Sensacionalismo: uma revisão conceitual através das teorias de Danilo Angrimani, Lígia Lana, Márcia Franz Amaral e Rosa Nívea Pedroso[1]

Anamaíra Pereira Spaggiari Souza[2]
Universidade Federal de Juiz de Fora

RESUMO

Sensacionalismo é um conceito paradoxal: tanto é utilizado como crítica, quanto tem garantido elevado nível de audiência aos meios de comunicação. Os estudos de Márcia Fraz Amaral, Lígia Lana, Rosa Nívea Pedroso e Danilo Angrimani contribuem para entender o significado do termo e revelam como o sensacionalismo é perpassado por definições valorativas.

PALAVRAS-CHAVE: Sensacionalismo; Rosa Nívea Pedroso; Danilo Angrimani; Márcia Franz Amaral; Lígia Lana

1 INTRODUÇÃO

Sensacionalismo é um conceito de ampla dimensão, na medida em que é utilizado para classificar jornalismo antiético, que tem erros editoriais, que é exagerado e que explora as emoções. Enfim, uma série de características que não são coerentes e não se enquadram necessariamente em uma só categoria, pois é possível prever que até jornais ditos sérios estão sujeitos a erros e desvios.

Por outro lado, a compreensão do sensacionalismo tem sido limitada por não considerar outras dimensões deste tipo de jornalismo, se restringindo a padrões jornalísticos e a suas consequências problemáticas, ignorando o alcance do jornalismo sensacionalista.

O sensacionalismo "ora se torna demasiadamente aberto para se constituir numa categoria analítica adequada, ora parece ser estreito para dar conta de outras dimensões do fenômeno, configurando-se num conceito de baixa densidade explicativa." (AMARAL 2003, p.2)

---

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] 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. Endereço eletrônico: mairapss@gmail.com Orientado pelo Prof. Dr. Potiguara Mendes da Silveira Jr.

E não é esse o único paradoxo que perpassa o sensacionalismo. Ao mesmo tempo que este tipo de jornalismo é alvo de críticas, também garante alto índice de audiência aos meios de comunicação. Uma pesquisa realizada na rede social Twitter[3] constatou que dentre 527 mensagens coletadas, 65.8% continham opinião explicitamente negativa sobre o sensacionalismo, com xingamentos, críticas e comentários inconformados (SPAGGIARI, 2010, p.8).

Mas se o sensacionalismo está cada vez mais presente nos meios de comunicação, que apresentam indícios de dramatização, é porque há espectadores para tal tipo de jornalismo. "Ainda que acusados de sensacionalismo, os programas populares alcançaram sucesso e altos índices de audiência desde seu surgimento. (LANA, p.)

> Ao longo da década de 1990, a disputa pela audiência levou os programas à radicalização de seus formatos, ou seja, diante dos concorrentes, quanto mais surpreendente e insólito fossem seus quadros, mais telespectadores eram conquistados. A briga pela audiência traduziu-se assim não pela inovação, mas pelo aprofundamento radical da proposta popular" (LANA, pag.16).

O objetivo deste trabalho é avaliar as definições de sensacionalismo num contexto em que, na maioria das vezes, parecem ser feitas através de adjetivações, de caráter valorativo, que foca as consequências deste tipo de jornalismo, comparando-o ao que seria um jornal ideal. Para analisar o conceito, perpassamos as pesquisas de Danilo Angrimani, Lígia Lana e Márcia Franz Amaral, entre outros autores citados, encontrando semelhanças e divergências.

O "Dicionário de Comunicação" (BARBOSA, RABAÇA, 2002) define sensacionalismo:

> 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.

[3] Pesquisa realizada com a coleta de tweets que apresentavam o termo "sensacionalismo", num período de 7 dias, a partir do terremoto que atingiu o Chile, no diadia 27 e fevereiro de 2010.

A definição de dicionário tende a ser mais clara, direta e objetiva que as teorias de pesquisadores, mas ainda assim Barbosa e Rabaça consideram as possíveis causas e consequências de jornalismo sensacionalista e usam palavras imprecisas como “pode”.

