



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

JORNALISMO E SENSACIONALISMO
Enquadramento, criminalização da pobreza e implicações éticas
no *Jornal Cinform*

JOSÉ CRISTIAN GÓES

SÃO CRISTÓVÃO/SE
Janeiro/2014



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

JORNALISMO E SENSACIONALISMO
Enquadramento, criminalização da pobreza e implicações éticas
no *Jornal Cinform*

JOSÉ CRISTIAN GÓES

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Carlos E. Franciscato.

SÃO CRISTÓVÃO/SE
Janeiro/2014



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

JORNALISMO E SENSACIONALISMO
Enquadramento, criminalização da pobreza e implicações éticas
no *Jornal Cinform*

JOSÉ CRISTIAN GÓES

Banca de avaliação:

Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior - UFPE

Prof. Dr. Josenildo Luiz Guerra - UFS

Prof. Dr. Carlos Eduardo Franciscato (Orientador) - UFS

SÃO CRISTÓVÃO/SE
Janeiro/2014

Agradeço e dedico este trabalho

A Deus pelo dom da vida plena;

Ao meus pais e irmão pelo apoio e incentivo incondicionais;

À Rita de Cássia, Maria Clara e José Guilherme pelo constante estímulo,
participação e compreensão pelas ausências;

Ao professor doutor Carlos Eduardo Franciscato, meu orientador, pelo acolhimento,
paciência, dedicação, correções e análises desafiadoras;

Aos professores e colegas do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal
de Sergipe pelas discussões, acompanhamento e torcida;

Aos colegas jornalistas que trabalharam e aos que trabalham no *Jornal Cinform*,
além dos seus diretores, pelas importantes contribuições;

A todos que mantêm acessa a chama da crença de que uma outra sociedade é
possível.

*Nossas crianças mortas já não saem nem na capa
Só saem nos jornais de vez em quando
Se o crime for bem bárbaro, com câmera filmando.*

Martelo, Fagner e Gabriel Pensador (2009)

RESUMO

Rotular que este ou aquele meio é sensacionalista apenas porque se dedica à exploração da violência, com generosa medida de crimes, sexo e miséria humana e afirmar que essa prática atrai amplas audiências nas camadas populares impõe certa obviedade e uma constatação que se encerra em si mesma. Este trabalho é fruto dessa inquietação. Busca-se aqui ir além de observações reducionistas sobre o sensacionalismo, a partir de três movimentos interseccionados: a inserção desse formato na teoria do jornalismo, a partir dos estudos sobre enquadramento; a relação desse *frame* com as representações sociais sobre pobreza e violência; e a avaliação desse quadro sensacionalista à luz da ética jornalística. Seu objetivo central é discutir o sensacionalismo como prática jornalística corrente. Há um esforço em discutir jornalismo, acontecimento e cotidiano e de fazer uma revisão sobre o processo histórico do sensacionalismo na imprensa. Como objeto foi escolhido o *Jornal Cinform*, periódico semanal que circula em Aracaju/SE. Foi investigada a manchete principal desse jornal identificada como sensacionalista e a reportagem dela decorrente entre os anos de 2008 a 2012. Utilizando-se da análise de conteúdo e das entrevistas com repórteres e com o diretor de jornalismo do jornal, chegamos à conclusão de que o sensacionalismo pode se constituir um enquadramento, articulado entre repórteres e empresa e que é aplicado em determinados acontecimentos com carga dramática latente de violência, transformando-os em relatos de barbárie. Esse modo interpretativo e saliente da realidade, através da prática sensacionalista, acaba reafirmando representações sociais que criminalizam a pobreza. Nessas condições, sob a luz da ética jornalística, esse enquadramento se torna um flagrante desvio de conduta profissional, mas que diante da naturalização do quadro, alguns pressupostos éticos ficaram relativizados. Ao enfrentar a análise do sensacionalismo a partir de três claros movimentos: enquadramento, representação social e ética apresentamos contribuições de que o enquadramento sensacionalista é resultado de um processo articulado de categorias que se entrecruzam com as representações sociais. Além dessas constatações, salientamos que esse processo não é neutro e isento e à luz da ética jornalística impõe uma conduta ética reprovável. Ao final, esperamos ter sinalizado outras questões que ajudam a melhor compreender o cotidiano no jornalismo.

PALAVRAS-CHAVES: Jornalismo; Sensacionalismo; Enquadramento; Representações sociais; Criminalização da pobreza; Ética jornalística.

SUMÁRIO

LISTA DE QUADROS

LISTA DE TABELAS

LISTA DE FIGURAS

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 – O JORNALISMO	23
1.1 – Jornalismo e realidade	23
1.2 – Jornalismo e conhecimento	27
1.3 – Jornalismo e acontecimento	30
CAPÍTULO 2 – SENSACIONALISMO, <i>FRAMING</i>, REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E ÉTICA NO JORNALISMO	34
2.1 – Sensacionalismo: para melhor compreender esse formato	34
2.1.1 - O “sensacionalismo” nas primeiras gazetas	41
2.1.2 – <i>Penny press</i> : a notícia para vender	44
2.1.3 – Grandes impérios dos jornais populares	49
2.1.4 – O Brasil e o sensacionalismo impresso	53
2.1.5 – Contribuições ao jornalismo	57
2.2 – Enquadramento e sensacionalismo: possibilidades	58
2.2.1 - Goffman: a ideia de enquadramento	58
2.2.2 – Os estudos do <i>frame</i> no jornalismo	63
2.2.3 - A hipótese do <i>framing</i> sensacionalista	68
2.2.4 – Jornalista, rotina e linha editorial	76
2.2.5 – Sensacionalizar a emoção	78
2.3 – Representações sociais, sensacionalismo e barbárie	82
2.3.1 - Representações sociais, jornalismo e violência	82
2.3.2 – Estereótipo: alicerce do sensacionalismo	89
2.3.3 - Do sensacionalismo à criminalização da pobreza	94
2.3.4 - Raízes históricas da vinculação crime e pobreza	97
2.3.5 – Para além da pobreza: barbárie, visibilidade e controle social	101
2.4 – Sensacionalismo à luz da ética no jornalismo	108
2.4.1 – Código de Ética dos Jornalistas como referência	108
2.4.2 – Sensacionalismo no banco da ética	112
2.4.3 – A presunção de inocência e a privacidade	115
2.4.4 – As fontes e as falas: o “jornalismo de mãos limpas”	118
CAPÍTULO 3 – A METODOLOGIA	121
3.1 – Análise de Conteúdo <i>quanti-quali</i>	121
3.2 – A metodologia em análise de <i>frames</i>	125

3.3 – Entrevista semi-estruturada	129
3.4 – Trajetória metodológica no <i>Cinform</i> : indicadores, quadros e tabelas	131
3.4.1 – Enquadramento	136
3.4.2 – Representação social	138
3.4.3 – Confronto ético	140
3.4.4 – Entrevistas e falas das fontes	142
CAPÍTULO 4 – JORNAL CIFORM: ANÁLISE DO CONJUNTO	145
4.1 – O enquadramento sensacionalista	145
4.1.1 – Condição episódica	145
4.1.2 – Impacto humano	149
4.1.3 – Moralidade	152
4.1.4 – Estrutura textual simplificadora	155
4.1.5 – Ênfase	157
4.1.6 – Apresentação visual	160
4.1.7 – Resultado geral do enquadramento	165
4.2 – Representação social e criminalização da pobreza	166
4.2.1 – Localização geográfica	166
4.2.2 – Descrição das personagens	169
4.2.3 – Narrativa moral	171
4.2.4 – Expressões de ameaça social	173
4.2.5 – Representações construídas pelas falas das fontes	176
4.2.5.1 – As vítimas	178
4.2.5.2 – Os acusados	179
4.2.5.3 – As autoridades	181
4.2.5.4 – A população	184
4.2.6 – Resultado geral da representação social	186
4.3 – Confronto ético jornalístico	188
4.3.1 – Relação com as fontes	188
4.3.2 – Não violência	189
4.3.3 – Presunção de inocência	190
4.3.4 – Resultado geral do confronto ético jornalístico	192
4.4 - A voz dos repórteres	194
4.4.1 – Rotina e enquadramento sensacionalista	194
4.4.2 – Seleção, crime e pobreza	197
4.4.3 – Avaliação ética	199
4.4.4 – Linha editorial do <i>Cinform</i>	202
4.4.5 – Resultado geral das vozes dos repórteres e da linha editorial	205
4.5 – Resultado final	206
CONCLUSÕES	208
REFERÊNCIAS	218
ANEXO – Apenas as manchetes indicativas de sensacionalismo	227

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Os 39 conjuntos sensacionalistas do <i>Cinform</i> de 2008 a 2012	135
Quadro 2 – Enquadramento – condição episódica	145
Quadro 3 – Enquadramento temático	146
Quadro 4 – Em 22 conjuntos dos 39 o <i>sexo</i> está presente na trama	147
Quadro 5 – Alguns exemplos de enquadramento de impacto humano	149
Quadro 6 – Exemplos de enquadramento de moralidade	152
Quadro 7 – Exemplos de enquadramento através de texto simplificador	155
Quadro 8 – Exemplo de enquadramento de ênfase	157
Quadro 9 – Descrição geográfica	167
Quadro 10 – Descrição das personagens	160
Quadro 11 – Narrativa moral	172
Quadro 12 – Expressão de ameaça social	175
Quadro 13 – Manchetes da capa com falas entre aspas das fontes	177
Quadro 14 – Falas das vítimas	177
Quadro 15 – Falas dos acusados	179
Quadro 16 – Falas das autoridades	182
Quadro 17 – Falas da população	184

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Corpus da pesquisa: conjuntos sensacionalistas no <i>Cinform</i>	134
Tabela 2 – Enquadramento - condição episódica	144
Tabela 3 – Enquadramento de impacto humano	149
Tabela 4 – Enquadramento de moralidade	151
Tabela 5 – Enquadramento através de estrutura textual simplificadora	154
Tabela 6 – Enquadramento de ênfase	156
Tabela 7 – Enquadramento por apresentação visual	160
Tabela 8 – Resumo geral do enquadramento sensacionalistas	165
Tabela 9 – Localização geográfica	166
Tabela 10 – Descrição geográfica	166
Tabela 11 – Descrição das personagens	168
Tabela 12 – Narrativa moral	171
Tabela 13 – Expressão de ameaça social	172
Tabela 14 – Representações sociais construídas pelas falas das fontes	176
Tabela 15 – Falas das autoridades	181
Tabela 16 – Resultado geral das representações sociais	186
Tabela 17 – Ética jornalística e as fontes	187
Tabela 18 – Não incitação à violência	189
Tabela 19 – Presunção de inocência	190
Tabela 20 – Resultado geral de confronto ético	192
Tabela 21 – Autoria das notícias	193
Tabela 22 – Resultado final	206

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (29/09/2011)	15
Figura 2 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (03/12/2012)	15
Figura 3 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (18/08/2013)	15
Figura 4 – Capa do <i>Jornal Super Popular</i> (05/10/2013)	18
Figura 5 – Capa do <i>Jornal Super Popular</i> (24/08/2013)	18
Figura 6 – Capa do <i>Jornal Super Popular</i> (05/09/2013)	18
Figura 7 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (22/06/2009)	148
Figura 8 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (25/10/2010)	148
Figura 9 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (29/09/2011)	151
Figura 10 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (04/06/2012)	151
Figura 11 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (02/08/2011)	153
Figura 12 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (01/02/2011)	153
Figura 13 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (21/11/2011)	156
Figura 14 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (28/02/2011)	156
Figura 15 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (24/03/2008)	159
Figura 16 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> (03/09/2011)	159
Figura 17 – Foto do cadáver de Pipita – <i>Jornal Cinform</i> (24/03/2008)	160
Figura 18 – Foto de mulher e criança - sem relação com a manchete	161
Figura 19 – Foto capa em 01/02/2011	162
Figura 20 – Foto capa em 27/10/2009	162
Figura 21 – Foto em 19/04/2010	162
Figura 22 – Foto na capa do <i>Jornal Cinform</i> em 29/09/2011	162
Figura 23 – Foto na capa do <i>Jornal Cinform</i> em 28/02/2011	163
Figura 24 – Foto capa em 23/08/2011	163
Figura 25 – Ilustração na capa do <i>Jornal Cinform</i> em 02/05/2011	163
Figura 26 – Capa do <i>Jornal Cinform</i> em 26/11/2012	174

INTRODUÇÃO

Investigar produtos, processos e discursos nos fenômenos jornalísticos não uma ação recente, pelo contrário. De longa data, esse esforço de centenas de pesquisadores tem produzido uma necessária e qualificada análise sobre o jornalismo¹, especialmente gerando uma intensa e dinâmica produção científica. No entanto, essa perspectiva não indica seu esgotamento. Ocorre o inverso. Alguns fenômenos jornalísticos carecem de aprofundamentos e de revisões ou, no mínimo, podem ser observados por ângulos até então pouco perceptíveis. Um desses casos é o sensacionalismo.

Há, em alguns ambientes mais críticos do jornalismo, uma ideia majoritária que os produtos da imprensa popular que abrigam o sensacionalismo em seu cotidiano estão corrompidos, no mínimo, pelo péssimo jornalismo. São considerados produtos baratos, sem qualidade, apenas para ser consumido pelas camadas de baixa instrução e renda, que, em tese, festejariam notícias do tipo “espreme que sai sangue”.

Ainda por viés crítico, de maneira geral, as coberturas sensacionalistas estariam caracterizadas pela intensa exploração desmedida de casos violentos, sexo, bizarrices, escândalos privados, eventos extraordinários, histórias de interesse e impacto humano. O sensacionalismo ainda guarda em si a ideia de mercado, onde ele seria uma poderosa ferramenta da empresa para atrair amplas audiências e garantir significativos lucros às organizações. Em razão dessa condição econômica, o sensacionalismo transformaria a notícia num atrativo produto concorrencial na prateleira e que objetiva ser consumido e finalizado ali, *in natura*, sem maiores desdobramentos e preocupações. Este aspecto de notícia como mercadoria, independente do tratamento sensacionalista, pode indicar uma forte oposição a pressupostos éticos socialmente pactuados no jornalismo.

Mais recentemente, quaisquer personagens ou figuras públicas que são alvo de coberturas intensivas contrárias aos seus interesses, sentindo-se assim incomodadas com holofotes midiáticos sobre elas, partem ao ataque ou procuram se defender alegando que a imprensa faz “sensacionalismo”. Isto é, este formato decisivamente se consolidou como sinônimo de mau jornalismo.

¹ Fizemos a opção de utilizar a palavra jornalismo com letra minúscula nessa dissertação. Aparecerá maiúscula quando se referir à disciplina acadêmica.

De fato, as críticas apresentadas ao sensacionalismo têm sólidas sustentações e podem proceder. No entanto, é preciso avançar na análise desse formato para que não se corra o risco de se estereotipar o sensacionalismo, ou seja, incorrendo-se exatamente em um dos pecados que essa prática é acusada de cometer: generalização e reducionismo. Assim, um dos primeiros desafios neste trabalho foi enfrentar o conceito desse formato, marcando seus limites e possibilidades. Consideramos nem toda notícia de crimes, casos violentos, histórias de interesse ou impacto humano, tragédias, dramas resultará em sensacionalismo. O sensacionalismo é, antes de tudo, uma opção, às vezes consciente, por uma seleção e narrativa verbo-visual dramáticas de tons tão exagerados que até mesmo o jornalismo parece deixar de existir naquele momento.

Outro aspecto a se considerar é o de que no meio impresso há produtos que são facilmente identificados por assumir muitas vezes o sensacionalismo como uma prática cotidiana, mesmo quando alegam promover um jornalismo popular², de serviço, mais próximo das camadas populares. Geralmente são periódicos tabloides supercoloridos, vendidos nas ruas por alguns centavos de Real, e, no caso de emissoras de rádio e televisão, programas dedicados a cobrir casos policiais, brigas de vizinhos, escândalos de celebridades, histórias bizarras. Alguns até fazem episódicas e estridentes denúncias de problemas urbanos, aparentemente tornando-se porta-vozes dos reclames populares.

No entanto, o sensacionalismo não está aprisionado nesses produtos populares. Pode-se encontrar a cobertura sensacionalista, em menor ou maior grau, com maior ou menor tom, também na considerada imprensa de referência. Há casos dramáticos e de impacto, que em razão do exagero e dos contornos na cobertura cotidiana, migraram em vários momentos para o sensacionalismo, a exemplo dos assassinatos dos pais Suzane Richthofen em 2006; de menina Isabela Nardoni em 2008; de Eliza Samudio em 2010; do executivo da Yoke, Marcos Matsunaga em 2012; da família Pesseghini, em 2013.

Este trabalho compreende que o sensacionalismo é um formato historicamente presente no jornalismo, estando ao alcance dos meios e que pode ser pesquisado em quatro vieses: conteúdo, narrativa, estética/suporte e condição mercadológica.

² Quando se usa aqui a expressão jornalismo popular não se faz referência aos jornais e nem aos programas de emissoras de rádio e televisão alternativos e populares, que são geralmente produzidos por associações de moradores, sindicatos de trabalhadores, movimentos estudantis e sociais. Trata-se jornal popular como aquele produto comercial massivo dentro de uma lógica de imprensa empresarial definida que muitas vezes se utiliza do sensacionalismo como estratégia de atração e ampliação da audiência.

Os estudos desta pesquisa estão centrados no produto jornalístico – *Jornal Cinform*, um periódico impresso local (Sergipe) - e no processo constituído por uma prática social que leva em conta a seleção dos acontecimentos, a materialização do seu conteúdo, as narrativas e o formato. Não buscamos entender o formato a partir de pesquisas de recepção e nem da estratégia comercial da organização.

Na mídia impressa internacional há vários títulos acusados de aproximação com o sensacionalismo, sendo os tabloides ingleses os mais conhecidos. Eles se dedicariam a escândalos íntimos das celebridades do momento e da família real.

No Brasil, esses periódicos são considerados como jornais populares e, muitas vezes, rotulados pela crítica como sensacionalistas em razão do tratamento que dão aos temas neles abordados. Estão em regiões metropolitanas, guardam o formato tabloide, baixo preço e dão ênfase a casos exemplares de violência.

Segundo classificação da Associação Nacional dos Jornais (ANJ), oito desses periódicos populares figuravam entre os 15 mais vendidos do país³ e são pela ordem de vendagem o *Super Notícia* (MG), *Extra* (RJ), *Diário Gaúcho* (RS), *Daqui* (GO), *Meia Hora* (RJ), *Aqui* (MG/MA/PE/DF), *Agora São Paulo* (SP) e *Dez Minutos* (AM).

Chama atenção o caso do *Super Notícia*⁴, um jornal que circula na Grande Belo Horizonte e, em 2012, vendeu 296.799 exemplares diários, em média, perdendo a liderança no país para a *Folha de São Paulo* por 871 exemplares. Em 2010 e 2011, o *Jornal Super Notícia* foi o jornal diário mais vendido do país. Registre-se que há dez anos, em 2002, entre os dez jornais mais vendidos no país só três eram considerados populares e somavam uma tiragem de 622.534 exemplares. No ano passado, os oito jornais nesse estilo venderam 1.250.124 exemplares, em média.

A maioria desses jornais, vendidos avulsamente a menos de R\$ 1,00 nas ruas e pontos comerciais das áreas urbanas nas cidades, não se reconhece sensacionalista, em razão da carga negativa dessa expressão. O sensacionalismo seria como uma mancha pecaminosa que todos eles rejeitam. “Talvez não haja ofensa maior à mídia do que a designação ‘sensacionalista’. Parece ser uma desconsideração profunda, quase

³ Dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) sobre os maiores jornais do Brasil de circulação paga, por ano, e que estão disponíveis em www.anj.org.br

⁴ <http://www.otempo.com.br/super-noticia/>

irreparável” (RAMOS, 2012, p. 9). Por isso, preferem denominações como jornal popular, imprensa popular, jornal de massa e até jornal popular de qualidade, tudo isso em clara oposição aos *quality papers* ou de referência, tidos como “sérios”.

Nos últimos anos, esses jornais populares buscaram reduzir a tríade crime-sexo-escatologia e que indica forte tendência para o sensacionalismo e teriam realçado conteúdos de esportes, anúncios classificados, receitas culinárias, horóscopos, resumos de novelas, calendários de pagamento, isto é, informações de serviço.

Um aspecto merece atenção: muitos desses jornais populares sensacionalistas são de organizações que já editam jornais consolidados e de referência. A empresa de *O Globo*, por exemplo, faz circular os jornais *Extra* e *Expresso*, ambos no Rio de Janeiro, e o *Diário de São Paulo*, na capital paulista. A organização que edita *O Tempo*, de Belo Horizonte, também é dona do *Super Notícia*. A *Folha de São Paulo* produz o popular *Agora São Paulo*. Na Bahia, a empresa de *A Tarde* imprime o *Massa*.

Reiteramos que objetivo deste trabalho é investigar o sensacionalismo como uma prática do jornalismo contemporâneo, isto é, seu enquadramento nas redações, sua possível utilização em processos de representação social que criminaliza a pobreza e avaliar se esta ação se opõe aos princípios da ética jornalística.

O objeto

É nesse contexto que se insere o objeto dessa pesquisa: o *Jornal Cinform*, um periódico semanal que circula nas segundas-feiras em Sergipe. Segundo a empresa que o imprime, que tem o mesmo nome, o jornal tem vendagem média de 12 mil exemplares por semana⁵.

Este periódico apresenta peculiaridades que o complexificam. Uma delas é que o jornalismo lá exercido não pode ser rotulado como totalmente sensacionalista, mas também não pode ser considerado como de referência. Consideramos seu conteúdo como *híbrido* e essa condição é um desafio porque impõe a esta pesquisa uma nítida definição do que é e do que não é sensacionalismo. Para esclarecer esse aspecto de conteúdo híbrido, identificamos que no *Jornal Cinform*, numa mesma edição são observadas manchetes, fotos e notícias com a caracterização sensacionalista, isto é, fatos

⁵ Dados de circulação média em 2013 fornecidos pelo Jornal Cinform.

episódicos exagerados, no entanto, também há longas reportagens com temas relevantes, aprofundados, contextualizados, distantes de indícios sensacionalistas. Em algumas de suas edições, seu texto se assemelha ao de revista, com abordagem de temas de comportamento e de saúde. Em outras edições, a manchete e reportagem principal não passam de notícia factual e sensacionalista (ver figuras 1, 2 e 3).



Figura 1 – Cinform (29/09/2011)



Figura 2 - Cinform (03/12/2012)



Figura 3 – Cinform (18/08/2013)

O *Jornal Cinform*, com 30 anos de existência, é o único impresso a circular às segundas-feiras em todos os 75 municípios de Sergipe, que tem uma população de 2.110.867⁶. No estado ainda há outros três jornais impressos, sendo eles diários: 1) *Jornal da Cidade*. Fundado em 1971, ele pertence à família Franco, proprietária de emissoras de rádio e televisão e com atividades nas áreas agropecuárias e industriais. Os proprietários do jornal têm ampla atuação política e já ocuparam cargos de governador, senador, deputado federal, deputado estadual e prefeito. O jornal tem uma circulação média de 10 mil exemplares e lá trabalham 32 jornalistas. 2) *Correio de Sergipe*. Lançado em 2001 é o substituto do *Jornal da Manhã*, que circulou por 22 anos. O *Correio* é da família Alves, também proprietária de emissoras de rádio e de construtora. Seus donos possuem atuação política, ocupando cargos de governador, senador, deputado federal e prefeito da capital. O jornal circula em média com 7 mil jornais e a redação têm 18 jornalistas. 3) *Jornal do Dia*. É de 2005 e pertence ao jornalista Elenilton Santana, que é também empresário na indústria gráfica. Ele nunca ocupou

⁶ Dados do Censo do IBGE (www.ibge.gov.br)

cargos políticos. O *Jornal do Dia* tem uma circulação média de 5 mil e 12 jornalistas estão contratados nele.

Os demais produtos do jornalismo em Sergipe, como emissoras de rádio e televisão, também estão concentradas na capital e nas mãos de empresários com atuação em outras atividades econômicas e na política. Muitos possuem dependência editorial dos sistemas governamentais de verbas publicitárias, de interesses econômicos de suas outras atividades econômicas e dos interesses políticos-eleitorais do momento. Chama atenção o caso da família Franco, proprietária do principal jornal impresso, o *Jornal da Cidade* e de emissoras de rádio. Ela também explora as duas emissoras comerciais de televisão do Estado em sistema aberto, a *TV Sergipe*, filiada a *Rede Globo*, e a *TV Atalaia*, vinculada a *Rede Record*. As outras emissoras abertas são: a *TV Aperipê*, do Governo do Estado, e a *TV Canção Nova*, da igreja Católica. Há uma emissora de tv em sistema fechado, a *TV Cidade*, de Adierison Monteiro, empresário do setor de transporte de passageiros e dirigente do PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira).

É neste cenário da imprensa local que se localiza o *Jornal Cinform*. A empresa foi fundada em 12 de dezembro de 1982, como uma agência de publicidade pelos propagandistas Paulo Roberto Guedes e Paulo Roberto de Carvalho. Os dois já não fazem mais parte da organização. Antes da primeira edição do “jornal” de classificados, a agência já tinha sido comprada pelo publicitário Antônio Bonfim, que é atual proprietário, e responsável pela transformação da agência em uma consolidada empresa jornalística, tendo como principal produto o *Jornal Cinform*, nascido em 02 de fevereiro de 1983, e que teve como primeiro nome o *Classifone*, numa referência ao serviço de coleta de anúncios classificados por telefone.

Em 1983, o *Cinform* tinha três funcionários fixos, uma linha de telefone para receber os anúncios e nenhum jornalista. O jornal surgiu para atender os clientes da agência de publicidade. Era um impresso quinzenal, que tinha entre quatro a oito páginas, somente com anúncios promocionais, mas com pequenas notas classificadas de compra, venda e oferta de serviços. As primeiras edições foram distribuídas de forma gratuita nas ruas de Aracaju, capital de Sergipe, onde a agência tinha sede.

Três anos depois de criado, em 1986, foi inserido conteúdo jornalístico no impresso de classificados e o jornal passa a se chamar de *Cinform*, sigla formada pelas palavras *classificados* e *informações*. Logo ele passa a circular às segundas-feiras, dia

em que os jornais diários em Sergipe não têm edições. Já com jornalistas contratados, desde aquele momento se fez a opção por um jornalismo diferenciado dos demais, isto é, sem grande atrelamento aos poderes locais. O *Cinform* busca dar ênfase a escândalos envolvendo política, polícia e os diversos problemas da cidade. O estilo denunciante produziu a marca local que seu slogan pretende refletir: *independência e credibilidade*.

No entanto, o que ganhou força ao longo dos anos no jornal foi o negócio dos classificados, tornando-o referência nesse tipo de serviço em Sergipe. Os jornais diários tentaram enfrentá-lo nesse campo comercial, mas todos os projetos fracassaram.

No ano 2000, o *Jornal Cinform* chegou a imprimir mais de 20 mil exemplares por semana, grande parte vendida por gazeteiros nas ruas e nas bancas da capital, por representantes no interior, além de ser comercializado em farmácias, mercearias e supermercados. Muito em razão dos anúncios classificados, o jornal circula em todas as camadas sociais, interessadas na prestação de serviço como instrumento comercial. Seu formato é *standard* ou falso *standard* para alguns.

Nos últimos dez anos, o jornal passou por ampla modernização tecnológica na impressão e circulação. Foram implantados sistemas de gestão e o corpo de funcionários chegou a 100 (jornalistas, impressores, pessoal administrativo, agentes de publicidade). A empresa, além do produto jornalístico, tornou-se empresa gráfica.

Assim como o *Jornal do Dia*, o proprietário do *Cinform* também não ocupou cargos políticos/partidários. As atividades são a impressão do jornal e de outros produtos gráficos, a venda avulsa dos exemplares, a comercialização de assinaturas, a captação de anúncios classificados e de publicidade de governos, de construtoras e de concessionárias de veículos e de outras mídias e grandes empresas privadas.

Nos últimos cinco anos, o *Cinform* experimenta uma redução de vendas. Ele continua a manter forte apelo comercial nos classificados e busca, com o jornalismo, às vezes, inclinar-se ao sensacionalismo, atrair mais audiências. Não são raras em suas edições as capas polêmicas – manchetes e fotos – com escândalos públicos e privados, casos de violência, sexo, comportamento. Esta opção não teria evitado a redução de 20 mil para 12 mil a venda média de exemplares, por semana, em dez anos.

Talvez para responder a redução em sua comercialização semanal, amenizando algumas críticas ao tom sensacionalista de suas manchetes e fotos, e observando a inexistência local de um jornal marcadamente popular-sensacionalista de baixo valor (o

Cinform custa R\$ 2,50, por edição), a empresa, em janeiro de 2011, lançou um segundo periódico – o *Jornal Super Popular* – também semanal, em formato tabloide, e que circula nas quintas-feiras (ver figuras 4, 5 e 6).



Figura 4 – Capa do Super Popular (05/10/2013)



Figura 5 – Capa do Super Popular (24/08/2013)



Figura 6 – Capa do Super Popular (05/09/2013)

O *Super Popular* já vende de 35 mil exemplares na capital e na Grande Aracaju por semana⁷, e tem o preço de venda a R\$ 0,50, por jornal. Esse último periódico é um produto sensacionalista clássico, que dá ênfase à cobertura de casos de polícia, sexo com fotos de mulheres seminuas na capa e em pôsteres, futebol, mas também publica alguns anúncios classificados e pequenas notícias de prestação de serviço.

O novo jornal na mesma empresa não significou necessariamente a canalização do sensacionalismo para ele e a consequente eliminação em seu principal e consolidado produto. Apesar do *Super Popular*, manteve-se no *Jornal Cinform*, em algumas das manchetes/reportagens/fotos da capa, as características sensacionalistas. Os exemplos são os mais variados. Em 03 de dezembro de 2012 a manchete principal que toma quase toda capa do *Cinform* foi: “PASTOR PAPA FIEL NO MOTEL E ESCANDALIZA”⁸. Na edição de 4 de junho do mesmo ano a manchete principal era “TOQUEI FOGO NELA, DEPOIS JOGUEI ÁGUA E DEI SOCORRO”.

Em 2011, por exemplo, mesmo com o *Super Popular* nas ruas, encontram-se manchetes principais e reportagens sensacionalistas no *Cinform*. Na segunda-feira, 29

⁷ Dados fornecidos pelo *Cinform* com base no IVC e sua referência é a média do ano de 2013.

⁸ A fonte da manchete principal é toda maiúscula como utilizada pelo jornal

de setembro de 2011, a manchete do jornal foi: “FALA MONSTRO: ‘ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”. Na edição seguinte, em 03 de outubro de 2011: “ZÉ CAÇOLA, FILHO BRUTO, TENTA ESTUPRAR A MÃE”.

Definindo a pesquisa

O que objetiva este trabalho é investigar o sensacionalismo enquanto fenômeno histórico e atual no jornalismo, tendo como objeto o *Jornal Cinform*. Apesar de aprofundar o conceito e suas características nos próximos capítulos, assumimos desde já que o sensacionalismo é

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 mesmas, ambígua, motivada, autoritária, despolitizadora, fragmentária, unidirecional, vertical, ambivalente, dissimulada, indefinida, substitutiva, deslizante, avaliativa; exposição do oculto, mas próximo; produção discursiva sempre trágica, erótica, violenta, ridícula, insólita, grotesca ou fantástica. (PEDROSO, 2001, p. 52)

Nesta pesquisa fizemos a opção de selecionar o período dos anos de 2008 a 2012 no *Jornal Cinform*, correspondendo a 260 exemplares ou 52 por ano. Diante desse volume de jornais em cinco anos, não realizamos a seleção a partir do conteúdo do jornal. De posse de todas as edições de 2008 a 2012 do *Cinform* foram realizados três movimentos de recorte até chegar ao *corpus* definitivo desta pesquisa:

- 1) Seleção da manchete principal – texto - em cada edição dos cinco anos, formando um volume de 260 manchetes;
- 2) De posse das manchetes principais selecionamos aquelas consideradas à luz da fundamentação teórica como sensacionalistas, resultando em um volume de 89 manchetes (**ver no anexo**);
- 3) Investigando apenas essas manchetes sensacionalistas, percebemos que em muitas as notícias correspondentes às manchetes não possuíam indicativo de sensacionalismo. Assim, nessa terceira fase fizemos a seleção apenas do conjunto: a manchete, os textos da chamada da capa e da notícia, e a apresentação visual sensacionalista, o que resultou em 39 conjuntos. Este é, de fato, o *corpus* desta pesquisa.

Justificamos a opção metodológica de seleção da manchete principal da capa porque entendemos que é ela quem estabelece um primeiro e significativo elo entre o jornal e sua promessa de informação e a audiência e sua expectativa com a informação. O texto da manchete e o seu entorno (frases de apoio, seu tamanho e fotos) são uma poderosa ferramenta na atração do leitor. “A manchete deve provocar comoção, chocar, despertar a carga pulsional dos leitores” (ANGRIMANI, 1995, p. 16). Também para Pedroso (2001, p 80) “a manchete, como um fragmento da realidade construída, representa a primeira forma de classificação do real-social (fato) na organização espacial do discurso”. Para essa autora (2001), a manchete, oração principal do sistema produtivo do discurso jornalístico, é tão importante que se torna o lugar de manifestação dos sujeitos do discurso e também o primeiro relato de aparências codificadas.

O procedimento metodológico utilizado na investigação será aprofundado no Capítulo 3 dessa dissertação. No entanto, acreditamos ser fundamental reafirma que a opção teórico-metodológica central neste trabalho tem foco no produto jornal impresso *Cinform* e na construção enquadrada de seu conteúdo e de sua narrativa. Apesar de considerar e de fazermos referências ao sensacionalismo como estratégia comercial, este aspecto econômico-empresarial não foi pesquisado no objeto, além de não buscarmos entender os processos de recepção dos conteúdos e das narrativas sensacionalistas.

Vale registrar ainda que o autor desta dissertação é próximo historicamente do objeto, onde foi jornalista do *Cinform* entre 1994 e 2000 e, desde esse período, várias inquietações críticas circundavam o fazer jornalístico naquele meio.

Talvez o momento decisivo para a justificativa desta pesquisa e que ficou registrada na memória deste autor foi uma visita ao jornal, no início de 1999, de dois adolescentes. Eles afirmavam que eram estudantes do ensino médio na rede pública do Estado de Sergipe e que residiam no bairro Terra Dura, hoje Santa Maria, periferia de Aracaju e considerado socialmente como um dos mais perigosos em razão de muitos homicídios e tráfico de drogas. Os jovens queriam falar com algum jornalista e este pesquisador, então repórter os recebeu. Não queriam fazer denúncias e não levavam os problemas de sua comunidade como sugestão de pauta. Tinham apenas um pedido a

fazer aos jornalistas do *Cinform*: que não fizessem tantas matérias sensacionalistas sobre a violência na Terra Dura. E os jovens justificaram o pedido⁹:

Tudo que acontece de ruim em Sergipe, para este jornal, está na Terra Dura. Qualquer crime, roubo, estupro, bandido está na Terra Dura. Qualquer notícia ruim no jornal, mesmo não sendo da Terra Dura é aquele bairro que é citado como comparação negativa. Para o *Cinform*, o que não presta está na Terra Dura e tudo é noticiado com sensacionalismo, como o fim de mundo. Resultado disso é que não conseguimos estágio e emprego em lugar nenhum. (Nesse momento, eles apresentam uma série de currículos que teriam sido rejeitados). Não somos bandidos, criminosos, porque moramos na Terra Dura, mas as pessoas só nos enxergam assim. Achamos que jornal tem culpa. Será que temos que mentir nosso endereço no currículo para poder ser aceito?

Este fato, relatado em resumo e sem a fidelidade necessária, mas que ficou guardado na memória deste jornalista-pesquisador, mas não ficou mudo, muito pelo contrário, ecoa como zumbido permanente, ganhou força de justificativa para esta pesquisa. Naquele contato do repórter com os jovens estavam os dados de problemas de pesquisa e que tentamos enfrentar em três movimentos sequenciais e interligados:

1) Haveria um enquadramento sensacionalista na redação do *Jornal Cinform* que é acionado, principalmente nos casos envolvendo violência, histórias de impacto humano, situações bizarras e de horror?

2) Conteúdos e narrativas sensacionalistas selecionados e enquadrados pelo *Cinform* reafirmam e consolidam representações sociais que criminalizam a pobreza?

3) Esta opção pelo enquadramento sensacionalista não seria um grave desvio à luz da ética jornalística?

A distância da redação do *Jornal Cinform* por mais de 12 anos possibilitou ao autor dessa investigação enfrentar essas questões de pesquisa com isenção. Em razão das exigências acadêmicas, esta pesquisa se desenvolveu em condições de alinhar as inquietações daqueles dois jovens com as deste pesquisador.

Conhecendo o objeto, identificando as questões a serem problematizadas, delimitando o tempo e o espaço a serem examinados e reafirmando a busca pela isenção no tratamento dos dados, partimos para definir as bases teóricas dessa investigação e as técnicas metodológicas que poderiam melhor responder os problemas propostos nesta pesquisa, confirmando-os ou os refutando.

As hipóteses para este trabalho buscaram responder aos três movimentos:

⁹ Não utilizo as falas dos adolescentes em aspas porque elas não foram gravadas e não há registro fiel delas.

1) O *Jornal Cinform* utiliza um *framing* sensacionalista institucionalizado em sua política editorial. Os levantamentos dos dados nos cinco anos nesse jornal revelaram uma estabilidade para a confirmação da existência do enquadramento sensacionalista;

2) A maioria dos acontecimentos selecionados para aplicação desse quadro invoca a existência de representações sociais que criminalizam a pobreza, especialmente nas coberturas de casos violentos.

3) A opção pelo enquadramento sensacionalista que criminaliza a pobreza revela uma oposição aos pressupostos éticos do jornalismo.

Metodologicamente foram utilizadas as técnicas de análise de conteúdo e de entrevistas semi-estruturadas com repórteres que assinaram algumas das matérias do *corpus* desta pesquisa e também com o diretor de jornalismo do *Cinform*.

No primeiro capítulo buscamos apresentar o jornalismo e a sua contribuição na construção da realidade, compreendo as relações entre os acontecimentos e o cotidiano.

O segundo capítulo é dedicado a uma revisão teórica e está subdividido em quatro áreas: os estudos sobre o sensacionalismo, onde se faz a discussão sobre o seu conceito e atualidade, com o resgate dos aspectos históricos constitutivos desse formato, inclusive com contribuições à prática do jornalismo; os estudos sobre o *frame*, inserindo o sensacionalismo na teoria do jornalismo e apontando a possibilidade da existência de um quadro típico sensacionalista; a discussão sobre construção de representações sociais no jornalismo e, diante da prática sensacionalista, a identificação de acontecimentos de barbárie que contribuem para criminalização da pobreza; e as exigências, as implicações e o confronto ético no jornalismo.

No terceiro capítulo será apresentada a metodologia empregada neste trabalho, especialmente as justificativas para o uso da análise de conteúdo e das entrevistas semi-estruturadas com alguns repórteres que assinaram textos que compõem o *corpus* desta pesquisa. Naquele capítulo são apresentados os indicadores de referência, os quadros e as tabelas diante do *corpus* dos 39 conjuntos sensacionalistas do *Jornal Cinform* entre os anos de 2008 a 2012.

O último capítulo desta dissertação é dedicado à análise dos dados recortados e, de forma inferencial, vão ser identificados o enquadramento do tipo sensacionalista, as representações sociais que criminalizam a pobreza e os desvios éticos jornalísticos. As falas das fontes e as vozes dos repórteres contribuem nessa análise.

CAPÍTULO 1

O JORNALISMO

Neste primeiro capítulo, apresentamos algumas considerações que julgamos fundamentais sobre o jornalismo e que estão conectados aos objetivos deste trabalho. Procuramos fazer uma discussão a partir da: realidade, conhecimento e acontecimento, ou seja, identificando a contribuição do jornalismo na construção social da realidade.

1.1 Jornalismo e realidade

O jornalismo, como instituição social de reconhecida relevância e influência no cotidiano da vida, atua fundamentalmente operando a seleção, hierarquização, síntese e transformação de milhões de acontecimentos do cotidiano em alguns acontecimentos midiáticos ou noticiosos. Estes, por sua vez, poderão, em seu conjunto e em forma contínua, auxiliar na ideia do que é *realidade*, do concreto, do mundo perceptível. Para Franciscato (2005 p. 15) o jornalismo é “uma criação institucional pela qual indivíduo e sociedade produzem a sua vivência social do momento presente”.

Fundamental se faz registrar que os indícios do aparecimento do jornalismo remontam o final do século XV, na Europa, com o aparecimento de folhas avulsas com relatos de eventos marítimos, valores de mercadorias, casos fantásticos. Mas é somente nos séculos XIX e XX que as ideias de notícia e de jornalismo se solidificam. Naquele momento há uma “consolidação de práticas, princípios e valores do jornalismo, bem como dos seus modos de interação e reconhecimento social” (FRANCISCATO, 2005, p. 26). Quando tratarmos do desenvolvimento do sensacionalismo nesta dissertação, retomaremos com mais profundidade esse o percurso histórico do jornalismo.

Importante perceber que o jornalismo vai sendo configurado a partir de uma série de transformações tecnológicas e sociais atreladas aos sistemas econômicos que possibilitarão a regular produção e circulação de jornais – informação – que interferem com seus conteúdos significativamente na vida política cotidiana. É isso que fez com

que o “jornalismo ganhasse gradativamente uma corporificação social para além de mero ofício” (FRANCISCATO, 2005, p. 33).

Essa ideia de jornalismo para além de uma mera atividade profissional levou Tuchman (1983, p. 13) a conferir grande poder às notícias, ao afirmar que elas acabam definindo, redefinindo, constituindo e reconstituindo os significados sociais. No entanto, é preciso reconhecer que o jornalismo é uma entre várias outras instituições socialmente reconhecidas que contribuem na configuração do mundo, a exemplo da religião, da educação, da família. Constatação esta que não reduz o poder do jornalismo no auxílio construtivista do real.

Park (1972, p. 183) confere às notícias a missão de “coesão” social. Através das notícias, as pessoas se informam sobre o que seria de fato realidade e esse tomar conhecimento necessariamente acaba produzindo uma série de atitudes, que por sua vez, geram identidade entre as pessoas. Ainda segundo Park, essa coesão produzida pelas notícias é que poderá preservar certa sanidade dos sujeitos e a permanência da sociedade como ela é, isto é, mantendo-se dentro da “atitude natural”.

A capacidade de contribuir para a construção social a partir da síntese e da organização de um mundo perceptível, através das notícias, também chamou a atenção de Rodrigues (1999, p. 33). Ele lembra que “o discurso dos *media* surge para organizar a experiência do aleatório e lhe conferir racionalidade”. Gitlin (1980) amplia o poder do jornalismo na definição do mundo social:

Dentro de seus nichos particulares, as pessoas se descobrem confiando nos *media* para formar conceitos, imagens de seus heróis, informação orientadora, responsabilidades emocionais, reconhecimento dos valores públicos, símbolos em geral, e mesmo, linguagem. De todas as instituições da vida diária, são os *media* que se especializam em orquestrar a consciência do dia a dia em virtude da sua difusibilidade, sua acessibilidade, sua capacidade simbólica centralizada. (GITLIN, 1980, p. 07)

Assim, as notícias não seriam apenas um produto desprezioso e acabado do jornalismo, mas um vivo, complexo e intenso fenômeno inserido no processo social intersubjetivo, que acaba contribuindo na construção de mundo presente, concretizando nossa percepção de vida “real”. Franciscato (2005 p. 20) afirma que “o jornalismo não apenas produz relatos sobre eventos, mas sua inserção social faz com que ele esteja imerso no processo de construção da experiência social do presente”. Para ele, o conteúdo e as mais variadas formas expressivas do fazer jornalístico fornecem um

conjunto de informações que certamente vão subsidiar a construção de ações sociais, seja através da constituição de agendas temáticas, da fomentação de debates e, principalmente, de tomada de decisões.

