público está institucionalizada pelos *mass media*. Imprensa, rádio e jornal expõem divergências relativamente bem conhecidas do público e, como regra, essa revelação obriga a certo grau de ação pública contra o que particularmente foi tolerado. (LAZARFELD, MERTON, in Lima, 2005, p.117)

As matérias jornalísticas de “interesse do público”, nesses padrões, atuam no incentivo ao controle das autoridades e instituições envolvidas no crime, pelos cidadãos-espectadores.

Noticiar e reportar constituem a essência do trabalho da imprensa, mas pressupõem implicitamente a existência e atuação dos leitores (cidadãos), ou seja, a força da publicidade dada aos acontecimentos





advém da coletividade, que toma conhecimento dos fatos publicados e requer providências. (MOREIRA, D., 2006)

Com interesses econômicos, a mídia fatura em estimular o sensacionalismo de fatos e crimes bárbaros, pelo aumento da audiência; com interesses sociais, a mídia resgata a imagem de defensora, denunciadora de atrocidades, inconformada com a crueldade, aproximando-se do povo e ratificando seu papel de formar a opinião pública e reforçar valores da sociedade.

Refirimo-nos aos fatos bárbaros ou crimes brutais como aqueles que envolvem a falta de respeito aos valores tidos como humanos e que não se enquadram no repertório de crimes comuns, noticiados diariamente. Os crimes brutais ou hediondos, por surpreenderem, muitas vezes, podem ser classificados como *fait divers* – fatos distantes do comum, como introduz Roland Barthes.

O *fait divers* é produto recorrente de mídias sensacionalistas. Recorrente tanto por estarem sempre presentes nas mídias, quanto pela repetição com que um mesmo *fait divers* é mencionado. Pela abordagem frequente de um fato, podemos supor que algo que era um *fait divers* num determinado tempo, pode ser considerado comum hoje, não despertando atenção e emoções como antes. Ao abordar com exagero um *fait divers*, ele será banalizado e, quando num momento posterior, algo similar for noticiado, os efeitos já não serão os mesmos. Mas a frequência na abordagem de um fato traz benefícios imediatos, por mais que este crime seja banalizado com o tempo.

### 2.3 A FREQUÊNCIA NECESSÁRIA DA ABORDAGEM SENSACIONALISTA

Caso a abordagem da violência de crimes bárbaros fosse superficial e rápida, a mídia passaria uma imagem de conivente com a dura realidade, como se o ocorrido fosse algo comum que não devesse ser destacado. Ao abordar com frequência, a televisão cumpre sua função social de expor o que é certo ou errado, através de um exagero que gera lucro. Ela noticia casos bárbaros com frequência, escancara sua inconformidade e, ao fazer isso, deixa a massa telespectadora inconformada da mesma maneira, acabando por movê-la em torno dessa questão. E a mobilização social, a partir da opinião pública, é ampliada em busca de justiça e solução de um crime que é incompatível com a moral predominante da sociedade.



A participação ativa dos espectadores pode ser vista tanto em correntes de opinião quanto em ações efetivas. O fato noticiado se torna pauta de discussão do público: o que e como ocorreu, quem são os culpados e as vítimas, o que deve ser feito, dentre outros. “...as discussões locais servem para reforçar o conteúdo da propaganda de massa.” (LAZARFELD, MERTON, in Lima, 2005, p.130) As opiniões são compartilhadas e discutidas e, numa reação em cadeia, o inconformismo quanto ao crime é generalizado, podendo gerar atitudes efetivamente concretas dos espectadores, que refletem a ética determinada na sociedade.

#### 2.4 NÚMEROS E IMAGENS: ELEMENTOS REPRESENTATIVOS DO NOTICIÁRIO

Se as ações sociais em torno de um caso policial podem ser decorrentes de um apelo emotivo que levou os espectadores a se sensibilizarem com as vítimas, as estatísticas são parte frágil na constituição dessas matérias jornalísticas. Os números e dados quantitativos ampliam a distância entre o público e o fato noticiado. Quando se divulga somente dados estatísticos, há um distanciamento entre o público e o ocorrido, em que o primeiro não toma conhecimento da dimensão real do segundo. Os números de feridos ou de mortos não transmitem emoção ou qualquer outro tipo de sensação, justamente aquilo que é esperado pelos telespectadores ao assistirem tv.