2 MÁRCIA FRANZ AMARAL: INOPERÂNCIA EXPLICATIVA

Márcia Franz Amaral (2003, p.1) faz um estudo sobre o uso do conceito de sensacionalismo no jornalismo popular da grande imprensa, que é frequentemente associado a uma “visão economicista da imprensa, uma noção etilista da cultura e uma abordagem unívoca do sensacionalismo". A autora busca ir além das definições simplistas de que o sensacionalismo é degradante e de mau gosto e se propõe a superar a noção unívoca que considera que o jornalismo tem uma só forma de legitimidade.

> Cabe questionar se, num país em que a maioria da população carece de informações básicas para exercer sua cidadania, os jornalistas devam fazer jornalismo numa fórmula única e aguardar que a população tenha mais acesso à educação para compreendê-lo. (AMARAL, 2003, p.10)

O sensacionalismo seria, assim, um formato novo que não se engessa nos padrões tradicionais do jornalismo de objetividade, imparcialidade e racionalidade, uma opção diferenciada de fonte de informação mais próxima do público.

> A prática sensacionalista tanto pode significar o uso de artifícios inaceitáveis para a ética jornalística, como também pode se configurar numa estratégia de comunicabilidade com seus leitores através da apropriação de uma matriz cultural e estética diferente daquela que rege a imprensa de referência. (AMARAL, 2003, p.2)

Márcia Franz Amaral afasta o sensacionalismo de seu objeto de estudo - o jornalismo popular - uma vez que a amplitude do termo revela uma carga negativa, de condenação fácil, associada à degradação cultural e à notícia como mercadoria. “A redução do segmento popular da grande imprensa aos interesses econômicos e ideológicos revela uma perspectiva estreita e destituída de historicidade cujo resultado é a vitimização do público” (AMARAL, 2003, p.2). Os veículos que fazem abordagem sensacionalista são criticados como uma imprensa manipuladora diante um público passivo.

Ciro Marcondes Filho define o sensacionalismo sob bases econômicas e psicanalíticas. Ele descreve a prática sensacionalista como “nutriente psíquico,

desviante ideológico e descarga de pulsões instintivas" (AMARAL, 2003, p.4). Para o autor, o sensacionalismo satisfaz as carências psíquicas das pessoas, de forma sádica, caluniadora e ridicularizadora, apelando e enaltecendo a carga emotiva da noticía.

Do ponto de vista econômico, o sensacionalismo é, para Marcondes Filho, uma forma de vender mais edições de jornais e satisfazer seu público. O autor metaforiza: a informação é matéria-prima e a notícia é mercadoria, que serve para vender. Para ele, o jornalismo de um veículo sensacionalista limita-se a veicular o lado aparente, superficial, externo e atraente do fato, dispensando a essência, o sentido e a história, i.e, o contexto social no qual o fato está inserido. A notícia seria fabricada e vendida por si mesma, sem contextualização. Por isso, para o autor, "a imprensa sensacionalista, como a televisão, o papo no bar, o jogo de futebol, servem mais para desviar o público de sua realidade imediata do que para voltar-se a ela, mesmo que fosse para fazê-lo adaptar-se a ela" (MARCONDES FILHO, 1989 *apud* AMARAL, 2003, p.5).

Marcondes Filho afirma ainda que a imprensa sensacionalista é composta de escândalos, sexo e sangue e que não informa nem forma o público. O jornalismo sensacionalista divulgaria uma informação superficial e atraente ao público. "Tudo o que se vende é aparência e, na verdade, vende-se aquilo que a informação interna não irá desenvolver melhor do que a manchete" (MARCONDES, 1989 *apud* AMARAL, 2003, p.4).

Márcia Franz Amaral critica a teorização de Marcondes Filho. Considera importantes as colocações do autor, mas afirma que partir da visão frankfurtiana de que produto é mercadoria e tem função psicológica é insuficiente para dar conta do sensacionalismo, além de não considerar o papel social do jornalismo de formar e informar o público, comprimetido com a realidade social. Se, para Marcondes Filho, notícia sensacionalista é mercadoria, todos os jornais também devem ser classificados como sensacionalistas, uma vez que jornal é empresa que se mantém com as vendas de suas edições.

> Ao partirmos da idéia de que a notícia é tão somente mercadoria e que, portanto, todos jornais são sensacionalistas em alguma medida, subestimaríamos os demais papéis do jornalismo como produtor de conhecimento e construtor da realidade pública. (AMARAL, 2003, p.4)

2.1 A CULTURA INSERIDA NO SENSACIONALISMO

Autores como Alberto Dines (1971), Martín Barbero (1997) e García Canclini (2002) contribuíram para os estudos do sensacionalismo, acrescentando-lhes aspectos culturais. Neste contexto, Márcia Franz Amaral afirma que o sensacionalismo apela para o gosto das massas, não considerando a heterogeneidade da cultura popular. Para a autora, os jornais populares identificam-se com seu público através de elementos culturais e confirmam a marginalização social ao não abordar a diversidade cultural, homogeneizando e restringindo-se a uma cultura de massa.

