



“A confissão da Bruxa”: os efeitos de sentido do jornalismo sensacionalista da Veja¹

Anamaíra Pereira Spaggiari Souza²
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

A partir da revisão bibliográfica do conceito de sensacionalismo, pretende-se elencar suas principais características. Ao identificar que a matéria “As razões do mal”, da Veja, é sensacionalista, criou-se um enunciado não atestado, eliminando adjetivos, advérbios e elementos que se caracterizariam como sensacionalistas. Quais os efeitos de sentido de elementos sensacionalistas? Há diferença de sentido em ambos enunciados?

PALAVRAS-CHAVE: Sensacionalismo; Efeitos de sentido; Veja

1 Introdução

Vera Lúcia de Sant`anna, procuradora do Estado do Rio de Janeiro, foi acusada de torturar a menina de 2 anos que pretendia adotar. O fato foi manchete em vários veículos de imprensa do Brasil. Na edição de Maio de 2010, a capa e a reportagem principal da Veja foram dedicadas ao caso. A reportagem se utiliza de recursos literários de fadas e lobo mau, metaforizando a procuradora como uma bruxa. Esse fato poderia ser noticiado seguindo os padrões jornalísticos.

A partir da revisão bibliográfica sobre o conceito de sensacionalismo, constata-se a amplitude e os paradoxos arraigados ao termo. Os autores estudados trazem diferentes percepções e definições desse tipo de jornalismo e, a partir disso, busca-se uma convergência nesse estudo. A matéria da Veja foi considerada sensacionalista pelos principais critérios constatados.

Tal linguagem apresenta o mesmo efeito de sentido de uma matéria de mesmo tema mas com linguagem tradicional?

Essa é a pergunta que rege este trabalho, que tem o intuito de entender os diferentes efeitos de sentido de uma linguagem sensacionalista. A escolha de uma palavra pode modificar o efeito no leitor. Afinal, todo discurso estabiliza um sentido. Assim, criou-se um enunciado não atestado a partir da matéria da Veja, retirando seus

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 Prof. Dr. Wedencley Alves.



elementos subjetivos, literários, adjetivos e advérbios e substituindo alguns deles por outros que teriam menor juízo de valor e tom denunciativo. A ausência dos elementos retirados modifica a percepção do leitor? Os significados apreendidos são os mesmos?

O trabalho evidencia a construção do discurso sensacionalista e os efeitos que ele estabelece para o leitor. A hipótese é de que o sensacionalismo é um recurso linguístico que tem como principal efeito de sentido a intensificação e a aproximação do leitor com o fato noticiado.

2.1 Sensacionalismo: Revisão Conceitual

A partir unicamente do radical do termo, sensacionalismo seria tudo o que desperta sensações. Mas é um conceito abrangente, impreciso, rodeado de paradoxos, como observado nas diferentes conceituações dos autores acima. O sensacionalismo é amplo por abranger uma gama de características, mas também é restrito, por ser predominantemente associado a consequências negativas. É transgressor por satisfazer as necessidades sádicas e violentas, mas também pune e adverte com lições de morais. É criticado, mas garante audiência dos veículos que o adotam. Seus temas são fatos comuns que podem ser noticiados com uma linguagem sensacionalista, mas também acolhe temáticas inesperadas.

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

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.

Márcia Franz Amaral (2003, p.1) avalia o uso do conceito de sensacionalismo no estudo do jornalismo popular da grande imprensa, como sendo 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 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 jornalismo popular e o sensacionalismo seriam, assim, formatos novos que não se engessam nos padrões tradicionais do jornalismo de objetividade, imparcialidade e racionalidade, opções diferenciadas de fonte de informação mais próxima do público, se adequando à sua linguagem.

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 recurso sensacionalista abrange uma complexidade em sua própria construção e em seus referenciais simbólicos, assim como nos efeitos causados no leitor. Ao partirmos da idéia de que a notícia é tão somente mercadoria e que, portanto, todos jornais são sensacionalistas em alguma medida, subestimariamos os demais papéis do jornalismo como produtor de conhecimento e construtor da realidade pública (AMARAL, 2003, p.4).