O sensacionalismo apresenta um ponto positivo na proximidade com o público ao humanizar fatos. Quando uma matéria jornalística foca um personagem - “personificação”-, um fato amplo é particularizado, exemplificando os efeitos que uma pessoa teve com o ocorrido. Mas somente a humanização da notícia também não é capaz de abranger a dimensão do contexto no qual o fato está inserido.

As estatísticas e a personificação ou outros elementos que exploram a emoção são complementares. As primeiras são necessárias para quantificar a dimensão do fato, num contexto mais amplo. As últimas, por sua vez, podem ser caracterizadas como qualificadoras da notícia.

O público de massa consome espetáculo e a mídia aproveita de tal demanda, modificando seu comportamento, alternando dados e detalhes. Imagens marcantes, textos líricos, acréscimo de detalhes, histórias dos envolvidos, entre outras táticas sensacionalistas, levam o telespectador a perceber os sentimentos e as emoções que envolvem as vítimas, colocando-se em seus lugares e dispondo-se a ajudar.

### 3 UM EXEMPLO: CASO ISABELA NARDONI

Um exemplo atual e evidente da participação popular como consequência da abordagem sensacionalista das mídias é o assassinato de Isabela Nardoni. Este crime pode ser considerado um *fait divers*, já que a criança foi jogada para fora da janela do apartamento onde morava. A repercussão na sociedade foi ampla, por causa da brutalidade do crime, da cobertura frequente da mídia e dos apelos sensacionalistas do próprio caso -, o assassinato de uma criança e o envolvimento do pai e da madrasta no assassinato da criança-, sendo que os motivos não necessitam ser excludentes e podem ser complementares.

As mídias abordaram constantemente o caso, desde o crime até o julgamento dos acusados, noticiando informações detalhadas de cada passo do processo jurídico que envolveu os suspeitos, além de entrevistas com a mãe de Isabella e outros familiares. Numa página do site da Globo<sup>4</sup> é possível encontrar uma cronologia diária, de 29 de março a 18 de maio de 2008, além de estar disponíveis 266 vídeos que foram exibidos na emissora sobre o caso.

A abordagem dita sensacionalista do caso Isabella Nardoni é parte da atividade da mídia de desmascaramento público, sobre a qual Lazarsfeld e Merton (in Lima, 2005, p.118) afirmam que “pode despertar e dirigir a atenção de uma cidadania apática, até então indiferente à corrupção reinante por demais familiar, para alguns casos que sejam dramaticamente simplificados”.

O crime chamou atenção dos cidadãos e levou grande parte a realizar ações efetivas. A mobilização popular se deu na porta da delegacia, em frente ao prédio onde os envolvidos moravam e, mais massivamente, na internet, pelos sites de relacionamento e outros. No *Orkut*, por exemplo, podem ser encontradas mais de 1000 comunidades com o nome de Isabela e, aproximadamente, o mesmo número de vídeos no site *youtube*. As manifestações revelam a sensibilização por parte das pessoas, que pedem justiça, discutem quem é o assassino, protestam, fazem homenagens e abaixo-assinados contra a violência.

Ao ser pensada pelo viés da violência, a sociedade brasileira se tem revelado mais exigente, mais organizada e pronta a reivindicar o fim

---

<sup>4</sup> <http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL386739-5605,00.html>



da impunidade e a vigência de padrões mais solidários de relações e interações sociais. Em contrapartida às reiteradas manifestações de violência, tem havido crescente mobilização da sociedade civil em prol da não violência e, portanto, da paz.” (PORTO, 2002, p.3)

Não é somente pela curiosidade que o público age em favor da vítima, como muitos defendem, mas principalmente por uma revolta inconformada com a violência humana, que é incompatível com a ética social. Estando envolvido, o público opina e protesta em busca de solução.

### 3.1 O JORNALISMO SENSACIONALISTA NO ALVO DA CRÍTICA

No caso de Isabela Nardoni, em 2008, a imprensa foi por diversas vezes criticada pela abordagem sensacionalista que fez e por ter tratado os acusados de culpados antes mesmo da conclusão do processo jurídico. Mas pouco se falou dos erros cometidos por autoridades jurídicas. Como citado em um artigo do “Observatório da Imprensa”, a delegada Maria José Figueiredo chamou Alexandre Nardoni de assassino, no dia seguinte à morte da garota. Outros erros também podem ser destacados no que se refere à divulgação de porcentagens, dadas por autoridades, de quanto o caso estaria resolvido e de informações que passavam à imprensa, enquanto o inquérito estava sob sigilo.