> São recursos narrativos como os advindos do melodrama, do folhetim e da estética grotesca que, ao mesmo tempo que seduzem, informam e divertem, podem legitimar exclusões sociais, como já constatamos (AMARAL, 2002 *apud* AMARAL, 2003, p.10).

Garcia Canclini diz que cultura não é só reprodução, mas contribui para compreender, reproduzir ou transformar o sistema social. É neste quadro que o jornalismo sensacionalista se enquadra num sistema complexo, que se utliliza da cultura e afeta a sociedade. O conceito de hibridação de Canclini poderia explicar a cultura massiva explorada pelo jornalismo sensacionalista, uma vez que adequa características da cultura popular às condições de mercado (AMARAL, 2003, p.8).

Martín Barbero afirma que o discurso da imprensa é marcado pela matriz cultural que denominou de simbólica-dramática. Para Barbero e Muñoz (1992 *apud* AMARAL, 2003, p.9), a heterogeneidade cultural é indissociável da comunicação, o que leva à articulação das demandas sociais e culturais à lógica de mercado.

> Afirmar que o jornalismo sensacionalista revela o seu grau de mercantilização diz respeito apenas ao circuito do capital e não ao circuito da produção de formas subjetivas (MARTIN-BARBERO, 1997 *apud* AMARAL).

Alberto Dines situa jornais sangrentos e sensacionais como representantes da primeira etapa do processo de comunicação de um jornal com o leitor, como o "primeiro contato da camada inculta com um meio de comunicação cultural" (DINES, 1971 *apud* PEDROSO, p.47). Márcia Franz Amaral (2003, p.8) comenta a citação de Dines: "como se a história tivesse um caminho evolutivo demarcado previamente e para eliminar o sensacionalismo bastasse evoluir para um grau de cultura mais avançado."

Dines (1971 *apud* PEDROSO, p.47) divide o sensacionalismo em gráfico, linguístico e temático. O gráfico fornece um destaque visual maior que a importância do fato, se dirige a leitores desacostumados com a leitura, privilegia letras grandes e

conceitos pequenos. O sensacionalismo lingüístico ou de texto inclui as opções pelas palavras vivas e ricas que provocam sensações, e o temático é ligado às matérias que vendem.

3 ROSA NÍVEA PEDROSO: DISCURSO SENSACIONAL

Com foco no exagero e na produção que valoriza em excesso um fato, Rosa Nívea Pedroso afirma que jornalismo sensacionalista produz informações de atualidades que passa por "critérios de intensificação e exagero gráfico, temático, linguístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto de representação ou reprodução do real social" (PEDROSO, 2001, p.50)

Assim como Marcondes Filho (1989), a autora também sugere que o sensacionalismo satisfaz as necessidades psíquicas do espectador. Pedroso afirma essa conotação psicanalítica do sensacionalismo ao citar a satisfação psíquica que pode trazer uma leitura sobre fatos trágicos e violentos.

> "O jornalismo sensacionalista, pela maneira própria de engendramento discursivo, estrutura, representa e permite o acesso ao mundo da liberdade pela exploração dos temas agressivos, homicidas e aventureiros, que não podendo realizar-se na vida cotidiana, submetida à lei e à censura, tendem a realizar-se, projetivamente, na leitura. Isto é, na realização da construção" (PEDROSO, 2001, p.49)

Este tipo de jornalismo apela para as emoções do leitor atraindo-os com fatos bizarros, sádicos ou místicos, que "são ao mesmo tempo desejados, temidos e repelidos; apresentando-se como um meio psicológico de solucionar ou suavizar o conflito entre necessidade e satisfação, desejo e lei." (PEDROSO, 2001, p.49)

Para Pedroso (2001, p.49), o jornalismo sensacionalista é incomum e distante da realidade cotidiana, por isso choca o público. "O sensacionalismo é a exploração desse fascínio pelo extraordinário, pelo desvio, pela aberração, pela aventura, que é suposto existir na classe baixa".