Ao discutir a produção das notícias, Guerra (2008) lembra que esse processo recebe várias interpretações nas teorias realistas, construcionistas e subjetivistas, mas independente dessas diferenças, segundo ele, todas reconhecem que a notícia tem origem em fatos objetivos da vida e assim é acolhida pelo público. Moretzsohn (2007, p. 184), por sua vez, defende que “a rigor, não existe objetividade nem no jornalismo nem em qualquer atividade humana, se pretendemos tomar a objetividade de maneira absoluta, ou seja, como algo que exija a exclusão do sujeito”.

Ancorada a partir de fragmentos de uma vida “real” ou configurada para construção da realidade social, a notícia carrega fundamentalmente uma essência de constituição da vida cotidiana, como defende Tuchman (1983, p. 14), de “compreensão do mundo cotidiano como ele é” ou como advoga Alsina (2005), de um mundo possível. Entendemos que, de alguma forma, nem toda realidade é resultado de uma pura, simples e direta construção, mas que a ação intersubjetiva sobre ela transforma a realidade em social, em vida cotidiana, em mundo perceptível. Em outras palavras, há uma realidade socialmente construída de forma intersubjetiva.

O diálogo entre jornalismo e realidade é intenso. Para Lewin (1948, p. 57 *apud* MOSCOVICI, 2010, p. 36) “a realidade é, para a pessoa, em grande parte, determinada porque aquilo que é socialmente aceito como realidade”. Recorrendo a fenomenologia de Schutz (1971), percebemos que ele garante que “a coisa percebida na vida cotidiana é algo mais que uma simples presentificação sensorial. É um objeto do pensamento, uma construção de uma índole sumamente complexa” (SCHUTZ, 1971, p. 35).

O caráter de construção da realidade cotidiana é muito claro em Schutz, que a define como “um conjunto de abstrações, generalizações, formalizações e idealizações próprias do nível respectivo de organização do pensamento” (SCHUTZ, 1971, p. 35). E todo esse processo ocorre em razão das intensas relações entre os indivíduos. Em outras palavras, a construção do mundo cotidiano, a definição da realidade social é obra da ação humana intersubjetiva.

O mundo da vida cotidiana significará o mundo intersubjetivo que existia muito antes do nosso nascimento, vivenciado e interpretado por outros,

nossos predecessores, como um mundo organizado. Ele agora se dá à nossa experiência e interpretação. Toda interpretação desse mundo se baseia num estoque de experiências anteriores dele, as nossas próprias experiências e aquelas que nos são transmitidas por nossos pais e professores, as quais, na forma de conhecimento à mão, funcionam como um código de referência. (SCHUTZ, 1971, p. 72)

Este mundo concreto é comum aos homens e vai se constituindo através da partilha, da ação recíproca, do processo intersubjetivo, gerando em nós certa coerência aparentemente conformista e quase imutável, uma “atitude natural”, na expressão de Schutz (1971, p. 73). Para ele, “o mundo da vida é a cena e também o objeto de nossas ações e interações”. Schutz também foi central para Berger e Luckmann (2013) que desenvolveram a ideia de “construção social da realidade” e chegaram a três conclusões: que “a sociedade é um produto humano”; que “a sociedade é uma realidade objetiva”; que “o homem é um produto social” (BERGER e LUCKMANN, 2013, p. 85).

Entendem esses autores que a realidade concreta é uma qualidade pertencente a fenômenos que reconhecemos que têm um ser independente de nossa própria vontade. Eles defendem que vivemos múltiplas realidades, mas uma se sobrepõe por excelência sobre todas as demais, de forma maciça, urgente e intensa: a realidade da vida cotidiana, a realidade social. É esta condição que nos obriga a viver em permanente estado de alerta para apreender e se movimentar nessa realidade concreta. No entanto, isso ocorre de uma forma tão absolutamente normal e evidente que não percebemos, constituindo assim nossa “atitude natural” diante da vida.

Para Berger e Luckmann, nós apreendemos a realidade da vida diária como uma realidade ordenada, pronta, dada e com pouca margem de transformação. Ela já aparece para nós “objetivada, isto é, construída por uma ordem de objetos que foram designados *como* objetos antes de minha entrada na cena” (BERGER e LUCKMANN, 2013, p. 38, grifo dos autores). Para eles, é através da linguagem que realizamos essas “necessárias objetivações”.

Esses autores, assim como fez Schutz (1971), também alertam que essa realidade é construída a partir das relações intersubjetivas e recíprocas. “Sei que minha atitude natural com relação a este mundo corresponde à atitude natural dos outros, que eles compreendem as objetivações graças às quais este mundo é ordenado” (BERGER e LUCKMANN, 2013, p. 40). Eles são categóricos ao afirmar que atitude natural é a

“consciência do senso comum” porque é o conhecimento de mundo partilhado nas relações sociais e isso ocorre de forma evidente, normal, através de rotinas esperadas.

No processo de apreensão da realidade através das relações sociais um elemento se torna muito importante: as *tipificações*. Segundo Berger e Luckmann (2013, p. 51) são através delas que saberemos como vamos lidar com os outros, simplificando e dando segurança no processo de apreensão. “A estrutura social é a soma dessas tipificações e dos padrões recorrentes de interação estabelecidos por meio delas”. Também é bastante esclarecedora a participação da linguagem na construção das tipificações porque elas as tornam anônimas, podendo ser repetidas por qualquer pessoa, como apontam Berger e Luckmann (2013, p. 57).

Para esses autores a linguagem não apenas constrói tipificações, mas ergue “imensos edifícios de representação simbólica que parecem elevar-se sobre a realidade da vida cotidiana como gigantescas presenças de um outro mundo” (BERGER e LUCKMANN, 2013, p. 59). Em outras palavras, a linguagem simbólica se torna componente essencial da realidade da vida cotidiana e da apreensão pelo senso comum desta mesma realidade social, formando um acervo de conhecimento que estará à mão e que inevitavelmente será utilizado em algum momento de nossa existência. Esta é uma questão que é instigante no jornalismo, que é essencialmente linguagem, principalmente quando eles afirmam que “a realidade do mundo social torna-se cada vez mais maciça no curso de sua *transmissão*” (BERGER e LUCKMANN, 2013, p. 85, grifo nosso).

1.2 Jornalismo e conhecimento

Ocorre que o jornalismo como instituição social participa desse processo de construção da realidade num campo de normas e regras próprias, tornando-se um “lugar de referência”, no entender de Correia e Vizeu (2008). Mas esta ação, alerta os autores, não se dá em mão única, totalitária porque é preciso considerar o papel da audiência, interferindo mais ou menos nessa construção.

Ensina Bourdieu (1998) que o jornalismo constrói, mas é também construído pela realidade, porque a audiência, de alguma forma participa do processo, reforçando a ideia de intersubjetividade. E o papel do jornalismo pode ser até central porque ele assume uma condição de enunciador nesse mundo, mas certamente não é total. “O

enunciador deve fazer parecer verdade o mundo que constrói” (ALSINA, 2005). E esse efeito de verdade, ou seja, do que é através do divulgado confere poder ao jornalismo.

Ao ser referência, o jornalismo assume uma condição de lugar de aprendizado, isto é, desenvolve certas características didáticas intrínsecas que envolvem uma espécie de ensinamento, de orientação, de explicação educativa do que é o mundo, a realidade. Assim, um ambiente antes supostamente desorganizado e aleatório passará, depois da ação jornalística, a ser clara, inteligível e natural.

É claro que este não seria o papel do jornalismo. Socialmente o jornalismo é o *locus* da informação necessária à vida em comunidade, mas na medida em que ele se consolida como instituição necessária de informação para a vida geral, necessariamente, essa condição educativa informal, torna-se um lugar de referência, lugar de aprendizado. Em outras palavras, o jornalismo teria um viés pedagógico subliminar, que não seria plenamente perceptível, mas que aparece de forma diluída em quase todo complexo processo de produção e enunciação das notícias.

Assim como outros autores, Vizeu afirma que cabe ao jornalismo o papel de organizar o mundo, procurando torná-lo inteligível para a audiência. “Por isso, há uma preocupação pedagógica no jornalismo que se legitima como o lugar de ‘poder mostrar’, de ‘poder dizer’ e de ‘poder analisar’” (VIZEU, 2009, p. 80). O jornalista, enquanto sujeito ativo nesse processo acaba se tornando assim, nas palavras de Verón (1995), um necessário “enunciador pedagógico” que no cotidiano trabalha de forma didática para pré-ordenar “o universo do discurso visando o leitor”. E esta é uma relação - notícia e audiência - intersubjetiva. É exatamente na interface dialógica entre elas que se dará o processo educativo, onde o jornalismo pode assumir uma condição docente.

Para Vizeu (2009, p. 79), o método Paulo Freire ajuda a pensar o jornalismo como conhecimento, especialmente a partir das palavras *problematização* e *diálogo*. Freire e Guimarães (1997) entendiam que os meios de comunicação de massa, apesar de não se enquadrar como instrumentos de educação formal, desenvolvem relevantes papéis pedagógicos na sociedade. Para eles não há – nesse aspecto – diferença entre informar e educar. De certa forma o enunciador, tanto no campo da Educação quanto do Jornalismo, é parte importante do processo pedagógico.

A prática jornalística é também uma prática educativa. Quando você terminar esta entrevista, saberá mais coisas do que sabia antes, não só porque eu te

informei, mas também porque você elaborou dentro de si outros conhecimentos. O próprio acompanhamento da entrevista e as perguntas que você vai fazendo ao escutar-me te dão possibilidade de conhecer mais. Repito: a prática jornalística é uma prática educativa. Educativa para o bem ou para a deformação, para a ética ou antiética, mas existe sempre como uma prática educativa. (ANA MARIA ARAÚJO FREIRE, entrevista em 08/04/2002, in MEDITSCH e FARACO, 2008)

Olhando para a notícia, Bird e Dardenne (1999) lembram que ela “como sistema simbólico duradouro *ensina* os públicos mais do que qualquer das suas partes componentes, mesmo se essas partes tivessem como finalidade informar, irritar ou entreter” (BIRD e DARDENNE, 1999, p. 265, grifo dos autores).

Separando os conhecimentos do mundo explicável (ciência) e do sensível (jornalismo) Meditsch (1997) defende que o universo das notícias está relacionado ao mundo das aparências, o que não é necessariamente menos importante do que o da ciência. Esclarece ele que “o jornalismo não revela mal nem revela menos a realidade do que a ciência: ele simplesmente revela diferente. E, ao revelar diferente, pode mesmo revelar aspectos da realidade que os outros modos de conhecimento não são capazes de revelar” (MEDITSCH, 1997, p. 4). Em outro texto Meditsch (2010, p. 33) afirma que “a percepção da realidade como objetivada e o reforço dessa impressão pela intersubjetividade garantem a força do conhecimento feito da experiência”.

Quem também contribui para este debate é Genro Filho (1987, p. 28) quando afirma que o jornalismo “se constituiu uma nova forma de modalidade social do conhecimento cuja categoria central é o singular. Porém, o conceito de conhecimento não deve ser entendido na acepção vulgar do positivismo e, sim, como um momento de práxis”. Este autor defende que o jornalismo produz um tipo de conhecimento que ao reconstitui, simbolicamente, a singularidade e ela mesma acaba se dissolvendo no tempo. “O singular é, por natureza, efêmero” (GENRO FILHO, 1987, p. 66).

O caráter de aprendizado através do jornalismo foi abordado de forma bastante clara por Kellner (2001) quando defende que os meios de comunicação ensinam os indivíduos o modo de pensar e sentir, o que temer, forjando sua identidade. Alerta o autor que é através de uma pedagogia cultural que são difundidas ideologias para ensinar qual o papel de cada indivíduo dentro da estrutura social. O jornalismo, assim, “não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais”. (MEDITSCH, 1997, p. 4).

Este tipo de ensinamento singular produzido no cotidiano pelo jornalismo pode ter relevância. Pode ser através do jornalismo que muitos sujeitos se reconhecem como tal, compreendem a organização e funcionamento do mundo em sua volta, e sabem quais papéis sociais que devem ser desempenhados, ou seja, localizam-se socialmente e apreendem as atitudes normais, esperadas, previstas diante dessa e nessa coletividade.

Para Hall *et al* (1999, p. 230) os meios de comunicação de massa, na medida em que produzem certa definição de realidade e indicam qual o lugar do cidadão dentro dessa estrutura social, acabam construindo “uma imagem particular de sociedade que representa os interesses de classe específicos como os interesses de todos os membros da sociedade”. Por isso, Gitlin (2003) adverte que:

O noticiário não é, simplesmente, um “espelho” do mundo; é um conduto de ideias e símbolos, um produto industrial que promove pacote de ideias e ideologias e serve, em consequência, como lastro social, embora às vezes seja também arauto de mudanças sociais. O noticiário é uma distorção cognitiva. (GITLIN, 2003, p. 10).

A discussão que envolve o jornalismo, a realidade e o conhecimento impõe um necessário debate sobre o acontecimento porque é ele quem, ao nosso juízo, concretiza esses outros fenômenos.

1.3 Jornalismo e acontecimento

No entender de Rodrigues (1999, p. 27), o acontecimento para o jornalismo provoca um “efeito da realidade na cadeia dos signos, uma espécie de ponto zero da significação”. Ele afirma ser “acontecimento tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais”.

Guerra (2008, p. 36) defende que fato e acontecimento têm diferenças, que são distintos. Afirma que fato é a ocorrência, isto é, a manifestação da ordem da realidade e acontecimento é o modo como essa ocorrência é apreendida pelos sujeitos. Apesar de discussões sobre possíveis diferenças (se de fato há, são sutis e discuti-las aqui não coaduna com o objetivo deste trabalho), trataremos fatos e acontecimentos como sinônimos no campo do jornalismo, assim como também fizeram Genro Filho (1987), Mouillaud e Porto (1997), Rodrigues (1999) e outros.

Schutz (1971, p. 72) afirma que “em termos estritos: os fatos puros e simples não existem”. Para esse autor, os fatos que compõem o nosso cotidiano são sempre e

obrigatoriamente interpretados. Em razão disso, Moretzsohn (2007, p. 46) assegura que a concepção que foi defendida por Schutz “cancela qualquer possibilidade de apreender o mundo como totalidade: ao contrário, compreende-o como um conjunto de fragmentos resultante da interação e do acordo entre os indivíduos”.

Dentro da mesma perspectiva teórica da construção social da realidade, Verón (1995) afirma que os acontecimentos sociais não são objetos que se encontram já prontos em alguma parte da realidade. Para Verón, eles só existiram na medida em que os meios de comunicação os elaboram. Genro Filho (1987) afirma:

Os fatos jornalísticos são um recorte no fluxo contínuo, uma parte que, em certa medida, é separada arbitrariamente do todo. Nessa medida, é inevitável que os fatos sejam, em si mesmos, uma escolha. Mas, para evitar o subjetivismo e o relativismo, é importante agregar que esta escolha está delimitada pela matéria objetiva, ou seja, por uma substância histórica e socialmente construída, independentemente dos enfoques subjetivos e ideológicos em jogo. A verdade, assim, é um processo de revelação e constituição dessa substância. Vejamos um exemplo extremo: ocorreu um fato que envolve Pedro e João, no qual o último resultou mortalmente ferido com um tiro disparado pelo primeiro. Posso interpretar que Pedro “matou”, “assassinou” ou “tirou a vida de João”. Ou, ainda que Pedro apenas executou, sob coação, um crime premeditado por terceiros. Não posso esconder, entretanto, que Pedro atirou contra João e que este resultou morto. (GENRO FILHO, 1987, p. 185).

Ao tomar por base Charaudeau (2006), Rabelo (2006, p. 17) sustenta a ideia de que nem todas as ocorrências do mundo podem ser consideradas acontecimentos porque sua produção ocorre em nosso espaço e tempo e porque têm “pregnância”, ou seja, “a capacidade de certa ocorrência provocar uma ruptura no nosso quadro da vida”.

Antunes (2007, p. 30) alerta que “a compreensão do acontecimento demanda então que se perceba que a relação intrínseca entre acontecimento e acontecimento jornalístico não se tornam fenômenos equivalentes”. Berger e Tavares (2010, pp. 130 e 131) fazem uma revisão sobre os tipos de acontecimentos e indicam a existência do acontecimento em geral e do acontecimento jornalístico. O primeiro já foi chamado por outros autores de acontecimento vivido, puro, cotidiano, bruto, legítimo, social.

Leal *et al* (2010, p. 217) argumentam que os “acontecimentos se sucedem no cotidiano, como objetos lançados no espaço, espalhados, perdidos, procurados à luz ou à sombra, e recolocados em uso por uma série de atores sociais”. Um fundamental ator nessa perspectiva é o jornalismo em processo de intersubjetividade. Assim, Rodrigues (1999, p. 27) encontra uma palavra de ligação entre acontecimentos e jornalismo:

previsibilidade. Um acontecimento “quanto menos previsível for mais probabilidade tem de se tornar notícia e de integrar assim um discurso jornalístico”. Ele entende que acontecimentos são regidos pelas regras do mundo simbólico, o mundo da enunciação.

Retomando Berger e Tavares (2010), percebemos que o jornalismo tem a tarefa de rapidamente identificar, selecionar e recolher acontecimentos (vivididos, legítimos, cotidianos, sociais, puros, brutos) percebidos pelos sujeitos, e ao fazer isso, constrói os acontecimentos jornalísticos. “É a ação acidental aquela que melhor corresponde aos critérios de noticiabilidade tão exaustivamente apontados pelos manuais de produção noticiosa” (BERGER e TAVARES, 2010, p.131).

Além da imprevisibilidade, Charaudeau (2006, p. 101) acrescenta como muito importante para configurar o acontecimento jornalístico a presença da “atualidade” e da “sociabilidade” da ocorrência. O autor divide acontecimento em “programado” e em “suscitado”. O primeiro se dá em um evento já conhecido, anunciado antecipadamente. O segundo é inesperado, mas induzido por alguém ou algum setor social.

Moretzsohn (2007, p. 207) argumenta que fatos jornalísticos são indissociáveis da máquina da informação que os produz ou enquadra. Ela, usando uma observação de Lukács (1974b, p. 20) afirma que “todo fato é captado a partir de uma teoria; logo, é falsa a ideia de que o jornalismo seja (ou possa ser) pura prática”. Para Moretzsohn (2007, p. 208), como os fatos “aparecem” de forma imediata, eles se naturalizam numa espécie de uma “linha de montagem simbólica na qual o jornalismo opera” e assim, apresentam-se, de forma convincente, como “interpretações prontas para o mundo”.

Esta é uma indicação de que estamos próximos a uma das questões importantes nesta pesquisa: o acontecimento sensacionalista. Para Bourdieu (1998):

Os jornalistas, grosso modo, interessam-se pelo excepcional, pelo que é excepcional para eles. O que pode ser banal para outros poderá ser extraordinário para ele ou ao contrário. Eles se interessam pelo extraordinário, pelo que rompe com o ordinário pelo que não é cotidiano – os jornais cotidianos devem oferecer cotidianamente o extra-ordinário, não é fácil. (BOURDIEU, 1998, p. 28).

Ao discutir o acontecimento no jornalismo, Benetti (2010) defende que o próprio jornalismo é um acontecimento à medida que trata diretamente de fenômenos capazes de gerar sensações de experiência compartilhada, de organizar a experiência temporal do homem contemporâneo e de produzir supostos consensos. “Os

acontecimentos jornalísticos ajudam a definir historicamente uma sociedade porque o seu próprio processo de produção está imbuído de valores que circulam nesta mesma sociedade” (BENETTI, 2010, p. 160).

Também Hall *et. al.* (1999, p.226) consideram os acontecimentos jornalísticos e a formação de consensos. Para eles, o processo de configurar um acontecimento de forma inteligível para as audiências é uma construção executada pelos meios de comunicação, ação esta carregada de suposições e juízos de valores de como é, de como funciona e de como deve ser a sociedade. Recorremos a Benetti (2010) que sintetiza:

A reprodução sistemática de temas, enfoques e sentidos permite ao jornalismo ocupar, epistemologicamente, o lugar do acontecimento. Tendo grande poder institucional, ancorado nas posições de autoridade, legitimidade e credibilidade, o jornalismo investe-se de um caráter experiencial, dado pelo compartilhamento do momento histórico e pela organização do tempo, além de atribuir sentidos a objetivações que parecem consensuais, mas deveriam ser tratadas como hegemônicas ou mesmo tendenciais. Todas essas situações acabam por definir um fundo de continuidade no qual a normalidade social se institui não como construção discursiva, como inscrição em um paradigma filosófico, mas como “verdade”. O jornalismo é acontecimento, porquanto, quando pode ser tomado como índice de um presente social. (BENETTI, 2010, p. 146).

Benetti (2010) questiona a ideia do acontecimento jornalístico tão somente pela condição do desvio, da anormalidade social e acrescenta a falsa sensação do senso comum. Alguns temas centrais, como fome, desigualdades e injustiças sociais e que são aberrações concretas, não têm lugar no jornalismo porque, de certa forma, tornaram-se invariantes, ou seja, já fazem parte do sistema. “São fatos cinicamente percebidos como ordinários ou comuns que, por isso, não alcançam os requisitos que lhes permitiriam ocupar o estatuto de acontecimento jornalístico” (BENETTI, 2010, p. 146).

CAPÍTULO 2

SENSACIONALISMO, *FRAMING*, REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E ÉTICA NO JORNALISMO

Este capítulo é dividido em quatro etapas. Na primeira, buscamos aprofundar os estudos sobre o sensacionalismo, sua inserção na história do jornalismo. Observamos as primeiras folhas noticiosas dos séculos XV e XVI, passando pelo *penny press* e pelo jornal popular nos Estados Unidos, chegando ao Brasil do século passado. Além disso, apresentamos alguns indícios da contribuição do sensacionalismo para a configuração do jornalismo contemporâneo e enquanto prática profissional. A segunda etapa está centrada nos estudos sobre o enquadramento (*framing*), onde são apresentadas as ideias de Goffman, Gitlin e Entman e de outros teóricos. Na terceira etapa são expostos os estudos sobre as representações sociais e as notícias sensacionalistas, especialmente na temática da violência e criminalização da pobreza. Na última, a discussão será sobre as exigências éticas impostas aos jornalistas, principalmente diante dos acontecimentos que serão sensacionalizados.

2.1 Sensacionalismo: para melhor compreender esse formato

O sensacionalismo pode ser identificado como uma prática noticiosa centrada prioritariamente na seleção, ênfase e repetição de elementos narrativos e imagéticos dramáticos e exagerados, gerando impacto emocional em parte da audiência. Jornais, *sites* e emissoras de rádio e televisão que se dedicam à cobertura excessiva de fatos violentos, de sexo, de histórias de grande impacto humano, de casos bizarros recebem uma carga analítica negativa. O formato também é identificado por produtos de baixo custo e que seria destinado às camadas populares, revelando apenas compromissos mercadológicos. Barbosa e Rabaça (2002) conceituam sensacionalismo:

Estilo jornalístico, caracterizado por intencional exagero da importância de um acontecimento, na divulgação e a exploração de uma matéria, de modo a emocionar ou escandalizar o público. Esse exagero pode está expresso no

tema (conteúdo), na forma do texto e na apresentação visual (diagramação) da notícia. (BARBOSA e RABAÇA, 2002, p. 666).

Angrimani (1995, p. 16) ressalta que o sensacionalismo é tornar sensacional um fato que, por critérios jornalísticos estritos, não mereceria esse tratamento. Numa abordagem mais psicológica, ele defende que “é na exploração das perversões, fantasias, na descarga de recalques e instintos sádicos que o sensacionalismo se instala e mexe com as pessoas” (ANGRIMANI, 1995, p. 17).

Para Pedroso (2001), o sensacionalismo tem marcas características, como:

intensificação e exagero gráfico, temático, linguístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto de representação e construção do real social (...) é exploração do fascínio pelo extraordinário, pelo desvio, pela aberração, pela aventura, que é suposto existir apenas na classe baixa. É no distanciamento entre a leitura e realidade que a informação sensacional se instala como cômica ou trágica, chocante ou atraente. (PEDROSO, 2001, p. 52),

Sodré e Paiva (2002, p. 111) titularam esse jornalismo como “popularesco” e explicam que ele significa “a espontaneidade popular industrialmente transposta e manipulada por meios de comunicação, com vista à captação e ampliação da audiência urbana”. Marcondes Filho (1989) lembra o aspecto mercadológico do sensacionalismo adotado pelas empresas de imprensa. Para ele, essa prática “é o grau mais radical da mercantilização da informação” (MARCONDES FILHO, 1989, p. 78).

O *locus* privilegiado do jornalismo popularesco é o produto empresarial da imprensa que orienta sua cobertura quase que completamente para casos episódicos e anedóticos e que podem fazer uso do que seriam os *fait divers*¹⁰. Em que pese à existência de organizações que desenvolvem produtos impressos e programas de rádio e televisão específicos sensacionalistas, o uso desse recurso não é um objeto estranho em meios considerados como de referência. Em outras palavras, o sensacionalismo não é exclusividade de um jornalismo popular comercial dedicado tão somente a este fim. Ramos (2012), por exemplo, encontrou traços do sensacionalismo, como exagero temático, narrativo e estético e emoção além do razoável na *Revista Seleções Reader's Digest*, no *Jornal Nacional* da *TV Globo*, no *Reality Show Casa dos Artistas* e no *Jornal Aqui Agora*, esses dois últimos programas do *Sistema Brasileiro de Televisão (SBT)*.

¹⁰ Fatos diversos (em tradução livre). BARTHES, Roland. *Essais Critiques*. Paris, Editions de Seuil, 1966.

Acreditamos que é fundamental ainda esclarecer que não é toda cobertura de fatos relacionados à violência, ao desvio e ao dramático que vai gerar obrigatoriamente o sensacionalismo. Este formato será utilizado pelos meios diante de acontecimentos que possuam uma carga latente de máxima anormalidade e que suscite na audiência, no público, no leitor sentimentos, que estimule a curiosidade diante da aberração. Nesse sentido, Amaral (2006) deixa claro que:

O sensacionalismo tem servido para caracterizar inúmeras estratégias da mídia em geral, como superposição do interesse público; a exploração do interesse humano; a simplificação; a deformação; a banalização da violência, da sexualidade e do consumo; a ridicularização das pessoas humildes; o mau gosto; a ocultação de fatos políticos relevantes; a fragmentação e descontextualização do fato; o denunciamento; os prejulgamentos e a invasão de privacidade tanto de pessoas pobres e como de celebridades, entre tantas outras. (AMARAL, 2006, p. 21)

Como observado, o sensacionalismo é o formato jornalístico que se caracteriza pela ênfase a elementos completamente desproporcionais ao mundo esperado. Melhor explicando, não é qualquer acontecimento cotidiano desviante que emerge a condição de sensacionalista, mas aquele que pode ser selecionado entre muitos conteúdos que potencialmente exija alguma resposta emocional da audiência, como o susto, o medo, o desejo de vingança, o prazer, a satisfação. São acontecimentos com condições latentes para uma apresentação narrativa exagerada, muito observada em acontecimentos violentos, em escândalos privados e públicos, em histórias humanas extraordinárias.

Para além de seu conteúdo e temática, a prática da cobertura sensacionalista está fundada, em princípio, sob outras bases sólidas: sua forma expressiva, que se utiliza de uma linguagem oralizada, carregada de narrativas exageradas e com grande peso nas imagens, estimulando o apelo ainda maior às sensações nas audiências, como fotos de corpos na capa, a cor de sangue, a imagem do flagrante da celebridade.

A outra é sua condição funcional, isto é, esse tipo de jornalismo está inserido numa lógica comercial, como um elemento importante de uma estratégia mercadológica que transforma a notícia num produto espetacular, barato, rápido e de fácil consumo pelo público, supostamente pelas camadas populares. Assim, a organização jornalística, para atender objetivos econômicos (vender milhares de exemplares e atrair publicidade), levaria a redação jornalística envolvida na produção sensacionalista a compreender que ela tem uma clara missão: “extrair cargas apelativas capazes de chocar o leitor e, por

consequência, aumentar a circulação do periódico através dos tentáculos da emoção” (RAMOS, 2001, p. 125). Neste aspecto Sodré (1985) afirma:

O ethos da cultura de massa brasileira, tão perto quanto ainda se acha da cultura oral, é fortemente marcado pelas influências escatológicas da tradição popular. O fascínio pelo extraordinário, pela aberração, é evidente nos programas de variedades (...). O grotesco parece ser, até o momento, a categoria estética mais apropriada para a apreensão desse ethos escatológico da cultura de massa nacional. Realmente, o fabuloso, o aberrante, o macabro, o demente - enfim, tudo que à primeira vista se localiza numa ordem inacessível à “normalidade” humana- encaixam-se na estrutura do grotesco (SODRÉ, 1985, p. 38).

Importante destacar que o sensacionalismo como experiência jornalística não é nova. Autores como Schudson (1978) e Hughes (1940) já indicavam estratégias de popularização dos jornais no mercado norte-americano a partir de 1830, com o modelo de *penny press*, em que com um conjunto de ações empresariais e comerciais se buscou introduzir um jornalismo popular, descolando-se do modelo elitista de jornal em vigor.¹¹

Hughes (1940) identificará, na segunda metade do século XIX nos EUA, o surgimento das “histórias de interesse humano”, com ênfase em notícias cotidianas sobre a vida na grande cidade, suas aventuras, emoções, perigos e surpresas. A autora descreve então o crescimento das grandes empresas jornalísticas voltadas para estratos médios e com pouca escolarização na sociedade.

Na literatura nacional, os estudos sobre o sensacionalismo, incluindo uma modalidade mais recente de um tipo de jornalismo popular comercial de qualidade, são relativamente recentes (AMARAL, 2003 a 2006, ANGRIMANI, 1995; BERNARDES, 2004; ENNE, 2007; PEDROSO, 2001; RAMOS, 2012).

Além da crítica à prática em si, Amaral (2003 a 2006) questiona o próprio sensacionalismo como categoria explicativa do fenômeno jornalístico contemporâneo. “É mais adequado caracterizar este segmento da grande imprensa como ‘popular’ e não como sensacionalista” (AMARAL, 2006, p. 24). Para a autora, esses jornais populares, apesar de utilizar a “exacerbação dos relatos”, não se resumem mais à produção de sensações com matérias de polícia, embora ainda os utilizem. “Atualmente, os jornais preocupam-se com que leitor tenha um sentimento de pertencer à determinada comunidade, percebendo o que faz parte do seu mundo” (AMARAL, 2006, p. 24).

¹¹ Veremos com mais detalhes no próximo item.

Haveria assim, por essa perspectiva de um novo modelo, o esforço em produzir notícias valorizando a prestação de serviço e a de ser uma espécie de porta-voz dos interesses da sociedade, principalmente das camadas mais excluídas dos processos de participação política. No entanto, Amaral (2006, p. 10) acaba reconhecendo que, mesmo com qualidade informativa, jornais populares comerciais seguem com capas chamativas e continuam valorizando a cobertura de casos violentos, insólitos e extravagantes.

É compreensível, em certa medida, que o formato sensacionalista, consolidado na metade do século XX, seja também afetado pelas transformações inevitáveis que o jornalismo vem passando em vários aspectos. Mudaram-se as rotinas e as relações de trabalho. Vive-se a mercantilização do conteúdo, o *on line*, a diversificação de mídias, dos formatos e do público, bem como se passa por uma nova reconfiguração da relação produtor-leitor com as novas apropriações e usos pelo jornalismo. Leitores tradicionais foram impulsionados para também produzirem conteúdos.

Esse novos processos criam tensões para a forma clássica de fazer jornalismo. No entanto, o perfil sensacionalista de alguns produtos da imprensa mantém uma lógica central desse formato: a prioridade de seleção e narração verbo-visual exagerada de acontecimentos aberrantes. Pedroso (2001), por exemplo, reconhece as transformações no jornalismo popular massivo, no entanto, não deixa de chamar atenção para o uso insistente das ferramentas sensacionalistas tradicionais:

Hoje, qualquer jornal para a classe baixa refere-se à última viagem da espaçonave Colúmbia, à dívida externa do país, à crise político-econômica da Argentina. (...) No entanto, esses jornais, com mensagens dirigidas às camadas da população com baixo nível cultural, ainda precisam recorrer ao 'escândalo gráfico e visual' da primeira página ou à apelação das manchetes porque é difícil de estabelecer-se, entre jornais e leitores, um vínculo estável de comunicação. (PEDROSO, 2001, p.48),

Talvez essa percepção diferenciada de tentar imaginar a drástica transformação ou até mesmo o fim do formato sensacionalista como estratégia principal em meios de comunicação de massa seria uma forma de reduzir a carga crítica negativa empregada aos produtos sensacionalistas. Entendemos, assim, que o sensacionalismo, apesar de transformações no campo do jornalismo, ainda pode descrever fenômenos reais, presentes e intensos da atividade jornalística.

Considerando o singular como categoria central da Teoria do Jornalismo, Genro Filho (1987, p. 193) afirma que o jornal sensacionalista singulariza os fatos ao

extremo, sem destituí-los de suas significações. “A singularidade extrema pressupõe e reforça as categorias do próprio censo comum, que quer dizer, a predominância da ideologia burguesa”. Assim, a audiência junto aos produtos sensacionalistas tende a perceber o mundo como um agregado de coisas e eventos simples e independentes, isto é, de forma episódica; e acredita nas teorias naturais, nas normas e desvios morais. “Os jornais sensacionalistas geralmente produzem um discurso de reforço dos valores, como meio para excitar não apenas as sensações como também os preconceitos morais do público” (GENRO FILHO, 1987, p. 197).

Também para Marques (2006, p. 44) os meios de comunicação sensacionalistas apresentam acontecimento sem maiores contextualizações, não possibilitando qualquer sentido histórico e “passam, assim, a fixar padrões de pensamento como clichês ou preconceitos, repetindo-os até fixarem como verdades”.

Do ponto de vista do conteúdo, propomos dividir o sensacionalismo em quatro tipos, que muitas vezes têm fortes interseções entre eles:

1) *Violência* - o que se centra nas cobertura de violências, como ameaças, brigas, roubos, assassinatos, com ou sem envolvimento de polícia, e que provocam revolta, pânico, alívio, punição, vingança, ironia e até humor;

2) *Sexo* – o que desenvolve narrativas que abordam o sexo, traições, tabus, aberrações. Muitas delas vêm acompanhadas também de violência, celebridades e religião;

3) *Celebridade* - o que busca dar ênfase à vida privada de celebridades do momento, como revelações íntimas e escandalosas, geralmente envolvendo sexo;

4) *Escatologia* - o que trata de desastres, tragédias coletivas, do sobrenatural, de feitos extraordinários da ciência, de casos religiosos fantásticos e escatológicos.

Reafirmamos que em muitos casos esses conteúdos se mesclam.

Para este trabalho o foco se dá no campo da violência, considerando que ele carrega uma espécie de potencialidade dramática latente e os limites entre apenas o caráter do acontecimento noticioso e o acontecimento sensacionalizado são tênues. Esse limiar se estreita muito mais quando no fato violento são encontradas nuances de sexo e de escatologia, assim, o quadro sensacionalista poderá chegar ao ápice.

Para Hall *et al* (1999, p. 238) o estatuto especial da violência é um importante valor-notícia. “A violência é também o supremo crime contra a propriedade e contra o estado. Representa, assim, uma ruptura fundamental na ordem social”. Outro aspecto

interessante é que raramente ocorrem oposições na opinião pública aos posicionamentos e definições sobre violência e crime. Os fatos parecem nascer prontos e acabados e são prontamente acolhidos como verdade pelos jornalistas e organizações. Raramente há oposição pública diante dos fatos violentos. Isso é resultado da imposição de valores socialmente partilhados onde o suposto criminoso não teria direito no mundo da ordem. Hall *et al* (1999) asseguram:

Uma das áreas onde os *media* têm mais probabilidade de ser bem sucedidos na mobilização da opinião pública dentro da estrutura dominante de ideias é em questões relacionadas com o crime e sua ameaça à sociedade. Isto torna a via do crime unidimensional e transparente no que diz respeito aos *mass media* e à opinião pública – onde os assuntos são simples, incontroversos e claros. (HALL *et al*, 1999, p. 240)

Amaral (2006), Pedrosa (2001) e Angrimani (1995) já tinham apontado um aspecto do jornal sensacionalista que não foi amplamente desenvolvido: ele 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).

Como será observado no decorrer desta pesquisa há fortes indícios de que o sensacionalismo, além de ser um ingrediente significativo para a lógica econômica das empresas, funciona como uma importante peça discursiva na construção e reafirmação de representações sociais das camadas populares como grupos perigosos, justificando, assim, a defesa de políticas de controle e repressão social. A cobertura de fatos violentos se constitui nesse cenário em um ambiente privilegiado nas produções sensacionalistas para, a partir da provocação do sentimento do medo social, reproduzir discursos que criminalizam a pobreza. “O sensacionalismo é inevitavelmente conservador e até profundamente reacionário, mesmo quando se tenta instrumentalizá-lo com intenções democráticas ou socialistas” (GENRO FILHO, 1987, p. 192).

Assim, considera-se o sensacionalismo como um formato aplicado à prática jornalística e que poderá ser encontrado nos mais variados suportes da imprensa. Ele é resultado de uma seleção intencional de acontecimentos noticiosos com carga dramática emocional latente, onde os detalhes de maior impacto humano, de anormalidade, de curiosidade serão enfatizados, salientados, repetidos, simplificados e explicados ao nível do senso comum e elevados a uma categoria de centralidade no acontecimento, tanto na

sua condição narrativa verbal quanto na visual. O exagero é marca do sensacionalismo. Seu objeto não é a informação, a notícia, mas a capacidade de gerar as mais diversas reações momentâneas de sentimento na audiência. A curiosidade, o medo, a raiva, o riso, a defesa da pena de morte andam aliadas a uma tendência ao conformismo, a distração situacional e o empobrecimento crítico contextualizado, o que pode ser fonte de aproveitamento ideológico dominante. “O indivíduo que foi marcado pelo pensamento espetacular empobrecido, mais do que por qualquer outro elemento de sua formação, coloca-se de antemão a serviço da ordem estabelecida, embora sua intenção subjetiva possa ser o oposto a isso” (DEBORD, 1997, p. 191).

O formato sensacionalista não é um fenômeno recente. Nos próximos itens desse capítulo apresentaremos um pouco do seu percurso histórico.

2.1.1 O “sensacionalismo” nas primeiras gazetas

A relação imprensa, conteúdos e narrativas sensacionalistas e sua percepção como forte atrativo comercial tem larga trajetória na história do jornalismo e marca, sobremaneira, a crítica geral sobre o emprego desse formato.

No entender de Martín-Barbero (2009) a imprensa tem suas origens ainda no século XV, na transição entre o oral e o escrito, através da introdução da literatura de cordel, que transformou o folclórico em popular. Desde lá, a escolha do que noticiar, da forma como narrar e do formato empregado têm forte interseção com as características mais primárias da produção sensacionalista e como ainda hoje podem ser encontradas.

É na segunda metade do século XV nos centros urbanos da Europa, segundo Thompson (2012), que começa a se desenvolver as indústrias gráficas, “montadas, em sua maioria, como empresas comerciais. Seu sucesso e sua sobrevivência dependeram da capacidade de mercantilizar formas simbólicas” (THOMPSON, 2012, p. 83-84).

Apesar de empresas rudimentares, o princípio do lucro estava presente. “Livros populares, almanaques e outras publicações eram levados a todas as regiões do campo por vendedores ambulantes, que carregavam suas mercadorias de aldeia em aldeia e as ofereciam a bom preço” (THOMPSON, 2012, p. 92). Sobre os primeiros periódicos aponta Martín-Barbero:

Temos assim um *meio* que, à diferença do livro e *semelhança do periódico*, vai buscar seus leitores na rua. E que apresenta uma feitura na qual o *título* é

reclame e motivação, publicidade; segue-se ao título um *resumo* que proporciona ao leitor as chaves do argumento ou as utilidades a que se presta, e uma gravura que explora já a “magia” da imagem (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.151, grifo do original).

É relevante considerar que alguns dos primeiros impressos noticiosos - *pliegos* na Espanha, *colportage* na França e tantas outras folhas na Europa dos séculos XV e XVI – eram confeccionados para que fossem lidos em voz alta e em espaços públicos, em razão do reduzido letramento da população. Assim, eles se revestem de importância social porque eram, na prática, instrumentos de mediação entre os fatos e as pessoas.

No entanto, há um aspecto fundamental a ser apresentado nesse momento: o conteúdo dessas primeiras folhas. Além de informações comerciais e marítimas, elas estavam recheadas de várias histórias trágicas, feitos extraordinários, fábulas, demônios, contos fantásticos. Muitas se dedicavam “aos relatos de crimes, nos quais o *pliego* lança as bases daquilo que mais tarde seria o jornalismo popular” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 156). Entendemos que, desde aquele momento, já havia uma opção por conteúdos e narrativas que se assemelha ao sensacionalismo como se conhece hoje.

Thompson (2012) adiciona ao poder comercial desses folhetos polêmicos um conteúdo de histórias de desastres, fenômenos extraordinários, aparição de cometas. “Eram impressos aos milhares e vendidos nas ruas por vendedores ambulantes. Eles eram uma valiosa fonte de informações sobre acontecimentos correntes e distantes” (THOMPSON, 2012, p. 98). E Martín-Barbero reforça:

Nesse protojornalismo popular – que será escrito em grande parte visando à difusão oral, para ser ‘lido, declamado, cantado’ em lugares públicos como o mercado, a estação de trem ou mesmo pelas ruas –, já se encontram as chaves do jornal sensacionalista. Estão lá os grandes títulos chamando a atenção para o principal fato narrado em versos, importância assumida pela parte gráfica, com desenhos ilustrando o texto, a melodramatização de um discurso que parece fascinado pelo sangrento e o macabro, o exagero e até a atração pelos ídolos de massa dos esportes ou dos espetáculos. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 248).

Para Sousa (2008), o nascimento da imprensa moderna, com periodicidade garantida data 1604, com a circulação de *La Gazette Français*. O conteúdo desse jornal se assemelharia ao sensacionalista, transportado dos cordéis e folhas dos séculos XV e XVI. “O aparecimento das gazetas permite afirmar que o jornalismo noticioso é uma invenção europeia dos séculos XVI e XVII, com raízes remotas na antiguidade clássica e antecedentes imediatos na Idade Média e no Renascimento” (SOUSA, 2008, p. 80).

Angrimani (1995) revela ser difícil precisar uma data de nascimento desse tipo de jornal, mas afirma que de 1560 e 1631 na França circulavam os periódicos *Nouvelles Ordinaires* e *Gazette de France*, sendo que este último se parece que com jornais sensacionalistas que são feitos atualmente, “trazendo o *fait divers* fantástico e notícias sensacionais” (ANGRIMANI, 1995, p. 19). Lembra o autor ainda da existência, com amplo sucesso, dos *Canards*, também na França. E os *Canards* eram:

Jornais populares de apenas uma página, impressos na parte frontal e que comportavam título, ilustração e texto. Os mais procurados eram os que relatavam *fait divers* criminais: crianças martirizadas ou violadas, parricídios, cadáveres cortados aos pedaços, queimados, enterrados. Os vendedores de *canards* saíam às ruas aos gritos chamando atenção do público para suas manchetes. (ANGRIMANI, 1995, p. 19)

Apesar de sua condição primitiva de organização, impressão e circulação, o sistema das notícias estava, no entender de Thompson (2012), inserido em empresas comerciais nos moldes capitalistas. Para ele, os impressores precisavam mobilizar uma quantidade expressiva de recursos financeiros e de pessoal para colocar em pleno funcionamento todo o sistema tipográfico. “Alguns desses primeiros impressores tinham fundos suficientes para tocar o negócio por conta própria. Operavam como editores, selecionando o material a ser impresso e assumindo os riscos desta atividade” (THOMPSON, 2012, p. 87). Esse autor lembra que muitos impressores chegaram a receber financiamentos privados externos e montavam redes comerciais para circulação e venda das gazetas em vários países.