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)

A autora afasta o sensacionalismo de seu objeto de estudo – 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 exploram sensacionalismo são vistos como uma imprensa manipuladora diante um público passivo.

Muitos jornais autodenominados populares interpelam uma matriz melodramática em oposição a uma matriz racional-iluminista que rege os princípios da imprensa de referência. Enquanto os jornais de referência baseiam-se em outros valores, hábitos, gostos e estilos, os jornais que se pretendem populares se apropriam de um repertório nutrido por uma matriz cultural popular e fazem com que o massivo seja um outro lugar de interpelação do popular. (AMARAL, p.7)



Para Márcia Franz Amaral, o sensacionalismo não pode ser limitado somente a uma vertente econômica, pois está entrelaçado por aspectos culturais em sua construção. Denomina-se matriz cultural simbólico dramática, os aspectos culturais e elementos populares que são associados a uma lógica de mercado e produção jornalística. O sensacionalismo apela para o gosto das massas, não considerando a heterogeneidade da cultura popular. 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)

Ciro Marcondes Filho define o sensacionalismo, sob bases econômicas e psicanalíticas, como “nutriente psíquico, desviante ideológico e descarga de pulsões instintivas” (*apud* 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 notícia.

Composta de escândalos, sexo e sangue, ela não informa nem forma o público, divulgando uma informação superficial e atraente, sem contextualização.. “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).

Do ponto de vista econômico, o sensacionalismo é 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. 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 imprensa sensacionalista, como a televisão, o papo no bar, o jogo de futebol, serve 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).

Alberto Dines (1971 *apud* PEDROSO, p.47) defende que o sensacionalismo pode ser apresentado nos níveis 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. Já temático é ligado às matérias que vendem, ou seja, à escolha de matérias que por si só chocam.

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)

Rosa Nívea Pedroso afirma que jornalismo sensacionalista produz informações de atualidades como fatos bizarros, sádicos ou místicos, que passam por “critérios de intensificação e exagero gráfico, temático, lingüístico 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, funcionando como um meio psicológico para o leitor, intermediando os conflitos de necessidade e satisfação e desejo e lei. Uma leitura sobre fatos trágicos e violentos pode levar satisfação psíquica ao leitor.

“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).

O noticiário seria formado por *fait divers* - informação total, compreensível por si só, que não exige conhecimento para ser lida (consumida). O jornalismo sensacionalista é incomum e distante da realidade cotidiana, explora o “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) apresenta 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 traça as características que definem esta 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; adequação discursiva ao *status semiótico* das classes subalternas; destaque de elementos insignificantes, ambíguos, supérfluos 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. Uma conceituação ampla e não categórica.

Em “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 Angrimani aborda também a credibilidade dos veículos que adotam a postura sensacionalista. Em sua pesquisa com o jornal *Notícias Populares*, na década de 90, constata que há casos em que o sensacionalismo é utilizado na criação de uma notícia fictícia, sem qualquer relação com a realidade.

O autor destaca a importância da manchete em uma publicação sensacionalista, que é responsável por atrair o leitor, consistindo numa estratégia para aumentar as vendas. Pode acontecer uma inadequação entre manchete, texto e/ou foto, diminuindo a credibilidade 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*, com um emissor neutro 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).

Sua linguagem coloquial é exagerada e emprega gírias e palavrões é muito distante do noticiário 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).

Tal linguagem prefere matérias originadas de *fait divers*, em detrimento de temas político-econômico-internacionais, e tem uma forma diferenciada de se destacar uma foto, tornar o texto mais atraente. Os temas de práticas desviantes são recorrentes em um jornal sensacionalista: homossexualismo, fetichismo, voyeurismo e sadomasoquismo.

Danilo Angrimani utiliza 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 rádiojornal 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)

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. “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”.

Em “Para além do sensacionalismo”, Lígia Lana critica a denominação de telejornal policial por ser restritiva aos temas, por isso propõe renomear programas populares, muitas vezes, considerados sensacionalistas, como telejornais dramáticos. Tal categoria revela um telejornalismo diferente do tradicional, pois se aproxima da vida cotidiana, dos crimes, desastres e acidentes, além de ressaltar relações complexas com a vida social.