Por outro lado, Barros (1971 *apud* PEDROSO, p.49) trabalha com a hipótese de que o sensacionalismo trabalha com fatos comuns e o que se modifica é o formato com que se apresenta o noticiário."Através da supervalorização e apresentação chocante dos fatos, o sensacionalismo expõe o que é oculto, mas muito próximo, (...) e extrema o que

é vulgar e corriqueiro para "emocionar além dos graus normais da tensão psicológica em que se vive".

Rosa Nívea Pedroso considera o jornalismo sensacionalista como o segmento popular da grande imprensa industrial-urbana. Seu noticiário seria formado por *fait divers*_ informação total, compreensível por si só, que não exige conhecimento para ser lida (consumida). "No interior dessa informação excepcional ou insiginificante, sem durabilidade e sem contexto, estão contidos, por sua vez, os tipos sociais, dramatizados narrativamente, que representam o lugar de evasão e o ritmo da informação angulados pelo nível-massa" (PEDROSO, p. 47).

Rosa Nívea Pedroso traça as regras que definem o modo e a prática jornalística:

> "Intensificação, exagero e heterogeneidade gráfica; ambivalência linguístico-semântica, que produz o *efeito de informar* através da não-identificação imediata da mensagem; valorização da emoção em detrimento da informação; exploração do extraordinário e do vulgar, de forma espetacular e desproporcional; adequeção discursiva ao *status semiótico* das classes subalternas; destaque de elementos insignificantes, ambíguos, supérfulos ou sugestivos; subtração de elementos importantes e acréscimo ou *invenção* de palavras ou fatos; valorização de conteúdos ou temáticas isoladas, com pouca possibilidade de desdobramento nas edições subsequentes e sem contextualização político-econômico-social-cultural; discursividade repetitiva, fechada ou centrada em si mesma, ambígua, motivada, autoritária, despolitizadora, fragmentária, inudirecional, vertical, ambivalente, dissimulada, indefinida, substitutiva, deslizante, avaliativa; exposição do oculto, mas próximo; produção discursiva sempre trágica, erótica, violenta, ridícula, insólita, grotesca ou fantástica; especificidade discursiva de jornal empresarial-capitalista, pertencente ao segmento popular da grande empresa industrial-urbana, em busca de consolidação econômica ao mercado jornalístico; escamoteamento da questão do popular, apesar do pretenso engajamento com o universo social marginal; gramática discursiva fundamentada no desnivelamento sócio-econômico e sociocultural entre as classes hegemônicas e subalternas."

No trecho apresentado, Pedroso enumera características que acredita pertencer ao sensacionalismo, e utiliza adjetivos, como ridícula, violenta, insólita para qualificar a produção discursiva sensacional.. Em uma das definições assinala "especificidade discursiva de jornal empresarial-capitalista", mas que jornal não é uma empresa que busca o lucro através da venda de seu produto-notícia?

4 DANILO ANGRIMANI: ESPREME QUE SAI SANGUE

Danilo Angrimani afirma que sensacionalismo é um termo totalitário e por isso leva à imprecisão, além de ser pejorativo e levar a uma visão negativa do jornal que o adota. Explorando recursos dramáticos, o jornal é capaz de tornar sensacional tanto o que é quanto o que não é sensacional – fatos que trazem por si só uma carga emotiva.

> "Sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se para isso de tom escandaloso, espalhafatoso. Sensacionalismo é a produção do noticiário que extrapola o real, superdimensiona o fato" (ANGRIMANI, 1995, p.16).

Danilo Andrimani toca no assunto da credibilidade dos veículos que adotam a postura sensacionalista. Em sua pesquisa com o jornal *Notícias Populares,* constata que há casos em que o sensacionalismo é utilizado na criação de uma notícia fictícia, sem qualquer relação com a realidade.