Com o crescimento e complexidade dos centros urbanos nos séculos seguintes, essas folhas noticiosas se tornaram cada vez mais numerosas e concorrentes, atraindo maiores audiências. Isso também teria imposto uma necessária transformação em seus formatos, com o aprimoramento das técnicas de impressão e utilização de estratégias comerciais para conquistar e ampliar um público consumidor das informações.

A notícia sensacional era o ponto forte dessas folhas cada vez mais numerosas. Por conta da concorrência é desenvolvido o poder atrativo das primeiras páginas com o uso de manchetes, chamadas curtas, ilustrações e anúncios pagos. Reforça-se o poder narrativo-dramático, com o uso da oralidade, além de intensificar a forma cantada de apresentar as manchetes das folhas nas ruas, ou seja, é um quadro geral de produção que Garrido (1999, p. 31 *apud* SOUSA, 2008, p. 86) vai chamar de “imprensa publicitária”.

Importante destacar dentro das estratégias de atração do público pelas gazetas e folhas noticiosas o caso particular dos jornais políticos da França revolucionária do século XVIII. Movidos pelo combate e derrubada do regime absolutista, houve uma intensa produção de pequenos jornais/panfletos que, utilizando-se do sensacionalismo, trabalharam com a representação social de uma decadente, corrupta e, principalmente, promíscua Monarquia, em oposição à patriótica e revolucionária República.

A literatura obscena dos primeiros anos da Revolução usava dois temas para ridicularizar a aristocracia: impotência e homossexualismo. A ideia de decadência associa-se à do apodrecimento, de colapso orgânico. A aristocracia se torna assim, para fins desses escritos, uma raça agonizante; a corrupção moral e a devassidão física passaram a estar intimamente ligadas. (BAECQUE, 1996, p. 231)

Apesar das intenções políticas, esses jornais/panfletos estavam cercados por uma espécie de estrutura empresarial. A produção desses periódicos políticos era um negócio e como tal tinha suas estratégias de comercialização em razão da concorrência. “Na verdade, os jornais revolucionários bem-sucedidos precisavam de gráficas grandes e bem capitalizadas, particularmente se seu objetivo era editar jornais diários com uma circulação significativa” (BAECQUE, 1996, p. 201). De acordo com o catálogo da *Bibliothèque Nationale*, foram lançados 335 periódicos em Paris em 1790.

O *Journal du soir* empregava cinco prensas, sessenta empregados com diversas funções gráficas (incluindo não só compositores e impressores, mas também empregados de escritório e mulheres que dobravam o jornal) e duzentos vendedores de rua para publicar e distribuir suas tiragens de dez mil exemplares (BAECQUE, 1996, p. 201).

Charles-Joseph Panckoucke, por exemplo, era considerado grande empresário da imprensa por possuir o maior empreendimento editorial privado da França, numa estrutura que comportava 27 prensas e 91 trabalhadores, que imprimia os principais jornais revolucionários. As tiragens eram altas, ultrapassavam os mais de 11 mil exemplares por dia (BAECQUE, 1996).

2.1.2 Penny press: a notícia para vender

Na Europa e nos Estados Unidos, entre o fim do século XVIII e início do XIX, as gazetas com conteúdos e narrativas sensacionalistas foram reduzidas, especialmente em razão do forte controle e da censura do Estado e do Clero. Apesar da constante

melhoria em todo sistema de impressão, elas estavam presas a um modelo político centralizado, mesmo aquelas gazetas que possuíam alguma estrutura empresarial. Os jornais, com periodicidade regular, passaram a representar tão somente as manifestações do editor, geralmente funcionários do Estado e/ou do seu partido.

Nos Estados Unidos até 1830:

Os jornais davam maior ênfase a notícias da política nacional e eram financiados pelos partidos políticos, facções de partidos ou candidatos a cargos públicos, que ditavam a política editorial e, algumas vezes, escrevia pessoalmente os editoriais. Nada havia de enganoso nisso – tratava-se de prática padrão, e de conhecimento de todos. Os jornais partidários eram dependentes dos líderes políticos, não só pelo capital inicial e por seu ponto de vista, mas como forma de garantir a própria manutenção, por meio da publicação paga de notas jurídicas, quando o partido que apoiavam detinha o poder. (SCHUDSON, 2010, p. 26)

A concentração dos jornais nas mãos de partidos políticos aristocráticos e o controle e a censura do Estado sobre os meios empurraram o jornalismo para castas sociais e o consumo de poucos, uma pequena elite letrada e dirigente. “Os jornais em geral eram comumente editados para pessoas de posses, o que em parte influía na preponderância do conservadorismo na imprensa” (EMERY, 1965, p. 232).

No entanto, o modelo político-econômico elitista seria superado em razão da intensificação da vida nas cidades, dos intensos fluxos imigratórios, do desenvolvimento dos sistemas de transportes e comunicações, da revolução industrial, do fortalecimento e da ampliação do comércio, do maior acesso ao letramento. Esse fenômeno, essencialmente urbano, faz surgir novos personagens nos arranjos sociais, ou seja, operários qualificados, médios comerciantes, imigrantes endinheirados que formariam uma burguesia cidadina estruturada em torno de um mercado de consumo.

Ocorre que esse contingente em formação e em ascensão estava distante e não se sentia representado nos jornais de referência de então. Edwin Emery (1965, p.231) compreende que “toda vez que uma massa de povo foi negligenciada por muito tempo por órgãos de comunicação existentes acabaram surgindo iniciativas para suprir essa lacuna”. Essas “iniciativas que vão suprir essa lacuna” resultam na constituição de uma imprensa popular massiva empresarial, que acaba se materializando nos jornais baratos, a um *penny* (centavo) e que terá no sensacionalismo a sua base mais importante.

Este novo momento – o da introdução do *penny papers*, especialmente nos Estados Unidos – não marca tão somente uma clara oposição a um jornalismo político-

econômico aristocrático e nem se caracteriza apenas pelo surgimento de um produto de imprensa com preço reduzido e adaptado a um público distante dos meios tradicionais. O jornal popular empresarial de massa que surge nesse momento é responsável pelos primeiros e significativos passos para a constituição de uma organização jornalística entendida como negócio, isto é, inserida, ainda que lentamente, no mercado.

A notícia – a informação –, com o *penny press*, passa a ser compreendida como um produto necessário a ser adquirido e consumido, o que terá significativo reflexo no *modus* de selecionar, apurar, escrever e divulgar as informações, isto é, na forma de fazer jornalismo. O formato privilegiado em que esse jornal popular vai se desenvolver é o do sensacionalista com o objetivo de atrair audiências distantes dos jornais.

Convertida em *produto*, a notícia adquire o direito de penetrar em qualquer esfera, ampliando progressivamente a definição do público, absorvendo e atenuando as diferenças e contradições de classe, e detendo-se tão somente no limite extremo da tolerância média do público mais amplo possível (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 200, grifo do original).

Schudson (2010) confirma que o jornalismo já nesse período está fundado na empresa, mas isso é resultado das intensas mudanças políticas, sociais e tecnológicas que atravessava, principalmente, a América do Norte. E uma das transformações mais significativas foi o modo de impressão. A revolução industrial, que gerou produtos mais acessíveis, também possibilitou a produção de papel mais barato. Além disso, as prensas manuais foram substituídas pelas de vapor, que acabam triplicando a rapidez de impressão. “Em 1833 era possível imprimir um jornal para ser vendido por um centavo, em contraste com o preço comum de seis centavos dos diários comerciais” (EMERY, 1965, p. 226). O jornal agora podia ser impresso mais tarde e trazer notícias mais recentes. (BRIGGS e BURKE, 2004, p. 119).

Em razão desse ambiente político-econômico-social, recortamos a história de dois jornais porque elas são exemplares. Um deles é o *New York Sun*, de 1833:

A ênfase era dada aos acontecimentos locais e ao noticiário de violência. Dentro de seis meses o *Sun* tinha uma circulação de cerca de 8000 exemplares, que representava quase duas vezes a de seus rivais mais próximos. Notícias de ‘interesse humano’ era a especialidade do *Sun*. Em 1837, o *Sun* tinha uma tiragem de 30.000 exemplares diários, o que representava mais do total de todos os diários de Nova York juntos quando o *Sun* apareceu pela primeira vez. (EMERY, 1965, p. 232-233).

Emery analisa que o sucesso do *Sun* e dos demais jornais populares é resultado da redução dos preços e das novas tecnologias de impressão. No entanto, considera essencial para esses empreendimentos a utilização do sensacionalismo em seu conteúdo e narrativa como uma estratégia para se tornar um sucesso de vendas. De fato, o “*Sun* rompeu com os moldes do jornalismo da época, oferecendo em suas páginas: crimes, assassinatos, mortes, curiosidades, bizarrices, dentre outros assuntos que causavam sensacionalismo e eram fantásticos” (DEJAVITE, 2001, p. 5).

E para se atingir amplas vendas, esses jornais estavam dispostos a sacrificar até mesmo o caro princípio da veracidade dos acontecimentos. O *Sun*, por exemplo, “quase triplicou a circulação em 1835 quando um dos seus repórteres, um descendente do filósofo político John Locke, escreveu uma série de artigos que pretendiam descrever a vida na lua” (EMERY, 1965, p. 235).

O conteúdo e a narrativa sensacional do *Sun* resultaram também na atração dos anúncios pagos. “Os anunciantes se impressionavam com a admirável circulação desse novo de comunicação. A grande circulação dos jornais populares tornava exequível anunciar artigos para a venda” (EMERY, 1965, p. 236). A fórmula do sucesso era: quanto mais os jornais populares se utilizavam de conteúdos e narrativas dramáticas em linguagem simples ao homem simples, mais eram significativas as suas vendas e mais anúncios pagos chegavam às empresas. Essa lógica fez os editores compreenderem que precisavam intensificar o processo de coleta de notícias e ao mesmo tempo investir na melhoria e quantidade e rapidez de impressão e de distribuição. Referindo-se ao *Sun*, Sodré (1977), afirma que ele “descia às fontes dos choques de interesses individuais e ao fundo das paixões humanas. Em quatro anos, estava com tiragem no nível de 30.000 exemplares diários, tendo que dobrar o tamanho das páginas para poder acomodar os anúncios cujo afluxo crescia sempre” (SODRÉ, 1977, p. 4).

Outra publicação nessa fase é o *New York Morning Herald*, de James Gordon Bennett, que “não tinha escrúpulo em fazer uso de notícias violentas, pois estava certo de que seu jornal dia a dia se tornava melhor” (EMERY, 1965, p. 240).

O *Herald* era uma imitação do *Sun* quanto ao uso de matéria sensacional. Na reportagem de um crime o *Herald* não tinha rival. A edição de 4 de junho de 1836, um ano após a publicação regular do jornal, é uma demonstração do modo típico do *Herald* de tratar assuntos dessa categoria. Toda a primeira página, sem outras manchetes, é dedicada ao caso de Robinson-Jewett. Esse

caso envolvia o assassinato de uma prostituta num bordel por um importante homem da sociedade. (EMERY, 1965, p. 238).

Assim como no *Sun*, os efeitos da utilização do sensacionalismo pelo *Herald* são quase instantâneos: publicações repletas de anúncios pagos e vendagens gigantescas para a época, a exemplo de 20.000 exemplares diários em 1836.

O fenômeno do *penny press*, que tinha o sensacionalismo como uma ação estratégica, não estava restrita aos Estados Unidos. Na Inglaterra, dois dos jornais mais populares e de maior tiragem e importância foram o *Daily Telegraph* e o *Standard*. Na França, a liderança era do *Petit Journal*. Assim como no mercado americano, na Europa

a consolidação das empresas jornalísticas provocou a mudança do perfil do leitor e do jornalista. Para atrair consumidores, as empresas apelaram para a emoção e para o prazer. O jornalista passou a assumir o papel de agente socializador e educador das massas para a vida urbana; ele se tornou um vendedor de jornais a qualquer preço, mesmo à custa de adulteração dos fatos (RIBEIRO, 1994, p. 22).

No entender de Sodré, “o segredo da imprensa consistia, à medida que o Capitalismo avançava, na rapidez com que chegava aos leitores e na possibilidade de contá-los aos milhões” (SODRÉ, 1977, p. 5).

O conteúdo sensacionalista apresentado pelo *Sun*, pelo *Herald* e por outros jornais populares nesse período era tão arrebatador de audiências e de anúncios pagos que os chamados jornais sérios chegaram a desenvolver uma espécie de campanha pública moral, sem sucesso, contra os populares, acusando-os de mau gosto, impostura e sensacionalismo.

Na década de 1830, apenas em Nova York, foram fundados 35 jornais de um *penny*. Dez anos depois, as quatro maiores cidades americanas tinham jornais populares nesse estilo. “Os prósperos jornais de um *penny* concentravam-se diretamente nas notícias, enquanto os rivais, uma vez ricos e poderosos, morriam à míngua de circulação num dieta de editoriais doutrinários” (EMERY, 1965, p. 264). Schudson sintetiza a década de 1830 como um período que “levou ao triunfo da ‘notícia’ sobre o editorial e dos ‘fatos’ sobre a opinião” (SCHUDSON, 2010, p. 25).

Além de concentrar sua atenção nos eventos locais, de ser mais próximo dos leitores; de desenvolver uma narrativa dramática sensacionalista; e até da contratação regular de repórteres, esses jornais foram fundamentais para o desenvolvimento do jornalismo enquanto uma prática e para a própria indústria gráfica.

Nos Estados Unidos, os *penny papers* eram sempre os primeiros a instalar as mais recentes máquinas de impressão. Na verdade, pode ser mais correto afirmar que a imprensa *penny* introduziu a impressão a vapor no jornalismo norte-americano do que dizer que o vapor tenha impulsionado a imprensa *penny*. (...) O telégrafo começou a ser usado nos anos de 1884, depois de a própria imprensa *penny* tê-lo experimentado. Os jornais encorajaram seu desenvolvimento. (SCHUDSON, 2010, p. 46).

Outro fator que deve ser levado em conta na análise do desenvolvimento de um tipo de jornal popular nos Estados Unidos entre 1830 a 1840 é a escolarização durante o século XIX. “Como os novos leitores eram pouco sofisticados, seus gostos tendiam a ser simples, definidos, particulares e limitados. Isto não apenas explicaria o crescimento de circulação de jornais, como também a ênfase da imprensa *penny* sobre a notícia local e de interesse humano” (SCHUDSON, 2010, p. 48).

Nesse mesmo sentido, Correia (2003) reforça a ideia de que a partir do século XIX a necessidade de se atender aos gostos populares das diversas classes em ascensão generalizou, através dos jornais, o uso do sensacionalismo. “Estavam reunidas as condições que tornam o crime, o baile da sociedade, os *fait divers*, o desporto e o combate de rua como noticiáveis” (CORREIA, 2003, p. 8).

2.1.3 Grandes impérios dos jornais populares

Certamente o momento mais importante nessa trajetória que envolve a adoção do sensacionalismo pelo jornalismo será observado no final do século XIX e início do XX nos Estados Unidos, na chamada segunda geração de jornais populares massivos e que terá reflexos no mundo ocidental. É o período do início do “Novo Jornalismo”.

Duas personalidades que construíram impérios na imprensa nesse momento e que são essenciais para entender a consolidação desses jornais são Joseph Pulitzer e William Hearst. Com eles, respectivamente, “surgem dois jornais que vão moldar o gênero sensacionalista, dando-lhes características que ainda hoje são utilizadas: o *World* e o *Journal*” (ANGRIMANI, 1995, p. 20).

Martín-Barbero (2009) lembra que no meio do século XIX havia uma demanda social a ser saciada: a de narrativas dos fatos. E ela será prontamente atendida com as produções massivas. “As classe populares só alcançam a literatura mediante uma operação comercial que fende o próprio ato de escrever e desloca a figura do escritor na

direção da figura do jornalista” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 177). Segundo esse autor, especialmente nos Estados Unidos, houve uma espécie de superação de entraves políticos que eram frequentes no início do século XIX para consolidar uma sociedade de mercado. Livre de amarras diretas de censura política e inserida na lógica capitalista, parte da imprensa acaba aprofundando a luta pela audiência, “o que, em finais do século XIX conduz ao nascimento da imprensa marrom. A luta entre dois grandes impérios, o de Pulitzer e o de Hearst, leva a comercialização da imprensa a buscar os mais cínicos expedientes na caça ao leitor” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 201).

A consistente transformação dos jornais populares em grandes empresas de jornalismo a partir da lógica de mercado não é exclusividade americana. Ribeiro (1994) diz que é “a partir da segunda metade do século XIX, que o jornalismo europeu deixou de ser, sobretudo, veículo de opinião. A lógica preponderante já era a da empresa capitalista, com objetivo de lucro. A imprensa tornava-se efetivamente uma indústria” (RIBEIRO, 1994, p. 22). Assim, como empresa consolidada, o jornal busca estratégias para atender seu público, superando as concorrentes. A seleção do conteúdo, a narrativa e a forma de apresentação foram, assim, fundamentais para consolidar esse modelo.

Na Inglaterra, o fato novo foi o lançamento das folhas de meio pên, como o *Daily Mail* que, criado em 1896, em apenas dois anos alcançava 400 mil exemplares e chegava a um milhão em 1901. O sucesso do *Mail* obrigou os concorrentes a cobrar metade do preço e a dobrar a tiragem. Na imprensa francesa o destaque é o popular *Petit Journal*, que em 1880 atingia 598 mil exemplares diários e em 1908 chegava a 875 mil; nesse ano a tiragem do *Le Petit Parisien* atingiu 1,3 milhão. Dispondo de pouca publicidade, os jornais franceses sérios mantinham poucos correspondentes estrangeiros e dedicavam-se a violentas polêmicas doutrinárias. (RIBEIRO, 1994, p. 28).

Mas são nos Estados Unidos que se podem ter os mais significativos exemplos de jornais populares e de sensacionalismo. Para Schudson, Pulitzer manteve foco na notícia local, especialmente nos crimes, escândalos e na alta sociedade, e isso vinha da tradição do *penny*: “A inovação mais responsável pelo rápido crescimento da circulação do jornal foi, em uma palavra, o sensacionalismo” (SCHUDSON, 2010, p. 114).

Sobre o formato do jornalismo empregado por Pulitzer, Schudson informa que “o uso generoso, pelo *World*, de caricaturas e desenhos, de diferentes tipos de títulos, e sua própria ênfase em palavras, conteúdos e estrutura frasal relativamente simples, atraíam as pessoas inexperientes na leitura em inglês” (SCHUDSON, 2010, p. 118).

Pulitzer, que cuidava do conteúdo, também atraía e negociava com os anunciantes, inaugurando a venda de espaços publicitários com base na circulação e nos preços fixos.

Por sua vez Emery (1965, p. 449) classificou William Hearst como “o homem que mais do que qualquer outro criou a época do jornalismo amarelo”¹². Ele não teria empregado esforços para manter uma forte concorrência com o *World* de Pulitzer.

Se o hotel Del Monte se incendiasse ou um assassinato tivesse lugar perto de San Francisco, um trem especial levando repórteres e artistas do *Examiner* (o primeiro jornal de Hearst) ia bufando em direção da cena. Os redatores de Hearst procuravam explorar o fato sensacional e o pitoresco em seus sumários – amor, poder, ódio ou compaixão eram os temas preferidos (EMERY, 1965, p. 452. Inclusão nossa).

Como uma forma de resumir o que pensava Hearst sobre o conteúdo do seu jornal, Arthur McEwen, um dos editores do *Journal*, periódico que Hearst comprou quando chegou à Nova York, em 1895, teria dito: “O que procuramos é a emoção de uma sensação. Imprimimos o nosso jornal de modo que o leitor ao abri-lo, exclame: ‘Meu Deus!’” (EMERY, 1965, p. 452).

O resultado desse modo de fazer jornalismo significou para o *Examiner* uma circulação superior aos 70 mil exemplares em 1893. Com a compra do *Journal*, ele se tornou um dos grandes empresários de jornais populares, mas isso graças à manutenção e ampliação de coberturas dramáticas dos acontecimentos. O *Journal* chega a ter uma tiragem diária em 1896 de 437 mil exemplares.

Nesta segunda fase da imprensa popular nos Estados Unidos, o jornalismo amplia a busca pelas notícias locais, mas passa a agregar outras funções para atender as exigências do mercado consumidor, numa ampla interação com a audiência. Publica-se informações sobre serviços, classificados, colunas de tira dúvida, jogos, dicas e receitas para mulheres e até campanhas assistencialistas promovidas pelos próprios jornais. Há “uma ampliação da função de ‘entretenimento’ do jornal, mas também representava a expansão daquilo que tem sido recentemente chamado ‘jornal multiuso’, em lugar de

¹² A expressão “jornalismo amarelo” (yellow press) que surgiu no final do século XIX a partir da concorrência entre os jornais *World* e *Journal*. Eles disputavam para ter em suas páginas as aventuras de uma história em quadrinhos de um menino que vendia jornais, o Yellow Kid, e que se vestia de amarelo. A disputa entre os jornais era tão intensa que o amarelo do cobinado personagem acabou virando sinônimo de publicações sem escrúpulos. Em língua portuguesa, a expressão teve sua cor alterada para marrom, mas se manteve o símbolo de uma imprensa desonesta.

jornal informativo – jornal diário como um compêndio de dicas para a sobrevivência urbana” (SCHUDSON, 2010, p. 122).

Uma das transformações mais significativas foi à redução do tamanho físico do jornal para que ele tivesse mais mobilidade e pudesse ser facilmente transportado e lido em todos os lugares, inclusive nos ônibus. Explica Schudson:

A mudança do *World* para um estilo e layout que causaram sensação resultou da adaptação às necessidades dos passageiros: ler no ônibus era difícil devido às letras pequenas e páginas grandes da maioria dos jornais. Assim, o *World* reduziu o tamanho da página, reforçou o tamanho dos títulos e o uso das ilustrações e desenvolveu o *lead*, parágrafo em que todas as informações mais importantes estariam concentradas. (SCHUDSON, 2010, p. 123).

A busca pela notícia e para mostrar a mais ampla e dramática narração dos acontecimentos continuou central e isso impôs uma concorrência extraordinária aos jornais, ampliando-se os recursos sensacionalistas e chegando-se a inventar e interferir nos acontecimentos. Nesse quesito, Sousa (2006, p. 156) lembra que Hearst não poupou de “inventar factos, mesmo que fossem desmentidos em duas linhas no dia seguinte”, ou seja, o compromisso era com o resultado financeiro das empresas, advindo da adoção do conteúdo e da narrativa sensacional. Alguns números ajudam a atender esse sucesso: Pulitzer “comprara o *World* em 1883 por 346 mil dólares. Por volta de 1895 estava o jornal instalado num edifício de 2 milhões e quinhentos mil dólares e o seu valor era estimado em cerca de 10 milhões de dólares” (EMERY, 1965, p. 417).

Para conquistar à liderança, esses jornais não mediam esforços também para utilizar as possibilidades tecnológicas (ferrovias, telégrafos, correios) e para contratar grandes equipes de jornalistas. Somente nos Estados Unidos, os valores em anúncios pagos “em 1880 chegavam a 39 milhões de dólares. O recenseamento do mesmo ano demonstrou que os anúncios só nos jornais diários eram avaliados em 21 milhões de dólares. Em 1900, eles chegaram a 95 milhões e em 1910, 200 milhões de dólares” (EMERY, 1965, p. 240). O segredo dos jornais populares estava muito claro:

Durante a década de 1890 alguns editores de jornal foram levados a agir do mesmo modo como acontecera nos velhos tempos quando os jornais se esforçavam para conquistar novos públicos. Agora, porém, eles dispunham de melhores instrumentos que davam ao seu sensacionalismo um aspecto distinto e aparentemente novo. E assim, a sua degradante espécie de jornalismo tornou-se conhecido como ‘jornalismo amarelo’. Era uma espécie de jornalismo gritante, espalhafatoso, sensacional e temerário que seduzia o leitor por todos os meios possíveis. Fazia do elevado drama da vida um

significante melodrama e torcia os fatos da vida cotidiana em qualquer coisa que melhor conviesse para promover a venda dos jornais pelos pequenos jornaleiros a gritaram suas manchetes. (EMERY, 1965, p. 448).

Os sucessos do *World* e do *Journal* foram espelho para vários outros jornais, como o *Philadelphia* e o *Boston Globe*, que abandonaram a produção jornalística tida como “séria” e mergulharam no sensacionalismo. Essa mudança era essencialmente para atender as demandas econômicas dessas organizações, isto é, boa parte dos jornais americanos via que as extravagâncias do *World* e do *Journal* eram recompensadas pelas vendas e atração de publicidade. Por isso, alguns jornais “sérios” empregaram “o sistema amarelo em vários graus em todo o país” (EMERY, 1965, p. 449).

Emery sintetiza a chegada desses jornais populares no século XX e sua relação com o sensacionalismo.

Em 1900, cerca de um terço dos diários metropolitanos seguia a tendência sensacionalista estabelecida em Nova York pelo *Journal*. Os jornais competidores voltaram-se para os assuntos familiares do sensacionalismo: crime, sexo, feito de famosos e infames, desastres e novas guerras. Os artifícios da imprensa sensacionalista continuaram sendo usados: manchetes alarmantes e ficções sensacionais; histórias lúgubres, muitas delas forjadas; atenção para notícias sem importância, mas excitantes; os suplementos coloridos da edição dominical e pródigas de ilustrações com as fotografias cada vez mais reclamadas (EMERY, 1965, p. 448).

Schudson (2010, p. 118) lembra que a maioria dos proprietários dos principais jornais nos Estados Unidos do final do século XIX já era homens de negócios, em vez de pensadores políticos, o que não significa que os proprietários não tinham atuação política. No Brasil, por exemplo, os jornais populares com indicações sensacionalistas foram também instrumento de ação política partidária.

2.1.4 O Brasil e o sensacionalismo impresso

Também no Brasil existe certa dificuldade em precisar o aparecimento de uma imprensa voltada quase que exclusivamente ao sensacionalismo. Há registros de folhas avulsas, clandestinas e sem periodicidade garantida, com conteúdos políticos e literários circulando no Brasil bem antes da vinda da família real portuguesa em 1808. Nessas folhas, de duração efêmera, poderiam ser observados relatos de histórias de crimes, muitas vezes contados em forma de versos de cordel. Podemos fazer uma inferência com a literatura de cordel e os *pliegos* na Espanha e ou *canards* na França.

No final do século XIX, apesar de incipiente indústria gráfica, já circulavam no Brasil as gazetas, muitas voltadas às causas políticas, discorrendo laudatoriamente sobre economia, assuntos internacionais, questões religiosas, isto é, estavam, em geral, longe dos problemas mais comuns e corriqueiros das cidades, que por sua vez passavam por um processo de urbanização e de complexificação social.

Como aconteceu nos Estados Unidos no final do século XIX, também no Brasil, já nos primeiros anos do século XX, os grandes jornais começaram a enfrentar uma concorrência com um tipo de imprensa que fazia a opção pelas notícias das ruas e dos pequenos e bárbaros crimes do cotidiano. Essa novas folhas noticiosas acolhem e atendem a uma demanda reprimida por informação mais próxima dos homens comuns.

Sodré (1977, p. 283) lembra que a modernização da imprensa no Brasil, ocorrida no início do século XX, levou os jornais a abandonar a linguagem empolada e doutrinária, havendo uma adesão a um mais estilo narrativo mais simples, claro e direto. Logo, alguns dos grandes jornais também mudam de rota e começaram a inserir em suas edições seções fixas com notícias sobre bairros, ruas, e crimes.

Há de se destacar o aparecimento em 1901, no Rio de Janeiro, do *Correio da Manhã*. Ele valorizava a informação sobre o cotidiano da população, em reportagens e em seções específicas, como *Vida Operária* e *Na polícia e nas ruas*. Nesta última, registravam-se crimes e tragédias. Barbosa (2007, p. 42) lembra que “as estratégias editoriais, redacionais e administrativas do *Correio da Manhã* para se tornar um jornal popular atravessam toda a primeira década do século. As mais expressivas são, sem dúvida, a inclusão da coluna de queixas e reclamações”.

Em 1906, surge em São Paulo *A Gazeta*. Circulava com seis páginas, quase todas dedicadas a escândalos, crimes, sexo, com poderosas manchetes de sangue na primeira página. No ano seguinte é lançado o jornal *Gazeta de Notícias*, que introduz mudanças significativas na prática gráfica, incluindo as cores. Ele passou a destacar em suas páginas crimes monstruosos, com grandes fotos e ilustrações de vítimas mutiladas, aproveitando-se das cores na capa. Talvez o mais importante jornalista/cronista nesse período foi João do Rio. Para ele, os jornalistas se transformaram em caçadores de escândalos porque o público exigia um assassinato diário na capa do jornal.

No final dos anos 20 já existem alguns conglomerados de imprensa no país e os principais jornais deles eram de cunho sensacionalista, como *A Manhã* e *Crítica*,

fundados em 1925 e 1928, respectivamente, por Mário Rodrigues. Esses jornais eram quase que inteiramente destinados a um tipo de conteúdo e de narrativa que valorizava o grotesco, o inusitado, o desvio. Suas coberturas centravam-se na violência, no crime, desastres, roubos, incêndios, tragédias diárias (MATHEUS, 2011, p. 31). Enquanto um dos principais jornais de referência do Brasil, o *Paiz*, esforçava-se para circular com 3 mil exemplares, a *Crítica*, por exemplo, chegava aos 120 mil jornais diários vendidos.

Orgulhando-se de ser “o único matutino desta capital vendido no preço de cem réis” (*Crítica*, 23 dezembro de 1928, p. 8), uma série de estratégias é adotada para aumentar sua proximidade com o público. Continua a receber na redação “figuras extraordinárias e extravagantes da cidade” (*Crítica*, 17 de novembro de 1929, p. 2), entre uma gama variada de leitores, e cria a “Caravana de Crítica” com o objetivo de ir aos locais onde são chamados para registrar acontecimentos, apurar denúncias e investigar crimes. (BARBOSA, 2007, p. 60-61).

Era comum, por exemplo, empresas de jornais pagarem prêmios semanais para os leitores que apresentassem os casos mais escabrosos, especialmente de crime e violência. *Última Hora*, *Diário da Noite*, *A Notícia*, *Luta Democrática* se destacavam entre os principais. A prática de brindes a leitores também era generalizada. Junto com o jornal, o leitor ganhava peças de tecidos, roupas de trabalho, ferramentas, objetos em segunda mão, rádios, pequenos aparelhos elétricos, diversões etc.

Na década de 50, consolida-se esse modelo empresarial de jornalismo popular no Brasil. A importância da mediação entre os jornais e as camadas populares atraiu os políticos. Esses periódicos, além da utilização do sensacionalismo, nasceram com duas características particulares: o acolhimento de reivindicações populares, principalmente trabalhistas, o que transformou os jornais em aparelhos populistas; e a relação de propriedade desses jornais com políticos e partidos políticos.

Os jornais *Última Hora*, *O Dia*, e partir de 1954, o *Luta Democrática* – todos vinculados a lideranças políticas – nascem exatamente da necessidade destes políticos de reforçarem suas bases de apoio junto à população mais pobre. Sensacionalismo e campanhas assistencialistas (populistas) serviam para gerar uma identificação com seus proprietários diretos ou com seus apoiadores como Getúlio Vargas, Ademar de Barros, Chagas Freitas, Carlos Lacerda e Tenório Cavalcanti, este último, por exemplo, foi deputado federal pela União Democrática Nacional (UDN) e ficou conhecido pelo slogan de seu jornal: “advogado do povo”.

O jornal *Última Hora (UH)*, fundado em junho de 1951 por Samuel Wainer, surgiu em cadeia nacional para apoiar Getúlio Vargas e as ideias do trabalhismo. Poucos anos depois de lançado, o jornal já apresentava tiragem diária de 92 mil exemplares. Ele se organizava “de forma empresarial e promovia concursos, prêmios e promoções diversas para reforçar o vínculo com o leitor. O *UH* também criou júris populares para julgar os crimes contra a ‘economia do povo’” (AMARAL, 2006, p. 25).

De acordo com Barbosa (2007) os periódicos sensacionalistas nesse período no Brasil “constroem um canal de comunicação entre o público, que é também eleitor, e as lideranças populistas, em que estas utilizam o apelo emocional veiculado por essas publicações para formar uma ideia de identidade e de pertencimento entre as partes” (BARBOSA, 2007, p. 213).

Outro exemplo de uma estratégia bem sucedida entre jornal popular, empresa comercial e aproveitamento político é o do jornal *O Dia*. Ele foi fundado pelo líder do Partido Social Progressista (PSP) Antônio de Pádua Chagas Freitas, em junho de 1951. Chagas Freitas também era sócio de *A Notícia*, de Ademar de Barros, também político e líder nacional do PSP. Pouco anos depois de fundado *O Dia* já tinha uma das maiores vendas do Brasil, ultrapassando os 100 mil exemplares por dia.

Barbosa (2007, p. 214) revela o segredo do sucesso dos jornais populares a partir dos dados do Anuário Brasileiro de Imprensa: “a receita do seu êxito era simples: 70% notícias de crime e polícia; 20% de política e reivindicações operárias e 10% de esportes e divertimentos”.

Talvez o maior exemplo de utilização assumida do sensacionalismo impresso no Brasil é o jornal *Notícias Populares*. Segundo Amaral (2006) esse jornal “foi criado pelos líderes da UDN, com os mesmos ingredientes do *Última Hora* (fórmula sexo-crime-sindicato), menos a política tradicional. Surgiu em 1963, com a proposta de ser um jornal anticomunista e tirar as massas do caminho da política” (AMARAL, 2006, p. 24-25). Com conteúdos e narrativas exageradas, inclusive com a criação de estórias absurdas e ficcionais, logo chega ao sucesso de vendas atingido 180 mil exemplares por dia. Depois de incorporado pelo *Grupo Folha*, deixou de circular em 2001.

2.1.5 Contribuições ao jornalismo

Percebemos em parte da história do jornalismo ocidental, o sensacionalismo é um formato presente e importante que foi observado com mais clareza nos jornais populares. Nos Estados Unidos e na Europa muitos se consolidaram em organizações e passaram a ser entendidos como um produto necessário a ser consumido pela sociedade. No Brasil, mantém-se essa lógica, mas com nuances de literatura e, principalmente, de inserção na política partidária de cunho representativo, da prestação de serviço e do populismo.

Mesmo alvo de avaliação crítica pertinente em razão de conteúdos e narrativas exageradas de casos violentos, bizarros, extraordinários e até de mentiras, pode-se inferir que o sensacionalismo emprestou algumas contribuições ao jornalismo contemporâneo, conforme (GOES, 2012, p. 13), que podem ser resumidas na inserção:

- a) das mais variadas histórias humanas que podem ser objeto valioso de uma produção jornalística qualificada, expressa nas fala de personagens e em matéria de perfis;
- b) da preocupação com os eventos locais, com os acontecimentos das ruas, com os temas e ocorrências mais próximas das audiências;
- c) da contribuição para certa ideia de objetividade no relato dos acontecimentos;
- d) da busca pela narração simples e direta, sem rebuscamento linguístico, com vista à compreensão da audiência;
- e) da atenção com a composição atrativa e sintética da primeira página do jornal, da abertura dos programas de rádio e televisão;
- f) da contratação, a especialização e a formação dos jornalistas, além do debate sobre a conduta ética profissional e valores do jornalismo;
- g) da ideia de jornalismo como um prestador de serviço, como entretenimento, como guia para atender às necessidades da audiência.

Essas e outras contribuições dos jornais populares observadas na história do jornalismo, mesmo com indicação ao sensacionalismo, justifica investigar esse formato à luz dos estudos sobre o Jornalismo. No próximo item desta dissertação buscamos inserir e aproximar o sensacionalismo da teoria do enquadramento.

2.2 Enquadramento e sensacionalismo: possibilidades

2.2.1 Goffman: a ideia de enquadramento

Discutir o enquadramento a partir, principalmente, de Erving Goffman (1986) é conectar este trabalho ao primeiro capítulo quando tratamos de jornalismo, realidade, conhecimento e acontecimento, e preparar uma fundamentação teórica para a existência de um *framing* sensacionalista.

Outro aspecto que merece atenção é que os estudos sobre enquadramento são relativamente recentes (a partir dos anos 50 nos Estados Unidos) e as críticas passam por alguma fragilidade conceitual e até por dúvidas metodológicas. Essas e outras críticas não são ignoradas pelos pesquisadores. “O *frame* continua sendo uma variável bastante abstrata, difícil de identificar e de codificar” (MATHES e KOHRING, 2008 *apud* MAIA e VIMIEIRO, 2011, p. 236). No entanto, pesquisadores têm enfrentado esses limites e produzido, desde final dos anos 90, pesquisas consistentes que têm mostrado que o *frame* pode revelar indícios de uma formatação discursiva no jornalismo que contribui para a interpretação social de uma determinada realidade objetivada.

No Brasil, os trabalhos sobre enquadramento começam a ganhar corpo no início dos anos 2000, alguns conectados com política, como por exemplo, o de Mauro Porto (2004) e Luiz Gonzaga Motta (2007). Existem outras abordagens, como as de Daniela Zanetti (2008); Elton Antunes (2009); Rousiley Maia e Ana Vimieiro (2011); Ricardo Mendonça e Paula Simões (2012), entre outros.

Considera-se que o *frame* (quadro) é uma espécie de recurso pessoal, isto é, um poderoso auxílio mental que construímos a partir da ação cultural e intersubjetiva em torno do mundo social que nos cerca. Ele vai ser preenchido pelas inúmeras ideias, definições e conceitos socialmente partilhados. Nós, na grande maioria das vezes de forma despercebida, recorreremos ao *framing* (enquadramento) para sintetizar, organizar e ordenar a realidade ao nosso redor, especialmente diante de uma infinidade de acontecimentos dos mais vários níveis de complexidade.

Framing seriam, então, princípios organizativos do mundo perceptível. Para tentar melhor compreender o conceito e suas possibilidades, fundados na principalmente na Sociologia, será fundamental percorrer uma das obras centrais e iniciais desse estudo: o *Frame Analysis*, de Erving Goffman (1986). No entanto, antes de Goffman e a

Sociologia, Gregory Bateson já discutia a possibilidade de um *frame* nos campos da Psicologia, Antropologia e Zoologia. Em 1954 ele apresentou, durante um encontro da Associação Americana de Psiquiatria, uma proposta de conceito de enquadramento como um processo de interação onde “os interlocutores percebam que as mensagens estão incluídas e/ou excluídas em determinada situação” (BATESON, 2002, p. 99 *apud* MENDONÇA e SIMÕES, 2012, p. 189). Nesse conceito a intersubjetividade é a base do processo para formação do enquadramento.

Goffman (2012) leva em conta o trabalho de Bateson, no entanto, assume como centrais às observações de William James e a fenomenologia de Alfred Schutz. Goffman alerta desde o princípio que a sua intenção de abordagem não é a revelação do modo como funciona toda estrutura social, mas quer identificar a estrutura de uma experiência localizada. Sua investigação busca respostas à seguinte questão que aparece na vida cotidiana das pessoas: “o que está acontecendo aqui?”. Assim, para Goffman (2012, p. 34), *frames* são “princípios de organização que governam os acontecimentos – pelo menos os sociais – e nosso envolvimento subjetivo neles”. O *frame* seria o que permite responder à questão acima.

Os quadros de sentido (ou *frames*) identificam, organizam e dão inteligibilidade às interações vividas; eles situam uma ocorrência vivida dentro de um dado contexto normativo, permitindo aos autores identificar a situação, adequar suas expectativas e orientar sua ação (MENDONÇA e SIMÕES, 2012, p. 192).

Para perceber o *framing* é fundamental observar algumas considerações que Goffman (2012) faz sobre a interpretação dos acontecimentos, onde ele identifica a existência de esquemas primários, naturais e sociais, que na maioria das vezes quem os utiliza o faz de maneira inconsciente. É através deles que as pessoas podem, com muita facilidade, “localizar, perceber, identificar e etiquetar um número aparentemente infinito de ocorrências concretas, definidas em seus termos” (GOFFMAN, 2012, p. 45).

Importante destacar que esses esquemas primários, que são essencialmente explicativos do mundo, estão agregados em grupos sociais que possuem referências comuns e que acabam se constituindo em um elemento central da cultura. É em razão desse requisito que muitos acontecimentos na sociedade poderão ser resolvidos, isto é, explicados com base numa certa crença e tradição. “Toleramos o inexplicado, mas não o inexplicável” (GOFFMAN, 2012, p. 55).

Não é por outra razão, como defende Goffman, que muito dificilmente se pode olhar algum fato sem aplicar um esquema primário de forma rápida e *segura*. Fruto de uma bagagem cultural pessoal e social, logo se tecerá uma série de conjecturas sobre o que aconteceu antes do fato, sobre as personagens envolvidas e sobre as expectativas do que provavelmente vai acontecer. Através desse esquema primário podemos “situar, perceber, identificar e rotular um número quase infinito de ocorrências concretas definidas em seus termos” (GOFFMAN, 1986, p. 21).

Esses esquemas primários ainda podem ter camadas interpretativas internas e externas ao quadro. Para Goffman (2012, p. 116), a camada interna teria a função de absorver o participante em razão das condições *dramáticas* dos acontecimentos. Já a externa, verificável nas bordas do quadro, aponta qual será o *status* que a atividade terá no mundo real.

Framing não é quadro monolítico da experiência do real, muito pelo contrário. Goffman (2012, p. 118) afirma que ele tem tonalidades, que o deixará mais completo ou não, abrangente ou não, mais visível ou mais opaco. Sem fazer nenhuma associação com o jornalismo, esse autor argumenta que a tonalização pode ser fabricada ideológica e estrategicamente. Goffman (2012, p. 300) sugere questões que pode nos levar ao sensacionalismo, principalmente quando afirma que “os roteiros dramáticos permitem a manipulação das convenções de enquadramentos e que, como estas convenções penetram bem fundo na organização da experiência, quase tudo pode ser administrado de uma forma que seja compatível com a manutenção da plateia”. Nesse mesmo sentido, ele afirma ainda que “o envolvimento mais natural e convincente numa trama narrativa, portanto, é sempre algo mais disciplinado do que poderia parecer”. Sobre tons e “maquinações”, diz:

Refiro-me ao esforço intencional de um ou mais indivíduos, destinados a manobrar uma atividade de modo que uma ou mais pessoas sejam induzidas a ter uma falsa convicção a respeito daquilo que está ocorrendo. Trata-se de um plano perverso, de uma trama ou projeto traiçoeiro que – quando concretizados – levam à falsificação de alguma parte do mundo. (GOFFMAN, 2012, p. 118).

Interessante registrar dois aspectos apresentados por Goffman (2012, p. 151) quando tratou dos tons para a constituição dos *frames*: 1) que algumas pessoas podem compreensivelmente contribuir de forma consciente com o seu “enredamento” na trama

para se sentirem aceitas num “alinhamento realístico do mundo”, isto é, poderão assim, transitar com certa tranquilidade no ambiente social complexo; 2) que, independente da tonalização, “cada indivíduo traz consigo um estilo pessoal para cada ocasião que participa (e não necessariamente o mesmo estilo), o qual, em termos de quadro, pode ser visto como uma tradução, uma minitonalização de uma forma prescrita” (GOFFMAN, 2012, p. 157-158). Na sequência, o autor complementa afirmando que se pode pensar o estilo como tonalização, transformação de algo modelado, tornando-se uma espécie de expediente identificatório na sociedade.

Para que o enquadramento de determinada situação seja completo, é preciso que os participantes da experiência do real estejam em certo acordo, pelo menos, com regras e premissas culturais do esquema primário aplicado à situação comum. Se não há uma perfeita sintonia no quadro, garante Goffman (2012, p. 307), os indivíduos acabam desenvolvendo e adaptando suas ações em uma compreensão mais geral e logo vão perceber que esse ajuste tem boa sustentação social, dando-se segurança e estabilidade.