Desde a segunda metade da década de 90, na televisão brasileira surgiram programas de apelo popular, interessados em construir situações dramáticas e comoventes, que provoquem a emoção dos telespectadores.

No telejornalismo tradicional, há um distanciamento discursivo, enquanto os programas populares são, desde sua origem, dramáticos. Diante das histórias particulares de anônimos, exploradas por uma linguagem subjetiva e opinativa, o público é afetado. 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.

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, p. 36)

Os temas do telejornal dramático são, assim, inesperados, porque diferentes, e semelhantes, porque fazem parte da vida cotidiana. Dessa forma, Lana revela 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).

Leonel Aguiar sugere o uso do conceito de jornal sensacional, em detrimento de sensacionalismo, que tem como temas os crimes, acidentes, catástrofes naturais, personagens heróicos, monstruosos ou cômicos. As narrativas sensacionais seriam parte do infotimento, termo híbrido composto a partir da fusão de informação com entretenimento, que garante a eficácia da estratégia de comunicação de seduzir o público. O jornalismo informativo moderno é considerado um dispositivo de conscientização política da sociedade, acrescido da capacidade de entreter, divertir e distrair da cultura de massa. (AGUIAR, 2009 p.13)

A vertente educativa aponta que a função social do jornalismo é informar e educar os cidadãos, além de vigiar e denunciar os abusos ou erros do poder político e instituições da sociedade. Por outro lado, a vertente sensacionalista defende que cumpre uma função socializadora ao atingir um público de massa, pois consegue despertar o interesse pela notícia, mantendo-o emocionado no processo de leitura. Aguiar defende que o sensacionalismo possui também uma função educativa porque “desperta o público para assuntos da comunidade – a partir de produto baseado na lógica das sensações e ainda assume uma função de lazer, pela sua potencialidade de entretenimento” (AGUIAR, 2009, p. 12).

3 Veja: A confissão da Bruxa

A capa da revista Veja, de 26 de Maio de 2010, traz o rosto em *close* da procuradora Vera Lúcia Sant`anna com a manchete “A confissão da bruxa”: “Eu chamei ela de cachorra mesmo”. A reportagem se trata da acusação da procuradora, de 66 anos, pela tortura de uma menina, de 2 anos, que estava sob sua guarda.

A edição traz 5 páginas da matéria que é a principal da revista. Na primeira, outra foto em *close* da suspeita, que está usando grandes óculos e um cabelo loiro que começa a ser desfocado na imagem, sugerindo uma juba de leão. O título da reportagem “As razões do mal” vem em letras garrafais logo abaixo da foto. As terceira e quarta páginas contém 3 fotos, uma de Vera usando lenço alaranjado na cabeça e óculos escuros, uma da garota adotada sendo levada para o abrigo de menores e outra da menina com seu rosto embaçado, sentada na beira de uma porta, abraçando um cachorro de pelúcia. Em um box, a entrevista com Vera, onde se destaca sua frase “Não faria sentido torturar uma menina que cuidaria de mim na velhice, certo?”. A quinta página mostra a foto da casa de Vera, fazendo alusão à pensão de 23 mil reais que deixaria para

a filha adotada. Outro box com o título “Mamãe odiosa” traz a história da atriz de Hollywood Joan Crawford, acusada de ter espancado seus filhos adotados.

Diferentemente do que sugere a capa, a reportagem apresenta, em entrevista, que a procuradora não confessou ter espancado a criança, crime pelo qual está sendo julgada. Houve inadequação entre manchete e texto e exagero na manchete como recurso que atrai o leitor, como defende Angrimani. A Veja optou por criar uma manchete apelativa e com juízos de valor associada a uma sentença descontextualizada da personagem, que admitiu ter xingado a criança, chamando ela de cachorra, mas não cometido o crime. Na entrevista, Vera agrega mais um argumento em sua incriminação: o de ter perdido a paciência depois de ter se irritado com o leite derramado na roupa da criança.