O autor também destaca a importância da manchete em uma publicação sensacionalista, que é responsável por atrair o leitor, consistindo numa estratégia para aumentar as vendas. Contudo, pode acontecer uma inadequação entre manchete, texto e/ou foto, diminuindo a cresdibilidade do veículo de comunicação. "A manchete deve provocar comoção, chocar, despertar a carga pulsional . São elementos que nem sempre estão presentes na notícia e dependem da "criatividade"editorial" (ANGRIMANI, 1995, p.16)

> "O sensacionalismo está presente também na linguagem coloquial exagerada, na produção de noticiário que extrapola o real, no tratamento antianódino do fato, na "produção de uma nova notícia que a partir daí passa a se vender por si mesma", na exploração do vulgar, no destaque a elementos insignificantes (...) na valorização de conteúdos ou temáticas isoladas (...) e sem contextualização político-econômico-social-cultural." (ANGRIMANI, 1990, p. 102)

Danilo Angrimani difere o jornalismo sensacionalista do considerado neutro e sério, através, principalmente de dois tipos de linguagem: sígnica, que seria a neutralidade do emissor, e a racionalidade das emoções do receptor; e a clichê, em que o receptor aproxima-se e se identifica com a mensagem. "

Para Angrimani, o sensacionalismo utiliza a linguagem clichê, uma vez que estabelece uma relação emotiva com o espectador, que se vê inserido no fato noticiado e sacia seu inconsciente. "A linguagem sensacionalista não admite distanciamento, nem a proteção da neutralidade" (ANGRIMANI, 1995, p.16)

O autor de *Espreme que sai sangue* fala ainda que o sensacionalismo utiliza a linguagem coloquial exagerada e emprega gírias e palavrões, muito distante do noticário comum, que possui uma linguagem mais sofisticada e elegante. "A linguagem editorial precisa ser chocante e causar impacto. O sensacionalismo não admite moderação" (Angrimani, 1995, p. 40).

Danilo Angrimani acredita que é preciso utilizar a psicanálise para estudar o sensacionalismo. Para isso, dedica um capítulo de seu livro a perpassar conceitos psicanalíticos como as três instâncias da personalidade desenvolvidas por Sigmund Freud - id, ego e superego.

> "Há, no propósito editorial sensacionalista uma descarga sádica, uma violência, um prazer na destruição, que provoca reações semelhantes no leitor (...) No papel de superego sádico, o jornal (também o radiojornal e o telejornal) sensacionalista age como um educador, proibindo e castigando, mas também com propósitos mais cruéis: há humilhação, domínio, (controle sobre o objeto) e uma perspectiva de quem quer ferir, causar dor. (ANGRIMANI, 1995, p.78)

O ego, parte inconsciente, parte consciente, é responsável pela percepção da realidade e também sofre a libido do id e a severidade do superego. O id é a fonte de pulsão para Freud, conteúdo completamente inconsciente, já o superego seria a instância constroladora através das normas sociais. Para Angrimani, o ego masoquista do leitor vive uma fantasia substitutiva e se satisfaz ao se colocar no lugar do transgressor punido – criminoso que está sendo retratado na notícia.

> O "superego acessório"será o juiz que condena implacavelmente os egos transgressores, através de manchetes e textos, onde predomina uma "lição de moral" e a agressividade de quem deseja "castigar". O *fait divers* proporciona também ao meio sensacional explorar a possibilidade inversa: a "drenagem" de fantasias sádicas, criminais e transgressores. (ANGRIMANI, 1995, p.51)

Angrimani explica que os jornais que assumem postura sensacionalista trabalham com a lição de moral e o saciamento das carências psíquicas do espectador, transgredindo e, ao mesmo tempo, advertendo. Já os veículos considerados mais sérios, estabelecem uma relação objetiva, que distancia das emoções, mas que pode, em alguns momentos, assumir o papel de punir os transgressores e saciar o espectador. "Transgressora, porque o jornal "mata" alguém que o leitor gostaria de ter ele mesmo

matado (...) advertência, (...) *porque o superego**[4] estabelece – indiretamente - regras de comportamento"

Morte, crime, desastre são notícias em todo tipo de jornal, independentemente se explora um caráter sensacionalista ou não. "A morte como espetáculo (Baudrillard), interessa a todos, igualitariamente, independente do nível cultural ou econômido de cada pessoa (ANGRIMANO, 1995, p.54). O interesse dos leitores é o mesmo, o que muda é a forma de apresentação dos fatos, ou seja, a linguagem do jornal sensacionalista.

> A linguagem editorial é a forma de se destacar uma foto, tornar o texto mais atraente, enfim, a busca de um equilíbrio entre ilustração e texto, além da preferência por matérias originadas de fait divers, em detrimento de temas político-econômico-internacionais, que servem como estímulo predominante ao jornal informativo comum. (ANGRIMANI, 1995, p.54)

O sensacionalismo trata a morte insistindo no envolvimento emocional do público, com a linguagem clichê. Danilo Angrimani constatou ainda temas de práticas desviantes que são recorrentes em um jornal sensacionalista: homossexualismo, fetichismo, voyeurismo e sadomasoquismo.