Essa concepção constitutiva do enquadramento natural e social ganha força à medida que os acontecimentos – na verdade em suas marcas essenciais - ocorrem num *continuum* e estão referenciados em padrões, que poderão receber máxima aprovação ou reprovação social. Discutindo Goffman, Sábada (2007, p. 33, tradução nossa) lembra que o *frame*, nesse autor, está agregado em dois níveis: individual e social, “pois uma mesma realidade adquire significações particulares para quem as observa, porém também existe um significado comum sobre elas”.

Também se baseando nos estudos de Goffman, Motta (2007) esclarece que nas interações diárias, os interlocutores necessitam constantemente “definir a situação” de comunicação “como se” houvesse acordos efetivos entre as pessoas. “Goffman queria demonstrar que a vida cotidiana é uma sondagem, um movimento recíproco contínuo de construção e reconstrução de sentidos negociados” (MOTTA, 2007, p. 3). Para Motta, retomando as ideias de Goffman, *frames* “são princípios organizativos compartilhados, fundamentados na cultura, a partir de expectativas recíprocas e comuns”. Nessa mesma linha Reese (2001, p. 11, grifos do original) afirma que os “frames são *princípios de organização* que são socialmente *compartilhados* e *persistentes pelo tempo*, que trabalham *simbolicamente* para significativamente *estruturar* o mundo social”.

Para Goffman, o cotidiano acaba parecendo ser um esboço “laminado” de um padrão que em si é uma clara tipificação de um *status*. Assim, “a vida pode não ser uma imitação da arte, mas a conduta corriqueira é, em certo sentido, uma imitação dos cânones sociais, um gesto dirigido às formas exemplares, e a realização primária destes ideais pertence mais ao faz de conta do que à realidade” (GOFFMAN, 2012, p. 676).

Nesse processo, Goffman (2012, p. 372) chama atenção para uma personagem social que terá grande influência na constituição, alteração, manutenção e consolidação dos quadros: o especialista. Muitas vezes é esse *ser qualificado socialmente* quem vai esclarecer, organizar, reduzir, traduzir, isto é, descomplicar a realidade. Associando-se às notícias de violência e aos definidores primários, as vozes autorizadas de agentes do Estado (polícia, peritos, juízes, promotores) serão fundamentais no estabelecimento do *framing*, atuando como definidores primários e conclusivos para os fatos. Goffman (2012, p. 398) explica esse quadro: “considerar um criminoso como um doente leva a um ideal terapêutico, considerá-lo de um esquema moralista leva a outro”.

Sem fazer qualquer associação entre enquadramento, comunicação, jornalismo e muito menos com sensacionalismo, Goffman apresenta algumas pistas para essas conexões. Para ele

As histórias de interesse humano são uma caricatura da evidência no próprio grau do seu interesse, fornecendo uma unidade, uma coerência, uma nitidez, uma resolução própria e uma dramaticidade apenas toscamente sustentadas, se é o que são, pela vida cotidiana. Cada uma delas é uma combinação entre o *experimentum crucis* e um espetáculo de feira. É esse o seu objetivo e sua graça. O formato desses acontecimentos relatados responde plenamente às nossas expectativas - que não são de fatos, mas de tipificações. (GOFFMAN, 2012, p. 38).

Na sequência dessa mesma linha de raciocínio, as notícias de interesse humano que poderiam revelar graves ameaças à compreensão de mundo acabam transformando-se no seu inverso, ou seja, elas cumprem a missão de defendê-lo. Para Goffman (2012, p. 38), os enquadramentos propostos por essas notícias peculiares “conseguem, através de centenas de liberdades tomadas por seus narradores, celebrar nossas crenças sobre o funcionamento do mundo”.

Além de reforçar uma ideia do mundo como é, isto é, mantendo-o estável, o enquadramento, em especial nas notícias mais dramáticas (o sensacionalismo se apropria delas), impõe uma simplificação e tradução explicativa dos fatos, tornando-os

naturais. Essas notícias enquadradas e com a audiência enredada teriam uma função pedagógica à medida que elas fornecem “um modelo de vida cotidiana, um roteiro montado de ações sociais não roteirizadas, e serem assim uma fonte de amplas alusões relativas à estrutura deste campo” (GOFFMAN, 2012, p. 82).

Para esse autor, assim que as pessoas compreendem que o que veem, leem e escutam é a sua realidade devidamente definida e organizada, acabam reforçando esse mundo, inclusive de forma autorrealizadora. Goffman (2012) afirma que essas pessoas, necessariamente, “desenvolvem um *corpus* de fábulas, contos edificantes, jogos, enigmas, experimentos, histórias cheias de novidades e outros enredos que confirmam elegantemente uma visão de funcionamento de mundo relevante em termos de quadro” (GOFFMAN, 2012, p. 676).

Goffman dedicou-se a propor uma teoria sociológica, e não da Comunicação ou do Jornalismo. Mas seus estudos podem ser importantes no campo da produção e da construção social da notícia. É por essa trilha e com a contribuição de outros autores que este trabalho busca percorrer em razão de perceber conexões entre às formulações sobre o *framing* e o sensacionalismo.

2.2.2 Os estudos do *frame* no jornalismo

As aproximações, abordagens e utilizações dos estudos sobre o *framing* na Comunicação, principalmente no Jornalismo, ocorreram com mais intensidade a partir da década de 1970, período em que havia a presença acentuada de modelos de estudo como o do *agenda-setting*, *gatekeeper* e o do *newsmaking*, este último aplicado nas rotinas da produção jornalística.

Isto significa que temos uma diversidade de modelos que servem para pensar as relações entre agendamento e enquadramento e que podem ser estabelecidas pelas medias (organizações e profissionais), pela audiência e pelos demais atores (grupos, associações e outras organizações sociais), reforçando, por um lado, a importância dos modelos como métodos interpretativos de fenômenos de uma dimensão pública da vida social. Mas, ao mesmo tempo, os métodos de descrição e análise desses fenômenos, mesmo dentro dessas duas perspectivas teóricas, em suas variações e/ou combinações, deslocam a ideia de um modelo teórico-metodológico acabado em torno da teoria do enquadramento.

Assim, considera-se ilustrativo, para pensar os modelos de *framing*, recuperar a observação de Traquina (1995, p. 194) sobre a *agenda-setting*, distinguindo mídias com conteúdos diversos (produções musicais, dramatizações e ações de entretenimento de um modo geral) e os mídias noticiosos, ou pelo menos programas noticiosos de meios como televisão e rádio. Traquina está correto em afirmar que a maioria destes estudos utiliza dados oriundos de produções jornalísticas, embora temas tão diversos como violência na televisão (em programas jornalísticos ou ficcionais) ou questões de saúde demonstraram que a variedade temática é, por si, um fator que complexifica a mensuração de efeitos possíveis do agendamento da mídia sobre a agenda do público ou mesmo se há uma mútua influência, conforme cita Traquina (1995, p. 206).

Interessante perceber que Traquina esboça uma aproximação entre estudos de *agenda-setting* e os de *newsmaking* (poderíamos acrescentar também nesta aproximação os de *framing*), pois esse autor considera que o *newsmaking* construiu um mapeamento de elementos materiais, procedimentais e simbólicos que estariam ligados às rotinas de produção jornalística e que permitiriam visualizar modos como penetram, no processo de produção, as influências de grupos externos à organização jornalística. Assim, pensar a construção de enquadramentos jornalísticos passa por entender a lógica interna da produção do jornalismo, permeada por processos organizacionais e sua interrelação com os mais diversos atores sociais.

Tuchman (1983, p. 13), utilizando-se de uma metáfora, faz uma abordagem sobre a notícia como quadro: “A notícia é uma janela ao mundo. Através de seu quadro, os norte-americanos aprendem sobre si mesmos e sobre os outros, sobre suas instituições, líderes e estilos de vida e sobre as outras ações e suas gentes”. Ela (1983, p. 207) afirma ainda que “o enquadramento das notícias organiza a realidade cotidiana e é parte importante da realidade porque o caráter público da notícia é uma característica essencial da notícia”. Assim, os enquadramentos “impõem ordem sobre a matéria-prima das notícias e dessa maneira reduzem a variabilidade da abundância dos eventos” (TUCHMAN, 1983, p. 71).

Tomando por base Entman (1993), o professor Motta (2007, p. 05) afirma que um acontecimento que será noticioso vai “ativar paradigmas nas mentes dos jornalistas, estimulando o uso de certas palavras e imagens ressonantes na construção de notícias e encorajando conexões por parte dos públicos”. Também para Gitlin (1980, p. 7), os

enquadramentos vão ser responsáveis para auxiliar os jornalistas no processamento das milhares de informações à sua disposição e isso de forma, rápida e rotineira. Assim, os repórteres: “reconhecem algo como informação, alocam em categorias cognitivas, e empacotam para transmitir eficientemente a suas audiências”.

O jornalista, quando identifica um evento noticiável, mobiliza uma cadeia de percepções, que vão do repertório de sua experiência individual até as molduras produzidas à escala da sua comunidade interpretativa profissional e àquelas molduras pré-definidas no âmbito do meio em que trabalha (editorias, linha editorial, linguagem do veículo, etc). Trata-se de estabelecer um quadro, de se perguntar que evento é este, que notícia será esta, para verificar o grau de conformidade com outros acontecimentos jornalísticos, identificando o seu grau de tipicidade e singularidade (ANTUNES, 2009, p. 86-87).

Gitlin (1980), um dos autores de referência nesses estudos, define *frame* como “padrões persistentes de cognição, de interpretação e de apresentação, de seleção, de ênfase e de exclusão, através dos quais os manipuladores-de-símbolos organizam habitualmente o discurso, seja ele visual ou verbal” (GITLIN, 1980, p. 05). Em outro trabalho, esse autor apresenta uma formulação que remete aos padrões persistentes de cognição: “sem dúvida as mídias têm seu efeito sobre comportamentos e ideias, não tanto porque cada exposição isolada seja poderosa, mas porque se repetem. E se repetem” (GITLIN, 2003, p. 17). Para ele, “as mídias não são apenas representações, são também promessas. Voltamos queremos mais”. Por isso, ele reafirma o autor que os *framing* são “compostos de pequenas teorias tácitas acerca do que existe, do que aconteceu e do que é importante” (GITLIN, 1980, p. 04).

O mesmo Giltin (1980, p. 04), utilizando-se de Goffman, afirma que “nós enquadrámos a realidade de modo a mediá-la, administrá-la, compreendê-la e dela escolher repertórios apropriados de cognição e de ação”. Para ele, o jornalismo é organizado concretamente em empresas, que tem a função de regular a produção de enquadramentos e que são fenômenos inevitáveis. “Qualquer abordagem analítica sobre o jornalismo – na verdade, sobre a produção de qualquer conteúdo de meios de massa – deve indagar: qual o enquadramento nesse caso?” (GITLIN, 1980, p. 05). Segundo esse autor, os media são alegoricamente uma espécie de *holofotes móveis*, e não espelhos passivos da sociedade, sendo que a condição de seletividade é seu principal instrumento de ação. “Uma notícia adota um determinado enquadramento e rejeita ou desenfaziza o

material que é discrepante. Uma reportagem é uma escolha, um modo de ver um evento que também equivale a um modo de esconder da vista” (GITLIN, 1980, p. 43-44).

Outro autor que é referência nos estudos sobre jornalismo e enquadramento é Entman (1993), com quem partilhamos e aplicamos boa parte suas formulações nesta pesquisa. Ele busca conceituar o enquadramento como uma ação de “selecionar alguns aspectos da realidade percebida e ressaltá-los em um texto comunicativo, promovendo uma definição particular de um problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou um tratamento recomendado” (ENTMAN, 1993, p. 52).

Vale salientar que Entman defende que o enquadramento está presente em todo processo comunicativo, isto é, ele pode ser claramente identificado nos emissores e receptores das informações, ou seja, nos interlocutores, nos textos, na narrativa e na própria cultura. A narrativa é outro ponto de convergência entre enquadramento e sensacionalismo. Há, nessas duas perspectivas o amplo uso de uma estrutura narrativa simplificadora dos acontecimentos, e uma dessas chaves simplificadoras é a utilização da oralidade na construção do texto, implicando numa relação de cotidianidade, de proximidade, de uso de mapas culturais parecidos, de interação entre imprensa e audiência. Márcia Amaral (2006, p.63) lembra que um dos diferenciais entre a imprensa popular e a de referência está na linguagem. Na popular, a linguagem é mais simples e didática, o que parece atender as exigências organizadoras e explicativas do mundo social perceptível, também como indica o *framing*.

Ao se referir diretamente ao enquadramento, mas a partir da ótica do discurso, Mouillaud (1997) chama atenção do processo de moldura, utilizando-se a mesma lógica da fotografia e do cinema:

Aparentemente, a moldura é posterior ao quadro, mas o quadro procede de um enquadramento implícito que o precedeu. A moldura opera ao mesmo tempo um corte e uma focalização: um corte que separa um campo e aquilo que o envolve; uma focalização porque, interditando a hemorragia do sentido para além da moldura, intensifica as relações entre os objetos e os indivíduos que estão compreendidos dentro do campo e os reverbera para o centro. O produto do corte e da focalização institui o que se chamará (dando-lhe amplo sentido) de “cena”. Cena é o local nativo do acontecimento (MOUILAUD, 1997, p. 61).

Gamson e Modigliani (1989), filiados às formulações de Goffman, reafirmam que o quadro é uma estrutura que orienta a nossa percepção diante da realidade num processo de interação com os outros. No entanto, eles argumentam que a essência do

enquadramento não estaria na situação e no contexto da interação, mas no próprio conteúdo do discurso. Mendonça e Simões (2012) complementam:

É no conteúdo que se busca o quadro, visto como uma espécie de ângulo, que permite compreender uma interpretação proposta em detrimento de outras. (...) Ao focalizar os ângulos discursivos e as interpretações apresentadas, a abordagem centrada no conteúdo permite ver como os quadros se manifestam. (MENDONÇA e SIMÕES, 2012, pp. 194-196).

Também fazendo clara referência a Goffman e a Entman, Van Gorp (2007, p. 64) garante que os enquadramentos estão disponíveis na “trama intersubjetiva que liga os sujeitos, sendo que as construções comunicativas estão invariavelmente imersas nesses enquadramentos”, ou como bem resume Mendonça e Simões (2012, p.197), os “*frames* são constitutivos da comunicação”.

Van Gorp explica melhor esse enquadrar como “trama intersubjetiva”:

(...) enquadrar envolve um jogo que ocorre entre um nível textual (*frames* empregados pelos media), o nível cognitivo (esquema da audiência e dos profissionais dos media), o nível extramidiático (o discurso dos defensores de certos *frames* [...]) e, finalmente, o estoque de frames disponível em uma dada cultura. (VAN GORP, 2007, p. 64)

McQuail (2003) um conceito de enquadramento no jornalismo com dois significados fundamentais: *frames* da mídia e *frames* do público. O primeiro estaria na forma como o conteúdo das notícias é tipicamente selecionado e enquadrado pelos jornalistas em um dado contexto familiar de referência, e “com uma certa estrutura latente de significado”, ou seja, onde está o foco desta pesquisa. O segundo, em hipótese alguma dissociada do primeiro, está relacionado com a recepção do público, isto é, “a audiência adota os quadros de referência oferecidos pelos jornalistas e vê o mundo de maneira semelhante” (McQUAIL, 2003, p. 501). A crítica a esse segundo *frame* reside numa certa inclinação em se perceber a audiência como uma espécie de cabeça vazia e que apenas reproduzirá o enquadramento imposto. De fato, será mais prudente conceber que os *frames* da mídia e do público constroem enquadramentos e ao mesmo tempo são construídos por eles, em razão do processo de interação.

Zanetti apresenta uma síntese:

Numa instância macro, o termo framing se refere aos modos de apresentação que os jornalistas e outros comunicadores usam para tratar a informação de forma que esta ressoe em esquemas já existentes na audiência. Para os jornalistas, é uma ferramenta necessária para reduzir a complexidade de um

tema e torná-lo mais acessível ao público. Como microconstructo, o framing descreve como as pessoas usam a informação e os elementos de apresentação para formar impressões sobre os temas abordados (ZANETTI, 2008).

Depois de abordar o sensacionalismo nos conteúdos jornalísticos e de verificar algumas considerações para a constituição do *framing*, inclusive no jornalismo, vamos buscar aproximar esses dois fenômenos, procurando, neste cruzamento, tentar entender o sensacionalismo com base em aportes teóricos oferecidos pelas formulações sobre o enquadramento, sempre considerando que *frames* “não são simplesmente perspectivas e opiniões, mas laços intersubjetivos que atravessam relações humanas e as estruturam”. (MENDONÇA e SIMÕES, 2012, p. 198).

Assim, avançamos no sentido de esclarecer o primeiro movimento proposto desta pesquisa: a definição do *framing* sensacionalista. Para isso, três aspectos serão considerados: os estudos sobre enquadramento auxiliam na compreensão dos conteúdos sensacionalistas; as narrativas sensacionalistas podem ser importantes para confirmação do *frame*; e o enquadramento na dimensão organizacional da atividade do jornalismo.

2.2.3 A hipótese do *framing* sensacionalista

Do ponto de vista metodológico, desenvolvemos um exercício reflexivo de diálogo entre as principais formulações sobre o sensacionalismo (retomando questões centrais da primeira parte deste capítulo) com a perspectiva dos estudos sobre *framing*. Ao realizar esse cruzamento em um nível analítico, acreditamos que os estudos sobre o enquadramento podem refinar uma melhor compreensão sobre o sensacionalismo no jornalismo, evitando simplificações e generalizações.

Uma primeira aproximação está na condição episódica dos acontecimentos selecionados pelo jornalismo. O episódico é um tipo de *frame* bastante utilizado pelos principais estudiosos. Por exemplo, entre 1981 a 1986, Iyengar (1991) fez uma análise sobre a atuação da imprensa nos Estados Unidos envolvendo questões sociais como pobreza e desemprego. Concluiu ele que o *enquadramento episódico*, muito utilizado pela imprensa, “simplifica problemas complexos para o nível de evidência anedótica” (IYENGAR, 1991, p. 136). Esse aspecto anedótico do episódio, de um fato, trabalhado pelo jornalismo, transformado-o em acontecimento noticioso, remete o que pode vir a ser uma das características aplicadas à prática do sensacionalismo.

Segundo Iyengar (1991, p. 137), esse *frame* episódico pode ser observado no relato do acontecimento em si, nos fatos recortados naquele ambiente sem conexão com grandes e complexas explicações, contextualizado para a mínima e básica compreensão da audiência. No *frame* episódico a responsabilização pelos fatos não são conjunturais, estruturais, coletivos, ou do ente representativo da sociedade, como do Estado, mas é de responsabilidade individual. A culpa é pessoal, do indivíduo envolvido no fato.

Já no enquadramento oposto, que é temático, as notícias estariam centradas em problemáticas mais complexas, com maior grau de contextualização sócio-histórica, com várias e diversas fontes ouvidas, onde a responsabilização pelos problemas é do governo, a responsabilidade é coletiva, da sociedade.

Importante ressaltar que há no enquadramento episódico contextualização, que é utilizada pelo repórter em razão da audiência presumida. Esse contexto é referencial para que o leitor compreenda e apreenda a notícia, ou seja, mesmo de forma episódica o enquadramento do meio vai dialogar com o enquadramento de mundo já existente na audiência. A condição episódica do *frame* não reduz o processo de interação, pode ocorrer o contrário. Para lembrar: “O *frame* ativa um saber que produz contextos de interpretação” (Entman, 1993), mesmo reconhecendo que, na prática jornalística, o enquadramento episódico prevalece sobre o temático, como aponta Traquina (1999).

Porto (2004, p. 91) lembra que há dois tipos de *framing*: o noticioso e o interpretativo. O primeiro “são padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados pelos jornalistas para organizar seus relatos”. Nele estaria o enquadramento de interesse humano, que focaliza a cobertura em indivíduos, em acontecimentos episódicos. Já o enquadramento interpretativo é movido por temas geralmente de abrangência coletiva.

Colling (2001) deixar mais clara a ideia do *frame* episódico e de sua aproximação com o sensacionalismo:

Bennett sugeriu quatro defeitos comuns existentes na cobertura episódica: a personalização, que segundo ele impede uma correta apreciação dos temas e uma maior escala social em termos de atores individuais; a fragmentação, ou a apresentação da informação entre problemas históricos desconectados em si; a dramatização, que modifica os critérios de seleção, permitindo a publicação de um fato dramático, mesmo de menor importância no lugar de um fato de mais importância para o conjunto a audiência, fazendo que se publique este último se ele alcançar proporções críticas; e a normalização, ou dissimulação de problemas procedentes do próprio sistema político, reforçando as estruturas de poder existentes. (COLLING, 2001, p. 98-99).

Sádaba (2007, p. 72) faz um alerta que consideramos muito importantes sobre os enquadramentos episódicos e temáticos: eles “não são de todo excludentes, já que existem enquadramentos mistos em que se mesclam feitos particulares e os dotados de contexto”. Esta advertência é relevante quando se trata do sensacionalismo porque não serão todos os acontecimentos episódicos sensacionalistas, mesmo reconhecendo que o ambiente propício para o desenvolvimento das principais características sensacionalista ocorre diante das condições episódicas. O mesmo se pode argumentar sobre o *frame* temático, isto é, nem toda abordagem temática, seja de conteúdo e/ou de narrativa, estará isenta das propriedades sensacionalistas.

Podemos ainda fazer alguma aproximação entre as características do *frame* episódico com o *fait divers*, que é notícia breve que guarda nela mesma “a informação total, ou mais exatamente, imanente; contendo em si todo seu saber: não é necessário conhecer nada do mundo para consumir um *fait divers*; ele não remete a nada mais, além dele mesmo” (DION, 2007 p.125).

Já nos estudos do sensacionalismo, Pedroso (2001, p.50) reforça uma possível associação entre a condição episódica, o *fait divers* e o sensacionalismo. Para ela, o *fait divers* é composto por informações autossuficientes e que trazem em sua estrutura imanente “uma carga suficiente de interesse humano, curiosidade, fantasia, impacto, raridade, humor, espetáculo, para causar uma tênue sensação de algo vivido”. Pedroso (2001, p.47) afirma que sensacionalismo valoriza “conteúdos ou temáticas isoladas, com pouca possibilidade de desdobramento nas edições subsequentes e sem contextualização”. Em outras palavras, ela conecta *frame* episódico ao sensacionalismo.

Amaral (2005. p. 07) defende que o sensacionalismo está inserido numa matriz cultural dramática em oposição a matriz racional iluminista. Na narrativa dramática “a linguagem é baseada em imagens e pobre em conceitos e os conflitos histórico-sociais são apresentados como interpessoais”. Também Angrimani (1995, p. 102) revela essa marca episódica no sensacionalismo ao afirmar que ele está presente nos destaques a elementos insignificantes, valorizando os conteúdos isolados, “sem contextualização político-econômico-social-cultural”. Não de forma diferente, Matheus (2011, p. 18) diz que “as notícias sensacionais funcionam como se cada reportagem fosse um repositório de personagens, dramas, sensações e afetos”.

Uma segunda aproximação entre enquadramento e sensacionalismo pode ser observada quando identificamos dois dispositivos de conteúdo e de narrativa que também podem ser aplicados na compreensão do jornalismo sensacionalista: ênfase e repetição. Entman (1993, p. 52) assegura que enquadramentos podem ser verificados “por meio da repetição, focalização e associações reforçadoras, palavras e imagens, e isso torna uma interpretação básica mais rapidamente discernível e memorável que outras”. Ele afirma ainda: “os fatores essenciais do enquadramento são seleção e saliência”. Para Maia e Vimieiro (2011), saliência é fazer uma parte da informação “mais notável, significativa ou memorável para a audiência”.

Seguindo esse mesmo raciocínio vale retornar parte do conceito que Gitlin (1980) deu ao *frame*: são “*padrões persistentes* de cognição, de interpretação e de apresentação, de seleção, de *ênfase* e de exclusão” (GITLIN, 1980, p. 05, grifos nosso). E ele completa: “sem dúvida as mídias têm seu efeito sobre comportamentos e ideias, não tanto porque cada exposição isolada seja poderosa, mas porque se repetem. E se repetem” (GITLIN, 2003, p. 17).

As marcas de ênfase, repetição e saliência têm amplo amparo na produção das notícias sensacionalistas, acrescentando-se a elas uma forte carga emocional e dramática, o exagero, a desmedida, o excesso, desde a seleção, narrativa e apresentação visual. Enne (2007), por exemplo, garante que uma das características fundamentais do formato sensacionalista é “a marca do excesso”, além de está associada a outras, como:

- a percepção de uma série de marcas sensoriais espalhadas pelo texto como a utilização de verbos e expressões corporais (arma “fumegante”, voz “gélida”, “tremer” de terror etc.), bem como a utilização da prosopopeia como figura de linguagem fundamental para dar vida aos objetos em cena;
- a utilização de estratégias editoriais para evidenciar o apelo sensacional: manchetes “garrafais”, muitas vezes seguidas por subtítulos jocosos ou impactantes; presença constante de ilustrações, como fotos com detalhes do crime ou tragédia, imagens lacrimosas, histórias em quadrinho reconstruindo a história do acontecimento, etc. (...) (ENNE, 2007, p. 2-3).

Para reforçar esses aspectos de ênfase e saliência no sensacionalismo, recorre-se a Amaral (2003, p. 119) quando ela afirma que “dramatizar é tornar um fato interessante e comovente como um drama, apresentando-o sob o aspecto trágico ou evocando-o com cores mais vivas do que as que realmente têm”. Este é o foco no trabalho de Angrimani (1995, p.16). Para ele “o sensacionalismo é a produção do noticiário que extrapola o real, superdimensiona o fato”. E complementa: “extraí do fato, da notícia, a sua carga emotiva

e apelativa e a enaltece”. O mesmo autor exemplifica essa ênfase dramática sensacionalista: “A edição não pode cortar a imagem da mãe que chora desesperada a morte de seu filho. Ao contrário, deve, de preferência, mostrar o cadáver ou o sangue no chão” (ANGRIMANI, 1995, p. 40).

Também em Pedroso (2001) encontramos ligações entre o sensacionalismo e o enquadramento a partir de elementos como *ênfase*, *saliência* e *repetição*. Para ela, a narrativa sensacionalista passa, obrigatoriamente, “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 e construção do real social” (PEDROSO, 2001, p. 122). Observando o aspecto da repetição dos conteúdos e das narrativas, essa autora garante que nos produtos sensacionalistas há “diversidade repetitiva, fechada e centrada em si mesmo” (PEDROSO, 2001, p. 123). Marocco (1998), chama atenção que essa repetição, de forma regular, de maneira constante na construção narrativa sensacionalista “disciplinou ou sujeitou e fixou, pela redundância diária, ao longo da história, determinados ‘tipos’ necessários a uma ‘ordem’ das coisas na sociedade”.

Dion (2007, p. 126) faz referências diretas à repetição associando-a ao *fait divers*: “a imanência do *fait divers* vem juntar-se uma segunda característica: a repetição dos temas. De fato, parece que o *fait divers* é eminentemente repetitivo”. Dion complementa e reforça a conexão com o sensacionalismo porque o *fait divers* “explora sem cessar os mesmos temas indiferentemente das épocas: o desafio do jornalista consiste primeiro em escolher o acontecimento potencialmente explorável, depois dramatizar esta atualidade com um modo espetacular” (DION, 2007, p. 131).

Entendemos que a ênfase ocorre diante do acontecimento de impacto humano, onde o detalhe é realçado e acentuando para impressionar, chocar, provocar sentimentos. A ênfase é a saliência e a repetição de elementos desprezíveis do ponto de vista da notícia. Este quadro faz intensificar expressões de sentimentos (ódio, pavor, horror, medo, dor), enfatiza o escândalo, o desumano, o sobrenatural.

Uma terceira abordagem que vai cruzar enquadramento e sensacionalismo, com uma margem significativa de segurança, remete as considerações de Entman (1993, p. 52): enquadrar significa “selecionar alguns aspectos da realidade percebida e ressaltá-los em

um texto comunicativo, promovendo uma definição particular de um problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou um tratamento recomendado”.

Depois de Entman, vários pesquisadores do *frame* desenvolveram os seguintes dispositivos para o enquadramento: definição de problema, interpretação causal, avaliação moral e/ou tratamento recomendado. Alguns deles chegaram a nominar categorias que serão fundamentais para a identificação do *framing* sensacionalista. É o caso de Semetko e Valkenburg (2000 p.93-109 *apud* SOARES, 2009, p.60-61) que encontraram nas notícias cinco tipos de enquadramentos: “conflito, interesse humano, consequências econômicas, moralidade, e atribuição de responsabilidade”.

Com base na inferência, percebemos que o enquadramento de interesse humano ajusta-se bastante às características sensacionalistas. Explicam Semetko e Valkenburg, que o *frame* de interesse humano é aquele que traz um rosto humano, uma história de um indivíduo, ou um ângulo emocional na apresentação de um evento, de uma questão ou de um problema. O enquadramento de moralidade, apontado pelos autores também auxilia sobremaneira na definição do *framing* sensacionalista porque ele interpreta um evento ou questão no contexto de doutrinas religiosas ou prescrições morais.

Nessa mesma trajetória, Neuman *et al.* (1992, p. 17 *apud* SOARES, 2009, p. 60) definem como quatro os tipo de enquadramentos mais utilizados pelos meios de comunicação numa relação com a audiência: “impacto humano, impotência econômica, valores morais, e conflito”. Segundo Neuman *et al.*, o *frame* de impacto humano está focado em descrições individuais e grupos afetados por problemas.

Já o enquadramento de valores morais se refere à moralidade e as prescrições sociais. Van Gorp (2007) explica a ideia de *frame* de julgamento moral:

O quadro é um convite persuasivo, um estímulo, para ler uma notícia de uma maneira particular, de modo que uma definição específica de um evento, a responsabilidade causal e tratamento de um tema social, e um julgamento moral de uma pessoa podem vir mais facilmente em toda mente do receptor. (VAN GORP, 2007, p.73)

De Vreese (2005) reforça a condição do enquadramento de interesse humano quando utiliza uma das expressões que é chave para compreender o sensacionalismo: a dramaticidade. Afirma que o quadro de interesse humano “destaca o lado emocional envolvendo seres humanos, personalizando e dramatizando a notícia” (DE VREESE, 2005, p. 56). Outro autor, Scheufele (1999, p. 101-120), identifica cinco fatores que

podem ter ampla influência na maneira com os jornalistas enquadram um determinado acontecimento: “valores e normas sociais, pressões e regras organizacionais, pressões dos grupos de interesse (organizações, políticos etc.), rotinas jornalísticas e orientações políticas e ideológicas dos profissionais”.

Ainda nessa terceira etapa de cruzamento entre os estudos do *framing* e os do sensacionalismo, recorreremos a Gamson e Modigliani (1989, p. 3). Eles vão introduzir a ideia de pacotes interpretativos na teoria dos *framing*, que têm importância também quando se discute o enquadramento como metodologia. Para eles, os pacotes interpretativos auxiliam na construção de enquadramentos que vão ser usados pelos jornalistas, pelos meios e pela audiência. Defendem os autores que existem cinco dispositivos que serão acionados para preencher esses pacotes: “as metáforas; os exemplos; os slogans ou chavões; as representações e as imagens visuais”.

Nessa mesma perspectiva, Antunes (2009, p. 96-97) afirma que “os elementos que compõem o dispositivo de enquadramento podem ser bastante diversos, incluindo recursos como metáforas, exemplos, estabelecimento de relações causais, frases feitas etc”. Também podemos complementar com a afirmação de Motta (2007, p. 15) de que os enquadramentos “podem estar vinculados ao senso comum, mitos, jogos, fábulas”.

Já os estudos sobre o sensacionalismo apresentam uma grande sustentação dos dispositivos, como histórias de interesse e impacto humano, moralidade, frases feitas, imagens, representações sociais, responsabilização ou solução. Amaral (2005), por exemplo, que estuda o Modo de Endereçamento no jornalismo popular com intenção na audiência, reforça que o modo de endereçar utiliza o interesse humano, como oposto e que se sobrepõe ao interesse público. “O segmento popular da grande imprensa enfatiza as matérias de interesse humano que, ao serem personalizadas e descontextualizadas, assumem a função de entretenimento e espetacularização” (AMARAL, 2005, p. 06).

O interesse humano no jornalismo também foi alvo de estudos de José Marques de Melo (1985, p. 22-23), a partir da ideia de gênero e um viés de possibilidades para literatura. Para ele, o interesse humano estaria inserido no chamado gênero diversional, no mesmo patamar da história colorida e em oposição ao jornalismo interpretativo. Segundo argumenta o autor, a história de interesse humano “utiliza um arsenal peculiar ao universo da ficção para abordar um fato que foi notícia retomando na sua dimensão humana com a finalidade de suscitar o interesse e a atenção do público”. Por sua vez, a

história colorida é a descrição de uma situação em que “a ênfase está no modo como a história se desenvolve e não na informação”. Complementa Beltrão (1969, p. 377) que as “histórias de interesse humano são aquelas cuja carga emocional ultrapassa inclusive o próprio valor da notícia”. Motta (2007, p. 21) assegura que essas histórias de interesse humano são lúdicas e, em sendo assim, “são facilmente assimiladas pelos leitores, pois fazem parte da cultura do senso comum”. E mais:

O lúdico é cultural, é pedagógico sem parecer persuasivo. Ao estabelecer essas associações e determinações, os editores ficcionalizam naturalmente seu material, organizando as informações em ordens narrativas que criam heróis e vilões; que remetem a valores do bem e do mal, etc., e que instituem realidades verdadeiras. (MOTTA, 2007, p. 22)

Do ponto de vista da moralidade indicada nos estudos do *frame*, Enne e Baltar (2007, p. 2) encontram no sensacionalismo “a existência de uma pedagogia moral, que implica no reconhecimento dos lugares sociais, das virtudes e penalidades para sua corrupção, muitas vezes relacionada ao universo do privado que, via dramatização, é colocado para apreciação e julgamento público”. As autoras, ao apresentar algumas das marcas da publicação sensacionalista, revelam que elas são concretizadas pela “ênfase em temas criminais ou extraordinários, enfocando preferencialmente o corpo em suas dimensões escatológica e sexual; na construção narrativa, a recorrência de uma estrutura simplificadora e maniqueísta” (ENNE e BALTAR, 2007, p. 03).

Márcia Amaral (2003, p. 138) reconhece que “normalmente, os jornais populares são conservadores e reforçam valores dominantes”. Essa mesma condição é confirmada por Angrimani (1995, p. 78) quando ele afirma que “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”. Também para Barbosa (2005), os apelos do sensacional – as ações duais, os valores morais, o bem contra o mal, – tudo isso narrado sob a forma de um melodrama do cotidiano, são aspectos que perpassam as notícias ao longo de décadas e constroem as marcas do sensacional.

Rondelli (2000, p. 122) lembra que os discursos no jornalismo sensacional “passam a sustentar e a configurar opiniões, julgamentos, valores e práticas adotados a partir e/ou com referência a esses relatos sobre a violência”. Também Marocco (1998) diz que o jornal sensacionalista, “na posição de sujeito moral, tem poder para produzir

representações negativas dos delinquentes e direcionar verdadeiras campanhas de saneamento público. A posição é monolítica e moralista”.

Estilos e figuras narrativas têm sido um dos elementos marcantes do modelo de jornalismo sensacionalista. Angrimani (1995) identifica esta forma de linguagem dentro do enquadramento moralista:

O que chama mais atenção na reportagem não são as informações, mas o tom que predomina no texto, um tom sádico, que lembra um discurso messiânico anunciando o fim dos tempos. O tom irado, implacável transforma as palavras em instrumento de flagelação, castigando as pulsões transgressoras. O jornal, através do conjunto manchete-foto-reportagem, incorpora a postura de alguém que quer punir, a postura sádica de um superego acessório, socializado. (ANGRIMANI, 1995, p. 118)

2.2.4 Jornalista, rotina e linha editorial

O forte apelo comercial das produções sensacionalistas pode impor nas redações, aos jornalistas, uma rotina direcionada – enquadramento das organizações – para manter a permanente seleção de conteúdos e narrativas sensacionalistas. Apoiando-se em Tchuman (1983), Scheufele (2006, p. 66) deixa claro que as rotinas de produção são determinantes para “a caracterização das esquematizações com os quais os jornalistas operam e relativizam a ideia de que as notícias teriam um valor imanente”. Zanetti (2008) informa que Scheufele (1999) enumera pelo menos cinco fatores que vão, de forma potencial, influenciar no modo como os repórteres vão fazer enquadramentos: “valores e normas sociais, pressões e regras operacionais, pressões de grupos de interesse (organizações, políticos), rotinas jornalísticas e orientações políticas e ideológicas dos profissionais”.

Também neste ponto Gitlin (1980, p. 11) apresenta formulações essenciais para compreender o papel dos jornalistas, das organizações e das fontes no processo de estabelecimento do *framing*. Para esse autor, “os repórteres incorporam as definições de noticiabilidade advindas dos editores e das esferas institucionais”. Gitlin (1980) volta a chamar atenção do papel dos jornalistas nesse processo: “Quando os repórteres tomam decisões a respeito do que e como cobrir, raramente eles ponderam sobre os pressupostos ideológicos ou sobre as consequências políticas” (GITLIN, 1980, p. 11).

As ações dos repórteres e das organizações no processo de constituição dos enquadramentos receberam a atenção de Sádaba (2007, p. 225-226). Ela reconhece que o jornalista, enquanto indivíduo tem seu enquadramento pessoal, e que ele é fruto de sua

“etnia, sexo, educação recebida, lugar onde estudou jornalismo, as experiências profissionais, as atitudes pessoais e as crenças”, mas logo ela alerta: “o enquadramento não depende das características individuais sempre e quando se usa ele, não se faz de forma exclusiva”. Em outra produção, essa mesma autora (2001, p. 162) garante que as organizações e as suas rotinas que são aceitas pelos jornalistas vão se converter em enquadramentos para as notícias. É também por isso que repórteres selecionam alguns temas e se calam diante de outros a partir do enquadramento dos meios. Esta ação dará forma à notícia ou à reportagem. Em outras palavras, a organização influi decisivamente no modo de como o jornalista verá e vai expor “a realidade”.

A decisão de como enfocar os acontecimentos vem sempre em direção vertical, desde o superior ao redator da base. Pesa para a importância das decisões a cabeça dirigente da organização. A capacidade de decisão do jornalista segue sendo considerada porque é ele quem tem e usa as fontes, tem um estilo comunicativo próprio e mantém relações com a audiência. (SÁDABA, 2007, p. 231)

Tuchman (1983, p. 25) diz que os repórteres “negociam com colegas em suas próprias organizações informativas e com aqueles que estão em outras organizações sobre a cobertura de relatos específicos e sobre as práticas informativas apropriadas”. No entanto, ela (1983, p. 45) não tem dúvida que, apesar de uma espécie de negociação de quadros dentro da redação, é o coordenador (editor), o responsável pelo produto informativo quem “encabeça as negociações a cerca de que itens são notícias verdadeiramente importantes”.

Para Tuchman (1983), o profissionalismo é a palavra-chave disseminada nas redações para consolidar o enquadramento geral da organização, mesmo sem a presença constante dos diretores do meio no momento da produção da notícia: “Para diretores e repórteres, profissionalismo significa seguir os ditados de estilo de sua organização, formalizados às vezes em um Livro de Estilo” (TUCHMAN, 1983, p. 119).

As contribuições dos estudos do *framing* sobre as organizações jornalísticas podem auxiliar na compreensão da perspectiva sensacionalista a partir da definição das estratégias dessas empresas. Amaral (2006, p. 57) esclarece que “os veículos são obrigados, por interesses mercadológicos, a utilizar determinados recursos temáticos, estéticos e estilísticos”. Mas a autora tem considerado que esse jornalismo popular de

mercado tende a se desvencilhar da cobertura essencialmente sensacionalista e usar recursos como “o assistencialismo, o denunciismo, a prestação de serviços”.

Também Aldé (2004, p. 180) reforça essa tendência do sensacionalismo para uma atuação mais focada na prestação de serviço, a exemplo de Amaral. Para ela, transformar as informações jornalísticas numa espécie de utilidade pública impõe um assistencialismo ao jornalismo popular, confirmando-se como representante do povo. Essa condição pode remeter a ideia de repórteres como prestadores de serviços, super-heróis, destemidos agentes do bem.

2.2.5 Sensacionalizar a emoção

Como foi já observado, o cruzamento analítico entre o enquadramento e o sensacionalismo pode indicar, com certa margem de segurança, que o sensacionalismo é uma forma específica de *framing*. O formato do sensacionalismo se insere numa trama, mas vai exigir da audiência alguma reação, isto é, um processo comunicativo.

Como carrega a marca do exagero, do excesso, da emoção, da dramaticidade, da possibilidade de transformar o humano em desumano, o sensacionalismo vai descer aos acontecimentos, selecionar, enfatizar, repetir e salientar somente aqueles com ampla condição de desenvolver essas qualidades apresentadas, ou seja, vai sensacionalizar os acontecimentos potencialmente noticiosos. Essas qualidades isoladamente não teriam força para configurar em si mesmas um *framing* sensacionalista, mas em atuação conjunta, mesmo tendo pesos diferenciados em cada cena. O *framing* sensacionalista, assim, é um quadro ao mesmo tempo um pacote interpretativo.

Se o cotidiano do *fazer jornalismo* se realiza numa interação entre informação e audiência, num acordo tácito, num contrato de leitura, o acontecimento sensacionalista potencializa ainda mais essa relação. É tamanha essa intensidade na expectativa da máxima surpresa, do choque, da extrema curiosidade da audiência que espera que seja natural alguma manifestação dos sentimentos por parte do público/audiência.

No sensacionalismo, as informações do ponto de vista jornalístico são apenas um suporte para o drama e o exagero, um desbotado pano de fundo. O importante é sensacionalizar os acontecimentos latentes com vistas à emoção, ao impacto, a suscitar os mais variados sentimentos humanos, como medo, incredulidade, desejo de vingança e de justiça, estupefação, curiosidade e até de prazer e alegria.

No sensacionalismo, o drama emocional exagerado é vital, principalmente porque convoca, de alguma forma, à audiência ao processo produtivo da notícia. Produto sensacionalista que não choca, não força nenhuma reação emocional do público não estaria afinado aos seus interesses e objetivos. A resposta emocional da audiência, do público, retroalimenta à produção do sensacionalismo na imprensa.

Campbell (2004), por exemplo, afirma que no contrato entre os jornalistas e a audiência o informar não é o suficiente, sendo preciso construir uma espécie de vínculo emocional. Quando o meio produz o acontecimento está presumindo toda uma condição sociocultural do público, isto é, a ocorrência está inserida nas preocupações mais abstratas e até irracionais das pessoas, mas que são percebíveis na prática.

O que verdadeiramente pode julgar se uma coisa é ou não real é o poder dessa coisa de nos suscitar uma reação emocional, e isso é ontologia emocional. Quando mais forte for a reação experimentada, mais 'real' será considerado o objeto ou o evento que o produziu. Ao mesmo tempo, quanto mais intensa for nossa reação, mais 'real' – ou mais verdadeiros – nos sentiremos naquele momento. (CAMPBELL, 2004, p. 56-57).

No jornalismo, mas principalmente no sensacionalismo, reagir emocionalmente pode ser a chave para que determinadas pessoas possam se sentir inseridas num grupo que partilha com elas sentimentos parecidos, por exemplo, prazer e alívio diante de uma manchete e fotos da execução selvagem de um suposto perigoso criminoso. No sensacionalismo, o máximo exagero de conteúdo, de narração e da forma vai esperar da audiência reações emocionais que vão lhe sedimentá-la no mundo do senso comum, numa realidade segura. É a proximidade sem riscos. Nesse sentido, a explicação de Le Breton é fundamental:

As emoções não são expressões selvagens que vêm quebrar as condutas razoáveis, elas obedecem a lógicas pessoais e sociais, elas têm a sua razão, da mesma forma que a razão não se concebe uma inteligência pétrea ou maquinal. Um homem que pensa é sempre um homem afetado, alguém que reúne o fio de sua memória impregnada de certo olhar sobre o mundo e sobre os outros. (LE BRETON, 2009, p. 24).