Há quem disse que a mídia se aproveitou de uma tragédia familiar para despertar a curiosidade da massa, há outros que acreditam que essa abordagem tinha como objetivo desviar o foco de atenção dos problemas do cenário político no Brasil. O que se pode constatar com precisão, porém, é que o jornalismo policial sensacionalista na cobertura do caso de Isabella Nardoni despertou indignação e ódio nos telespectadores, sendo que, por trás disso, uma moral foi transmitida.

A narrativa apela sempre à dualidade do bem e do mal e não se preocupa com critérios de reflexão aprofundada sobre o que está sendo transmitido. O que se vê é um apelo que deixa sempre uma espécie de ensinamento moral suspenso na sua própria composição.” (BARBOSA, M, 2007, p.14)

### 3.2 SENSACIONALISMO, SIM, MAS COM LIMITES



Como vimos, o sensacionalismo na cobertura de crimes hediondos pode trazer benefícios para a sociedade. Mas é preciso ter cautela, porém, com a falta de ética em determinadas abordagens, que pode prejudicar a solução do caso, ao invés de beneficiar. O “Código de Ética do Jornalismo” define o que é ético e o que não é na profissão, regulamentando-a. A verdade e a correta apuração dos fatos são princípios éticos básicos do jornalismo, e o não cumprimento deles pode atrapalhar o desenvolvimento de inquéritos e prejudicar a imagem dos supostos criminosos, que dificilmente poderão ser inocentados.

O jornalista deve ser prudente e comedido, procurando salvaguardar os valores éticos do ser humano e de sua profissão. São abusivas as acusações infundadas contra um indivíduo que sequer se submeteu a um julgamento. A afirmação de qualquer prática delituosa deve ser feita com muita cautela sob pena de destruir a imagem do acusado de forma irreversível. MOREIRA (2007, p.43)

Espera-se o respeito ao código de ética, sem que se faça acusações sem a confirmação dos culpados e deixando sempre evidente que, antes que o processo seja concluído, o investigado deve ser reconhecido como suposto acusado. Caso os princípios éticos não forem seguidos, a sociedade tratará desta irresponsabilidade ou uma regulamentação da atividade jornalística será necessária.

A mídia tem o dever e direito de formar cidadãos, o que não lhe dá o direito de deformar um fato criminoso, prejudicar os suspeitos e agir sem critério na cobertura sensacionalista de crimes. Há uma linha tênue entre o sensacionalismo e a ética, mas é preciso reforçar a ideia de que não são termos incompatíveis e que podem, assim como devem, ser trabalhados conjuntamente. Segundo Denise Moreira (2007), “Os exageros e as atitudes antiéticas recorrentes em abordagens sensacionalistas não devem resultar em seu impedimento.”

Ao contrário do que muitos acreditam, o sensacionalismo não é necessariamente antiético. Uma boa apuração e o comprometimento com a realidade podem estar presentes no jornalismo sensacionalista. Tomados os devidos cuidados para não infringir o Código de Ética do Jornalismo, o jornalismo policial pode usufruir de apelos sensacionalistas para atingir a sociedade, dando importância à ampliação da participação popular numa democracia, que pode se dar a partir do que é e de como é divulgado nos meios de comunicação.

Em termos práticos, o poder dos cidadãos se dá de forma indireta, por meio das correntes de opinião que podem (ou não) influenciar a deliberação e a ação dos detentores de mandatos populares. Nessa perspectiva, uma forma de poder, alternativo ao do Estado, só surgiria, portanto, como resultado da interação entre a ação dos meios noticiosos e a mobilização efetiva dos leitores” (MOREIRA, D. 2006)

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os veículos midiáticos são autoridades reconhecidas e legitimadas pela sociedade. A credibilidade do jornalismo, a curiosidade despertada pelo sensacionalismo e o alcance massivo da televisão têm, juntamente, poderes eficazes no estímulo da participação social nas questões políticas e sociais. As mídias tornam-se uma ameaça de denúncia aos criminosos e às autoridades que não cumprem seu papel. Além de constituir-se em indústria do espetáculo, os meios de comunicação de massa passam a ser um instrumento contra a impunidade.