5 LÍGIA LANA: TELEJORNALISMO DRAMÁTICO

A pesquisa de Lígia Lana permeia a capacidade da TV em construir e reconfigurar a vida cotidiana. Para isso, trabalha como *Brasil Urgente*[5] participa da circulação de sentidos e invenção do cotidiano através da divulgação de acontecimentos comuns de São Paulo. A autora vê o programa "*Brasil Urgente* como um extrato da mídia televisiva que, resgatando práticas compartilhadas da sociedade, dialoga com a cultura participando da elaboração da vida cotidiana" (LANA, p.8).

A autora constata que *Brasil Urgente*, assim como outros tipos de programas chamados telejornais policiais, possui características ao mesmo tempo de progamas de auditório, *reality shows* e telejornais. Lana critica a denominação de telejornal policial por ser restritiva aos temas, por isso propõe renomear programas populares, muitas vezes, considerados sensacionalistas, com a denominação de telejornais dramáticos. Tal categoria revela um outro tipo de telejornalismo, diferente do tradicional, pois se

[4] Grifos meus, mantendo intenção da mensagem do autor.
[5] Programa apresentado diariamente na TV Bandeirantes, por Luíz Datena, às 18h15.

aproxima da vida cotidiana, dos crimes, desastres e acidentes, além de ressaltar relações complexas com a vida social.

A autora cita o distanciamento discursivo do telejornalismo tradicional, enquanto afirma que os programas populares são, desde sua origem, dramáticos. Desde a segunda metade da década de 90, na televisão brasileira surgiram programas de apelo popular marcados por algumas características: "o destaque às histórias de pessoas comuns, a preocupação com a realidade dos quadros apresentados e a exploração da intimidade" (ARAÚJO, 2006 *apud* LANA, p.15).

> Em todas essas emissões, perpassam os dramas, os desastres cotidianos, alguns mais próximos da subjetividade de indivíduos comuns, outros da violência cotidiana das cidades ou ainda da extravagância e do pitoresco de acontecimentos diversos. Interessa a esses programas selecionar ou construir situações dramáticas e comoventes, experiências que provoquem a emoção dos telespectadores." (LANA, p. 16)

O Brasil Urgente é descrito como um programa que trata de assuntos locais, ao vivo, com linguagem opinativa e coloquial, que aproxima o apresentador Datena ao público. As matérias noticiadas possuem trilha sonora que sugerem suspense e aventura, contribuindo para aumentar a dramatização do fato.

> "O dramático como traço fundamental do telejornalismo no programa é construído com a busca incessante pela proximidade da realidade. Não basta relatar o crime, é necessário aproximar-se do acusado, ver seu rosto, ouvir sua voz, é preciso ver também de perto a cena do evento, mesmo que deserta, os objetos encontrados, a arma usada, ver e ouvir a vítima. (LANA, 36)

Para Lana, Brasil Urgente é um telejornal dramático que traz a proximidade do público com os fatos do cotidiano das cidades, revelando o perigo da experiência no espaço pública ao divulgar assaltos, desastres e crimes. Diante das histórias particulares de anônimos, exploradas por uma linguagem subjetiva e opinativa, o público é afetado.

> No programa, o atravessamento da rua com o ambiente doméstico é dramático – os atores encenam suas histórias, que emocionam, causam dor ou repúdio. Os telespectadores não passam ilesos por *Brasil Urgente*, eles podem rejeitar a dureza e o horror da rua, concordando ou discordando dos posicionamentos do programa, trocando o canal e até mesmo desligando a TV. Eles podem também se comover com a dor, solidarizar-se ou tornar-se mais amedrontados ao sair para a rua. Em todos esses afetos possíveis diante do programa, estão sendo construídos alguns sentidos sobre a vivência do cotidiano no espaço

> público brasileiro. Sentidos que não se esquivam dos conflitos experimentados na convivência social. (LANA, p.61)

Os temas do telejornal dramático são, assim, inesperados, porque diferentes, e semelhantes, porque fazem parte da vida cotidiana. Dessa forma, Lana revela mais um paradoxo que norteia o sensacionalismo. "Ao se aproximar das histórias diárias de pessoas comuns, o dramático resulta na comoção. Separadamente, conteúdo e estratégia discursiva não resultariam no dramático; o dramático se faz pela associação desses dois aspectos" (LANA, p.111).