Nos acontecimentos que serão sensacionalizados a noticiabilidade estará vinculada à manipulação da emoção a ser suscitada no público, geralmente resultando avaliações e julgamentos morais. Para Mauro Wolf (2009, p. 195), a noticiabilidade é o entrelaçamento entre as características das organizações de mídia com elementos da

cultura profissional, ou seja, o que terá um evento que, aos olhos da organização e dos profissionais, poderá transformá-lo em notícia. “Noticiabilidade está estreitamente ligada aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção: ela equivale a introduzir práticas de produção estáveis numa ‘matéria-prima’ (os acontecimentos de mundo)” (WOLF, 2009, p. 196).

Em um texto recente, Amaral (2011) afirma que em casos de tragédias e desastres a emoção é parte do enquadramento utilizado nos meios. Isso não é problema. Para ela, o problema do uso da emoção reside num enquadramento que vai silenciar o entorno dos acontecimentos dramáticos. Recorre-se a essa autora para reafirmar o processo de sensacionalização dos acontecimentos a partir da emoção:

Seja pela presença de fontes testemunhais ou de outros recursos narrativos, o apelo à emoção pode ser justificado pela dramaticidade do acontecimento, pode ser utilizado para humanizar o relato ou ainda para produzir apenas espetáculo e sensação. Assim, o relato da emoção pode tanto sobrepor-se à gravidade social do acontecimento, quanto minimizá-lo. (AMARAL, 2011, p. 77)

Na parte empírica desta pesquisa retornaremos a essas bases teóricas utilizadas aqui. Por enquanto, vale observar, a partir dos estudos sobre jornalismo, enquadramento e sensacionalismo que há traços em comum entre eles e que nos levam a indicar a existência de um *framing* sensacionalista, que por sua vez age como quadro e como um pacote interpretativo. Ele pode ser identificado em acontecimentos recorrentes onde a carga dramática supera qualquer lógica esperada e onde as condições estão postas para um registro verbo-visual exagerado e que deve suscitar vários tipos de sentimentos da audiência.

Assim, podemos concluir esse primeiro movimento da pesquisa: identificar o *framing* sensacionalista. Acreditamos que ele se estabelece a partir de bases negociadas tacitamente entre fontes, audiência, repórteres e organizações, e é consolidado e exposto nos meios. Esse tipo específico de enquadramento e pacote interpretativo constitui e é constituído por um repertório de conceitos, que leva em consideração:

- a) a seleção de acontecimentos majoritariamente episódicos e que envolvam temas de interesse e grande impacto humano, buscando nesses casos dar ampla ênfase e repetição em recortes de situações que fogem à lógica das normas sociais, que possuam significativa saliência para curiosidade e para

o desumano, dramatizando-as ao extremo, tanto do ponto de vista narrativo quanto do estético, da apresentação visual;

- b) a simplicidade nos relatos dos acontecimentos, com uso de oralidade e com o objetivo de dar um sentido organizativo da vida em sociedade, retirando marcas de complexidade e assim, promovendo uma compreensão reduzida, restrita e descontextualizada da realidade;
- c) a constante perseguição, dentro dos acontecimentos episódios sensacionais recortados, dos traços que possam promover, direta ou indiretamente, a rápida identificação e reforço aos valores morais sedimentados na sociedade com vistas aos julgamentos públicos;
- d) a necessidade de desenvolver uma ideia de que ao selecionar e narrar o acontecimento o jornalista e a empresa estão prestando um relevante serviço à sociedade, uma ação em benefício da população, propondo soluções para os problemas desviantes, além de ser obrigação moral do repórter e dos meios para como a sociedade.

2.3 Representações sociais, sensacionalismo e barbárie

2.3.1 Representações sociais, jornalismo e violência

Nesta etapa busca-se atingir o segundo movimento proposto para esta pesquisa: perceber que o *framing* sensacionalista não se encerra em si, mas pode indicar, a partir das representações sociais, um processo que produzirá a criminalização da pobreza, de forma especial em acontecimentos de violência.

Nesse sentido, avança-se ao discutir que conteúdos e narrativas sensacionalizadas e que associam violência e pobreza vão configurar um quadro mais extremo de drama, que chamaremos de barbárie. Teremos, assim, um acontecimento selecionado pelo produto sensacionalista que pode levar ao ápice do choque e da repercussão social. A barbárie, a desumanização no outro, nesse caso, significa que não basta sensacionalizar casos de violência, é preciso, na lógica sensacionalista, escolher os eventos com potencialidades mais cruéis. Quanto mais cruéis, mais espaço no sensacionalismo, mais possibilidade da audiência ser convocada pela emoção.

Entendemos que os enquadramentos, teoricamente vistos na etapa anterior, são importantes para a construção das representações sociais, mas também as representações sociais, em certa medida, também vão auxiliar significativamente na formação dos *frames*. Quando nascemos, por exemplo, muitas das representações sociais já estão dadas, prontas e sedimentadas histórica e socialmente. E um componente de extrema importância nesse processo de sedimentação e de aceitação é o jornalismo. Assim, podemos indicar que os enquadramentos, as representações sociais e o jornalismo estão imbricados.

Mas o que seriam as representações sociais? Tomamos por base nesta pesquisa a teoria desenvolvida por Moscovici (2010), principalmente a partir de Durkheim (1998). Sua importância para as representações sociais é equivalente a de Goffman para os estudos sobre o *frame*. Justifica-se sua utilização porque ele considera central nas representações sociais o processo de comunicação: “As representações sustentadas pelas influências sociais da comunicação constituem as realidades de nossas vidas cotidianas e servem como o principal meio para estabelecer as associações com as quais nós nos ligamos uns os outros” (DUVEEN *apud* MOSCOVICI, 2010, p. 08).

Do ponto de vista conceitual, Moscovici apresenta o que é representação social:

Um sistema de valores, ideias e práticas, com uma dupla função: primeiro, estabelecer uma ordem que possibilitará as pessoas orientar-se em seu mundo material e social e controlá-lo; e em segundo lugar, possibilitar que a comunicação seja possível entre os membros de uma comunidade, fornecendo-lhes um código para nomear e classificar, sem ambiguidade, os vários aspectos do seu mundo e da sua história individual e social. (MOSCOVICI, 2010, p. 21).

Ele sustenta várias formulações sobre as representações sociais que podem ser importantes para realizar conexões com o jornalismo e o enquadramento sensacionalista. Uma delas é quando busca explicar as duas funções das representações sociais. A primeira, segundo o autor, é que elas convencionalizam os objetos, as pessoas ou acontecimentos que as encontram pela frente. Imediatamente, as representações lhes dão uma forma definitiva, as localizam em uma determinada categoria e, aos poucos, elas as transformam em modelos, em referência. “Mesmo quando uma pessoa ou um objeto não se adéquam exatamente ao modelo, nós o forçamos a assumir determinada forma (...), a se tornar idêntico aos outros, sob pena de não ser nem compreendido, nem decodificado” (MOSCOVICI, 2010, p. 34).

A segunda função explicitada por ele é que as representações sociais são prescritivas, isto é, “elas se impõem sobre nós com uma força irresistível. Esta força é uma combinação de uma estrutura que está presente antes mesmo que nós comecemos a pensar e de uma tradição que decreta o que deve ser pensado” (MOSCOVICI, 2010, p. 36).

Há ainda outros aspectos importantes e que estão alinhados ao percurso teórico dessa dissertação. Moscovici (2010) afirma, por exemplo, que toda interação humana pressupõe representações, ou melhor, é a interação que as caracterizam. Para Moscovici (2010, p. 40), “sempre e em todo lugar, quando nós encontramos pessoas ou coisas e nos familiarizamos com ela, tais representações estão presentes”. Segundo esse autor, todas as representações sociais são sociocêntricas e que, na familiarização ao estranho, a sociedade é representada de maneira mais implícita. Sem fazer referência ao jornalismo, Moscovici (2010, p. 208, grifo do autor) lembra sobre a primeira e a fundamental finalidade das representações sociais é: “tornar a comunicação, dentro de um determinado grupo, relativamente *não problemática* e reduzir o ‘vago’ através de certo grau de consenso entre seus membros”. Assim, as representações sociais são:

formadas através de influências recíprocas, através de negociações implícitas no curso das conversações, onde as pessoas se orientam para modelos simbólicos, imagens e valores compartilhados específicos. Nesse processo, as pessoas adquirem um repertório comum de interpretações e explicações, regras e

procedimentos que podem ser aplicadas à vida cotidiana do mesmo modo que as expressões linguísticas são acessíveis a todos. (MOSCOVICI, 2010, p. 208).

É dele a defesa de que, através das representações sociais, os acontecimentos não familiares se transformam em familiares. Este papel transformador seria uma finalidade das representações sociais. Ocorre que esse fim – a familiarização - remete à construção do chamado senso comum, que Moscovici identifica como um universo consensual. Para ele, esse universo é um local onde nós nos sentimos em casa, longe e salvo de qualquer risco, atrito ou conflito, um *locus* de segurança familiar. “Tudo que é dito ali, apenas confirma as crenças e as interpretações adquiridas, corrobora mais do que contradiz a tradição” (MOSCOVICI, 2010, p. 54).

O familiar remete ao senso comum. Berger e Luckmann (2013, p. 59) chama a atenção que é através do processo de interação por meio da linguagem que apreendemos o senso comum presente na realidade da vida cotidiana. E mais, “vivo no mundo do senso comum da vida cotidiana equipado com corpos específicos de conhecimento. Mais ainda, sei que os outros partilham, ao menos em parte, deste conhecimento e, eles sabem que eu sei disso” (BERGER e LUCKMANN, 2013, p. 59).

Para Schutz (1945, p. 294 *apud* GOFFMAN, 2012, p. 27), “o mundo do senso comum é, desde início um mundo sociocultural e as muitas questões ligadas à intersubjetividade das relações simbólicas originam-se nele, são por ele determinadas e encontram nele uma solução”.

Berger e Luckmann (2013) apresentam um exemplo que se insere nesse debate e que, ao nosso entender, envolve senso comum e pode auxiliar o entendimento sobre as representações sociais na linha de raciocínio que buscamos desenvolver.

O acervo social do conhecimento inclui o conhecimento de minha situação e de seus limites. Por exemplo, sei que sou pobre, que por conseguinte não posso esperar viver num bairro elegante. Este conhecimento, está claro, é partilhado tanto por aqueles que são também pobres quanto por aqueles que se acham em situação mais privilegiada. A participação no acervo social do conhecimento permite assim a “localização” dos indivíduos na sociedade e o “manejo” deles de maneira apropriada. Isto não é possível para quem não participa deste conhecimento, tal como o estrangeiro, que não pode absolutamente me reconhecer como pobre talvez porque os critérios de pobreza em sua sociedade sejam inteiramente diferentes (BERGER e LUCKMANN, 2013, p. 60).

Retomamos Moscovici (2010) para lembrar que ele faz um alerta das diferenças entre hábito e senso comum. Aceitar, compreender, crescer acostumado com determinadas

ideias sobre a realidade se constitui um hábito. Já pelo senso comum nós aceitamos as ideias como um padrão de referência onde vamos medir e julgar o perceptível, utilizando-se desse referente. Esse será “o critério para avaliar o que é incomum, anormal e assim, por diante. Ou em outras palavras, o que não é familiar” (MOSCOVICI, 2010, p. 55).

Podemos ampliar as inferências com o jornalismo e até com o sensacionalismo quando Moscovici (2010, p. 56) afirma que “o não familiar atrai e intriga as pessoas e comunidades enquanto, ao mesmo tempo, as alarma, as obriga a tornar explícitos os pressupostos implícitos que são básicos com consenso”.

Outro conceito utilizado por Moscovici quando tratou das representações sociais e que é bem apropriado aos estudos do jornalismo é ancoragem. Para ele, representações sociais ancoram ideias estranhas, enquadrando-as em categorias e imagens de referência comuns e as colocam em contextos familiares para todos. Ancorar, assim, é uma espécie de classificação, dando nomes a todas as coisas.

De fato, representação é, fundamentalmente, um sistema de classificação e de denotação, de alocação de categorias e nomes. A neutralidade é proibida, pela lógica do mesmo sistema, onde cada objeto e ser devem possuir um valor positivo e negativo e assumir um determinado lugar em uma clara escala hierárquica. Quando classificamos uma pessoa entre os neuróticos, os judeus ou os pobres, nós obviamente não estamos apenas colocando um fato, mas avaliando-a e rotulando-a. E, nesse ato, nós revelamos nossa ‘teoria’ da sociedade e da natureza humana. (MOSCOVICI, 2010, p. 62).

Ocorre que a construção e/ou reafirmação de representações sociais, através das notícias, não seriam resultados de um fenômeno natural, ou seja, não seriam neutras e nem desinteressadas. As informações e as ideias que vão constituir esse conjunto de e para compreensão social majoritária sobre a realidade perceptível e sobre o *outro*, e que se manifestará como a opinião sobre o *que é*, em muitos casos, são resultados dos mais diversos interesses de grupos que exercem relações de poder.

Thompson (2012, p. 271) insere as relações de poder nas representações sociais, compreendidas como “formas simbólicas que servem em circunstâncias particulares para estabelecer e sustentar relações de domínio”. Para esse autor, “parece claro que em alguns contextos a apropriação de mensagens da mídia serve para estabilizar e reforçar as relações de poder”.

A discussão entre as representações sociais, o senso comum, o enquadramento e o jornalismo pode nos levar a um debate complexo sobre ideologia. Não objetivamos

aprofundar essa questão, no entanto, é impossível prosseguir nesse segundo movimento sem fazer algumas considerações sobre ideologia nesse contexto específico.

No entender de Hackett (1999, p. 121), notícias e ideologias sociais dominantes estão integralmente ligadas. Para ele ideologia socialmente dominante é um “conjunto de regras e de conceito que são destinados a dar sentido ao mundo e que se encontra sistematicamente limitado por seu contexto social e histórico”. Segundo ele, essas regras e conceitos vão se naturalizar e servir, na prática, às relações de poder, para assinalar, ocultar ou reprimir os fundamentos antagônicos do sistema.

Esse autor lembra que a ideologia mobiliza conceitos que vão se localizar e se constituir numa “estrutura profunda” da sociedade e que, em algum momento, ela será ativada, no caso do jornalismo, pelos jornalistas numa complexa relação que envolve as organizações de mídia, as fontes e as audiências, “independentemente de sua percepção consciente, e sem levar em conta suas intenções deliberadas de iludir ou manipular” (HACKETT, 1999, p. 121). Vale a pena observar a contribuição de Chauí (2007):

A ideologia contemporânea, escreve Lefort, é invisível porque não parece construída nem proferida por um agente determinado, convertendo-se em um discurso anônimo e impessoal, que parece brotar espontaneamente da sociedade como se fosse o discurso do social. (CHAUI, 2007, p. 75)

Hall *et al* (1999, p. 229) também garantem que “os *media* tendem, fiel e parcialmente, a reproduzir simbolicamente a estrutura de poder existente na ordem institucional da sociedade”. Assim, desde a seleção, angulação e as principais ideias que serão inseridas nas notícias sobre os mais diversos acontecimentos poderão ter um peso fundamental na construção e compreensão do que é a realidade para muitos, a partir de interesses de grupos dominantes.

Nos discursos divulgados, de forma direta ou não, a preponderância de uma concepção de mundo será referente e balizador e os produtos da imprensa podem ser porta-vozes de interesses poderosos em um determinado tempo e espaço. “As estruturas hierárquicas de comando e de revisão, a socialização informal em papéis institucionais, e a sedimentação de ideias dominantes na *ideologia profissional* – todos ajudam a garantir, nos *media*, a sua reprodução continuada na forma dominante” (HALL *et al*, 1999, p. 231, grifo dos autores).

O jornalista tem função essencial nessa engrenagem. Em razão de sua prática laboral cotidiana, ele é chamado obrigatoriamente a todo instante a realizar julgamentos primários sobre os acontecimentos, o que vão possibilitar enquadrá-los em discursos inteligíveis e aceitos nas organizações e na sociedade. Bird e Dardenne (1999, p. 276) afirmam que esses julgamentos realizados pelos jornalistas acabam refletindo os interesses de um *status quo* e se são apreendidos, tornam-se naturais pelo senso comum. Em outras palavras, Hall *et al* (1999, p. 236, grifo dos autores) reforçam que “*as estruturas e as práticas de rotina dos media* em relação à elaboração de notícias serve para *enquadrar* acontecimentos dentro de paradigmas interpretativos dominantes”.

A cobertura de acontecimentos violentos é uma área de atuação no jornalismo onde se pode encontrar o resultado de processos de enquadramento e de representações sociais onde a construção ideológica pode ficar mais clara. Nesses acontecimentos podemos observar uma ancoragem jornalística que associará quase sempre violência, criminalidade e pobreza. Nas notícias sobre violência, o jornalista, a organização e a audiência vão lidar exatamente com o límpido desvio da ordem, com o caótico, com o não familiar, com o que é anormal diante do esperado, ou seja, o que está fora das expectativas e atitude naturais das pessoas e da coletividade. Por violência, Chauí (2007) conceitua:

É um ato brutal e antinatural de transgressão e violação da natureza, do direito, da justiça, das leis, dos costumes, do sagrado, das mulheres e dos mais fracos. Quando a relação entre dois ou mais seres se realiza através da força física, psíquica ou moral, dizemos que há violência, identificando-a com a coerção, a coação ou a repressão. Isto, no entanto, é apenas o início das dificuldades, pois diferentes culturas definem de diferentes maneiras a margem que separa o natural e o ilegítimo. Há pluralidade de medidas e critérios para avaliar a própria identificação da violência com a força (CHAUÍ, 2007, p. 120).

Nas Ciências Jurídicas existem vários trabalhos que também discutem à relação entre violência, criminalidade e mídia. Apesar do véis penal, recorreremos a Franco (2000) por apresentar um conceito de violência que dialoga com os objetivos da perspectiva que estamos defendendo:

O conceito de violência é bem mais abrangente do que a criminalidade. Violência é a terrível faixa de excluídos, na sociedade brasileira; é a concentração de riquezas em poder de um número tão reduzido de pessoas; é a fome; é a miséria; é o salário aquém das necessidades básicas mínimas; é a prostituição infantil; é o elevado percentual de acidentes do trabalho; é o privilégio das corporações; é, enfim, a ausência de adequadas políticas públicas. Sobre a problemática brasileira, como um todo, ou sobre cada um

desses graves problemas de violência, em particular, os meios de comunicação não esclarecem a população, nem pressionam a opinião pública e os órgãos de representação popular. “Dramatizar” a violência é bem mais fácil e, além disso, à sua retaguarda, há todo um processo de politização (movimento de lei e ordem) que atende aos interesses de segmentos sociais hegemônicos que visam aumentar, através de expedientes repressivos, o grau de controle da sociedade. (FRANCO, 2000, p. 63)

No caso desta pesquisa tratamos a violência como um atentado ao direito à vida, usando-se a força para agressões físicas e mentais contra qualquer outra pessoa ou ser.

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

Hall *et al* (1999, p. 237) talvez encontrem uma possível explicação do o porquê da violência, especialmente do crime, torna-se facilmente notícia de impacto: “porque o seu tratamento evoca ameaças, mas também reafirma a moralidade consensual da sociedade”. Para os autores, a cobertura dos acontecimentos violentos acaba se tornando uma peça de moralidade moderna, baseada na lei, onde “o *demônio* é expulso, tanto simbólica como fisicamente da sociedade pelos guardiões – a polícia e a magistratura” (HALL *et al*, 1999, p. 237, grifo dos autores). O jornalismo participa dessa trama como uma instituição que abriga autoridade e ordem, e mais, possui uma verdade consensual inquestionável e que só ele tem coragem de evocar em benefício de todos: denunciar, cobrar, julga e condenar.

Reafirmamos que a cobertura dos acontecimentos violentos no jornalismo pode expor limpidamente os valores simbólicos partilhados na sociedade e que concretizam as representações sociais localizadas no senso comum.

Os acontecimentos problemáticos rompem com as expectativas comuns e são, por conseguintes, ameaçadores para uma sociedade baseada na expectativa do consenso, ordem e rotina. Assim, o delineamento, por parte dos media, de acontecimentos problemáticos dentro dos conhecimentos convencionais da sociedade é crucial de duas maneiras. Os media definem para a maioria da população os acontecimentos significativos que estão a ter lugar, mas também oferecem interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos. Implícitas nessas interpretações estão as

orientações relativas aos acontecimentos e pessoas ou grupos nela envolvidos. (HALL *et al*, 1999, p. 228)

As representações sociais partilhadas no senso comum, principalmente através do jornalismo, sobre pobreza, violência e criminalidade estão fundadas em estereótipos e preconceitos, questões que serão abordadas a seguir. Antes, porém, vale salientar que essas representações sobre a pobreza possuem significativo traço ideológico. Como o jornalismo se realiza numa estrutura social de poder, as principais vozes que ocupam os espaços nessa estrutura são autorizadas, são oficiais, poderosas, vozes dos especialistas que vão definir e reafirmar o referente, o normal, que é familiar e o que não é.

Nas coberturas de acontecimentos violentos os jornalistas e as organizações de imprensa se tornam dependentes, mas não de forma passiva, das informações primárias, geradas por instituições de controle do crime. “Tantos as relações sociais formais como as informais de elaboração das notícias, das quais o jornalista extrai o seu material de *crime*, estão dependentes de uma noção de confiança entre a polícia e o correspondente de crime” (HALL *et al*, 1999, p. 239, grifo dos autores).

2.3.2 Estereótipo: alicerce do sensacionalismo

Os estereótipos (do grego *stereós* [sólido] mais *týpos* [marca, sinal]) podem ser considerados como um mecanismo de interpretação social. Eles possibilitam os indivíduos em interação no cotidiano processar inúmeras informações em grandes e complexas sociedades. Mas para isso é fundamental que as instituições sociais consolidadas estabeleçam as referências, os padrões, às bases centrais que serão utilizadas para descomplexificar o mundo, reduzir e explicar à realidade, deixando-o simples, inteligível, pronto e acabado para ser rapidamente apreendido e internalizado. As referências compartilhadas e que formam esse conjunto interpretativo reducionista (o estereótipo) nascem exatamente das representações sociais.

Utilizando-se da expressão “atalhos cognitivos”, Biroli (2011, p. 12) afirma que os estereótipos facilitam o processamento das mais variadas informações. Ela alerta:

Os estereótipos não são representações que deturpam modos de ser (caráter, personalidade, disposições individuais) que existiriam de maneira prévia ou independente dos processos sociais de definição de papéis e disposição dos valores – eles são parte da dinâmica social na qual se definem caráter, personalidade e disposições individuais. (BIROLI, 2011, p. 5)

Ferrés (1998, p. 288) afirma que os estereótipos são “representações sociais institucionalizadas, reiteradas e reducionistas. Trata-se de representações porque pressupõem uma visão compartilhada que um coletivo possui sobre o outro”. Também Vizeu (2006, p. 36), baseando-se em Ferrés (1998), contribui ao afirmar que “à base de rigidez e de reiteração, os estereótipos acabam parecendo naturais; a sua finalidade é, na realidade, que não pareçam formas de discurso, e sim formas de realidade”. A análise conceitual sobre estereótipos pode inserir esse fenômeno no debate ideológico e com a utilização dos valores morais socialmente produzidos e partilhados.

Eagleton (1997, p. 28) destaca que os discursos sociais, construídos com base no que existe e com caráter normativo vão legitimar “certos interesses de uma luta de poder”. Fazendo-se uma associação, pode-se dizer que o estereótipo é uma importante ferramenta de um discurso que terá o peso de uma *verdade* não sujeita à prova de racionalidade, isto é, sem valor reflexivo, e que servirá tanto para distorcer, quanto para consolidar e reafirmar uma visão particular sobre determinados atores ou tipos sociais. Há, assim, uma espécie de naturalização de padrões valorativos sociais e politicamente construídos. Para complementar: “Os estereótipos se alimentam da ausência de análise racional dos valores que os estruturam. Seriam o reflexo das identidades, o desdobramento de comportamentos, gostos e tendências fundados na natureza, na biologia, na identidade inevitável” (BIROLI, 2011, p. 10).

Ao manter a condição dos estereótipos como peça para o discurso ideológico, Freire Filho (2004, p. 47) entende que eles vão atuar como “formas de imposição de sentido e de ordem ao mundo social, impedindo a flexibilidade de pensamento em prol da reprodução estática das relações de poder e exploração”. Assim, os estereótipos têm poder de reduzir

(...) toda a variedade de características de um povo, uma raça, um gênero, uma classe social ou um ‘grupo desviante’ a alguns poucos atributos essenciais (traços de personalidade, indumentária, linguagem verbal e corporal, comprometimento com certos objetivos, etc.), supostamente fixados pela natureza. (FREIRE FILHO, 2004, p. 48)

Esse autor lembra que os estereótipos não se limitam apenas em identificar características gerais de pessoas, mas estão carregados de julgamentos e pressupostos subliminares ou explícitos sobre o comportamento de pessoas e grupos. Ele exemplifica

usando ideia de certa predisposição dos negros para atividades físicas, assim, almeja-se, de alguma forma, justificar sua escassa presença nos principais cursos de nível superior.

Biroli (2011, p. 6) afirma que os estereótipos acabam permitindo, ao mesmo tempo, a tipificação do outro e a localização de si mesmo numa escala comum de valores para conformação da realidade percebível, sendo que quase invariavelmente se “impõem ônus e desvantagens materiais e simbólicos aos desviantes”, ou seja, ao outro. Berger e Luckmann (2013, p. 49-52) também usam a tipificação como necessária para qualificar o outro, principalmente para saber como lidar com esse diferente no encontro face a face. No entanto, através da mídia, esses esquemas tipificadores aparecem prontos e acabados, ou seja, não há necessidade de grandes processamentos, ao contrário, eles garantem a tranquilidade de um mundo organizado, seguro, explicado.

No jornalismo, o formato que certamente mais vai se apropriar de forma visível dos estereótipos e fazer uso do preconceito é o sensacionalismo. Benetti (2010, p. 155), sem mencionar diretamente o sensacionalismo afirma que nós podemos localizar as matrizes arquetípicas em diversos acontecimentos, especialmente no que ela chama de eventos fascinantes, como casamentos que remetem a contos de fada, *crimes familiares*, *mortes inesperadas que geram rituais compartilhados de luto*, isto é, acontecimentos que “permitem a catarse coletiva (...) capazes de recolocar o homem na teia imaginária da humanidade”.

A relação entre estereótipos e sensacionalismo é estreita. Os produtos da imprensa que se dedicam repetidamente ao extraordinário, ao aberrante, ao exagero cumprem uma tarefa de apresentar, pedagogicamente, para a audiência, a partir da exposição superdramática dos desvios, quais as referências sociais, os padrões, os modelos de comportamento de pessoas e de grupos que são aceitáveis, exatamente divulgando o seu inverso: a aberração, o desvio, etc.

Nos estudos sobre o sensacionalismo, é Pedroso (2001, p. 108) quem talvez melhor identifique o uso de estereótipos nesse formato. Ela avalia que as pessoas, completamente instadas a se inserir no processo de construção dos discursos jornalísticos em produtos sensacionalistas, vão ser rotuladas, ou seja, estereotipadas para melhor serem enquadradas. Fazer uso do estereótipo é uma ação do jornalismo, mas no sensacionalismo ele ganha em potência, principalmente quando da cobertura de acontecimentos de violência.

Através da nominalização ou estereotipagem de grupos e pessoas, o jornal ao mesmo tempo segrega as identidades com comportamento transgressor num dualismo constante entre ordem-desordem e norma-desvio, e as exacerba, na medida em que valoriza discursivamente o espaço do crime e dos criminosos, situando-as próximas do exótico-e-ameaçador porque sempre estão centradas em um sentimento permanente de vingança. (PEDROSO, 2001, p. 98)

Para além da ordem-desordem, do comportamento transgressor, e dos espaços onde são plenamente identificáveis os criminosos, o estereótipo associado a esse quadro, e que é utilizado de forma cotidiana pelos produtos sensacionalistas é o da pobreza, vinculando-a sempre à criminalidade e à violência.

No entender de Marocco (1998, p. 01), os “pobres e delinquentes” foram e são construídos como objetos do discurso jornalístico com fins muito específicos. Segundo essa autora, quase nada se sabe sobre aquelas personagens pobres e marginalizadas, sobre o contexto onde estão inseridas, suas histórias, a conjuntura político-econômica perversa que produz a pobreza e os pobres, mas se sabe o suficiente para enquadrar e representar socialmente essa classe. Através do estereótipo, os pobres se tornam plenamente visíveis, necessariamente visíveis para controle, segregação e eliminação, através da violência. Assim “o jornalismo ‘disciplinou’ ou ‘sujeitou’ e fixou, pela redundância diária em espaço garantidos na imprensa e ao longo da história, determinados ‘tipos’ necessários a uma ‘ordem’ das coisas na sociedade” (MAROCCO, 1998, p. 02).

O conceito de pobreza é alvo de grande complexidade nas Ciências Sociais, na Economia, Política. Os autores que se dedicam ao seu estudo são inúmeros e do mais variados perfis acadêmicos. Há sólidas discussões sobre pobreza social, política, moral, religiosa, biológica, intelectual, psicológica. Neste trabalho, consideramos um aspecto socioeconômico da pobreza, que precisa ser necessariamente contextualizado no espaço e no tempo. Lavinás (2002), por exemplo, busca definir pobreza como

(...) um estado de carência, de privação que pode colocar em risco a própria condição humana. Ser pobre é ter, portanto, sua humanidade ameaçada, seja pela não satisfação de necessidades básicas (fisiológicas e outras), seja pela incapacidade de mobilizar recursos e meios em prol da satisfação de tais necessidades (LAVINAS, 2002, p. 30).

Numa acepção mais imediata e generalizada, consideramos pobreza como falta de renda ou com renda insuficiente, o que vai impor uma série de privações humanas, como habitações precárias, dificuldade de acesso a água, energia, comunicação e aos

serviços básicos de saúde, educação, transporte, lazer, etc. Assim, consideramos pessoas nesse estado como pobres. Elas estão agrupadas numa camada social que abriga seres humanos dos mais variados gêneros, credos e idades. São geralmente moradores nas periferias das capitais e de zonas miseráveis de cidades do interior, assim como os moradores de rua, os analfabetos ou aqueles com baixa instrução, os desempregados ou os subempregados, serventes, ajudantes, diaristas, empregadas domésticas e aqueles que desempenham atividades consideradas subalternas, os sem terra e os sem teto.

Em um primeiro nível, há uma construção social, que no jornalismo ocorre pela ancoragem, que associa pobreza a problema, como observado nos parágrafos anteriores. Este é um estereótipo. No segundo nível, a pobreza é vinculada também as minorias que terão tipos definidos para compor o estereótipo, como os homossexuais, os sem terra e sem teto, os estudantes de escolas públicas, crianças de rua, ou seja, “todo grupo social cujas perspectivas e vozes são marginalizadas pelas estruturas de poder e pelos sistemas de significação dominantes numa sociedade ou cultura” (EDGAR e SEDGWICK, 2003, p. 213-214, *apud* FREIRE FILHO, 2004, p. 46).

Para Nascimento (1995, p. 26-27), a sociedade brasileira constituiu-se em torno de uma repetitiva representação social da pobreza que apresenta a ideia de personagens incômodos, responsabilizados pelo não desenvolvimento político do país. A pobreza se constituiu como verdadeira ameaça à ordem (são perigosos, pois não são simplesmente pobres, mas bandidos em potencial) e desnecessários economicamente (uma massa crescente de pessoas que não tem mais possibilidade de obter emprego, pois são despreparados). Para esse autor, a representação social do pobre está cada vez mais relacionada à do bandido marginal.

Os discursos jornalísticos que vão contribuir na construção social da realidade, neste caso específico dos produtos da imprensa sensacionalista, utilizam-se, histórica e pedagogicamente, dos estereótipos, preconceitos e representações sociais da pobreza no sentido de criminalizá-la. Mas esta ação, consciente ou não, atenderia interesses de uma classe dominante e dirigente. A tipificação estereotipada da pobreza serve para que a maioria da sociedade logo identifique e compreenda a relação sinônima entre pobreza e violência.

2.3.3 Do sensacionalismo à criminalização da pobreza

Como defendido anteriormente, compreender o sensacionalismo linearmente é cair na ultrageneralização desse formato. Por isso, do ponto de vista temático, ele foi dividido em quatro áreas: violência, sexo, celebridades e escatologia. Como já indicado, destacamos nesta pesquisa a primeira área: acontecimentos de violência, como ameaças, brigas, roubos, estupros, assassinatos e que têm narrativas de revolta, pânico, alívio, punição, vingança, ironia e até humor. Avançamos nessa discussão observando que boa parte dessa cobertura tem uma área privilegiada: a pobreza. Aprofunda-se mais.

O sensacionalismo tem servido para caracterizar inúmeras estratégias da mídia em geral, como superposição do interesse público; a exploração do interesse humano; a simplificação; a deformação; a banalização da violência, da sexualidade e o consumo; *a ridicularização das pessoas humildes*. (AMARAL, 2006, p.21, grifo nosso)

Diante de inúmeras ocorrências sociais cotidianas que envolvem violência, a produção sensacionalista supera em muito o jornalismo esperado: vai selecionar aquelas que têm os detalhes mais desviantes e anormais possíveis, isto é, aquelas que sua inclusão na narrativa não contribui para a ideia de notícia. Mas para o sensacionalismo esses detalhes são valores vitais que tomaram conta da narrativa e da apresentação visual. Eles serão salientados, intensificados e enquadrados como extraordinários e ganharão as primeiras páginas, os destaques. A informação, nesse caso, passa a ser uma mera peça acessória, um suporte que abriga a palavra, a imagem do extraordinário. O principal ali será o detalhe, o mais sórdido detalhe possível.

Também como já vimos anteriormente, a prática sensacionalista está centrada na relação direta de interação com a audiência. Assim, um dos objetivos em selecionar detalhes aberrantes dos acontecimentos, realçá-los narrativamente e torná-los os mais bizarros possíveis é difundir na notícia uma ideia choque, surpresa, curiosidade, ou seja, arrancando a emoção do público, muitas vezes gerando sentimentos de medo, pânico, ideia de fim de mundo, mas também, a depender da construção narrativa, fúria contra o agressor, justiça, prazer pelo extermínio. “É a exceção, o desvio, a interferência, a anormalidade, que estimula nossa curiosidade e parece exigir uma explicação” (MACIVER, 1942, *apud* MOSCOVICI, 2010, p.81).

Para Chauí (2007, p. 51-52), a imprensa se utiliza de um roteiro de novela para operar “reforçando o senso comum, mantendo a suposta clareza da distinção entre o

bem e o mal, a naturalização da hierarquia social e da pobreza, o desejo de “subir na vida”, a recompensa dos bons e a punição dos maus”.

Por isso, não são todas as personagens sociais que vão ganhar notoriedade nas notícias de violência nos produtos sensacionalistas. Elas geralmente são compostas por pessoas e grupos estereotipados com pobres. Para Pinheiro (2000, p. 14), “apesar de todos os avanços na sociedade civil e na governabilidade democrática, os pobres continuam a ser as vítimas preferenciais da violência, da criminalidade e da violação dos direitos humanos”. Ou seja, há um claro inimigo mitificado e demonizado. E, geralmente, são os meios sensacionalistas que mais vão associar pobreza com uma natural potencialidade criminosa, associação construída ideologicamente e que vai desencadear, quase sempre, em campanhas, veladas ou não, de repressão, de controle social e até de extermínio de pessoas e grupos considerados perigosos que estão, no entender do discurso ideológico dominante, em oposição ao ideário da ordem, do progresso e do desenvolvimento.

Valladares (1990, p. 6) explica que o discurso padrão nesse aspecto construído através da mídia, que é o discurso das classes dominantes, vai trabalhar essencialmente com um mundo dual. “De um lado, o mundo do trabalho, da moral, da ordem; do outro, um mundo às avessas – amoral, vadio, caótico – que deveria ser reprimido e controlado para não comprometer a ordem”. Esses dois lados são plenamente referenciais e visíveis, isto é, não há ocultação. Exige-se encontrar a vítima e o bandido, este último, quase invariavelmente, pobre. Assim, há uma necessária visibilidade pelos meios de comunicação de uma camada social subalterna que ocorre, segundo Bursztyrn (2003), em três etapas que se sucedem.

A primeira, “é da elaboração de um discurso ideológico de *desqualificação*”, onde é construída uma imagem demonizada do “outro” associada a problemas de desordem, insegurança, epidemias e criminalidade, servindo de legitimação de uma ruptura de contrato social. A segunda é a *desvinculação*, que expressa a rejeição pela sociedade dos indivíduos “desqualificados” ou afastados dos processos produtivos reconhecidos. (...) A terceira, que radicaliza as precedentes, é a eliminação, e pode se dar tanto pelo extermínio, pela esterilização cultural ou mesmo pela deportação. (BURSZTYRN, 2003, p. 39)

As coberturas sobre violência nos produtos sensacionalistas têm peculiaridade analítica: seleção, narrativa e apresentação visual praticamente não sofrem alterações, mantêm-se inalterados, independente das ocorrências. Mudam-se os nomes de algumas

personagens, mas a essência discursiva praticamente é a mesma. Estarão presentes: o marginal, o bandido, o criminoso, o pervertido, a vítima e seus parentes, os instrumentos do crime, a polícia, as testemunhas, a fala do povo, histórias absurdas, casos de sexo, tudo isso envolvido em narrativas que suscitam sentimentos, curiosidade, medo, revolta, vingança e compaixão.

Esse discurso, salientado e repetido cotidianamente, assume uma condição de ferramenta pedagógica, utilizada para atender ideologicamente interesses de grupos dominantes, que definirão os papéis e os lugares das pessoas e dos grupos na estrutura social. As notícias de violência nos produtos sensacionalista são, assim,

uma fonte importante de informação sobre os contornos normativos de uma sociedade. Informam-nos do que está certo e errado, dos parâmetros para além dos quais não devemos nos aventurar e das formas que o demônio pode assumir. Uma galeria de tipos populares – heróis e santos, e também bobos, vilões e demônios – é publicitada não só na tradição oral e no contato cara-a-cara, mas a um público muito mais vasto e com recursos dramáticos muito maiores (COHEN e YOUNG, 1981, p. 431, in BIRD e DARDENNE, 1999, p. 267).

Amaral (2006), Pedrosa (2001), Angrimani (1995) e outros autores já tinham apontavam um aspecto importante do produto sensacionalista: ele 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).

A criminalização dos pobres pelo sensacionalismo, através dos acontecimentos violentos, pode nos levar à ideia de “violência simbólica”, na expressão de Bourdieu (1997, p. 22). Ele a define como um ato “que se exerce com a cumplicidade tácita dos que a sofrem e também, com frequência, dos que a exercem, na medida em que uns e outros são inconscientes de exercê-la ou sofrê-la”. Na sequência, esse autor afirma que as notícias de *variedade* também produzem a despolitização social, reduzindo a vida da anedota ao “mexerico”.

Para melhor caracterizar a construção desse discurso pelo sensacionalismo, recorreremos a Charaudeau (2006, p. 284) que identifica três níveis de reflexo emocional no público e que vai propiciar unidade entre ele: “antipatia em relação aos agressores, simpatia para com os salvadores, compaixão pelas vítimas”. Esses papéis identificados por Charaudeau – agressor, salvador e vítima – podem ser associados ao que defende

Montoro (2002), quando aborda as funções da polícia, dos membros do judiciário e dos meios de comunicação numa trama dos acontecimentos sobre a violência. Eles atuam conjuntamente, a partir de dois vetores: ruptura da ordem (discurso policial e ilegalidade dos atos) e não cumprimento da lei (discurso jurídico). Assim produtos sensacionalistas

(...) orientam a interpretação dos fatos noticiados a partir de um postulado de controle mais profundo da vida social (aplicação de pena de morte, cadeira elétrica, cadeia perpétua, mais armamentos, mais policiais,). Essa *vetorização* dos discursos oculta também as causas econômicas, sociais, conjunturais que produzem a violência social na sociedade brasileira: escravidão e trabalho infantil, extorsão policial, prostituição de crianças e adolescentes, baixa escolaridade das populações rurais, desemprego juvenil, exclusão e marginalização social, alta taxa de desqualificação profissional, etc (MONTORO, 2002, p. 323).

Essa ação do jornalismo sensacionalista que criminaliza a pobreza não é um fenômeno neutro, desinteressado, natural, inconsciente e muito um fenômeno recente. Veremos no próximo item suas raízes históricas e recorreremos a Moretzsohn (2007, p. 251) para lembrar que, ideologicamente, o que vemos divulgado é apenas a violência das camadas pobres. Para essa autora, “a expressão da violência silenciosa do capital” praticamente se apaga automaticamente, e o que presenciamos são os “tribalismo, ódios étnicos e outros estereótipos herdados do velho colonialismo”. É como se a violência fosse própria das camadas pobres e estivesse apenas circunscrita a elas.

2.3.4 Raízes históricas da vinculação crime e pobreza

A criminalização da pobreza tem raízes históricas e, no Brasil, está fortemente alicerçada em seu passado colonial escravagista e nas relações predatórias da inserção do país, mais recentemente, a um capitalismo de consumo. Coimbra (2001) comprova que desde meados do século XIX já se encontravam presentes nas elites brasileiras – proprietárias dos meios de comunicação - as concepções que impunham uma ideia de periculosidade até biológica aos pobres e negros. Para ela, a elite brasileira sempre entendeu que a natureza social (pobre, negro, analfabeto, morador de periferia) resultará no cometimento de atos perigosos e por isso deveria ser combatida com rigor.

Através dos vários e repetidos discursos produzidos pelas instituições sociais, esse quadro que representa a pobreza vai se cristalizar no senso comum como *verdade* e, para alguns, provada até cientificamente. No final do século XIX o médico italiano

Cesare Lombroso defendeu a tese do criminoso nato, observando estigmas físicos e traços de personalidade. O jornalismo também será uma dessas instituições que vai difundir e reafirmar as representações sociais, estereótipos e preconceitos sobre os pobres como espécies de criminosos naturais. Mas será na produção sensacionalista que essa associação vai ganhar mais força e será reafirmada. Curiosa e contraditoriamente, como vimos, os produtos do jornalismo sensacionalista são destinados especialmente para as camadas mais pobres da população. Esta destinação não é neutra e nem desinteressada. A visibilidade do pobre-criminoso para a sociedade, principalmente para os pobres tem função pedagógica e ideológica de controle.

Vários autores (COIMBRA, 2001; MALAGUTI BATISTA, 2003; MAROCCO, 2004; MAROCCO E BERGER, 2005) lembram que os jornais no Brasil, principalmente os periódicos sensacionalistas, são os que vão passar mais claramente a canalizar e disseminar as teorias criminológicas e racistas no fim do século XIX e início do XX, e que vão tornar perfeitamente natural à associação entre pobreza, violência e criminalidade. O relato de Kaiser sobre o que escreve dona Leopoldina, mulher de D. Pedro I, em 1824, em cartas a seus familiares, revela como a elite brasileira via o Rio de Janeiro e parte do seu povo: “O Rio é um lugar imundo, temos que tratar de sair daqui no verão. Os pobres se exterminam a si mesmos, contagiam-se uns aos outros nos cortiços. Os alforriados deixaram de ser pobres excluídos para ser os pobres perigosos” (KAISER, 1997, p. 75).

Jornalistas, organizações de imprensa devotados ao sensacionalismo e fontes autorizadas também ajudaram sobremaneira, a partir de uma seleção que leva em conta o máximo desvio da ordem e a insistente repetição narrativa, a construir estereótipos em torno de um tipo padrão de pobre-criminoso, evidenciando seus traços físicos, seu comportamento público suspeito, a forma de sua personalidade e sua exata localização geográfica. Este último aspecto é importante porque os jornais fazem o mapeamento moral da cidade, ou seja, divulga onde se escondem e são encontrados os pobres, onde o crime seria natural.