Há um ditado que diz que “se o jornalista perceber que a sua presença está alterando os fatos, deve retirar-se”, como se sua função fosse somente a de apurar e descrever fatos. Dessa questão podemos pensar se o profissional deve ter a função única de divulgar os fatos ou se pode contribuir para um desenvolvimento ou uma alteração do desenrolar da situação. Esta última alternativa é possibilitada pelo poder da mídia e sua capacidade de contribuir para uma solução positiva, por exemplo, de um fato criminoso.

É preciso aceitar que os padrões de jornalismo e suas funções são passíveis de mudanças. À medida que a sociedade e todo o conjunto a ela associado evoluem, a abordagem jornalística também deve adaptar-se para dar conta do que é novo. Acreditar que os moldes continuarão intactos e que eles devem ser seguidos sob quaisquer condições é restringir a capacidade dessa atividade. Por isso, adaptando-se à demanda do público e às possibilidades de abordagem, o jornalismo sensacionalista pode desenvolver a função implícita de contribuir com a solução dos crimes bárbaros, posicionando-se contra a impunidade.

#### **Referências bibliográficas**



BARBOSA, Gustavo. RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. Editora Campus. 5 edição. 2002

BARBOSA, Marcelo Araújo. **Violência e sensacionalismo na televisão brasileira: um estudo do linha direta**. Trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social, UFJF, 2007

GUARESCHI, Pedrinho A. **Mídia e democracia: o quarto versus o quinto poder**. Revista Debates, Porto Alegre, v.1, n.1, p. 6-25, jul.-dez. 2007. Disponível em <http://www6.ufrgs.br/seermigrando/ojs/index.php/debates/article/viewFile/2505/1286>

LAZARSFELD, Paul F. MERTON, Robert K. **Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social**. In LIMA, Luiz Costa. Teoria da Cultura de Massa. Paz e terra, 2005. 7 edição.

MORIN, E. **Cultura de massa no século XX**. 2007

MOREIRA, Denise. **O poder criminalizante da mídia no processo penal: Uma análise sob a perspectiva de um processo justo**. Monografia de conclusão do curso de direito da UFJF, 2006.

PORTO, M. S. G. **Violência e meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea**. Revista Sociologias, Porto Alegre – RS, v. 8, jul./dez. 2002. p. 152-171. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/soc/n8/n8a07.pdf>.

SOARES, Murilo César. **Jornalismo e cidadania, em duas abordagens**. Trabalho submetido ao Grupo de Trabalho “Estudos de Jornalismo”, do XVII Encontro da Compós, na UNIP, São Paulo, SP, em junho de 2008. Disponível em [http://74.125.47.132/search?q=cache:sR3bRivq1ckJ:www.direitoacomunicacao.org.br/novo/index.php%3Foption%3Dcom\\_docman%26task%3Ddoc\\_download%26gid%3D420+Jornalismo+e+cidadania+em+duas+abordagens&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&client=firefox-a](http://74.125.47.132/search?q=cache:sR3bRivq1ckJ:www.direitoacomunicacao.org.br/novo/index.php%3Foption%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D420+Jornalismo+e+cidadania+em+duas+abordagens&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&client=firefox-a)

SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da Fala: função e linguagem da televisão no Brasil**. Vozes, 2001.

SILVEIRA JÚNIOR, Potiguara. **Artificialismo Total: ensaios de Transformática**. Novamente, 2006.

## SITES ACESSADOS

**Caso Isabella, interesse público ou do público?** Por Lilia Diniz. 16/4/2008. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=481JDB015> acessado em 13/05, às 23h50

**Caso Isabela Nardoni: homenagens e protestos no orkut**. 26/04/2008. Disponível em [http://wwwb.click21.mypage.com.br/MyBlog/visualiza\\_blog.asp?site=yogurt.myblog.com.br](http://wwwb.click21.mypage.com.br/MyBlog/visualiza_blog.asp?site=yogurt.myblog.com.br) acessado em 14/05, às 0h38