Em todo seu trabalho, Lana evita usar a terminologia sensacionalismo, porque percebe a negatividade que envolve seu significado, que contribui para a ideia arraigada que telejornais dramáticos não têm importância nos processos comunicativos – postura que ela critica. "Ao substituir a classificação "telejornalismo policial" por "telejornalismo dramático", evidenciaram-se aspectos muitas vezes encobertos pela perspectiva do sensacionalismo" (LANA, p.111). A autora reconhece a importância de pesquisadores irem além das críticas aos programas populares, uma vez que têm alcançado sucesso e são parte da construção da vida cotidiana.

6 SENSACIONALISMO: UM ALVO DE CRÍTICAS

O sensacionalismo pode ser considerado um termo pejorativo, na medida em que recebe críticas recorrentes e é associado ao jornalismo parcial, antiético e de baixo valor. Na década de 30, o Brasil já possuia campanhas críticas ao sensacionalismo (AMARAL, 2003, p.3). As críticas parecem surgir principalmente de uma aparente incompatibilidade entre o caráter empresarial dos meios de comunicação e seu caráter social.

> "Se é claro que a mídia tem dificuldades de cumprir sua função social por sua contradição com a lógica e com os interesses dos grandes grupos econômicos que a dominam, a nós, pesquisadores e jornalistas, também importa estudar o que a conecta, mesmo assim, com o mundo popular."(AMARAL, 2003, p.5)

A crença nos padrões jornalísticos de racionalidade, objetividade e imparcialidade também é causa das críticas do sensacionalismo, uma vez que esse tipo de jornalismo explora aspectos subjetivos e emocionais do fato, distanciando-se da visão unívoca de legitimidade do jornalismo.

> A concepção da notícia como espelho dos fatos faz com que os jornais populares sejam considerados tão somente distorção. Subentende que só é possível e desejável uma notícia despida de emoção e narração. Muitas críticas ao exagero e às distorções da imprensa popular caem no outro extremo de imaginar possível uma notícia límpida que faça os fatos transparecerem tal como aconteceram. (AMARAL, 2003, p.10)

O termo sensacionalismo, contudo, é usado com frequência para classificar qualquer erro ou desvio jornalístico, num âmbito amplo, generalista e nem sempre exato.

> "Na abrangência de seu emprego, sensacionalista é confundido não só com qualificativos editoriais como audácia, irreverência, questionamento, mas também como imprecisão, erro na apuração, distorção, deturpação, editorial agressivo – que são acontecimentos isolados e que podem ocorrer dentro de um jornal informativo comum." (ANGRIMANI, 1995, p.14)

O paradoxo reside no alto índice de audiência de programas ditos sensacionalistas, além do crescimento da venda de jornais de mesmo tipo e, ao mesmo tempo, o surgimento do "Movimento pela Ética na TV", da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados e de diferentes entidades da sociedade civil.

> Ainda que acusados de sensacionalismo, os programas populares alcançaram sucesso e altos índices de audiência desde seu surgimento. Ao mesmo tempo, sofreram muitas críticas de diferentes setores da sociedade que, em defesa de uma TV de qualidade, pressionaram as emissoras e, em certa medida, obtiveram sucesso, já que alguns programas foram retirados do ar e a programação teve seu desenho levemente modificado. (LANA, p. 12)

Ao pesquisar o jornal popular *Notícias Populares*, na década de 90, Danilo Angrimani constata que as críticas de que o jornal é "imoral", "licensioso" e "obsceno" são de pessoas que não leem, nem compram as edições. Os leitores são atraídos pela linguagem sensacionalista das manchetes e defendem a postura do jornal, afirmando que gostam das fotos coloridas e por ser fácil de ler.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perpassando os estudos de Danilo Angrimani, Lígia Lana, Márcia Franz Amaral e Rosa Nívea Pedroso, e pincelando alguns conceitos de outros autores, constatamos que há uma grande incidência de definições valorativas sobre o sensacionalismo,

repletas de adjetivações, e que consideram um aspecto manipulador dos veículos de comunicação. As definições constituem com frequência as causas motivantes do jornalismo sensacionalista – o alcance da audiência – e as suas possíveis consequências – manipulação de um público passivo e sem cultura. As críticas levam a uma percepção superficial quanto ao sensacionalismo. Alguns autores, contudo, já trazem uma perspectiva diferenciada quanto ao tema.