A ciência racionalista (...) justifica os fundamentos da escravidão, em especial do negro, por intermédio das teorias racistas. Estas realçam – baseadas nos ideais eugênicos – as misturas raciais indesejáveis, aquelas que explicariam as enfermidades, imbecilidades, indolências, doenças físicas e morais de todos os tipos e que, por conseguinte, estariam “nas origens dos perigos sociais”. A própria “natureza” dos negros, sua índole preguiçosa e

negligente, justificaria o tratamento vil a que eram submetidos (COIMBRA, 2001, p.02).

Segundo Coimbra (2001), teorias racistas, base fundamental da criminalização da pobreza, foram alimentadas na obra de Darwin *A Origem das Espécies* (1859), surgindo o darwinismo social. Foram desenvolvidos na história do Brasil e, bastante difundidos pela imprensa alguns “conceitos como prole malsã, herança degenerativa, degenerescência da espécie, taras hereditárias, inferiorização da prole, procriação defeituosa, raça pura, embranquecimento, aperfeiçoamento da espécie”. (COIMBRA, 2001, p. 1). Não era raro encontrar na imprensa no Brasil do final do século XIX e no começo do XX campanhas de limpeza social diante de casos espetaculares de crimes, principalmente, pregando-se a “a esterilização dos degenerados como profilaxia para os males sociais”. Coimbra lembra o exemplo de Renato Kehl (1917-1932), um dos líderes do movimento eugênico no Brasil, influenciou com suas formulações científicas, variados segmentos sociais, especialmente a imprensa no início do século XX. Ele defendia em suas obras a esterilização dos

(...) parasitas, indigentes, criminosos, doentes que nada fazem, que vegetam nas prisões, hospitais, asilos; (dos) que perambulam pelas ruas, vivendo da caridade pública; (dos) amorais, (dos) loucos que enchem os hospitais, (da) mole de gente absolutamente inútil que vive do jogo, do vício, da libertinagem, do roubo e das trapças”. (COIMBRA, 2001, p.03).

Com fundamentos semelhantes a Coimbra, Marocco e Berger (2005) lembram que, historicamente, a mídia sempre configurou “certos indivíduos e os combatiam para levantar uma barreira de moralidade”. Para elas, a imprensa reforça a cobertura sobre a violência conectada às camadas mais pobres com o claro objetivo de provocar uma ampla campanha de reprovação pública e, em consequência, dar unidade em torno da normalização social.

Assim, a notícia insinua-se, neste quadro, como um “instrumento de controle social que pode gerar a coesão social em torno da norma (que marginaliza o *outro*, o infrator) ou dar conta dos procedimentos técnicos de coação dos corpos dos mais perigosos, incluindo-os no discurso para visibilizar a sua exclusão da sociedade”, (MAROCCO e BERGER, 2005, p. 2).

Malaguti Batista (2003) afirma que esse espetáculo de sangue que a sociedade é submetida cotidianamente através da mídia é um conjunto de alegorias de poder que já

chegou ao Brasil na bagagem da inquisição moderna ibérica. Essa prática, que foi absorvida pela sociedade, garantiu a instalação de uma organização social rígida e hierarquizada. “Nesta organização, as classes subalternas, mais que compreender, em nível da razão, foram (e seguem sendo) levadas a ver e a sentir seu lugar na estrutura social” (MALAGUTI BATISTA, 2005, p. 52).

Para ela, a difusão de imagens do terror, desde os marcos do processo civilizatório no Brasil, produz políticas violentas de controle social. “É como se a memória do medo, milimetricamente trabalhada, construísse uma arquitetura penal genocida cuja clientela-alvo se fosse metamorfoseando infinitamente entre índios, pretos, pobres e insurgentes” (MALAGUTI BATISTA, 2005, p. 105).

Um das personagens brasileiras importantes nesse processo é o repórter João do Rio, da *Gazeta de Notícias*, que narrou como o jornalismo via a cidade, a capital do Brasil, no início do século XX:

Os tipos modelares dos *bárbaros* que afligiam a elite carioca foram catalogados, com esmero de inventário, em *A alma encantadora das ruas* (João do Rio, 1987): ladrões sem pousada; imigrantes esfaimados; vagabundos; desordeiros; tatuadores; caçadores de gato (“para matar e levar aos *restaurants*, já sem pele, onde passam por coelhos” (p.25); pintores de rua; poetas da calçada; vendedores e músicos ambulantes; estivadores de “mão degenerada pelo trabalho” (p. 107); *pivettes*; trabalhadores que serviam às descargas de carvão e minério na Baía da Guanabara (“seres embrutecidos, incapazes de ter ideias”, “não tem nervos, têm molas”; “não tem cérebros, têm músculos hipertrofiados” (p. 114)); mendigos, rufiões e meretrizes de galho de arruda atrás da orelha (...). (FREIRE FILHO, 2004, p. 52, grifos do autor)

No início do século XX a elite brasileira se utilizava de vários meios para encontrar as causas de todos os males da nação brasileira: “Terra de Santa Cruz, reduto da malandragem, habitada por seres lascivos e indolentes, cujo herói é sem caráter e onde a Lei de Gerson prevalece” (FERREIRA *apud* ORLANDI, 1993, p. 69). Marocco (2004, p. 22) também registra que jornais sensacionalistas de Porto Alegre, entre o final do século XIX e início do XX incluíam os pobres, delinquentes, vagabundos em suas notícias porque era preciso conhecer quem eram as personagens que poderiam contrariar “o poder e a sua obsessão por ordem”, e considerava, por isso, a cidade insegura, insalubre, amoral e pobre.

Na posição de sujeito moral, que tem o poder para produzir representações negativas dos delinquentes e direcionar contra a delinquência em geral, verdadeiras campanhas de saneamento público, a *Gazetinha* contrapõe-se a este

conjunto de tipos mal identificados. Via de regra é monolítica e moralista, com o jornalismo se instituindo em instância de denúncia e julgamento da delinquência, do estado, da polícia e não reveladora dos problemas sociais (MAROCCO, 2004, p. 02)

Coimbra (2001), que estudou os jornais da então capital do Brasil, Rio de Janeiro, no início do século XX, lembra que aqueles periódicos associavam naturalmente a degradação moral à pobreza porque esta última, “com seus vícios, não condiz com o ideal de Nação que se pretendia formular”. Assim, segundo Coimbra, os pobres e perigosos “transgrediam o que então se considerava importante: a higiene, a moral burguesa, o trabalho e a família”. Para Malaguti Batista (2003, p. 21), “no Brasil a difusão do medo do caos e da desordem tem sempre servido para detonar estratégias de neutralização e disciplinamento planejado das massas empobrecidas”.

O jornalismo, mais precisamente a produção sensacionalista, também cumpre o objetivo de mapear geograficamente as classes perigosas, imponho a elas o nascedouro e o foco de medo e terror. As identificações espaciais precisas dessa camada da população, onde se pode ser facilmente reconhecida e localizada é absolutamente estratégica para os setores poderosos. No início do século XX, por exemplo, “os jornais estabeleciam um mapa da presença dos indivíduos, reconhecendo como perigosos certos trajetos por onde circulavam e como impróprios os lugares em que viviam” (MAROCCO, 2004, p. 22). Neste quesito, o jornalismo se torna parceiro do Estado para reprimir a ociosidade e “impor uma nova ordem produtiva moralista através do trabalho e da celebração retórica do seu poder regenerador, o que atendia à demanda urgente por mão de obra barata da nascente indústria nacional” (MAROCCO, 2004, p. 50).

Para Freire Filho (2004, p. 49), os meios de comunicação sempre foram a grande fonte de difusão e legitimação dos rótulos e que vai resultar na disseminação de pânico morais, comprovando a perversa parceira entre o jornalismo e as forças de controle social.

2.3.5 Para além da pobreza: barbárie, visibilidade e controle social

Depois do percurso onde podemos perceber que parte do conteúdo selecionado e narrado em forma de sensacionalismo criminaliza a pobreza, especialmente quando trata de violência, passaremos a compreender agora que não serão quaisquer ocorrências violentas que serão objeto da seleção e do discurso do jornalismo sensacionalista. Além dos desvios, do anormal, dos fatos surpreendentes, o acontecimento não revelará apenas

a violência, a criminalidade e a pobreza, mas a barbárie, ou seja, as ocorrências mais violentas e desumanas possíveis, a crueldade jamais vista, o bizarro impensável. Esses acontecimentos que serão exemplares estão conectados a uma exigência pela repressão e controle social da pobreza. Para tratar sobre a barbárie utilizamos as reflexões do filósofo Mattéi (2002). Para ele, o estágio da violência é um fenômeno social permanente, que é marcado pela brutalidade, atrocidade, crueldade, selvageria.

Nesta pesquisa, por exemplo, estamos diante de notícias e reportagens que não são apenas de violência e que criminaliza a pobreza, mas que revela a barbárie. Basta observar alguns exemplos de manchete principal do *Jornal Cinform* entre 2008 a 2012: “ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”; “TOQUEI FOGO NELA, DEPOIS JOGUEI ÁGUA E DEI SOCORRO”; “EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA”; MÃE OBRIGA FILHO VOMITAR PEDRA DE CRACK PRA FUMAR; ADVOGADO TEVE OLHOS E LÍNGUA ARRANCADOS VIVOS, entre tantas outras.

Máttei (2002) lembra que alguns autores contemporâneos se interrogam sobre o porquê da insistência da barbárie nos dias de hoje, afinal de contas acreditavam que ela estava erradicada com o Cristianismo, e mais tarde com o Humanismo. Também vieram à ciência, modernas tecnologias, liberdade e democracia. No entanto, a barbárie resistiu, com guerras cada vez mais assombrosas, extermínios de povos inteiros, genocídios a um grau jamais igualado na história, ou seja, vivemos “a humilhação generalizada da figura humana” (MÁTTEI, 2002, p. 10).

Para este filósofo, a civilização e a barbárie estão articuladas em um único ser, onde esta última é o polo negativo da primeira. “Elas são duas máscaras, adversárias e cúmplices, de uma mesma e única humanidade. A barbárie como o colapso do humano e sua regressão a uma violência despida de significado” (MÁTTEI, 2002, p. 47). Esse autor lembra que a civilização encontra-se manchada, antes mesmo de nascer, com uma mácula originária e indelével: a barbárie. Segundo Mattéi (2002, p. 53), “o terror e a civilização são inseparáveis”.

É na Grécia a primeira aparição da palavra bárbaro, precisamente no verso 867, do segundo canto da *Ilíada*. A expressão estava associada ao falar rude, brutal e ininteligível dos cários, homens que mal pronunciavam sua própria língua. Mas se na Grécia o bárbaro era o de língua diferente, a noção latina passa a ser outra. “Nasce mais

tardiamente, por volta do século IV de nossa era, para designar as forças exteriores de destruição que comprimem como uma tenaz o Império Romano”. (MÁTTEI, 2002, p, 113). Como se pode perceber, diferente dos gregos, os europeus caracterizam a barbárie como sinônimo de crueldade, violência desmedida, brutalidade, desumanidade, raiva insensata. É essa a nossa tradição latina.

O filósofo apresenta reflexões importantes e que conectam com o tratamento que o sensacionalismo dá aos acontecimentos violentos envolvendo a pobreza. Primeiro que “os gregos conduziam-se às vezes como bárbaros, os romanos possuíam práticas tão brutais quanto os seus invasores, e os cristãos, por seu turno, parecerão às vezes abdicar de sua fé e mostra-se menos fiéis ou mais imorais que os bárbaros” (MÁTTEI, 2002, p, 135). Segundo que a civilização está marcada, desde sua origem arcaica, pelos estigmas da barbárie, sendo o bárbaro aquele é que rejeitado pelo civilizado, “apenas a projeção deformada da violência inata da civilização sobre o mundo primitivo do qual ela se afasta” (MÁTTEI, 2002, p, 53). Complementando, ele afirma que nós sempre precisamos da barbárie com o objetivo de afirmar a cultura do civilizado. Esse autor apresenta argumentos que podemos perfeitamente associar ao jornalismo e à prática sensacionalista:

Com o advento da humanidade como massa ou como multidão, sendo a multidão apenas a liquefação momentânea da massa e a massa a coagulação brutal da multidão, assiste-se ao nascimento de um corpo social estranho, alternadamente sólido e líquido, que não tem mais nada em comum com o povo como associação de homens livres sob a direção da vontade geral”. (...) A neutralização progressiva da pessoa conduziu a modernidade explorar os caminhos de uma humanidade concreta paradoxalmente composta por indivíduos abstratos. Os sujeitos abstratos não podem ser distinguidos uns dos outros. E a massificação do olhar leva à massificação do comportamento e à massificação do pensamento. O olhar doravante lançado pelo homem comum sobre seus semelhantes desconhece o que cada um tem de seu (MÁTTEI, 2002, p, 283).

Para esse autor, o nosso século não executou os homens apenas como animais, mas como tão somente massas de carne indistintas. Ele lembra, por exemplo, de casos de canibalismo e animalização na guerra no Cambodja, de 1976-1979. “Atomizados e isolados, os indivíduos se prestam tanto à circulação social numa pasta homogênea quanto à massificação opaca ou à petrificação última – a petrificação da morte” (MÁTTEI, 2002, p, 284). Para Landowski (1992), vivemos a plena banalização da

essência humana e ela é decorrente simplificação do cotidiano pela mídia, sendo que “aquilo que se destaca do ‘real’ é apenas uma superfície, um simulacro”.

Máttei conecta representações sociais, emoção e realidade:

É um dos ardis da barbárie brincar com o sentimento e a emoção, refugiando-se na esfera da interioridade, enquanto ela age na esfera da realidade. Não se pode confundir o sentimento de repulsa que o homem civilizado sente perante um ato de barbárie, sentimento suscetível de revestir todas as nuances da recusa, da condenação à repugnância, com a realidade objetiva da destruição, estranha a todo sentimento, e que vem arruinar maciçamente a totalidade da experiência humana. (MÁTTEI, 2002, p. 315-316).

Já Menegat (2007) insere a discussão sobre a barbárie no contexto do sistema capitalista, que produziu uma burguesia financeira detentora dos meios de produção, acumuladora voraz de capital e profundamente autoritária nas relações sociais. Essa burguesia, segundo ele, sustenta seus privilégios na base da máxima exploração dos trabalhadores. “A sua frieza social amesquinhadora que a torna abertamente cruel, realizando como algo natural e inevitável a contenção da pobreza por meio da criminalização dos pobres, cujo resultado é o genocídio das ‘massas sobranes’ neste novo arranjo social” (MENEGAT, 2007, p. 204).

Por outro lado a classe média, segundo esse autor, vive uma eterna tensão de perder *status* conquistado e descer até às camadas mais pobres. Esta tensão a faz adotar posturas extremamente conservadoras, misturando ressentimento “para com os de cima, por estar excluída dos grandes ganhos financeiros, e desafogo das mágoas sobre os debaixo, em que exige e se regozija com a brutal repressão policial que as massas excluídas sofrem cotidianamente” (MENEGAT, 2007). Ou seja, o controle da pobreza passa a ser imperativo na sociedade, dentro dessa lógica. Para Malaguti Bastista (2005, p. 272) “o empreendimento neoliberal precisa de um poder punitivo onipresente e capilarizado para o controle penal dos contingentes humanos que ele mesmo marginaliza”.

As variadas ocorrências diárias de violência mais desumanas e selecionadas pelo jornalismo vão se constituir no que Paixão (1995) chama de tragédias coletivas.

O mito do *marginal criminoso* se desdobra, no plano da ação coletiva, no mito das *classes perigosas* a agregação crítica de vagabundos, desempregados, subempregados, delinquente, ou, como quer L. Chevalier, os *selvagens, bárbaros e nômades*, a *população inimiga* das classes respeitáveis que, para a opinião da elite do século XIX, ameaçava a ordem da sociedade capitalista

emergente por sua propensão a surtos voláteis e incontroláveis de violência coletiva (PAIXÃO, 1995, p. 03, grifos do original).

Como já foi observado anteriormente, nem todos os acontecimentos envolvendo violência vão ser utilizados para criminalizar a pobreza e se exigir a repressão e o controle. Ganham força seletiva e discursiva apenas aqueles casos com potencialidade aberrante, com bastidores horrendos porque vão produzir, com consistência ideológica dominante apoiada no senso comum e no preconceito, a desconfiança, medo na população e a defesa violenta e rigorosa das normas. É por isso que alguns casos selecionados se tornam um acontecimento exemplar, ou seja, eles vão “materializar a ‘periculosidade’ e os seus referentes – a pobreza, a ociosidade, a enfermidade, a imoralidade, etc. – em enunciados do cotidiano de uma cidade” (MAROCCO, 2004, p. 109).

Os sentimentos de humilhação, vergonha, punição, visibilidade dos pecados, das falhas pessoais também são formas de amplo controle social, muitas delas veiculadas nos produtos jornalísticos. A publicidade na primeira página, com amplas fotos, da prisão, da execução, da confissão do crime, do rosto humilhado e banhado de sangue tem amplo efeito de visibilidade pública.

Essa ação de controle social das camadas pobres pelo Estado e pelo capital, neste caso através da imprensa, também é analisada por Brittos e Gastaldo (2006). Eles defendem que coube à mídia produzir um exercício cotidiano de absorção de uma pedagogia para a internalização do controle social, transformando a antiga sociedade disciplinar em uma sociedade de controle democrática.

Nas sociedades capitalistas contemporâneas, há gradações entre os recursos de vigilância e punição. Como mostrou Foucault, em *Vigiar e punir*, a prisão serve para confirmar as ilegalidades da classe dominada, sendo um aparato de conformação da docilidade dos corpos. Num primeiro momento, o aparato prisional e a estrutura comunicacional poderiam ser incomparáveis, mas não o são (BRITTOS e GASTALDO, 2006, p. 127/128).

Thompson (2012) também lembra que Foucault já apontava o *ancien regime* como as origens da sociedade do espetáculo e do controle social, onde o poder era exercido de forma pública, revelando a força suprema do soberano. “A execução pública numa praça de mercado se tornava um espetáculo no qual o soberano se vingava, reafirmando a glória do rei através a destruição de um súdito rebelde” (THOMPSON, 2012, p.175).

No entanto, a partir do século XVIII na Europa, as cerimônias de execução pública tornaram-se perigosas porque começou a surgir uma espécie de solidariedade popular para com os delinquentes. “Uma nova estratégia é criada para o poder de castigar e seus objetivos principais são: fazer das punições e da repressão uma função regular, não punir menos, mas melhor, introjetando no conjunto da sociedade o poder de punir” (MALAGUTI BATISTA, 2005, p. 144). Constitui-se, desta forma, o que conhecemos como a “sociedade disciplinar, com instituições de controle, treinamento, disciplina, registro, observação, como Exército, escola, igreja, prisão, hospital, imprensa”. “A visibilidade de poucos diante de muitos foi substituída pela visibilidade de muitos diante de poucos, e na qual a manifestação espetacular do poder soberano foi substituída pelo poder do olhar” (THOMPSON, 2012, p. 175).

O poder permanente do olhar vigilante de todos por todos faz uma referência ao exemplo de Foucault (1995) sobre a mítica “Panopticon”, uma espécie de presídio circular, onde todos os detentos são plenamente visíveis, o que facilita sobremaneira o controle. Os internos sabem que suas ações são sempre visíveis, mesmo que eles não sejam observados a todo o momento, eles sempre se comportarão como se estivessem sendo observados. Para Thompson (2012, p. 176), “cada vez mais os indivíduos são conduzidos a um novo sistema de poder no qual a visibilidade é um meio de controle”. Ou seja, há uma necessária visibilidade da figura perigosa para melhor exercer o controle, por todos, inclusive das próprias camadas populares.

O próprio Foucault (1995) revela o poder dos meios de comunicação de massa, especialmente através nas notícias sobre violência, no processo de controle social. Segundo ele, os jornais se constituíram uma ferramenta pedagógica estratégica para disseminar as normas e regras elementares de defesa da propriedade e da necessidade de treinamento para o comportamento dócil ao mundo do trabalho. Para ele, coube ao noticiário policial:

(...) descrever os delinquentes com contornos bem determinados, apresentando-os como bem próximos, presentes em toda parte e em toda parte temíveis. A notícia policial, por sua redundância cotidiana, torna aceitável o conjunto dos controles judiciários e policiais que vigiam a sociedade; conta uma espécie de batalha interna contra o inimigo sem rosto. (FOUCAULT, 1995, p. 251).

Acrescente-se que uma sociedade, nessas condições, pode produzir indivíduos sem quaisquer referências à sensibilidade humana diante da naturalizada repetição cotidiana e interminável de cenas de barbárie.

Para Sodré e Paiva (2002), o sensacionalismo trabalha com o grotesco como um espetáculo, como uma espécie de festa. Segundo eles, “desde as épocas mais remotas da humanidade, a festa aparece como teatro simbólico das vicissitudes identitárias do grupo, portanto como lugar de ritualização dos conflitos em torno do controle social”. (SODRÉ e PAIVA, 2002, p. 107). Assim, o sensacionalismo teria um compromisso com o “riso cruel”, a partir do “gozo com o sofrimento do outro”.

Jornalistas, radialistas, apresentadores de rádio e de televisão, geralmente de programas policiais desenvolvem certo prazer quando se envolvem na cobertura de casos de violência, tornando-se muitas vezes juízes que definem uma execução sumária, exemplar e comunitária. O estímulo e linchamento real ou virtual do agressor da ordem se torna uma festa. Impor o justicamento ao bárbaro torna-se um anúncio claro aos pobres e é motivo de alívio e causa júbilo para a maioria.

É um tipo de riso massivo, pretensamente democrático, em que antigos objetos de indignação (miséria, opressão, falta de solidariedade, descaso dos poderes públicos, etc.) recaem na indiferença generalizada. Não se medem as palavras e pode-se rir de tudo – do sofrimento, da dominação, da brutalidade, do ridículo alheio – como se fosse passada a mensagem sub-reptícia de que nada de humano pode mais se esperar do Outro e de que a seriedade indignada não leva a parte alguma (SODRÉ e PAIVA, 2002, p. 132).

O riso cruel diante das notícias de violência pode ser, na verdade, uma forma de manifestação que teria sido pretendida pelos grupos socialmente dominantes. Por sua condição reducionista, o sensacionalismo age estrategicamente para afastar a camada mais pobre da sociedade, consumidora desse imprensa barata, da possibilidade de atitudes críticas e libertadoras diante dos fatos, enxergando-se, por sua vez, como oprimida por esse quadro. “A combinação de estratégias de exclusão, criminalização e brutalização dos pobres impedem a condensação de um sentimento de injustiça capaz de rebelar-se contra o sistema” (MALAGUTI BATISTA, 2005, p. 83). Ou seja, mesmo sendo vítima permanente de criminalização, as camadas populares não conseguem se reconhecer nessa condição.

2.4 Sensacionalismo à luz da ética no jornalismo

2.4.1 Código de Ética dos Jornalistas como referência

Ainda neste capítulo dedicado à parte da fundamentação teórica, inicia-se uma discussão que leva ao terceiro movimento proposto nesta pesquisa: uma avaliação das práticas sensacionalistas à luz dos pressupostos éticos do jornalismo.

Após discutir a existência do *framing* sensacionalista e de observar que esse modo interpretativo da realidade centrado na violência pode produzir a criminalização da pobreza, com requintes de barbárie, faz-se necessário refletir se esse *framing* e sua consequência prática no tocante à violência se encaminham em direção contrária ao que se espera do jornalismo, principalmente tendo como referência os compromissos éticos.

O primeiro e principal documento que será utilizado como balizador para essa discussão é o próprio Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2007). Fruto de discussões coletivas e do compromisso pactuado por profissionais de jornalismo do país, esse código apresenta importantes discussões sobre o jornalismo, suas funções e, principalmente, as condutas esperadas e vedadas aos repórteres.

Mas, antes de aprofundar esse documento base, faz-se necessário uma rápida discussão sobre ética e jornalismo. Bucci (2000, p. 22 e 23), por exemplo, apresenta três modelos de entendimento sobre ética: a) O de Max Weber e o efeito nos fins, ou seja, os homens agem observando, mirando as consequências de todos os seus atos, assumindo as responsabilidades por suas decisões e também pelos efeitos; b) O de Immanuel Kant e a verdade como um imperativo categórico, isto é, o dever de dizer a verdade doa em quem doer, sejam lá quais forem às consequências; c) O de Rushworth Kider, com uma regra de ouro, que se baseia no princípio onde cada um deve agir em relação aos outros do mesmo modo que gostaria que os outros agissem em relação a si. Quando Bucci (2000) vai fazer referências a coberturas sensacionalistas na imprensa, como veremos, recorre a este último modelo, o de Kider.

Ética vem da palavra grega *éthos* que significa forma de conduzir-se, forma de ação diante dos acontecimentos da vida. É o costume de agir. Há uma linha tênue entre moral e ética. Segundo Cornu (1998, p. 8), a moral “seria um ponto de referência de um conjunto de preceitos que fundamenta o ato do homem e as relações humanas”. Para viver em sociedade, os homens aceitam esse ponto de referência. Já a ética, define o

autor, é a “aplicação pessoal de um conjunto de valores livremente eleitos pelo indivíduo, em função de uma finalidade por ele mesmo estabelecida e que acredita ser boa” (CORNU, 1998, p. 8). Paul Ricoeur (1990, p.200), citado por Cornu, diz que ética é “aquilo que se pensa ser bom” e moral é “aquilo que se impõe como obrigatório”.

Com a complexidade das sociedades, o homem foi obrigado a criar normas – escritas ou não - para regrar-se, conduzir-se minimamente entre as relações sociais. Em grupos específicos, os acordos éticos de ação profissional se transformaram em códigos deontológicos, isto é, um conjunto de princípios e deveres que regulam uma prática laboral. Christofolletti (2008) chama atenção para um aspecto interessante:

Engana-se quem pensa que os códigos de ética auxiliem apenas os profissionais ao seu alcance. O dispositivo é importante para toda sociedade, pois sinaliza publicamente que aquele grupo social que tem preocupações éticas, segue seus valores e possui maturidade suficiente para se pautar por um instrumento de auto-regulação deontológica. (CHRISTOFOLLETTI, 2008, p. 81)

Também Bucci (2000, p. 25) reforça a ideia que a ética profissional vai e deve ir muito além do ambiente profissional, sendo um “pacto de confiança entre a instituição de jornalismo e o público”. Cornu (1998, p. 21) afirma que os códigos deontológicos no campo do jornalismo começam a ganhar importância na segunda metade do século XIX, especialmente na França, Estados Unidos e Reino, à medida que o jornalismo começa a ser entendido como profissão. Para esse autor, os códigos deontológicos hoje possuem três grandes objetivos:

Assegurar à população como um todo a informação exata, honesta e completa à qual ela tem direito, e oferecer proteção contra abusos e desvios;
Proteger aqueles cuja profissão é informar, contra todas as formas de pressão ou de constrangimento que os impeçam de transmitir à população a informação assim definida, ou que os induzam a agir contra suas características;
Assegurar da melhor maneira possível a circulação da informação dentro da sociedade, de acordo com a missão fundamental da imprensa em regimes liberais. (CORNU, 1998, p. 22)

Amparados nessas concepções, isto é, de que os códigos deontológicos têm profundos e amplos reflexos na sociedade, compreendemos que o atual Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, em seus cinco capítulos e 19 artigos, busca fazer esse esforço de pacto dos jornalistas com a sociedade, principalmente quando ele vai além de meras recomendações de conduta profissional.

O jornalismo, como observado, é uma instituição social que se materializa nas mais diversas atividades profissionais que tem a capacidade/missão de orientar, instruir e denunciar desvios, o que necessariamente vai envolver pessoas, interesses, honras e reputações, “dissemina afirmações, reforça preconceitos, forma opiniões e organiza (ou tenta organizar) o cotidiano das pessoas” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 18). Para Guerra (2008, p. 29-34), “o jornalismo se funda, portanto, a partir de um imperativo ético que prescreve a notícia como o discurso verdadeiro sobre fatos da realidade”. Para ele, o público confia nesse discurso, acredita ser verdade o que aconteceu porque os repórteres prezam pela busca da verdade no relato dos fatos e que é por relatos verdadeiros que as pessoas se interessam.

Para Cornu (1998, p. 64) o jornalismo não tem saída ou alternativa, senão trabalhar com a verdade. Imprensa boa é aquela que responde a essa exigência, ou seja, buscar e divulgar informações exatas, checadas e recheadas, apresentadas de modo equânime, com opiniões honestas e livres de preconceitos, ou seja, é uma atividade de profundos reflexos sociais.

Por isso, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros é mais que um punhado de regras de referência para condutas, mas uma carta de compromisso com a sociedade. Em seu texto, ele reconhece princípios democráticos caros e fundamentais em um capítulo, que traz o direito à informação, o interesse público, a liberdade, o pluralismo, o respeito às fontes, confirmando assim, a essência do jornalismo como uma instituição social de profunda relevância e compromissos com o público. No entender de Bucci, o jornalismo só faz sentido na democracia, numa sociedade que cultive os direitos humanos, a diferença e a pluralidade de opiniões. E nesses termos e temas o jornalista nunca será neutro, isento, mas um democrata militante. “Quem não é democrata não pode ser jornalista. (...) O efeito político do bom jornalismo é o fortalecimento da democracia: esta é sua causa nobre” (BUCCI, 2000, p. 49).

Neste aspecto, observa o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros:

Capítulo I - Do direito à informação

Art. 1º O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o *direito fundamental do cidadão à informação*, que abrange direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.

Art. 2º Como o acesso à informação de relevante *interesse público* é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por *nenhum tipo de interesse*, razão por que:

I - a divulgação da informação precisa e correta *é dever* dos meios de comunicação e deve ser cumprida *independentemente* da linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica de suas empresas;

II - a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o *interesse público*;

III - a *liberdade de imprensa*, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão;

IV - a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não-governamentais, deve ser considerada uma *obrigação social*;

V - a obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são *delitos contra a sociedade*, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante. (FENAJ, 2007, grifos nossos).

Kucinski (2005, p. 17) chama a atenção para a perspectiva econômica e o traço ideológico das organizações jornalísticas, que tem desconsiderado princípios éticos e de respeito aos direitos humanos. Para esse autor, muitas das redações foram rendidas de forma generalizada aos ditames mercantilistas e ideológicos dos proprietários dos meios de informação, desconsiderando o mínimo debate sobre a ética e o compromisso de dever com a verdade. Para ele, o atual quadro está pontuado pelo “declínio dos valores *solidariedade* e *compaixão*, que marcaram a humanidade no pós-guerra, e pelo predomínio de *valores não-valores*, como o *ceticismo*, o *cinismo*, a negação da *utopia* e da *justiça social*” (KUCINSKI, 2005, p. 17, grifos do autor).

Cornu (1998) contribui ao apresentar cinco zonas críticas da informação em que o jornalista transita ou é obrigado a transitar, e que podem comprometer o exercício ético da profissão:

- a) A frágil dependência dos jornalistas em suas relações com os diversos poderes;
- b) as negligências na certificação das informações, sob a influência conjugada das leis do mercado, da velocidade da informação, das eficiências dos comunicadores profissionais;
- c) a confusão entre a liberdade de expressão, patrimônio de todos e a liberdade de imprensa, própria somente de alguns;
- d) a *espetacularização da informação que privilegia certos aspectos da realidade como método para manter os níveis de audiência e o número de leitores*;
- e) *os danos causados às pessoas pela exploração da violência, pelo desrespeito à privacidade, pela violação da presunção de inocência* (CORNU, 1998, p. 15-16, grifos nossos).

Em sua última reforma, em 2007, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros foi aprimorado e ganhou importantes acréscimos, como a definição mais clara de métodos reprováveis de apuração, como a fraude, além de inserir a “cláusula de consciência”. Esta cláusula, não podendo ser usada para que o jornalista deixe de ouvir as mais variadas e opiniões das pessoas, assegura ao profissional não “violentar suas convicções em nome dos interesses da empresa para a qual trabalha” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 87). De acordo com o texto do código: “é um direito do jornalista, podendo o profissional se recusar a executar quaisquer tarefas em desacordo com os princípios deste Código de Ética ou que agridam as suas convicções”.

Sobre a prática específica sensacionalista, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros é contundente: O parágrafo segundo do artigo 11º é imperativo: “O jornalista não pode divulgar informações: (...) II – de caráter mórbido, *sensacionalista* ou contrária aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes;” (FENAJ, 2007, grifo nosso).

Não há dúvida quando à condenação da prática sensacionalista, no entanto, chama atenção que essa vedação se impõe entre as recomendações de conduta vedadas aos profissionais, não estendendo seu raio de proibição às empresas. Todavia, além do parágrafo segundo do artigo 11º, ainda existem no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros algumas outras recomendações que fazem referências diretas ou indiretas à prática do sensacionalismo, ainda voltadas à conduta, mas que podem ser direcionadas à responsabilidade das empresas.

2.4.2 Sensacionalismo no banco da ética

O editorial *Sensacional: há algo a aprender com os jornais sobre sexo, crime e outras baixarias* da Revista de Jornalismo ESPM, número 04, 2013, defende que a chamada imprensa popular tem muito a ensinar aos demais meios sobre como atrair mais audiência, usando criatividade e humor, quebrando a monotonia do jornalismo sério. Mas esse mesmo editorial reconhece que a imprensa popular é responsável por um sensacionalismo que até o “espírito da imprensa desaparece – ou permanece apenas como cicatriz” (2013, n. 4, p. 5). A própria publicação auxilia uma das hipóteses desta pesquisa quanto à criminalização da pobreza:

Na chamada imprensa popular, o mau gosto mais asqueroso se infunde de *preconceitos* paroxísticos, hediondos, para *desdenhar de gente oprimida, homossexuais pobres, ladrões de galinha*, mulheres saidinhas demais e seus maridos traídos. O sensacionalismo é uma das perversões jornalísticas, cuja essência reside em explorar sensações primárias de medo, asco e desejo, em detrimento da informação (Revista ESPM, 2013, n. 4, p. 5, grifos nossos).

Percebemos que em determinadas coberturas jornalísticas, especialmente as sensacionalistas, há um claro recorte de classe. “As manchetes escabrosas dos tabloides raramente se inclinam a peitar os de cima. Preferem zombar daqueles que, de acordo com a visão do leitor, são os párias, os desgraçados, os ridículos”, afirma o editorial (2013, n. 4, p. 5). Nessas condições, de que forma podemos abordar a ética jornalística?

Autores que produziram obras sobre a ética no jornalismo são categóricos quando julgam a prática do sensacionalismo à luz da deontologia. Ações como estampar na capa fotos de presos suspeitos de crimes, achincalhando-os, e exibir cadáveres mutilados abaixo das manchetes, as fotos de vítimas, geralmente mulheres, idosos e crianças, são práticas comuns em produtos sensacionalistas. Essa prática não pode ser banal, porque elas “ferem dos direitos de imagens das pessoas expostas e desrespeitam os valores éticos contemporâneos. Isto é, os meios de comunicação transgridem a lei e a ética” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 63).

Para Bucci (2000, p. 144-145), quando o jornalismo salienta e enfatiza mais a emoção – um dos elementos centrais do sensacionalismo - do que a informação, tem-se aí um grave problema ético, que seria a negação de sua função precípua: a informação e a conseqüente promoção de algum debate de ideias na sociedade. Ele afirma que o sensacionalismo é eticamente reprovável e que é um jornalismo que “se curva ao preconceito, intensificando-o” (2008, p. 154). Muitas vezes, do ponto de vista ético, os produtos sensacionalistas são uma “máquina de pré-julgamentos, atentados e punições”, que tem como base o preconceito, a intolerância e a má-fé.

E do ponto de vista do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros onde estaria o sensacionalismo? Além de estar expressamente claro no parágrafo segundo do artigo 11º, como já visto, existem outras recomendações do próprio código que estão associadas a esta, como alguns dos parágrafos do artigo 6º. O caput desse último artigo é imperativo: “É dever do jornalista”. Logo no parágrafo primeiro ele diz que é dever do profissional “opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os

princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos”. No parágrafo sexto do mesmo artigo 6º, uma parte afirma que é dever do jornalista “não colocar em risco a integridade das fontes”. Na sequência desse artigo três parágrafos que podem ser perfeitamente conectados com a discussão sobre a prática sensacionalista:

VIII - respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à *honra e à imagem do cidadão*;

(...)

XI - defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das *garantias individuais e coletivas*, em especial as das crianças, adolescentes, mulheres, idosos, negros e *minorias*;

(...)

XIV - combater a prática de perseguição ou *discriminação por motivos sociais*, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza. (...) (FENAJ, 2007, grifos nossos).

Além do dever imperativo do artigo 6º do Código de Ética dos Jornalistas brasileiros, o artigo 7º, parágrafo quatro também recomenda o que o jornalista não pode “expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência, ou quaisquer outros sinais”. Em muitas coberturas de acontecimentos que serão sensacionalizados esta recomendação também não é levada em conta, como veremos mais à frente. Ainda no artigo 7º existe o parágrafo quinto, que recomenda que o jornalista não pode “usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime”. Em várias coberturas sensacionalistas, a exposição dos acontecimentos e as narrativas estimulam – direta ou indiretamente – a audiência a fazer “justiça com as próprias mãos”.

Para concluir a aproximação entre o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e o sensacionalismo ainda se pode resgatar alguns parágrafos do capítulo que trata da responsabilidade profissional do jornalista. Nele, o artigo 8º garante que o profissional “é responsável por toda a informação que divulga, desde que seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros, caso em que a responsabilidade pela alteração será de seu autor”. Na sequência, o artigo 9º deste capítulo revela uma recomendação de prática jornalística ligada ao Direito que pode impor à condenação ao jornalismo, mas na grande maioria dos casos, à prática do sensacionalismo: “A presunção de inocência é um dos fundamentos da atividade jornalística”. Considera-se que a relação do jornalista

com as fontes, a invasão de privacidade e a presunção de inocência são pontos importantes para ampliar a discussão ética sobre o sensacionalismo.

Vale ressaltar, porém, que o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros ainda enfrenta resistências por parte dos profissionais, que em sua defesa tentam alegar mitos quase que completamente falsos, como: cada um tem sua ética, ética é uma coisa abstrata, a ética é uma só, é um assunto acadêmico, entre outros. Outra questão do mesmo código é sua ineficácia punitiva. “Diferente de outras profissões, os jornalistas – mesmo que causem o pior dos prejuízos morais, por exemplo – não correm o risco de perder seus registros profissionais se forem antiéticos” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 88). Nos sindicatos dos jornalistas, filiados à Federação Nacional dos Jornalistas, existem comissões de ética que raramente atuam e, mesmo que atuassem, o máximo permitido pela própria condição legal sindical é a exclusão do associado do sindicato, com possível divulgação pública desse ato, mesmo que ele tivesse cometido os mais graves desvios éticos.

2.4.3 A presunção de inocência e a privacidade

À luz do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, a prática profissional de expor, julgar e condenar pessoas é uma das mais reprováveis. É uma crueldade contra seres humanos porque fere profundamente o princípio básico da presunção de inocência e da chamada invasão de privacidade. Mas no sensacionalismo essa crueldade é potencializada, o que faz a produção sensacionalista ser definitivamente condenada. No entanto, a quase que completa não observância da presunção de inocência e da preservação da intimidade nos produtos sensacionalistas tem um lado: os mais pobres. Estudiosos da ética jornalística já tinham observado esse viés discriminatório e profundamente antiético.

Bucci (2000), por exemplo, utilizou do pensador liberal Paul Johnson para analisar os sete pecados capitais do jornalismo, sendo o principal deles o “assassinato de reputação”, fruto da não observância da presunção de inocência. Dentre os demais pecados relacionados por Johnson, outros também podem ser associados à prática sensacionalista, como: “distorção, deliberada ou inadvertida; culto das falsas imagens; invasão de privacidade; superexploração do sexo; envenenamento das mentes das crianças; e abuso de poder” (BUCCI, 2000, p. 129-131).

Também Christofolletti (2008, p. 60-66) afirma que “o pré-julgamento é um dos principais crimes que o jornalismo comete. (...) Conhecer seus limites legais e éticos é fundamental para os jornalistas, ainda mais os que cobrem delitos, crimes e ocorrências policiais”. Marcondes Filho (1989) relaciona doze graves desvios éticos no jornalismo e, como se pode perceber, boa parte deles tem conexão direta com o sensacionalismo, especialmente quando da presunção de inocência e do respeito à intimidade.

1. Apresentar um suspeito como culpado;
 2. Vasculhar a vida privada das pessoas, publicar detalhes insignificantes de personalidades e de autoridades para desacreditá-las;
 3. Construir uma história falsa, seja em apoio a versões oficiais, seja para justificar uma suspeita;
 4. Publicar o provisório e o não confirmado para obter o furo. Transformar o rumor em notícia.
 5. Filmar ou transmitir um suicídio ao vivo;
 6. Expor pessoas para provar um flagrante;
 7. Aceitar a chantagem de terroristas;
 8. Incitar ‘rachas’ (discórdias, cizânias, buscar a polêmica pela polêmica, jogar uns contra os outros);
 9. “Maquiar” uma entrevista coletiva ou exclusiva;
 10. Comprar ou roubar documentos;
 11. Gravar algo à revelia, instalar microfones escondidos;
 12. Omitir que se é jornalista para obter confidências;
- (MARCONDES FILHO, 1989, p. 137)

Mas a observância ou não da presunção de inocência e o respeito ou não da privacidade têm pesos sociais muito claros nos produtos sensacionalistas. Bucci (2000, p. 155-157) afirma que a cobertura de temas policiais na imprensa popular costuma ser viciada pelo preconceito de classe. Ele revela que, para muitas das personagens que estão no topo da pirâmide social, a presunção de inocência e o respeito à intimidade são rigorosamente verificadas pelos jornalistas e pelos meios. Há uma série de preocupações com acusações e imagens de certas personalidades. Tratamento que não é o mesmo aos que estão na base da pirâmide. “É tristemente curioso que só se fale em invasão de privacidade quando a pessoa prejudicada é algum de posse ou de poder. É como se gente pobre não tivesse intimidade a ser preservada” (BUCCI, 2000, p. 156).

Christofolletti (2008) também trata dessa questão lembrando o tratamento desigual empregado pelo jornalismo no quesito da presunção da inocência e do respeito à intimidade, complacentes e favorecendo tão somente aqueles localizados em camadas socioeconômicas superiores. Na maioria das vezes vai estar em destaque nos jornais e programas sensacionalistas as pessoas humildes, pobres, que são expostas e condenadas

sumariamente, como assassinas, criminosas, estupradoras, etc. “Nas capas, não são vistos o vereador que desviou milhões de merenda escolar, a empresária que não fez o repasse dos recursos da previdência social e prejudicou os velhinhos aposentados, ou o banqueiro que sonegou os impostos” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 64).

Consideramos importante o relato de Bucci sobre essa questão:

Os programas sensacionalistas do rádio e os programas policiais de final da tarde em televisão saciam curiosidades perversas e até mórbidas tirando sua matéria-prima do drama de cidadãos humildes que aparecem nas delegacias como suspeitos de pequenos crimes. Ali, são entrevistados por intimidação. As câmeras invadem os barracos e cortiços, e gravam sem pedir licença a estupefação de famílias de baixíssima renda que não sabem direito o que se passa (...). A polícia chega atirando; a mídia chega filmando. As taras sexuais dos miseráveis são transformadas no prato do dia nos banquetes do sensacionalismo; as mortes trágicas viram show; as traições conjugais se transformam em comédia chula dos programas de auditório. É mais fácil um camelo passar pelo buraco de uma agulha do que um rico entrar nas bizarras dos shows de televisão. Crianças são expostas em suas deformidades físicas e suas doenças incuráveis. Outras veem seus pais se estapearem sob acusação de adultério. Como vivem à margem dos direitos, essas pessoas não têm reconhecido o seu direito à privacidade; sua intimidade não existe – ou não vale nada. Se o fato de um milionário acusado de corrupção ser tratado como mau modos pelas manchetes é motivo de seminários sobre ética – com razão -, o fato de um subassalariado ser humilhado por um entrevistador de tv é um dado a mais no cotidiano. Não desperta a menor crise de consciência. Entre pobres, a invasão de privacidade é uma regra que não incomoda ninguém. É como se o sensacionalismo mais barato pudesse prejudicar a imagem de alguém que, afinal de contas, nem goza do direito de ter uma reputação. Aí, de modo privilegiado, aparece nítido o caráter de classe da ética jornalística praticada no Brasil. Quando os personagens se situam acima da linha da dignidade humana, e desfrutam de alguma reputação, aí, sim, entende-se que a imprensa é capaz de destruí-lo. (BUCCI, 2000, p. 156-157).