O início da matéria faz alusão às bruxas e heróis dos contos de fadas que, de acordo com os psicanalistas, levam as crianças a exorcizarem seus medos e angústias. Há a colocação de que os vilões da realidade são pais e familiares que torturam crianças. A construção do texto leva o leitor a concluir que Vera é bruxa e psicopata. A descrição de suas unhas vermelhas, o cabelo em desalinho e o comportamento exaltado, suas expressões sérias nas fotos e suas frases destacadas e comprometedoras contribuem para a associação de sua imagem a de uma bruxa. Outros elementos também reforçam essa imagem: seu interesse pelo tarô e o nome de Caldeirão, Mágia Prática e Vassoura e intuição mágica das comunidades virtuais do qual fazia parte. As características de um psicopata são enumeradas e a personagem vem como um exemplo de doente.

Grande parte do texto é destinado às descrições da suspeita, do crime e dos locais, com adjetivos que denotam intensidade – frieza, (bruxa) má, raivosa, (olhos) fixos, (voz) exaltada. Substantivos com julgamentos de valor também criam uma atmosfera de denúncia e inconformismo – crueldade, mal, desrazão, bruxa, humilhação, monstruosidade, fúria. Com os mesmos efeitos, perguntas retóricas também são utilizadas: “O que faz alguém ser capaz de tamanha brutalidade? E, sobretudo, o que faz alguém capaz de tal brutalidade querer adotar uma criança?”

Todas as fontes de informação contribuíram para condenar Vera: psiquiatra, seu ex-chefe, uma amiga da acusada, seu sobrinho, delegada, sua faxineira. Seu advogado não foi ouvido, assim como nenhuma testemunha em sua defesa. Os depoimentos e a construção argumentativa da reportagem direcionam o leitor a acreditar que não há dúvida de sua culpa.

Pela conceituação de Dines, podemos caracterizar a matéria como sensacionalista nos níveis gráfico, linguístico e temático. O primeiro está presente sob as formas das imagens, com contorno desfocados, que chamam a atenção e criam um ambiente fantasioso e surreal. O linguístico é evidente pelos elementos literários, além-texto, que recorrem à memória discursiva do leitor, criando um ambiente fantasioso. E temático pelo fato de a própria matéria, ainda que sob a forma de lead ou mais objetiva possível, é sensacionalista por si só por despertar sensações aos leitores.

Apesar de a matéria não apresentar um *lead*, que é um recurso sensacionalista, como aborda Dines, ela traz um primeiro parágrafo como estratégia comunicacional sensacionalista que sublinha os elementos mais instigantes da história, associando a histórias fictícias muito próximas do leitor.

Também sob o viés de Amaral é possível classificar a reportagem como sensacionalista, uma vez que a Veja utilizou a estratégia de explorar uma matriz estética dramática, apelando para elementos literários dos contos de fada numa matéria que envolve criança. A temática é a mesma da maioria dos jornais sensacionalistas e é condizente com todos os autores. O crime e o envolvimento de uma criança tornam a temática sensacional e mais um motivo para abordar sensacionalisticamente o fato.

Para Ciro Marcondes Filho, este tipo de imprensa sentimentaliza as questões sociais. A matéria da Veja aborda o tema de adoção e pouco rigor dos critérios que podem causar crimes familiares, como é o caso de Vera Lúcia.

A revista explorou o desvio de uma família, que causa choque por um crime envolvendo mãe adotiva e criança, dois elementos que não são aceitáveis pelo senso comum. Tal proposição se aproxima da conceituação de Pedrosa. Sendo assim, a reportagem “As razões do mal” pode ser considerada sensacionalista.

3.2 Enunciado não atestado

Para fins de análise do intradiscorso e dos efeitos de sentido da reportagem sob uma linguagem sensacionalista, foi criado um enunciado não atestado a partir da reportagem da Veja. Apesar de não se constituir na realidade, ele serve para verificar se a impressão produzida é a mesma diante de ambos textos. Com o recurso de retextualização, retira-lhe seus elementos literários, adjetivos, advérbios e sentimentos presentes, mas mantendo ao máximo as palavras da matéria original.



Em análise de discurso, o sentido não é atrelado a um objeto ou a um código, mas é efeito ou processo de uma enunciação. É no dizer que se processam os efeitos. Os discursos podem assumir diferentes sentidos, variando de acordo a formação discursiva de quem produz e a ideologia de quem recebe.