Márcia Franz Amaral e Lígia Lana estudam os jornais populares e evitam o uso do termo sensacionalismo. A tática pode ser eficiente, na medida em que evita as agregações de valor que já estão arraigadas ao conceito. Para Lana, o jornalismo popular e sensacionalista é capaz de recriar a vida cotidiana, que afeta o público com uma linguagem subjetiva e dramática.

Márcia Franz Amaral revela uma postura aberta, que reconhece a estratégia do sensacionalismo não só com relação ao mercado, mas considerando também as questões culturais e estéticas diferenciadas. Critica a questao da homogeneizaçao da cultura de massa pelo sensaiconalismo, ao inves de considerar heterogeneidade cultural popular.

Já constatou que o sensacionalismo recebe críticas em torno da visão economista das empresas jornalísticas, da noção de alta e baixa cultura e da noção de que o jornalismo só se legitima de uma única forma. A autora considera a possibilidade do fazer jornalístico com sensacionalismo, mas ao tratar do jornalismo popular, prefere se afastar da terminologia que se revela tão problemática.

Rosa Nívea Pedroso e Danilo Angrimani acrescentam a Psicanálise ao estudo do sensacionalismo, afirmando que as notícias trágicas e violentas levasse ao saciamento psíquico. Pedroso fala sobre a narração dramática e traça inúmeras características que consistiria o sensacionalismo, contudo o faz de forma generalizante e valorativa, não servindo de modelo para identificar claramente a prática sensacionalista. Danilo Angrimani é o único autor que fala da manchete sensacionalista. Dedica um capítulo de seu livro à aplicação da psicanálise ao sensacionalismo.

Pedroso, Angrimani, Lana, exceto Amaral coincidem suas constatações de que a linguagem é o diferencial do jornalismo sensacionalista. Se como o radical do termo sugere, sensacionalismo é tudo o que desperta sensações e, se como os autores expõem, sensacionalismo serve para aumentar a audiência, todos os meios de comunicaçao são sensacionalistas ou, em outras palavras, exploram recursos sensacionalistas.

> As palestras da Semana de Estudos ocorridas há 33 anos já evidenciavam que todo o processo de comunicação é sensacionalista, pois fundamentalmente mexe com sensações físicas e psíquicas (DINES, 1971), e que em toda a imprensa ocorre o processo sensacionalista, sendo o próprio *lead* um recurso sensacionalista por sublinhar os elementos mais palpitantes da história para seduzir o leitor (DINES, 1971 *apud* AMARAL, 2003, p. 3)

O sensacionalismo é rodeado por pelo menos quatro paradoxos: amplo e restrito – conceito utilizado em diversos contextos e, ao mesmo tempo, limitado em sua amplitude; transgressor e punidor – explora práticas violentas e adverte quem as executa; criticado e aplaudido pela audiência – apesar de muito criticado, garante audiências aos veículos que o adotam; aborda temas comuns e inesperados – noticia fatos do dia-a-dia, mas com algo de surpreendente. A postura editorial sensacionalista revela-se, assim, consistir em um tema complexo, no qual pesquisas ainda podem revelar diversas descobertas para os processos comunicativos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGRIMANI, Sobrinho Danilo. **Espreme que sai sangue. Um estudo do sensacionalismo na imprensa.** São Paulo: Summus, 1995. – (Coleção Novas Buscas em Comunicação ; v.47)

AMARAL, Márcia Franz. **Sensacionalismo: inoperância explicativa.** Em Questão, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 133-146, jan./jun. 2003.

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

LANA, Lígia. **Telejornalismo Dramático e Vida Cotidiana.** Dissertação de Mestrado UFMG.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da Notícia:** jornalismo como produção social de segunda natureza. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1989**..** 1986.

PEDRODO, Rosa Nivea. **A produção do discurso de informação num jornal sensacionalista.** UFRJ - Rio de Janeiro- RJ/ Escola de Comunicação 1983.

SPAGGIARI, Anamaíra. **A definição do sensacionalismo a partir de manifestações no twitter.** Trabalho apresentado no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom Sudeste - Vitória, ES – 13 a 15 de maio de 2010.