Defende Bucci que o sensacionalismo e o moralismo prejudicam o jornalismo em todos os campos, e não somente na questão da invasão de privacidade. “Quando temas da intimidade alheia se prestam aos mercadores de fofocas, movidos pelo mero interesse de extrair lucro da curiosidade perversa do público, o problema não está na privacidade invadida: ele está no desrespeito do jornalismo aos padrões de elegância” (BUCCI, 2000, p. 152-153).

Esse autor sugere que os jornalistas, diante de acontecimentos sensacionalistas, adotem um critério simples: “não aceitassem oferecer ao público aquilo que não gostariam de ver oferecido aos seus filhos” (BUCCI, 2000, p. 153). Para ele, quem é pago para informar aquilo que não gostaria de ver ou ouvir em sua própria casa estaria traindo a delegação de que está investido.

Segundo Christofolletti (2008), no sensacionalismo o ataque aos princípios de presunção de inocência e de respeito à privacidade apresenta situações mais graves e dramáticas, incluindo o recorte de classe. Em muitas coberturas os repórteres vão além:

Nos programas que exploram as notícias policiais, repórteres valentões berram com bandidos pés-raspados, como se dirigissem as sessões de inquérito: “Olha pra câmera, sem vergonha! Tá com vergonha, vagabundo? Na hora de roubar, não estava, não é?”. O repórter chega a levantar o queixo do indivíduo de modo a facilitar o enquadramento da câmera. Curioso é perceber que os mesmos jornalistas e apresentadores não mostram essa mesma disposição toda quando abordam os chamados peixes graúdos. Nessas ocasiões, outros pronomes de tratamento escapam: doutor, senhor, etc. (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 64).

A consequência mais rápida e de extrema profundidade dessa prática é o que Christofolletti chama de morte social, ou seja, pessoas injustamente acusadas, expostas, condenadas jamais terão qualquer reparação pública devida. Remorso é um sentimento inexistente no jornalismo sensacionalista. É mais fácil encontrar justificativas de defesa de jornalistas do tipo: se a polícia apresentou como acusado é porque ele tem contas a pagar ou foi a polícia quem informou. Para Christofolletti (2008, p.19), “a maior perversidade dos erros desse tipo é a impossibilidade de serem revertidos”.

2.4.4 As fontes e as falas: o “jornalismo de mãos limpas”

No jornalismo, as fontes de informação são essenciais. Elas produzem informes, dados e falas, isto é, uma parte central do conteúdo que vai construir todo o processo jornalístico, desde a seleção à narração. Mas, do ponto de vista ético, a recomendação geral é de certa distância entre jornalistas e fontes em razão de uma série de possibilidades de desvios das funções do jornalismo. E quando observada essa relação em coberturas sobre violência nos produtos sensacionalista, percebe-se o quanto essa prática vai comprometer o próprio jornalismo.

Para Christofolletti (2008, p.59), a aproximação demasiada e as concessões feitas pelos repórteres às fontes ferem gravemente a ética jornalística. Segundo ele, jornalistas precisam ter distância de suas fontes, mesmo que elas lhe pareçam as mais bem-intencionadas do mundo.

É compreensível que a mídia deve ficar do lado da polícia, afinal ela combate o crime. Entretanto, vamos repetir: não se pode esquecer que polícia é fonte de informação e, como qualquer fonte, precisa ter suas versões checadas,

avaliadas, equilibradas. (...) Não é porque o delegado anuncia que fulano é suspeito de um crime que a mídia deve estampar seu nome ou foto na condição de criminoso. (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 59).

Esse autor lembra de uma prática ainda muito comum em médias e pequenas cidades brasileiras que é a aceitação como verdade dos relatos que constam nos boletins de ocorrência nas delegacias de polícia, ou das falas e informações oficiais em *releases* de personagens que são consideradas autoridades, como delegados, juízes, promotores, médico, isto é, os especialistas. Os jornalistas, por uma série de circunstâncias, passam a considerar essas fontes como primárias e dotadas de verdade, ou seja, são críveis e acima de qualquer suspeita. “Adotam não só a linguagem dos registros policiais (inadequadas para o jornalismo), como também sua lógica de faroeste: forma reducionista de dividir o mundo em bandidos e mocinhos”, (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 61). Ele lembra ainda que muitos produtos sensacionalistas acabam disseminando sentimentos como ódio, sensação de impunidade ou de punição insuficiente. “Daí a incitar a fazer justiça com as próprias mãos é um passo”.

Além de usar as fontes oficiais como padrão de angulação, dando-lhes amplas vozes e vezes, os jornalistas e seus meios sensacionalistas usam outros recursos como justificativa: a objetividade dos fatos e as falas entre aspas. Alegando que precisam ser mais objetivo possível, muitos repórteres apenas gravam e publicam as falas das personagens, como se ali atestasse à fidelidade do que foi dito. É o que Moretzsohn (2007) também chama de estratégia de ocultamento. Esse processo de desresponsabilização pelo que produz ganhou a expressão de “jornalismo de mãos limpas”, também de Moretzsohn. Ela explica: “o jornalismo que consulta as fontes, ‘relata os fatos’, e lava as mãos. Porém as mãos estarão sempre sujas. (...) ficam sujas no sentido mais banal e reprovável, propiciando às vezes espetáculos deprimentes” (MORETZSOHN, 2007, p. 187).

Para essa autora, a alegação da objetividade com o uso das falas entre aspas é uma espécie de alibi para os próprios jornais e jornalistas que vão, através dele, ocultar os mais variados mecanismos de seleção e ênfase das declarações. Além disso, essa prática tem um aspecto de assepsia, ou seja, é “como se a atribuição de uma informação a uma fonte eximisse o jornalista (e/ou o jornal) de responsabilidade sobre essa mesma informação e, mais ainda, como se esse procedimento fosse isento de intencionalidades” (MORETZSOHN, 2007, p. 187). Toda fala de fonte é uma seleção do repórter.

Para Cornu (1998), o problema no jornalismo não é conferir aos acontecimentos noticiosos um toque humano, aliás, isso é da essência. Mas ele não aceita que esse “toque humano” signifique a “exploração infame do sofrimento alheio”. Para esse autor, o jornalismo, como atividade da imprensa, deveria impor o mais profundo respeito às vítimas, as pessoas traumatizadas que estão tanto na cena direta dos acontecimentos quanto àquelas que vão receber as informações, que sofrerão os reflexos da divulgação.

A noção de respeito humano à pessoa ultrapassa o círculo das personagens, ativas ou passivas, da informação. Ela compreende igualmente o público. Assim as disposições que ordenam o respeito às minorias étnicas, religiosas e sociais, que impedem todo tipo de discriminação ou ofensa aos sentimentos morais e religiosos de qualquer grupo humano, que impõem prestar uma atenção toda particular aos portadores de deficiência física ou mental, sob diversos aspectos (CORNU, 1998, p. 76).

No entender de Cornu, a questão do respeito à pessoa no jornalismo chama à responsabilidade direta o jornalista, desde o processo de coleta, de tratamento e de divulgação das informações. Mas também impõe ampla responsabilidade aos meios de comunicação enquanto organizações. Para o autor (1998, p. 77), “à liberdade de não difundir, de omitir certas imagens, de cortar, não por espírito de censura, mas por respeito às pessoas implicadas nos acontecimentos e à sensibilidade do público”, pertence também e em grande medida às organizações.

CAPÍTULO 3

A METODOLOGIA

Vamos discutir neste capítulo a metodologia que melhor poderá auxiliar na investigação da parte empírica. Diante do jornalismo, do objeto e da teoria escolhida, faz-se necessária a opção por uma metodologia que aja sob o *corpus* definido para enfrentar os problemas levantados, confirmando-se ou não as hipóteses apresentadas. A opção metodológica nessa pesquisa não se restringe a uma técnica somente, mas à aplicação de dois modelos que estão interconectados: Análise de Conteúdo, com uma aproximação aos estudos sobre enquadramento, e as entrevistas semi-estruturadas.

3.1 Análise de Conteúdo quanti-quali

A utilização da Análise de Conteúdo (AC) nas pesquisas em Ciências Sociais não é recente. A origem dessa técnica vem de metodologias quantitativas que entendiam como fundamental a coleta abundante de dados e a aplicação de fórmulas matemáticas, o que só assim garantiria rigor científico necessário para se chegar a objetividade dos resultados. Essa condição cartesiana, herdada do Positivismo de Augusto Comte (1798-1857) encontrou dificuldade para se afirmar nas Ciências Sociais (mesmo a Sociologia norte-americana tendo utilizado metodologias quantitativas), porque essas últimas trabalham com “significados, motivações, valores e crenças e estes não podem ser simplesmente reduzidos às questões quantitativas, pois que, respondem a noções muito particulares” (MINAYO, 1996).

A Análise de Conteúdo passou por inúmeras definições e transformações e, no campo da mídia, o trabalho seminal de Harold Laswell, de 1927, merece destaque, mesmo ainda por viés essencialmente quantitativo. Segundo Herscovitz (2010, p. 124), a AC recebeu várias críticas, no entanto, hoje aquela abordagem quase que puramente quantitativa-matemática não se sustenta mais por si só. Berger e Luckmann (1983 *apud* HERSCOVITZ, 2010), por exemplo, afirmam que nem o mais científico dos métodos irá produzir resultados totalmente objetivos.

Para Cappelle *et al* (2011), a Análise de Conteúdo, assim como toda técnica de investigação científica, procura proporcionar aos investigadores um meio de apreender as relações sociais em determinados espaços, de uma forma apropriada ao tipo de problema de pesquisa proposto. Segundo eles e outros pesquisadores, hoje, a tendência no uso da Análise de Conteúdo é o forte enlace que há entre os exercícios de coleta de dados com objetivos quantitativos e qualitativos ao mesmo tempo e num mesmo objeto. “Os dados quantitativos e os qualitativos acabam se complementando dentro de uma pesquisa” (MINAYO, 1996).

Uma das autoras de referência nos estudos sobre AC é Bardin. Ela definiu essa metodologia como

Um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens (BARDIN, 1979, p.42).

Para ela, a AC consegue abarcar iniciativas de explicitação, sistematização e expressão do conteúdo de mensagens. No seu entender, com essa acepção a Análise de Conteúdo pode ser um instrumento eficiente para realizar uma série de deduções lógicas e justificadas a respeito da origem das mensagens, por exemplo, quem as emitiu, em qual contexto foram produzidos os enunciados e também podem se aferir quais efeitos se pretendem causar por meio delas.

Herscovitz (2010) afirma que a Análise de Conteúdo se tornou um método de grande utilidade na pesquisa no jornalismo porque pode ser utilizada para “detectar tendências e modelos na análise de critérios de noticiabilidade, *enquadramentos* e agendamentos. Serve para descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos” (HERSCOVITZ, 2010, p. 124, grifo nosso).

Segundo Farr (2003), nos estudos das representações sociais nos meios de comunicação geralmente se inclui a Análise de Conteúdo das coberturas que a mídia realiza a respeito dos temas que trata, pois as representações sociais se encontram tanto nas mentes das pessoas quanto nos meios, sendo necessário interceptá-las, exemplificá-las e analisá-las em ambos lugares.

Para reforçar ainda mais esse argumento, Shoemaker e Reese (1996 *apud* HERSCOVITZ, 2010, p. 124) defendem a utilização da Análise de Conteúdo como um

método de pesquisa no jornalismo porque ela ajuda a “entender um pouco mais sobre quem produz e quem recebe a notícia e também a estabelecer alguns parâmetros culturais implícitos e a lógica organizacional por trás das mensagens”.

No entender de Bardin (1979), a AC tem duas funções claras e que podem coexistir de maneira complementar, aqui resumidas: a) a heurística, com o objetivo de enriquecer pesquisas exploratórias, estimulando e aumentando a propensão à descoberta e proporcionando o surgimento de hipóteses quando se examinam mensagens pouco exploradas anteriormente; e b) a administração de provas, ou seja, servir de prova para a verificação das várias hipóteses já apresentadas sob a forma de questões ou de afirmações provisórias.

Cappelle *et al* (2011) também afirmam que a nova compreensão da AC, isto é, como sendo uma técnica que conecta elementos quantitativos e qualitativos, objetiva a revelação do que estaria escondido, o latente, ou o subentendido na mensagem. Já para Minayo (1993) a grande importância da Análise de Conteúdo estaria, justamente, na tentativa de impor um corte entre as intuições e as hipóteses que encaminham para interpretações mais definitivas, sem, contudo, afastar-se das exigências atribuídas a um trabalho científico.

A tendência atual da análise de conteúdo desfavorece a dicotomia entre o quantitativo e o qualitativo, promovendo uma integração entre as duas visões de forma de que os conteúdos manifestos (visível) e latentes (oculto, subentendido) sejam incluídos em um mesmo estudo para que se compreenda não somente o significado aparente de um texto, mas também o significado implícito, o contexto onde ele ocorre, o meio de comunicação que produz e o público ao qual ele é dirigido. (HERSCOVITZ, 2010, p. 126).

De forma didática, Bardin (1979) apresenta um roteiro para a aplicação da Análise de Conteúdo, abaixo resumido, e que foi observado nessa pesquisa.

1) *Pré-análise*: fase de organização e sistematização das ideias, em que ocorre a escolha dos documentos a serem analisados, a retomada das hipóteses e dos objetivos iniciais da pesquisa em relação ao material coletado, e a elaboração de indicadores que orientarão a interpretação final. Esta fase pode ser decomposta em outras cinco etapas: a) leitura flutuante, na qual deve haver um contato exaustivo com o material de análise; b) constituição do *corpus*, que é a organização do material de forma a responder a critérios como os de exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência; c) formulação de hipóteses e objetivos, ou de pressupostos iniciais flexíveis que permitam

a emergência de hipóteses a partir de procedimentos exploratórios; d) referenciação dos índices e elaboração dos indicadores que vão ser adotados na análise, e e) preparação do material ou, se for o caso, edição.

2) *Exploração do material*: trata-se da fase em que os dados brutos do material são codificados com o objetivo de se alcançar o núcleo de compreensão do texto. A codificação envolve procedimentos de recorte, contagem, classificação, desconto ou enumeração em função de regras previamente formuladas.

3) *Tratamento e interpretação*: nessa fase, os dados brutos são submetidos a operações estatísticas simples ou complexas, com objetivo de se tornarem significativos e válidos, e de evidenciarem as informações obtidas. De posse dessas informações, o investigador propõe inferências e realiza suas interpretações de acordo com o quadro teórico e os objetivos propostos, ou identifica novas dimensões teóricas sugeridas pela leitura do material. Os resultados obtidos, aliados ao confronto sistemático com o material e às inferências alcançadas, podem servir a outras análises baseadas em novas dimensões teóricas ou em técnicas diferentes.

Para esta pesquisa, assume-se como referência de trabalho o seguinte conceito de Análise de Conteúdo, que é aplicado à área de Comunicação/Jornalismo:

Método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferência sobre os seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação. (HERSCOVITZ, 2010, p. 126-127)

Diante do amplo material de pesquisa bruto (edições inteiras do *Jornal Cinform* de 2008 a 2010), fizemos a opção metodológica de escolher como unidades de registro para a devida Análise de Conteúdo três formatos combinados: palavras, frases e textos inteiros. Não se definiu apenas e tão somente pelo uso de uma palavra como uma unidade de registro na análise porque ela, dentro dos objetivos dessa pesquisa, poderia levar a erros de interpretação significativos em razão de nuances e contextos que não seriam observados, o que comprometeria os resultados finais do trabalho.

O recorte das palavras está associado às frases inteiras e textos (várias frases), ou seja, ele forma um conjunto de unidades que podem dar mais segurança na interpretação dos textos. A *frase*, por exemplo, “pode se tornar uma unidade de registro

quando o pesquisador está interessado num grupo particular de palavras que podem significar uma referência positiva, negativa ou neutra em relação a um tema” (HERSCOVITZ, 2010, p. 134).

Como uma parte importante do objeto dessa pesquisa é a manchete principal sensacionalista do *Jornal Cinform* entre 2008 a 2012, fez-se necessário inserir outra unidade de registro, o texto inteiro, que é aquele conteúdo manifesto em “manchetes, editoriais, notícias e reportagens curtas que serviram para a contagem de frequência”.

Existem várias vantagens na utilização da Análise de Conteúdo nessa pesquisa proposta: a busca pela isenção do pesquisador diante das unidades de registro; a possibilidade de colocar todo o material do *corpus* à contraprova; e o fato de se analisar um longo período, o que “permite ainda operações quantitativas e qualitativas que se complementam para gerar inferências (deduções lógicas) mais complexas e profundas” (HERSCOVITZ, 2010, p. 134).

No entanto, há algumas desvantagens que não podem ser desconsideradas, sendo a principal, a partir dos objetivos dessa pesquisa, a não revelação clara de uma série de informações ausentes, como avaliação da iniciativa pessoal do repórter diante da cobertura de acontecimentos que poderão ser sensacionalizados. A AC não se pode garantir, com segurança, que o enquadramento sensacionalista redacional sofre influência da lógica comercial da empresa. Essa análise, apenas com os dados divulgados, não possibilita observar se ocorreram debates e avaliações internas que confrontavam as notícias sensacionalistas com os princípios éticos do jornalismo.

Por isso, em razão do reconhecimento de alguma fragilidade do método de Análise de Conteúdo proposto nessa investigação, utilizamos também outras técnicas que refinam e qualificam esta pesquisa para que se atinja seu objetivo. “Sua associação a outros métodos, sejam eles quantitativos como a enquete ou qualitativos como a entrevista pessoal, com aqueles que produzem ou recebem as informações da mídia, é uma alternativa eficaz” (HERSCOVITZ, 2010, p. 139).

3.2 A metodologia em análise de *frames*

Como a principal base teórica do campo do Jornalismo que utilizamos nessa pesquisa é a do enquadramento, buscamos em seus estudos as discussões e aplicações metodológicas que vão se aliar às fundamentações da Análise de Conteúdo já

abordadas. É relevante reconhecer que boa parte dos estudiosos do enquadramento utilizou em suas pesquisas empíricas a AC, como foi o caso de Gitlin (1980) que investigou como se deu a cobertura jornalística de um movimento estudantil nos Estados Unidos na década de 60, a *Students for a Democratic Society*.

Talvez os autores que melhor enfrentaram os desafios metodológicos diante de pesquisas envolvendo o enquadramento no jornalismo foram Matthes e Kohring (2008), que no Brasil foram citados pelas pesquisadoras Maia e Vimieiro (2011). Elas realizam um estudo sobre essa perspectiva – análise indireta de enquadramentos.

A justificativa desses estudos foi motivada porque se percebia que, em vários trabalhos empíricos, alguns os procedimentos metodológicos não estavam muito bem detalhados, não eram suficientemente transparentes e sequer tinham indicadores, o que poderia levar ao descrédito os resultados obtidos. Esta também foi uma preocupação desta pesquisa e, assim, justificou-se a inclusão desse item na metodologia.

Matthes e Kohring (2008, *apud* MAIA e VIMIEIRO, 2011) apresentaram cinco tipos de abordagens metodológicas que foram as mais recorrentes na literatura sobre enquadramentos da mídia. Esses tipos ou perspectivas ajudam a melhor estruturar e definir a codificação dos *frames*. Resumimos:

1) *Hermenêutica* – essa abordagem é mais utilizada quando o pesquisador pretende identificar os *frames* através da ampla avaliação interpretativa de textos na mídia, fazendo uma espécie de ligação entre enquadramentos e contextos culturais mais amplos. Esse tipo investiga o discurso localizado em um tema ou em um evento e busca descrever detalhadamente o enquadramento. Como se percebe, há nessa perspectiva um viés mais qualitativo, isto é, ela é mais recomendada em estudos onde a *corpus* seja bem pequeno. Não existe nenhuma preocupação quantitativa.

Para Maia e Vimieiro (2011, p. 237-238), os estudos do *frame* com base na hermenêutica, mesmo estando bem documentados e conduzidos, “não deixam claro como os *frames* são extraídos do material”. Elas ainda chamam atenção para o perigo de os pesquisadores encontrarem aqueles enquadramentos que eles conscientemente ou inconscientemente estão buscando.

2) *Linguística* – Por esse método, os *frames* serão encontrados a partir da análise da seleção, localização, estrutura de palavras e sentenças constantes no texto. A palavra tem a força. Ela é como um “tijolo” (Entman, 1993) em que o pesquisador pode

montar a trama interpretativa. Segundo Maia e Vimieiro (2011, p. 238), essa abordagem se diferencia da primeira porque nesta o pesquisador determina “claramente os elementos linguísticos que significam um enquadramento, além dos pressupostos teóricos serem claramente diversos”.

Apesar de poder produzir uma análise sistemática e cuidadosa dos textos noticiosos, essa modalidade linguística pode ser inviável diante de amostragens muito grandes. Além disso, “permanece um pouco obscuro como todas essas características são finalmente tecidas juntas para significar um enquadramento” (MATTHES e KOHRING, 2008, p. 260, *apud* MAIA e VIMIEIRO, 2011, p. 238).

3) *Holística manual* – Por esse tipo, os *frames* primeiros são sugeridos a partir de uma análise qualitativa de textos noticiosos e, só depois, serão codificados como uma espécie de variáveis holísticas em uma análise manual de conteúdo. Maia e Vimieiro explicam melhor: “primeiro, cria-se uma espécie de lista de códigos – o que Matthes e Kohring (2008, p. 260) chamam de *codebook* – a partir da análise em profundidade das notícias. E, então, o material é analisado quantitativamente a partir desses códigos pré-definidos”.

Essa perspectiva é extremamente subjetiva e pode ficar comprometida se não houver uma ampla transparência de procedimentos. “Sem a determinação de critérios para a identificação dos *frames*, a avaliação cai em uma ‘caixa-preta metodológica’” (MAIA e VIMIEIRO, 2011, p. 238).

4) *Assistida por computador* - Nessa abordagem, o pesquisador procura se basear em critérios mais objetivos, concretos e confiáveis. A marca fundamental dela é o uso de computadores no processamento dos dados, ou seja, é tipo informatizado de perspectiva Linguística. O enquadramento será definido por uma série de palavras que aparecem em um texto e não estão presentes em outro. Como se percebe, a grande vantagem desse tipo é a objetividade, onde o *frame* não é encontrado pelo pesquisador, mas pela máquina. O problema é que “menos que *frames*, os pesquisadores acabam por descobrir os tópicos das histórias. Além disso, nem sempre é necessário que algumas palavras sejam recorrentes para serem centrais no sentido do texto” (MAIA e VIMIEIRO, 2011, p. 239).

5) *Dedutiva* – Esse método se diferencia dos outros quatro acima revelados, porque eles são considerados, segundo Matthes e Kohring (2008), indutivos de *frames*.

Agora a proposta é outra. Explicando melhor. As pesquisas que usam a abordagem dedutiva se valem dos enquadramentos já consolidados na literatura e então passam a fazer a codificação a partir da Análise de Conteúdo de uma forma padronizada.

Há um importante alerta nesse momento:

Esses métodos apresentados acima não são mutuamente exclusivos e, em uma mesma pesquisa, podemos encontrar procedimentos que são tidos como pertencentes a diferentes perspectivas. O mais interessante da diferenciação é justamente perceber onde cada abordagem falha e onde ela fornece elementos confiáveis e válidos para a análise dos enquadramentos da mídia. (MAIA e VIMIEIRO, 2011, p. 240).

Essas duas pesquisadoras propõem uma análise indireta dos enquadramentos, onde não descartam utilizar os tipos *linguística* e *assistida por computador*, mas elas acreditam que essas perspectivas não são suficientes para compreender o contexto cultural onde os *frames* estão envolvidos. “Não são apenas palavras, mas, sim, contextos e sentidos indiretos, os responsáveis por um padrão específico de entendimento acerca de uma temática em um texto midiático” (MAIA e VIMIEIRO, 2011, p. 240).

Esta perspectiva metodológica envolvendo o *frame* auxilia significativamente as investigações desta pesquisa porque alinha a análise indireta a um conjunto interpretativo que podemos chamar também de pacotes, como se referiu Gamson e Modigliani (1989) e que já apontamos anteriormente como característica do *framing* sensacionalista. A seguir, fica mais claro esse percurso:

(...) nós entendemos um enquadramento como um certo padrão em um dado texto que é composto por diversos elementos. Esses elementos não são palavras, mas componentes ou dispositivos dos enquadramentos previamente definidos. Ao invés de codificar diretamente o enquadramento como um todo, nós sugerimos partir o enquadramento em seus elementos isolados, os quais podem ser mais facilmente codificados em uma análise de conteúdo. Depois disso, uma análise dos agrupamentos desses elementos deve revelar os enquadramentos. Isso significa que quando alguns elementos agrupam-se sistematicamente de uma forma específica, eles formam um padrão que pode ser identificado através de diversos textos em uma amostra. Nós chamamos esses padrões de enquadramentos (MATTES e KOHRING, 2008, p. 263, *apud* MAIA e VIMIEIRO, 2011, p. 241, tradução das autoras).

A descrição acima será à base dos procedimentos metodológicos que vamos utilizar diante do material empírico. Gamson e Modigliani (1989) defendem que, para se constituir um enquadramento são necessários alguns dispositivos que formam esse pacote interpretativo, como metáforas, exemplos, slogans ou chavões, representações e

imagens visuais. Para Maia e Vimieiro (2011, p. 242), “resumidamente, os pacotes interpretativos são agrupamentos formados por determinados dispositivos simbólicos e que têm como essência o enquadramento, que seria um princípio abstrato e geral”.

3.3 Entrevista semi-estruturada

Além da Análise de Conteúdo como o método central, consideramos como fundamental aos objetivos desta pesquisa a realização de entrevistas semi-estruturadas com jornalistas que assinaram notícias/reportagens sensacionalistas e que formam o *corpus* desta investigação. Essa outra técnica metodológica não apenas reforça a AC realizada, mas preenche lacunas importantes observadas quando da coleta e da análise interpretativa dos dados publicados no jornal.

A entrevista, de uma forma geral, é definida por Haguette (1997, p.86) como um “processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado”. No trabalho de campo, a entrevista como uma forma eficaz de coleta de dados sobre um determinado tema científico é, talvez, a técnica mais utilizada. Por meio dela, muitos dados objetivos e, principalmente, subjetivos podem ser coletados. Para Haguette (1997, p.86) as entrevistas são uma técnica, por excelência, onde se pode colher valiosas informações subjetivas que estão carregadas de valores, atitudes e opiniões dos sujeitos entrevistados.

De uma maneira mais geral, as entrevistas nas Ciências Sociais podem ser divididas didaticamente em seis formatos próximos, mas com particularidades. São elas as estruturadas, semi-estruturadas, abertas, entrevistas com grupos focais, história de vida e entrevistas projetivas. A opção que se mostra mais adequada para este trabalho científico, em razão do objeto, dos problemas e hipóteses, além de suas especificidades é a entrevista semi-estruturada.

Segundo Lakatos (1996), as *entrevistas estruturadas* são elaboradas a partir de um questionário totalmente pré-definido, ou seja, um documento onde as perguntas já estão formuladas e não se teria a flexibilidade de fugir delas. Nesse caso, o questionário pode ser enviado ao público por correios, e-mail e entregue a um portador.

Esse formato tem algumas vantagens, como a ausência do pesquisador na hora da entrevista, ela pode atingir um número muito grande de entrevistados ao mesmo

tempo, pode-se garantir o anonimato. Mas as desvantagens são grandes, a começar pela confiabilidade do autor das respostas, comprometendo toda pesquisa.

A *entrevista em formato aberto*, segundo Minayo (1993), é uma técnica usada em pesquisas exploratórias onde há uma necessidade de maior aprofundamento de questões conceituais. Nela, o entrevistador introduz o tema e o entrevistado tem liberdade para discorrer espontaneamente sobre o assunto sugerido. Este formato de entrevista apresenta a possibilidade de um maior detalhamento das questões, no entanto, a depender dos objetivos da pesquisa, o grau de subjetividade deixará vulnerável o seu resultado.

Por combinar perguntas fechadas (já formuladas) e abertas (formuladas durante o contato com o entrevistado) a *entrevista semi-estruturada* acaba se revelando com um significativo potencial de confiabilidade. Para Lakatos (1996) o pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, mas ele o faz em um contexto muito semelhante ao de uma conversa informal. O entrevistador deve ficar atento para dirigir, no momento que achar oportuno, a discussão para o assunto que o interessa fazendo perguntas adicionais para elucidar questões que não ficaram claras ou ajudar a recompor o contexto da entrevista, caso o informante tenha fugido ao tema.

Selltiz *et al* (1987, p. 644) relaciona as vantagens das entrevistas aberta e semi-estruturadas: não geram nenhum problema para quem não saber ler e nem escrever; possibilitam a correção de enganos dos informantes, enganos que muitas vezes não poderão ser corrigidos no caso da utilização do questionário escrito; elasticidade quanto à duração, permitindo uma cobertura mais profunda sobre determinados assuntos. Em outras palavras, entrevistas semi-estruturadas podem ajudar a revelar aspectos afetivos e valorativos dos informantes que determinam significados pessoais de suas atitudes e comportamentos.

Bourdieu (1997) chama atenção para as perguntas/questionário e a forma de se perguntar. Segundo ele, o pesquisador deve ter cuidado para não elaborar perguntas arbitrárias, ambíguas ou tendenciosas. As perguntas devem ser feitas levando em conta a sequência do pensamento do pesquisado, ou seja, procurando dar continuidade na conversação, conduzindo a entrevista com certo sentido lógico para o entrevistado. Para se obter uma narrativa mais natural, muitas vezes não é interessante fazer uma pergunta

direta, mas sim fazer com que o pesquisado relembre parte de sua vida. Para tanto, o pesquisador pode muito bem ir suscitando a memória do pesquisado.

No caso desta pesquisa, realizamos entrevistas de modo semi-estruturado com jornalistas do *Jornal Cinform* que, de 2008 a 2012, assinaram notícias e reportagens consideradas sensacionalistas em seu conjunto, isto é, constituindo-se em nosso *corpus*. Para Broustau *et al* (2012), as entrevistas nesse caso realizadas com os repórteres são um material rico porque produzem análises que ajudam a compreender as representações, normas, intenções e processos em curso. Segundo eles, as entrevistas nessas circunstâncias acabam sendo uma importante modalidade de “trocas em um espelho entre atores objetivos variados”.

A entrevista permite considerar os discursos dos jornalistas como produções constantemente retrabalhadas pelas atividades de comunicação que atravessam seus mundos e remetem a uma outra forma de expressão do jornalismo. (...) A fala dos jornalistas é, como a de outros profissionais, ao mesmo tempo uma produção coletiva, um traço da história do grupo e uma expressão de uma individualidade. (BROUSTAU *et al*, 2012, p. 16)

Os autores chamam atenção para um aspecto importante. Lembram que, durante a entrevista com repórteres, o pesquisador deve encontrar a forma mais adequada de entrevistá-los, porque os jornalistas se encontram na condição de entrevistado e sabem muito bem, pelo exercício cotidiano, quais são as intenções do entrevistador, o que ele espera da resposta e essa condição de conhecimento das técnicas pode influenciar na maneira de responder, apresentando informações esperadas, quase numa cena teatral, podendo afetar resultados da entrevista. Mas, independente desse alerta, os autores lembram que “o ponto central da realização de entrevistas é justamente o de atribuir novamente às falas geradas o status de dados a serem desconstruídos e analisados” (BROUSTAU *et al*, 2012, p. 17).

3.4 Trajetória metodológica no *Cinform*: indicadores, quadros e tabelas

Nas primeiras horas da manhã de cada segunda-feira, o *Jornal Cinform* começa a circular no Estado de Sergipe. Ao final de um ano, são 52 edições comercializadas. Em cada edição há uma média de 80 páginas, divididas em sete cadernos temáticos: Caderno 1 (política, cidade, polícia), Municípios, Cultura, Imóveis, Veículos, Emprego e Olho Vivo (entretenimento).

A grande maioria das páginas do jornal é dedicada à publicação de anúncios classificados pagos, principalmente de compra e venda de veículos e imóveis, mas destacam-se também as notas de emprego: precisa-se e oferta-se. Vale registrar que o periódico atrai e publica ampla publicidade dos governos estadual e municipais e de pequenas, médias e grandes empresas privadas locais e regionais. Não são raros os cadernos especiais e encartes apenas para atrair publicidade. O *Jornal Cinform* é o único que circula às segundas-feiras em Sergipe e também é o único no Estado a possuir anúncios classificados de forma regular em suas edições.

Apesar de forte inserção comercial, o que motivou esta pesquisa tendo o jornal como objeto foi o seu conteúdo jornalístico. Consideramos que nosso recorte diante do periódico não foi completamente arbitrário. Buscamos um intervalo de cinco anos, isto é, de 2008 a 2012, para que ele pudesse ser amplo o suficiente, evitando distorções e conclusões imprecisas e limitadas. Este intervalo de cinco anos, que resultou na análise de 260 edições, tornou a pesquisa mais exequível e segura.

Considerando os estudos sobre o enquadramento, lembremos que os *frames* são “padrões persistentes de cognição” (GITLIN, 1980, p. 05) e que têm seus efeitos “sobre comportamentos e ideias, não tanto porque cada exposição isolada seja poderosa, mas porque se repetem. E se repetem” (GITLIN, 2003, p. 17). Também Entman (1993, p. 52) assegura que enquadramentos podem ser verificados “por meio da repetição, focalização e associações reforçadoras, palavras e imagens”. Ou seja, um longo período e um grande *corpus*, no caso dessa pesquisa, deram melhor embasamento ao trabalho e segurança em seus resultados.

Ocorre que o recorte selecionado dos cinco anos, ou seja, as 260 edições do *Jornal Cinform* foram apenas a primeira etapa do projeto, não configurando ainda o *corpus* definitivo. Como o objetivo e foco da investigação é o sensacionalismo nesse periódico, partiu-se para uma segunda etapa: a análise apenas da manchete principal de cada uma das 260 edições. “A manchete deve provocar comoção, chocar, despertar a carga pulsional dos leitores” (ANGRIMANI, 1995, p. 16). Também para Pedroso (2001, p 80) lembra que “a manchete, como um fragmento da realidade construída, representa a primeira forma de classificação do real-social (fato) na organização espacial do discurso”.

O objetivo, então, era se debruçar sobre cada uma das manchetes principais para identificar somente aquelas que possuíam os elementos que pudessem ser ou não caracterizados, com devida clareza, como sensacionalista, ou seja: “conteúdos ou temáticas isoladas; discursividade ambígua, motivada, deslizando, avaliativa; produção discursiva sempre trágica, erótica, violenta, ridícula, insólita, grotesca ou fantástica” (PEDROSO, 2001, p. 52). O resultado dessa segunda etapa provocou a redução do *corpus* inicial para 89 manchetes – edições - definidas como sensacionalistas, isto é, 34,2% do total das 260 iniciais.

Ao aprofundar a pesquisa sobre as 89 manchetes sensacionalistas de 2008 a 2012 no *Jornal Cinform*, descobre-se que elas somente – seu texto da capa - não resolveriam com consistência necessária as hipóteses desta investigação. Pelo contrário, caso fossem adotadas apenas as manchetes sensacionalistas como o *corpus* final da pesquisa, poderia se incorrer em sérios problemas interpretativos e que certamente não validariam o resultado final como totalmente satisfatório.

Percebemos que algumas das 89 manchetes selecionadas como sensacionalistas e utilizadas pelo *Jornal Cinform* foram apenas e tão somente uma espécie de recurso estratégico para atração dos leitores, ou seja, o texto da manchete era sensacionalista, mas o texto da chamada na capa não o era, a imagem também não se alinhava à manchete e, principalmente a notícia (texto interno) não se configurava como sensacionalista, segundo a promessa da manchete. Um exemplo: em 9 de agosto de 2009, a manchete principal do *Cinform*, em letras maiúsculas, de ponta a ponta na capa foi: AMPUTADOS PELO PÊNIS (Edição 1374). O exagero dramático do texto da manchete poderia levar a uma clara interpretação sensacionalista. Além disso, acompanhava à manchete um desenho de um pênis. No entanto, já no texto da chamada dessa matéria as marcas do sensacionalismo se desfaziam. A notícia era de que estava se tornando muito frequente o número de casos de homens com câncer no pênis. Na parte interna do jornal estava publicada uma longa reportagem sobre esse problema de saúde pública. Ou seja, não era um texto anedótico, centrado em um caso episódico. Pelo contrário. Era um texto contextualizado, coerente, com inúmeras fontes médicas, e com uma narrativa “séria”, que em nada lembra o sensacionalismo, aliás, a reportagem segue em sentido oposto.

Diante dessa condição objetiva nessa fase da pesquisa, ou seja, da clareza de que as 89 manchetes sensacionalistas não significavam necessariamente um conteúdo verbo-visual sensacionalista, realizou-se, então, mais um corte e, assim, passou-se à terceira etapa diante do objeto. Ou seja, de posse das 89 manchetes, foi realizada nova seleção, onde se passou apenas a considerar como *corpus* final da pesquisa o chamado *conjunto sensacionalista*, com a presença obrigatória dos três seguintes elementos:

- 1) manchete principal da capa e o seu respectivo texto de chamada;
- 2) notícia/reportagem da referida manchete publicada na parte interna;
- 3) apresentação visual da capa e da notícia/reportagem.

Seguindo rigorosamente esse critério analítico de corte, tivemos o resultado de 39 conjuntos sensacionalistas (**ver tabela 1**), ou seja, onde a manchete, os textos na capa e na notícia e a sua apresentação visual poderiam ser claramente identificadas como sensacionalistas. Este é o *corpus* que foi devidamente investigado e que ficou distribuído na seguinte tabela:

Tabela 1 – Corpus da pesquisa: conjuntos sensacionalistas *Cinform*

Ano	Conjunto sensacionalista
2008	12
2009	08
2010	07
2011	08
2012	04
(05 anos)	39

Fonte: Pesquisa de campo

Com o *corpus* definido, isto é, os 39 conjuntos sensacionalistas, e diante da fundamentação teórica apresentada, partimos para definir os indicadores de cada um dos movimentos que foram propostos. Estabelecemos categorias que são referências e que vamos utilizar diante dos conjuntos sensacionalistas para a construção do *framing*, da representação social de pobreza e de sua criminalização, do confronto ético jornalístico. Também foram apontados os indicadores para interpretação das falas das fontes e das vozes dos jornalistas que assinaram as notícias/reportagens.

De posse de quadros com indicadores definidos, realizamos a coleta das unidades de registro e a posterior Análise de Conteúdo em cima de cada um dos 39

conjuntos sensacionalistas do *Jornal Cinform* (ver **quadro 1**). As categorias escolhidas foram fundamentadas de forma dedutiva com base nos estudos sobre *frame*, representações sociais e pobreza e o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Para cada categoria, foram definidas unidades de registro como palavras, frases e textos que foram recortados diretamente das notícias/reportagens dos 39 conjuntos, além de observações do próprio pesquisador.

Quadro 1 – Os 39 conjuntos sensacionalistas do *Cinform* de 2008 a 2012

N.	Data	Manchete do conjunto
1	03/03/2008	“FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO”
2	17/03/2008	PIPITA MATA, ESTUPRA E ZOMBA DA POLÍCIA
3	24/03/2008	PIPITA É MANDADO AOS QUINTOS DOS INFERNOS
4	31/03/2008	“GRAÇAS A DEUS EU ACERTEI AQUELE CÃO” (PIPITA)
5	14/04/2008	ABUSA DE MENINA DE OITO ANOS E DIZ QUE FOI SEDUZIDO
6	28/04/2008	BROCHA E CORTA O PÊNIS
7	23/06/2008	FÁBIO JÚNIOR E TERRA PRETA MATAM TRÊS E AMEAÇAM DOIS
8	30/06/2008	CORNO E ASSASSINO BAIANO CAI ‘EM CANA’ EM SERGIPE
9	18/08/2008	ADVOGADO TEVE OLHOS E LÍNGUA ARRANCADOS VIVOS
10	22/09/2008	ESQUARTEJADOR DE CARIRA PODE TER FEITO CRIME IGUAL
11	27/10/2008	ACUSADO DE ABUSAR MENINA DE 11 ANOS QUASE É LINCHADO
12	03/11/2008	JORGE MANEQUIM, UM POLICIAL MATADOR QUE ESTÁ DE VOLTA
13	09/03/2009	MATADOR PERIGOSO RONDA UMA CIDADE
14	22/06/2009	ESCONDEU GRAVIDEZ E JOGOU BEBÊ NO LIXO
15	28/06/2009	MÃE OBRIGA FILHO VOMITAR PEDRA DE CRACK PRA FUMAR
16	06/07/2009	ASSASSINOU O IRMÃO COM OITO FACADAS
17	19/07/2009	PAIS FAZEM DAS FILHAS SUAS ESCRAVAS SEXUAIS
18	02/08/2009	FEZ DA CASA DO SENHOR UMA BOCA DE FUMO
19	27/09/2009	ABUSADA POR MOTORISTA DA ESCOLA DAS FREIRAS
20	12/12/2009	ESTUPRA NAMORADA, MATA A SOGRA E PEGA PENA 44 ANOS
21	04/01/2010	MULHER ‘CELEBRA’ NATAL MATANDO MARIDO; FILHA DE 3 ANOS VÊ TUDO
22	08/02/2010	“ESTOU GRÁVIDA DO MEU PRÓPRIO PAI”
23	01/03/2010	BANDIDAGEM TACA FOGO NA POLÍCIA DE SERGIPE
24	12/04/2010	“SE MEU FILHO MORRESSE HOJE ME SERIA UM ALÍVIO”
25	19/04/2010	JUNTOS E FELIZES ATÉ QUE O ASSASSINATO OS SEPARE
26	26/07/2010	ABUSA DA FILHA POR 10 ANOS E FAZ TRÊS FILHOS
27	25/10/2010	VIRGINDADE DA FILHA DE 11 ANOS É MOEDA PARA O CARCK
28	01/02/2011	“EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA”
29	07/02/2011	TARADINHO DE 14 ESTUPRA UMA SENHORA DE 65 ANOS
30	28/02/2011	ABUSA NETINHA DE 3 ANOS E BOTA CULPA NA CACHAÇA
31	28/03/2011	MATOU A AVÓ A FACÃOZADAS E DIZ: “NÃO ME ARREPENDO DO QUE FIZ”
32	22/05/2011	MULHER FAZ ORGIA SEXUAL COM MENDIGOS E “MARIDO” VÊ TUDO
33	26/09/2011	“ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”
34	03/10/2011	ZÉ CAÇOLA, FILHO BRUTO, TENTA ESTUPRAR A MÃE
35	21/11/2011	ESTUPRADOR DO BAIRRO AMÉRICA NO XILINDRÓ
36	22/04/2012	APÓS 11 DIAS DE ANGÚSTIA, PAI RECEBE JONATHA MORTO
37	04/06/2012	“TOQUEI FOGO NELA, DEPOIS JOGUEI ÁGUA E DEI SOCORRO”
38	26/11/2012	“MEU VIZINHO É TRAFICANTE E EU ENGULO SECO”
39	03/12/2012	PASTOR PAPA FIEL NO MOTEL E ESCANDALIZA

Fonte: Pesquisa de campo

Cada um dos conjuntos sensacionalistas passou por três detalhadas análises: enquadramento, representação social e confronto ético. Nasceram desse exercício 156 quadros que ao final foram condensados com os resultados por cada um dos anos e, depois, consolidados pelo período de cinco anos. Em razão do amplo volume de dados, também foi possível elaborar tabelas, que possibilitam compreender melhor a pesquisa.