Elenca-se abaixo todos os elementos retirados, dentre palavras e trechos, para a constituição da nova matéria, ao lado dos principais efeitos que causa no leitor.

3.3 Efeitos de sentido

Do próprio título da matéria “Razões do Mal”, retirou-se o substantivo “mal”, que traz consigo um efeito de julgamento. Há acusação pelas características pessoais e juízos de valor do que a suspeita é e suas intenções, pelo que ela tem intrinsecamente, não necessariamente pelas que cometeu e fez em sociedade num determinado momento. O mal é subjetivo, o que é mal para mim pode não ser para o outro. O título poderia ser parafraseado por “Razões do Crime” e, neste caso, geraria um efeito mais objetivo pelo fato em si.

O efeito de sentido mais observado foi o de julgamento e acusação, presente em quase todos os elementos. O efeito de “tenta justificar sua crueldade” é a afirmação de que Vera é cruel, não relativizando sua condição de culpada, além de brincar ironicamente com a palavra “tentar”, como se não houvesse possibilidade de uma justificativa. Tal frase poderia ser substituída por “se defende das acusações feitas”, culpando a criança. Nesta opção, há uma distância entre o jornalista e o seu texto, não colocando juízos de valor e conseguindo informar sobre sua posição defensiva.

Há também o julgamento de que é uma pessoa irracional e louca: “sua lógica é da desrazão”. A falta de racionalidade (desrazão) seria um indício de loucura e auxiliaria no julgamento de Vera como psicopata, presente parágrafos depois. Há também a possibilidade de razão ser sinônimo de culpa. Neste caso, a lógica da procuradora passa a ser de retirar sua culpa.

Todos os elementos que trazem o termo “bruxa” reafirmam a culpa da acusada, por remeter à memória discursiva dos contos de fada, que associam bruxa à maldade e à crueldade. Os seguintes elementos foram retirados para a construção do enunciado não atestado: “Como uma bruxa má”, “os contos de fada, cujos heróis enfrentam bruxas malvadas e lobos maus, inevitavelmente acabam bem. São uma forma de as crianças exorcizarem seus medos e angústias, dizem os psicanalistas. Mas só no Brasil, há

milhares de meninos e meninas que descobrem, desde muito cedo, que bruxas malvadas e lobos maus podem existir de verdade – e, pior, habitar a casa onde eles moram. A procuradora Vera Lúcia de Sant’ Anna, de 66 anos, é uma dessas bruxas malvadas de carne e osso.”

“Apesar da bruxa processada, não é um final de conto de fadas” retira do leitor o alívio de que a condenação seria a solução dos problemas, como ocorre nos finais felizes das histórias infantis. O enunciado que se segue agrega ainda mais veracidade à associação de Vera à bruxa, contribuindo para o discurso construído dos contos de fada: “(...comunidades virtuais) chamadas, nem tão ironicamente no seu caso, Caldeirão, Vassoura e Intuição e Magia Prática.” No enunciado não atestado, o nome das comunidades seria dispensável, uma vez que não trariam este efeito de sentido na ausência do termo bruxa, seriam informações irrelevantes.

“Brutalizada” e “frieza e fúria” revelam a intensidade do ato e contribuem por comover mais o leitor e julgar como teria sido o crime. Os adjetivos poderiam ser evitados no enunciado não atestado, mas o efeito de sentido não seria tão comovente ou apelativo quanto o dado na matéria original, demonstrando sua relevância nos discursos.

O efeito de sentido de inconformismo revela a posição do enunciador e também é capaz de levar tal sentimento ao leitor, persuadindo-o, como é o caso de (dado) “absurdo”, “sem nenhum fio de remorso” e “O que faz alguém ser capaz de cometer tanta brutalidade? E, sobretudo, o que faz alguém capaz de tal brutalidade querer adotar uma criança? A monstrosidade da procuradora é identificada por especialistas como típica dos psicopatas.” Este último enunciado é composto de perguntas retóricas que demonstram revolta diante do crime e argumentos de associação a distúrbio mental, que levam o leitor a concluir que Vera é psicopata, além de julgar a acusada.

Para modificação das expressões, eliminando os juízos de valor e o tom de denúncia, sugere-se o seguinte enunciado: “O que faria alguém ser capaz de cometer tal crime? E, sobretudo, o que faria alguém capaz de cometer tal crime adotar uma criança? O comportamento pelo qual a procuradora está sendo acusada é identificado como típico dos psicopatas”. O uso do verbo no pretérito mais que perfeito não é afirmativo de que o fato aconteceu, como seria o caso na utilização do presente. A modificação afasta o jornalismo de seu objeto e define-se como reflexão, não como julgamento.

3.4 Os efeitos continuam no enunciado não atestado



É possível destacar trechos do enunciado não atestado, demonstrando como os juízos de valor e o tom denunciativo se mantiveram mesmo na ausência dos elementos sensacionais.

Um exemplo de enunciado denunciativo, mas sem o acompanhamento de uma prova que o corrobora, é o que se segue: “Durante os 29 dias em que T.E ficou sob os seus cuidados provisórios (os papéis para formalizar a adoção estavam correndo na Justiça), a procuradora a manteve trancafiada em um quarto”. O jornalista não declara a origem de sua informação, não apresentando provas nem testemunhas.

Há o julgamento de que Vera é psicopata, acompanhado do pronunciamento de um psiquiatra que analisa seu comportamento. “Eles são capazes de entender intelectualmente a diferença entre o bem e o mal, mas não demonstram ter as emoções que estão na base do senso moral das pessoas – como ilustra o caso de Vera Lúcia”.

“Vários episódios na biografia da procuradora revelam essa agressividade.” Em seguida, a matéria traz exemplos que corroborariam a condenação de Vera, dentre testemunhas e 15 boletins de ocorrência das delegacias do Rio de Janeiro. Não há no decorrer do texto nenhuma testemunha que defenderia a suspeita – apenas ela própria, que acaba por contribuir para seu próprio julgamento.

Sob quais provas o jornalista afirma que Vera tem problemas psicológicos? Não há nenhuma autoridade ou comprovação de tal julgamento. “A autorização do estado para que alguém com evidentes problemas psicológicos acolhesse uma criança em casa expõe as fragilidades da lei de adoção no Brasil”.

4 Considerações Finais

Veja é uma revista destinada principalmente às classes A e B, um público de boa formação e nível econômico, de acordo com seu diretor de redação Eurípedes Alcântara. Na matéria da capa de maio de 2011 “Razões do mal”, há exploração da linguagem sensacionalista, que comove o leitor. Diferentemente do que Pedroso defende, o sensacionalismo como linguagem jornalística pode ser explorado por todos os tipos de veículos, independentemente da classe que representa seu público principal.

O enunciado não atestado sem os elementos literários e adjetivos contém uma série de efeitos de sentidos de denúncia e juízos de valor. Este é um indício de que a parcialidade e o julgamento sem provas não são necessariamente características da linguagem sensacionalista – associação utilizada nas críticas ao sensacionalismo.



O sensacionalismo se constitui como uma estratégia textual, que se articula, neste caso, com elementos literários presentes na memória discursiva do leitor. A análise demonstra que a linguagem sensacionalista ajuda a intensificar os efeitos de sentido e demarcar com mais clareza a posição do sujeito enunciador. Os adjetivos, advérbios e elementos literários que podem fazer parte da linguagem sensacionalista trazem intensificação do drama e uma aproximação com o leitor, ao remeter e se conectar com sua memória discursiva.

Bibliografia

AGUIAR, Leonel. **Informar ou Entreter: questões sobre a importância e o interesse das notícias.** Rio de Janeiro. Artigo publicado no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2009.

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

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.

GUIRADO, Maria Cecília. PETTENUCCI, Tiago. **Processos de produção Jornalística: o caso Isabella Nardoni.** Artigo, São Paulo.

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

LAZARUSFELD, 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.

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

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

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

PORTO, M. S. G. **Violência e meios de comunicação de massa na sociedade contemporânea.** *Revista Sociologias*, Porto Alegre – RS, v. 8, jul./dez. 2002.