Depois da Análise de Conteúdo, também foram aplicadas entrevistas semi-estruturadas com os repórteres que assinaram as notícias/reportagens dos 39 conjuntos sensacionalistas. Identificou-se que nesse *corpus* apenas oito jornalistas colocaram suas assinaturas em 19 matérias, isto é, em 20 não tinha qualquer identificação do seu autor. Dos oito repórteres, seis concederam entrevistas a este pesquisador e dois preferiram não participar do trabalho, sem justificativa apresentada. Além dos seis repórteres, também foi realizada entrevista com o diretor de jornalismo do *Jornal Cinform*. Essas sete entrevistas semi-estruturadas com repórteres e com o editor foram importantes para compreensão geral do *frame* sensacionalista, da construção de representações sociais e do debate sobre a conduta ética do jornalista.

Para efeito de melhor compreensão deste trabalho, apresentamos a seguir as definições e os percursos metodológicos que foram realizados em cada um dos três movimentos propostos nesta investigação.

3.4.1 – Enquadramento

Com base nos estudos sobre enquadramentos no jornalismo apresentados no capítulo 2, associando-se também a discussão sobre os procedimentos metodológicos em análises de *frames*, elaborou-se um quadro com seis categorias de referência, fundamentadas na teoria do *framing* e que se transformam em indicadores de seleção e avaliação dos 39 conjuntos sensacionalistas do *corpus* definido. Ao final da coleta de dados, graças a esses indicadores dedutivos da teoria, podemos avaliar a existência ou não de um *framing* sensacionalista.

Apresentamos as seis categorias indicadoras e suas principais características:

- 1) *Episódico* – Acontecimento isolado, fato único e sem apresentar maior contexto social e político. Fato anedótico, com poucas fontes ouvidas, com foco e responsabilização no indivíduo. Conforme Iyengar (1991), Entman (1993), Colling (2001), Porto (2004), Sàdaba (2007);

- 2) *Impacto humano* – Acontecimento com amplas histórias humanas, mas que choca e causa surpresa em razão do máximo desvio, do absurdo, do exagero, histórias humanas levam ao desumano. Fato bizarro, chocante, muito além de qualquer notícia esperada. O impacto da divulgação deste acontecimento busca provocar algum tipo de envolvimento emocional na audiência, isto é, pode gerar no leitor sentimentos passionais, repulsa, raiva, ódio, indignação, sorriso, pena. É aquele que “traz um rosto humano, a história de um indivíduo, ou um ângulo emocional para a apresentação de um evento, questão ou problema” (SEMETKO e VALKEMBURG, 2000 p.93-109 *apud* SOARES, 2009, p.60-61).
- 3) *Moralidade* – Fato apresentado de forma a marcar a oposição entre o bem e o mal. Há revelação, direta ou indireta de preceitos e doutrinas religiosas. Encontram-se narrativas escatológicas, julgamentos claros de valores entre os envolvidos no acontecimento. O desvio é tratado como doença moral, animalidade, desumanidade. Foco é no indivíduo e na sua relação com a família e com a sociedade. (NEUMAN *et al.*, 1992, p. 17 *apud* SOARES, 2009, p. 60).
- 4) *Estrutura textual simplificadora* – Caracterizada pelo amplo uso no texto de marcas de oralidade, frases feitas, slogans, chavões, metáforas e exemplos, de forma a compor uma atmosfera sentimental mais próxima possível da audiência, do público, da coloquialidade da cena, da composição de um “mundo real”, em sua maioria duro, agressivo, adverso. Conforme Gitlin (1980), Gamson e Modigliani (1989), Motta (2007), Antunes (2009).
- 5) *Ênfase* – É o acontecimento de impacto humano onde o detalhe é realçado e acentuado para impressionar, chocar, provocar sentimentos. É a saliência e a repetição de elementos pouco informativos para uma descrição factual mais completa e centrada no evento. Através da ênfase se intensificam expressões de sentimentos (ódio, pavor, horror, medo, dor), enfatiza-se o escândalo, o sobrenatural. O foco é no episódio com destaque no detalhe. Conforme Gitlin (1980) e Entman (1993);

- 6) *Apresentação visual* – Caracteriza-se pela exposição do texto no jornal e seu tamanho em relação à página inteira. Observa-se o uso das cores e das fotografias, ilustrações, charges, gráficos. Conforme Gitlin (1980), Gamson e Modigliani (1989).

Depois da aplicação dessas categorias indicadoras em cada um dos 39 conjuntos sensacionalistas, foram elaborados quadros para o conjunto investigado. Ao final, eles foram consolidados e passou-se a avaliar a presença ou ausência dos *frames*, que resultou em outro quadro com os resultados finais. Outra ação foi a de condensar os resultados finais pelo conjunto dos cinco anos, também em quadros e tabelas, o que possibilitou interpretar se o *Jornal Cinform*, entre 2008 a 2012, utilizou-se de uma forma padrão de um enquadramento diante de alguns acontecimentos, resultando, assim, no que chamamos de *framing* sensacionalista.

Ao final, considerou-se que há um indício claro de *framing* sensacionalista quando, em cada uma das categorias indicadoras (episódico, impacto humano, moralidade, estrutura simplificadora textual, ênfase e apresentação visual), encontra-se um número superior a 50% do número absoluto do conjunto sensacionalista de cada ano. Muito importante destacar que essas categorias não são como caixas fechadas e intransponíveis. Em outras palavras, algumas características podem estar inter cruzadas entre os indicadores. Por exemplo, uma unidade de registro pode ser ao mesmo tempo de impacto humano e de ênfase, o que não inviabiliza a análise geral, pelo contrário.

3.4.2 – Representação social

Assim como definidas as categorias indicadoras para a seleção e avaliação da presença ou não do *framing* sensacionalista, também foi realizada em relação à construção de representações sociais que pudessem indicar a criminalização da pobreza, como já observado no capítulo da fundamentação teórica. Neste caso, fez-se a opção por cinco categorias de indicadores que podem indicar o segundo movimento e que é consequência do *framing* sensacionalista quando a temática é violência.

A seguir, as quatro categorias indicadoras e suas principais características, todas baseadas nas formulações apresentadas na parte teórica, a exemplo de Marocco (1998), Hall *et al* (1999), Pinheiro (2000), Coimbra (2001), Malaguti Batista (2003):

Localização geográfica – Marcações nas manchetes e nas notícias que revelavam com clareza onde ocorrem os acontecimentos, locais de moradia de vítimas e de acusados, como áreas de periferia, bairros afastados, centro da cidade, povoados de municípios do interior do estado;

- 1) *Descrição das personagens* – Neste item, foram verificados os registros que indicam detalhes das personagens envolvidas no acontecimento, como os aspectos físicos, psicológicos e sociais das vítimas, acusados, parentes, autoridades.
- 2) *Narrativa moral* – Registros que indicam o rompimento com a esperada normalidade e também de confronto com o poder instituído, de quebra de confiança, atitude não lógica, não esperada. Narrativa do bem contra o mal.
- 3) *Expressões de ameaça social* – Foram aqui consideradas palavras, frases e textos que identificam narrativas de terror, horror, medo, tensão individual e social, ameaças, choque, pavor e perigo.

Vale ressaltar que algumas dessas categorias podem possuir características bem próximas e até comuns, o que não inviabiliza a sua aplicação no sentido de buscar identificar as marcas de representação social da pobreza com vistas à criminalização. No entanto, no decorrer da pesquisa empírica, foi percebida a existência de dois resultados bem próximos, mas com significativa diferença: os conteúdos formados pelo que chamamos de *exploração humana* e os propriamente ditos de criminalização da pobreza. A primeira categoria foi preenchida por narrativas que enfoca a questão sexual e de violência, mas sem levar em conta a condição de pobreza dos envolvidos, ou seja, a pobreza não seria tão decisiva na abordagem. Já na segunda, todo processo de produção, narração e apresentação visual leva em conta à condição de pobreza da localização geográfica, do perfil das personagens envolvidas, da avaliação social e moral. Estas duas categorias foram inseridas em um quadro de resultados finais ano a ano.

Para cada um dos 39 conjuntos sensacionalistas aplicou-se esses indicadores. Ao final, os dados foram consolidados e, assim, pode-se avaliar a presença ou ausência de marcas que indicassem representação social de pobreza e sua criminalização, resultando em outro quadro analítico. Condensando os cinco anos de *Jornal Cinform*, construímos novos quadros e tabelas para verificar se, em seu conjunto, os

acontecimentos sensacionalizados pelo jornal produziram, de uma forma geral, a criminalização da pobreza.

Consideramos que há representação social com indicação para a criminalização da pobreza quando nas categorias (Localização Geográfica, Descrição das personagens, Narrativa moral, Expressões de ameaça social) encontra-se um número superior a 50% do número absoluto do conjunto sensacionalista de cada ano.

3.4.3 – Confronto ético

A metodologia empregada para fazer uma avaliação ética entre o que se espera do jornalismo e a prática sensacionalista foi a do confronto entre o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2007) e o volume de dados selecionados em cada um dos 39 conjuntos sensacionalistas.

Para buscar a avaliação ética do trabalho publicado, recorreremos a três artigos do Código de Ética dos Jornalistas brasileiros, já apresentados na fundamentação teórica, que foram aqui transformados em indicadores referenciais. Ao final, foi considerado que eles acabam sendo resumidos pelo parágrafo segundo do artigo 11: “O jornalista não pode divulgar informações: II - de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes;”.

Quando aplicamos esta metodologia, percebemos a necessidade de realizar entrevistas com os repórteres e com o diretor de jornalismo do *Jornal Cinform*, como uma forma importante de complemento no processo de avaliação ética. As entrevistas serão abordadas no próximo item. Mas, do ponto de vista do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros consideramos as seguintes categorias indicadoras:

- a) *Integridade das fontes* – Não publicar e indicar informações e dados que identifiquem personagens. Art. 6º - É dever do jornalista: VI - não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha;
- b) *Respeito às fontes* – Não publicar fotos e dados sobre as personagens. Art. 6º - É dever do jornalista: VIII - respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão, especialmente de crianças, adolescentes, mulheres, idosos, negros e minorias;
- c) *Não expor pessoas ameaçadas* - Não publicar informações e imagens que identifiquem as personagens vítimas e testemunhas de ameaça e violência.

Art. 7º - O jornalista não pode: IV - expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência, ou quaisquer outros sinais;

- d) *Não incitar a violência* - Não usar palavras, frases e textos que estimulem a violência, a “justiça com as próprias mãos”. Art. 7º - O jornalista não pode: V - usar o jornalismo para incitar violência, intolerância, arbítrio e crime;
- e) *Presunção de inocência* - Não publicar afirmações que garantam a autoria de crime e violência, sem decisão judicial transitada em julgado. Art. 9º A presunção de inocência é um dos fundamentos da atividade jornalística.

As unidades de registros para a Análise de Conteúdo comparativa entre o código de ética e o publicado no jornal foram selecionadas das palavras, frases e textos dos 39 conjuntos sensacionalistas. Para este tópico foi usada à identificação de *atende*, ou seja, que determinada unidade não fere o princípio ético ou não foi encontrada nenhuma expressão que a comprometa em seu conjunto; ou *não atende*, isto é, que o material analisado está em clara oposição aos indicadores escolhidos a partir do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

Este exercício resultou em quadros de confronto ético em todos os conjuntos sensacionalistas investigados. Ao final, eles foram consolidados e foi produzido um quadro com o resumo, ano a ano, de todo confronto ético proposto. Todos esses dados resultaram em um quadro geral e numa tabela com informações que indicaram se a opção do jornal pelo *framing* sensacionalista e que criminaliza a pobreza pode ser considerada um desvio ético. Também é importante alertar que, no processo de seleção e identificação das unidades de registro para a avaliação de confronto ético, algumas podem ser distribuídas em vários dos indicadores. Eles possuem aproximações conceituais que podem levar a uma mesma compreensão.

Como resultado final será considerado que houve desvio ético quando em cada categoria (Integridade das fontes, Respeito às fontes, Não expor pessoas ameaçadas, Não incitar a violência e Presunção de inocência) se encontrar um número superior a 50% do número absoluto do conjunto sensacionalista de cada ano.

3.4.4 – Entrevistas e falas das fontes

Este item surgiu de duas constatações no decorrer da pesquisa. A primeira foi de que as entrevistas semi-estruturadas com os repórteres do *Jornal Cinform* eram necessárias em razão da Análise de Conteúdo realizada sobre notícias/reportagens sensacionalistas do *corpus* (39 conjuntos sensacionalistas) deixar margem de dúvida sobre o processo de seleção, angulação, exposição e narrativa dos acontecimentos.

A importância das entrevistas ficou evidente quando realizamos o confronto ético entre os textos publicados no jornal e o Código de Ética dos Jornalistas. Em outras palavras, boa parte da avaliação ética recai sobre a conduta dos profissionais e, assim, foi fundamental escutá-los, especialmente aqueles que assinaram notícias/reportagens inseridas no *corpus*. Percebemos, assim, que as entrevistas produziram importantes dados e que auxiliam na avaliação da conduta do profissional, mas também sobre a constituição do enquadramento sensacionalista e da representação social com indicação de criminalização da pobreza.

Também nesse mesmo contexto de falas, a segunda constatação que justifica este item foi que as mais variadas falas das fontes divulgadas nas notícias/reportagens do *corpus* estavam carregadas de forte conteúdo simbólico que, por sua vez, foram decisivas para também compor o que chamamos de *framing* sensacionalista. Muitas delas é que revelam e reforçam representações sociais de pobreza e sua criminalização. Algumas falas das fontes, em razão dos aspectos de noticiabilidade do sensacionalismo, foram utilizadas como as próprias manchetes principais do jornal.

Quanto a esse quadro das representações construídas pelas falas das fontes, utilizamos quatro categorias indicadoras, assim divididas e explicadas:

- 1) *Falas das vítimas* - Frases publicadas entre aspas de autoria de supostas vítimas e/ou seus parentes que contam e confirma os acontecimentos;
- 2) *Falas dos acusados* - Frases entre aspas de supostos suspeitos e/ou parentes deles que confirmam ou negam o acontecimento dramático.
- 3) *Falas de autoridades* - Frases entre aspas que identificam as mais diversas falas de autoridades, como polícia, membros do sistema judicial, médicos, psicólogos, assistentes sociais, isto é, as falas dos especialistas.

- 4) Falas da população – Frases de pessoas que não estão diretamente ligadas aos acontecimentos, isto é, fontes identificadas como *população* ou *povo* que opinam sobre os acontecimentos.

Para realizar as entrevistas com os repórteres foram identificadas no *corpus* dos 39 conjuntos sensacionalistas no período de 2008 a 2012 do *Jornal Cinform* oito jornalistas que assinaram algumas notícias/reportagens. Deles, seis aceitaram conceder entrevistas para esta pesquisa e dois preferiram não participar, sem revelar os motivos. Dos oito repórteres, apenas um trabalha atualmente no jornal e este nos concedeu entrevista. Além dos seis entrevistados, também foi ouvido o diretor de jornalismo do *Jornal Cinform*. Todas as perguntas aos jornalistas seguiram um mesmo padrão, mas algumas complementações de questionamentos mais explicativos foram realizadas durante as entrevistas, como possibilita a metodologia da modalidade semi-estruturada.

De uma forma geral, buscou-se separar as entrevistas em quatro partes, como as suas devidas caracterizações e indicadores. São eles:

- 1) *Rotinas de produção* – compreende definições da pauta e de acontecimentos, a autoria do texto e a linha e a pressão editorial;

- 2) *Violência e sensacionalismo* – considerando o julgamento moral, a projeção sensacionalista sobre o leitor, a linha sensacionalista do jornal e predisposição ao sensacionalismo;

- 3) *Jornalismo e pobreza* – nesta categoria foram agrupadas as respostas dos repórteres sobre violência e pobreza e a missão do jornal junto à sociedade;

- 4) *Avaliação ética* – compreende jornalismo e emoção, o assumir a autoria de matérias sensacionalistas, auto avaliação ética e o Código de Ética dos Jornalistas brasileiros.

No caso do diretor de jornalismo do *Cinform*, algumas das mesmas perguntas endereçadas aos repórteres também foram feitas a ele, mas outros questionamentos foram acrescentados em razão de sua condição de gestão do processo de produção jornalística. As informações prestadas pelo diretor do jornal serão usadas nesta pesquisa de forma direta com o sentido de acrescentar, comparar, confirmar e/ou refutar os dados

do levantamento empírico e das demais informações colhidas nas entrevistas com os repórteres.

Ao final, percebe-se que boa parte das informações advindas das entrevistas dos repórteres e do diretor vai gerar um quadro de concepções entre esses profissionais que são importantes porque reforçam a compreensão geral do *frame* sensacionalista, da construção de representações sociais sobre pobreza e violência e sobre o debate da conduta ética do jornalista.

CAPÍTULO 4

JORNAL CIFORM: ANÁLISE DO CONJUNTO

Neste capítulo são apresentadas e analisadas as principais unidades de registros recortadas dos 39 conjuntos sensacionalistas do *Jornal Ciform* de 2008 a 2012. Elas estão agrupadas conforme as categorias do enquadramento, da representação social e do confronto ético. Quando discutiremos representação social, vamos adicionar ao debate as falas das fontes publicadas nas notícias porque elas vão auxiliar na construção das representações. Também trataremos das vozes dos repórteres do *Ciform*. Realizamos entrevistas com aqueles que assinaram notícias sensacionalistas e também com o diretor de jornalismo. As entrevistas ajudam a entender o confronto ético e também colaboram na compreensão da construção do *framing* sensacionalista e das representações sociais.

4.1 – O enquadramento sensacionalista

4.1.1 – Condição episódica

Esta categoria de análise, conforme os indicadores utilizados nos 39 conjuntos sensacionalistas investigados, revelou-se importante para questionar a seguinte hipótese: a notícia sensacionalista era apenas episódica. Ou seja, o sensacionalismo se realiza apenas diante de acontecimentos isolados, de um fato anedótico e sem contextualizações políticas e sociais. No entanto, a pesquisa empírica revelou que nem todo o *corpus* sensacionalista estava fundado tão somente em notícias episódicas (**ver tabela 2**).

Tabela 2 – Enquadramento – condição episódica

Condição episódica																	
2008			2009			2010			2011			2012			Total		
C	Ep	%	C	Ep	%	C	Ep	%	C	Ep	%	C	Ep	%	C	Ep	%
12	11	91,6	08	07	87,5	07	04	57,1	08	08	100	04	03	91,6	39	33	84,6

Fonte: Pesquisa de campo

Legenda: C – Conjunto pesquisado; Ep – Condição episódica; % - Conjunto pesquisado X Episódica

De fato, a grande maioria da construção das notícias sensacionalistas ocorre diante de acontecimentos episódicos (**ver quadro 2**), sendo este enquadramento aquele que “simplifica problemas complexos para o nível de evidência anedótica” (IYENGAR, 1991, pp. 136).

Quadro 2 - Enquadramento – condição episódica

Título	Data	Condição episódica
“FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO”	03/03/2008	Todos esses conjuntos tiveram apenas um acontecimento isolado que motivou a notícia e a consequente manchete. A condição episódica ficou configurada também porque esses conjuntos sensacionalistas se basearam em fato único, sem maior contexto. Alguns são anedóticos, com poucas fontes ouvidas e com foco e responsabilização no indivíduo;
PIPITA MATA, ESTUPRA E ZOMBA DA POLÍCIA	17/03/2008	
PIPITA É MANDADO AOS QUINTOS DOS INFERNOS	24/03/2008	
“GRAÇAS A DEUS EU ACERTEI AQUELE CÃO” (PIPITA)	31/03/2008	
ABUSA DE MENINA DE OITO ANOS E DIZ QUE FOI SEDUZIDO	14/04/2008	
BROCHA E CORTA O PÊNIS	28/04/2008	
FÁBIO JÚNIOR E TERRA PRETA MATAM TRÊS E AMEAÇAM DOIS	23/06/2008	
CORNO E ASSASSINO BAIANO CAI ‘EM CANA’ EM SERGIPE	30/06/2008	
ADVOGADO TEVE OLHOS E LÍNGUA ARRANCADOS VIVOS	18/08/2008	
ESQUARTEJADOR DE CARIRA PODE TER FEITO CRIME IGUAL	22/09/2008	
ACUSADO DE ABUSAR MENINA DE 11 ANOS QUASE É LINCHADO	27/10/2008	
MATADOR PERIGOSO RONDA UMA CIDADE	09/03/2009	
ESCONDEU GRAVIDEZ E JOGOU BEBÊ NO LIXO	22/06/2009	
MÃE OBRIGA FILHO VOMITAR PEDRA DE CRACK PRA FUMAR	28/06/2009	
ASSASSINOU O IRMÃO COM OITO FACADAS	06/07/2009	
FEZ DA CASA DO SENHOR UMA BOCA DE FUMO	02/08/2009	
ABUSADA POR MOTORISTA DA ESCOLA DAS FREIRAS	27/09/2009	
ESTUPRA NAMORADA, MATA A SOGRA E PEGA PENA 44 ANOS	12/12/2009	
MULHER ‘CELEBRA’ NATAL MATANDO MARIDO; FILHA DE 3 ANOS VÊ TUDO	04/01/2010	
BANDIDAGEM TACA FOGO NA POLÍCIA DE SERGIPE	01/03/2010	
ABUSA DA FILHA POR 10 ANOS E FAZ TRÊS FILHOS	26/07/2010	
VIRGINDADE DA FILHA DE 11 ANOS É MOEDA PARA O CARCK	25/10/2010	
“EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA”	01/02/2011	
TARADINHO DE 14 ESTUPRA UMA SENHORA DE 65 ANOS	07/02/2011	
ABUSA NETINHA DE 3 ANOS E BOTA CULPA NA CACHAÇA	28/02/2011	
MATOU A AVÓ A FACÃOZADAS E DIZ: “NÃO ME ARREPENDO DO QUE FIZ”	28/03/2011	
MULHER FAZ ORGIA SEXUAL COM MENDIGOS E “MARIDO” VÊ TUDO	22/05/2011	
“ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”	26/09/2011	
ZÉ CAÇOLA, FILHO BRUTO, TENTA ESTUPRAR A MÃE	03/10/2011	
ESTUPRADOR DO BAIRRO AMÉRICA NO XILINDRÓ	21/11/2011	
APÓS 11 DIAS DE ANGÚSTIA, PAI RECEBE JONATHA MORTO	22/04/2012	
“TOQUEI FOGO NELA, DEPOIS JOGUEI ÁGUA E DEI SOCORRO”	04/06/2012	
PASTOR PAPA FIEL NO MOTEL E ESCANDALIZA	03/12/2012	

Fonte: Pesquisa de campo

No entanto, esta pesquisa encontrou o mesmo enquadramento, com todas as marcas sensacionalistas, em notícias indicativas da condição temática. É o que ocorre com seis conjuntos sensacionalistas da pesquisa (**ver quadro 3**). Um dos exemplos é o conjunto da manchete “ESTOU GRÁVIDA DO MEU PRÓRIO PAI” (08/10/2010). A

notícia foi distribuída em uma página e meia do jornal e apresenta três ocorrências isoladas de adolescentes que foram abusadas sexualmente por pais e parentes. O caso principal é de uma criança entrevistada pelo repórter e que afirma ter ficado grávida do pai. Há uma tentativa do jornal em tematizar o abuso sexual de crianças e adolescentes. Ocorre que esta ação não eliminou e nem reduziu a condição do enquadramento sensacionalista.

Quadro 3 – Enquadramento temático

Título	Data	Condição temática*
JORGE MANEQUIM, UM POLICIAL MATADOR QUE ESTÁ DE VOLTA	03/11/2008	O texto não apresenta apenas do caso de um policial civil de Sergipe que, acusado de vários crimes, estava de volta ao trabalho. A manchete é de uma longa reportagem de página inteira que trata da temática: a fragilidade do indulto de Natal para presos. O jornal denuncia que muitos detentos – vai relatando os casos individuais - que conseguem esse benefício não retornam mais à cadeia. Há responsabilização ao Governo.
PAIS FAZEM DAS FILHAS SUAS ESCRAVAS SEXUAIS	19/07/2009	A reportagem traz dois casos de violência sexual contra meninas que teriam sido praticados pelos pais. São eventos isolados que ocorreram no interior do Estado, mas que são reunidos em uma reportagem de página.
“ESTOU GRÁVIDA DO MEU PRÓPRIO PAI”	08/02/2010	É uma longa reportagem com três ocorrências isoladas de adolescentes em Sergipe que foram abusadas sexualmente por pais e parentes. O caso principal é de uma criança que é entrevista pelo jornal e que afirma ter ficado grávida do pai.
“SE MEU FILHO MORRESSE HOJE ME SERIA UM ALÍVIO”	12/04/2010	Relato de várias mães e parentes de vítimas das drogas, especialmente do crack. O texto completo é uma junção de casos isolados que tenta discutir a dificuldade de lidar com o problema. A personagem principal é uma mãe de um viciado em crack.
JUNTOS E FELIZES ATÉ QUE O ASSASSINATO OS SEPARE	19/04/2010	É uma reportagem que faz o relato de vários assassinatos e tentativas de assassinatos contra mulheres e que os autores são maridos e namorados.
“MEU VIZINHO É TRAFICANTE E EU ENGULO SECO”	26/11/2012	O jornal faz uma reportagem de página inteira entrevistando moradores do bairro Santa Maria (periferia de Aracaju) para mostrar a relação de cumplicidade entre moradores e supostos criminosos (traficantes).

Fonte: Pesquisa de campo

* Informações do pesquisador diante dos jornais

A indicação dessa mescla entre enquadramentos episódicos e temáticos já tinha sido prevista. Eles “não são de todo excludentes, já que existem enquadramentos mistos em que mesclam feitos particulares e os dotados de contexto” (SÁDABA, 2007, p. 72).

Outro aspecto importante é que essa tematização não ocorreu dentro da própria notícia, mas também na opção do jornal por conteúdos recorrentes. Dos 39 conjuntos sensacionalistas nos cinco anos, em 22 deles (56,4%) o tema *sexo* está presente, às vezes como central na narrativa, além de violentos assassinatos e estupros (**ver quadro 4**). Poderíamos falar em um *framing* sensacionalista de sexualidade. No entanto,

necessário informar que a grande maioria das notícias sensacionalistas onde sexo é um importante componente é episódica. No máximo há um mosaico de vários casos episódicos num mesmo texto, dando a impressão uma discussão temática.

Quadro 4 – Em 22 conjuntos dos 39 o sexo está presente na trama

Data	Manchete do conjunto com indicação de sexo na narrativa
03/03/2008	“FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO”
17/03/2008	PIPITA MATA, ESTUPRA E ZOMBA DA POLÍCIA
24/03/2008	PIPITA É MANDADO AOS QUINTOS DOS INFERNOS
14/04/2008	ABUSA DE MENINA DE OITO ANOS E DIZ QUE FOI SEDUZIDO
28/04/2008	BROCHA E CORTA O PÊNIS
30/06/2008	CORNO E ASSASSINO BAIANO CAI ‘EM CANA’ EM SERGIPE
22/09/2008	ESQUARTEJADOR DE CARIRA PODE TER FEITO CRIME IGUAL
27/10/2008	ACUSADO DE ABUSAR MENINA DE 11 ANOS QUASE É LINCHADO
22/06/2009	ESCONDEU GRAVIDEZ E JOGOU BEBÊ NO LIXO
19/07/2009	PAIS FAZEM DAS FILHAS SUAS ESCRAVAS SEXUAIS
27/09/2009	ABUSADA POR MOTORISTA DA ESCOLA DAS FREIRAS
12/12/2009	ESTUPRA NAMORADA, MATA A SOGRA E PEGA PENA 44 ANOS
08/02/2010	“ESTOU GRÁVIDA DO MEU PRÓPRIO PAI”
19/04/2010	JUNTOS E FELIZES ATÉ QUE O ASSASSINATO OS SEPARE
26/07/2010	ABUSA DA FILHA POR 10 ANOS E FAZ TRÊS FILHOS
25/10/2010	VIRGINDADE DA FILHA DE 11 ANOS É MOEDA PARA O CARCK
01/02/2011	“EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA”
07/02/2011	TARADINHO DE 14 ESTUPRA UMA SENHORA DE 65 ANOS
28/02/2011	ABUSA NETINHA DE 3 ANOS E BOTA CULPA NA CACHAÇA
22/05/2011	MULHER FAZ ORGIA SEXUAL COM MENDIGOS E “MARIDO” VÊ TUDO
26/09/2011	“ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”
03/10/2011	ZÉ CAÇOLA, FILHO BRUTO, TENTA ESTUPRAR A MÃE
21/11/2011	ESTUPRADOR DO BAIRRO AMÉRICA NO XILINDRÓ
04/06/2012	“TOQUEI FOGO NELA, DEPOIS JOGUEI ÁGUA E DEI SOCORRO”
03/12/2012	PASTOR PAPA FIEL NO MOTEL E ESCANDALIZA

Fonte: Pesquisa de campo

Um aspecto marcante é que no enquadramento episódico a responsabilidade é individual por algum problema, pelo desvio, pela aberração. É o caso da sequência de quatro manchetes principais da capa do *Cinform* em 2008 (de 03/03 a 31/03) sobre um suposto criminoso, identificado como “Pipita”. A personagem parece surgir do nada, não tem contexto, passa a cometer crimes sem explicação e, em razão de uma mobilização midiática, as forças policiais são estimuladas a realizar uma caçada para a execução do suposto criminoso. Para Colling (2011, p. 99) esta de personalização dramática dissimula “problemas procedentes do próprio sistema político, reforçando as estruturas de poder existentes” (COLLING, 2001, p. 99).

Percebemos ainda que a condição episódica verificada na pesquisa se insere ao que defende Angrimani (1995, p. 102) quando afirma que o formato “destaca elementos insignificantes e valoriza conteúdos isolados”. Atestamos, por exemplo, na manchete

MULHER ‘CELEBRA’ NATAL MATANDO MARIDO; FILHA DE 3 ANOS VÊ TUDO. O fato do assassinato é menos importante. Destaca o jornal o detalhe de que o crime ocorreu no Natal e a morte vira uma espécie de “celebração” para o periódico, onde a filha do casal viu o pai morto e falou com ele. Ou seja, há a construção social de uma realidade enquadrada de forma sensacionalista que, inclusive pode não ter nem ocorrido, mas que o leitor é levado vivê-la como real.

A título de exemplo, apresentamos duas capas Cinform que revelam essa condição episódica (ver figuras 7 e 8).



Figura 7 – Capa Cinform (22/06/2009)



Figura 8 – Capa do Cinform (25/10/2010)

4.1.2 Impacto humano

Quanto à categoria de impacto humano, a pesquisa identificou que em todos os 39 conjuntos sensacionalistas ela se faz presente (ver tabela 3). O impacto humano é caracterizado pela divulgação dos acontecimentos com histórias humanas, mas que choca e surpreende em razão do máximo desvio, do absurdo, do exagero, das histórias humanas que de tão desviantes levam ao desumano. É um fato noticiado muito além do que é esperado e que pode ocorrer em abordagens episódicas ou temáticas.

Tabela 03 – Enquadramento de impacto humano

Impacto humano																	
2008			2009			2010			2011			2012			Total		
C	Ih	%	C	Ih	%	C	Ih	%	C	Ih	%	C	Ih	%	C	Ih	%
12	12	100	08	08	100	07	07	100	08	08	100	04	04	100	39	39	100

Fonte: Pesquisa de campo

Legenda: C – Conjunto pesquisado; Ih – Impacto humano; % - Conjunto pesquisado X Impacto humano

O importante no enquadramento de impacto humano é que ele está vinculado à necessidade de provocar, quando da divulgação, algum tipo de envolvimento emocional do público, da audiência, isto é, esse enquadramento auxilia na construção de uma realidade social em que o leitor se envolve concretamente, exibindo sentimentos passionais, como repulsa, raiva, ódio, indignação, desejo de vingança, sorriso, pena. Em muitos conjuntos sensacionalistas, o próprio texto da manchete da capa do jornal já possui um indicativo para o impacto humano (**ver quadro 5**).

Quadro 5 – Alguns exemplos de enquadramento de impacto humano

Data	Manchete do conjunto	Unidades de impacto na notícia*
03/03/2008	“FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO”	<i>Pipita é estuprador sanguinário; ele quer estuprar a assassinar a prefeita de Tomar do Geru; usou uma menina por 12 dias seguidos sem pena.</i>
18/08/2008	ADVOGADO TEVE OLHOS E LÍNGUA ARRANCADOS VIVOS	<i>Ainda vivo teve a língua cortada e os olhos e ouvidos perfurados</i>
22/06/2009	ESCONDEU GRAVIDEZ E JOGOU BEBÊ NO LIXO	<i>Ao parir, jogou a filha num matagal dentro de um saco de feira; chocou a comunidade;</i>
28/06/2009	MÃE OBRIGA FILHO VOMITAR PEDRA DE CRACK PRA FUMAR	<i>Quando viu a polícia a mãe mandou o filho engolir a pedra de crack. Depois que a polícia passou, mandou o filho vomitar a pedra e ela fumou;</i>
25/10/2010	VIRGINDADE DA FILHA DE 11 ANOS É MOEDA PARA O CARCK	<i>Mãe prostituta e viciada vendeu a virgindade da filha de apenas 10 anos; em Sergipe a situação é desesperadora.</i>
26/09/2011	“ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”	<i>“Retirei os órgãos dela e estraçalhei com uma faca. Arranquei o coração e cravei a faca na boca dela”</i>
04/06/2012	“TOQUEI FOGO NELA, DEPOIS JOGUEI ÁGUA E DEI SOCORRO”	<i>Mulher grávida de 8 meses; ele jogou álcool, riscou o fósforo e ateou fogo na mulher que estava no sofá.</i>

Fonte: Pesquisa de campo * Texto publicado pelo jornal

Essa opção do *Cinform* por conteúdos e narrativas de impacto humano na capa e na notícia, associa-se ao que Pedroso (2001, p.50, grifo nosso) lembra como uma das principais características da prática sensacionalista: desenvolver “uma carga suficiente de

interesse humano, curiosidade, fantasia, *impacto*, raridade, humor, espetáculo, para causar uma tênue sensação de algo vivo”.

Observamos também que os dados selecionados nesta pesquisa para a categoria de impacto humano estão inseridos nas formulações Amaral (2006, p. 21), quando ela garante que o sensacionalismo tem servido para caracterizar inúmeras estratégias da mídia em geral, a exemplo da “exploração do interesse humano”.

Nos estudos do *frame*, Semetko e Valkenburg (2000) já tinham identificado cinco tipos de enquadramento, e um deles é o de “interesse humano”, que traz um rosto humano, uma história de um indivíduo, ou um ângulo emocional na apresentação de um evento, de uma questão ou de um problema. É o que certificamos em ADVOGADO TEVE OLHOS E LÍNGUA ARRANCADOS VIVOS (18/08/2008), onde o repórter eleva à condição central da narrativa informações que impactam, a exemplo: “*olhos e língua arrancados vivos*”; “*língua cortada e os olhos e ouvidos perfurados*”.

Também Neuman *et al.* (1992) relacionou quatro tipos de enquadramentos mais utilizados pelos meios de comunicação numa relação direta com a audiência e entre eles estava exatamente o de “impacto humano”. Podemos perceber ainda que há diálogo com a formulação de Goffman (2012), de que histórias de interesse humano fornecem “uma dramaticidade apenas toscamente sustentadas”, sendo que cada uma delas “é uma combinação entre o *experimentum crucis* e um espetáculo de feira” (GOFFMAN, 2012, p. 38). A manchete “ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO” (29/06/2011) corrobora com essa análise. Nela, o suposto criminoso teria dado o tom do impacto: “*Retirei os órgãos dela e estraçalhei com uma faca. Arranquei o coração e cravei a faca na boca dela*”.

Observamos que esse impacto humano ganha força quando aparecem frases entre aspas das vítimas de violência e dos acusados de crimes. As falas das fontes auxiliam no enquadramento e na construção de representações sociais, como será observado adiante. As falas estão no título, mas também no corpo da notícia. Para exemplificar, reproduzimos duas capas do jornal com enquadramento de impacto humano (**ver figuras 9 e 10**).



Figura 9 – Capa do Cinform (29/09/2011)



Figura 10 – Capa do Cinform (04/06/2012)

4.1.3 – Moralidade

De forma episódica ou não, o *framing* de impacto humano sensacionalista vai ter outro ingrediente: a moralidade em seu conteúdo e narrativa. Consideramos nesta pesquisa que a categoria moralidade é caracterizada pelo acontecimento apresentado de forma a marcar a oposição entre bem e mal, onde há sempre um mal, um inferno, um diabo, às vezes justificado por preceitos, valores e doutrinas religiosas. Este quadro de moralidade foi encontrado em todos os 39 conjuntos sensacionalistas no *Cinform*, entre os anos de 2008 a 2012 (ver tabela 4).

Tabela 4 – Enquadramento de moralidade

Moralidade																	
2008			2009			2010			2011			2012			Total		
C	M	%	C	M	%	C	M	%	C	M	%	C	M	%	C	M	%
12	12	100	08	08	100	07	07	100	08	08	100	04	04	100	39	39	100

Fonte: Pesquisa de campo

Legenda: C – Conjunto pesquisado; M – Moralidade; % - Conjunto pesquisado X Moralidade

Constatamos que, em alguns dos conjuntos sensacionalistas pesquisados no *Cinform*, a moralidade é mais explícita na construção narrativa. (ver quadro 6).

Na manchete, BROCHA E CORTA O PÊNIS (28/04/2008), o discurso é pouco informativo. A abordagem é de uma moral machista, a começar pela expressão “brocha” no título. Na notícia há outros exemplos: *O autor da presepada agiu depois de ser chamado de “viado” pela parceira, o que é uma grande ofensa; uma vizinha disse que ele brochou porque não encontrou uma mulher de verdade; “acho que falhar não é normal”; ele precisa ter acompanhamento para se manter homem mesmo sem seu instrumento de trabalho.* Esse quadro indica a necessidade de dar visibilidade a uma possível atitude pessoal para ser colocada em julgamento público, isto é, é um *framing* que “é um convite persuasivo (...) de modo que um julgamento moral de uma pessoa pode vir mais facilmente em toda mente do receptor” (VAN GORP, 2007, p. 73).

Quadro 6 – Exemplos de enquadramento de moralidade

Data	Manchete do conjunto	Unidades de registro para moralidade*
28/04/2008	BROCHA E CORTA O PÊNIS	<i>O autor da presepada agiu depois de ser chamado de “viado” pela parceira, o que é uma grande ofensa; uma vizinha disse que ele brochou porque não encontrou uma mulher de verdade; “acho que falhar não é normal”; ele precisa ter acompanhamento para se manter homem mesmo sem seu instrumento de trabalho;</i>
02/08/2009	FEZ DA CASA DO SENHOR UMA BOCA DE FUMO	<i>Jorge, bastante mal intencionado ou pecador ser precedentes; sem nenhum pudor, fez da Casa do Senhor um ponto de maconha; Jorge não é nenhum santo.</i>
26/07/2010	ABUSA DA FILHA POR 10 ANOS E FAZ TRÊS FILHOS	<i>“Ele é o satanás”; “ele transformou minha vida num inferno”; “estava possuído pelo diabo”.</i>
01/02/2011	“EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA”	<i>Barraco constrangedor entre um homem casado e sua amante; mesmo traída, mulher o perdoo; sempre foi um bom esposo, um bom pai, um bom marido e um bom profissional. Pacato; “sou de boa família. Peço que orem por mim”; bom mestre, amigo, pai e filho, mas pode ter falhado como esposo; “Sempre dei lição de moral”.</i>
02/08/2011	MULHER FAZ ORGIA SEXUAL COM MENDIGOS E “MARIDO” VÊ TUDO	<i>Ela é branca, cabelos nos ombros e corpo sexualmente cheio. Coisa para mendigo nenhum reclamar; Ela – branca – arrebanha em torno do seu sexo um grupo de homens de rua, mendigos mesmo; sob uma ética mais ressaltada para a moral e os bons costumes, a cena é muitíssimo imprópria e quase abjeta.</i>
03/12/2012	PASTOR PAPA FIEL NO MOTEL E ESCANDALIZA	<i>Ex-presidiário que se entregou a Cristo; arrastou uma fiel casada para um motel, comeu a carne proibida e filmou tudo; a honra de duas famílias foi jogada na lata do lixo; a desonra está disponível para o mundo; ele andava com a bíblia na mão; a história de adultério chocou à população; ato de desrespeito à família e a igreja.</i>

Fonte: Pesquisa de campo * Texto publicado pelo jornal

O enquadramento de moralidade encontrado nos 39 conjuntos sensacionalistas está alinhado aos quadros que Semetko e Valkenburg (2000) identificaram para a interpretação de um evento, fazendo a associação à religião ou prescrições morais. Esse

mesmo *frame*, chamado de “juízo de valor moral” por Neuman *et al.* (1992), alia-se às prescrições sociais. É o que podemos observar na manchete PASTOR PAPA FIEL NO MOTEL E ESCANDALIZA (03/12/2012), onde o repórter afirma: *arrastou uma fiel casada para um motel, comeu a carne proibida e filmou tudo; ele andava com a bíblia na mão; ato de desrespeito à família e a igreja.*

Como atividade social e que é fruto de processos intersubjetivos, o jornalismo lida com julgamentos, principalmente reforçando os julgamentos públicos sedimentados socialmente. Nesse sentido, percebemos que nos conjuntos sensacionalistas pesquisados no *Cinform* há o desenvolvimento de uma espécie de “uma pedagogia moral (...) que, via dramatização, é colocada para apreciação e julgamento público”. Por exemplo, na manchete MULHER FAZ ORGIA SEXUAL COM MENDIGOS E “MARIDO” VÊ TUDO (02/08/2011), o jornal desenvolve uma longa narrativa moral em que os leitores são chamados a confirmar um julgamento já presumidamente definido na sociedade. Escreveu o repórter: *Ela – branca – arrebanha em torno do seu sexo um grupo de homens de rua, mendigos mesmo; sob uma ética mais ressaltada para a moral e os bons costumes, a cena é muitíssimo imprópria e quase abjeta.* Este discurso relaciona o que Angrimani (1995, p. 118) observou: o jornal sensacionalista usa um tom implacável que vai transformar as “palavras em instrumento de flagelação, castigando as pulsões transgressoras”. Ilustramos com outras capas do jornal (ver figuras 11 e 12).



Figura 11 – Capa do Cinform (02/08/2011)



Figura 12 – Capa do Cinform (01/02/2011)

4.1.4 – Estrutura textual simplificadora

Caracterizada pelo uso no texto de marcas de oralidade, frases feitas, slogans, chavões, metáforas, exemplos, de forma a compor uma atmosfera cultural mais próxima possível do público, da audiência, esse enquadramento, através da estrutura textual simplificadora, foi observado em quase todos os 39 conjuntos sensacionalistas. Os dados revelaram que em 92,3% de todo o *corpus* do *Cinform* ocorreu à aplicação de estruturas textuais simplificadoras (**ver tabela 5**). Ela foi registrada em muitas das manchetes da capa do jornal e nas narrativas das notícias.

Tabela 5 – Enquadramento através de estrutura textual simplificadora

Estrutura textual simplificadora																	
2008			2009			2010			2011			2012			Total		
C	Ts	%	C	Ts	%	C	Ts	%	C	Ts	%	C	Ts	%	C	Ts	%
12	10	83,3	08	07	87,5	07	07	100	08	08	100	04	04	100	39	36	92,3

Fonte: Pesquisa de campo

Legenda: C – Conjunto pesquisado; Ts – Texto simplificador; % - Conjunto pesquisado X Texto simples

Verificamos que ao usar em quase todas as edições pesquisadas as estruturas textuais simplificadoras, como expressões de oralidade, frases feitas, ditados populares, o jornal deduz que seu público-leitor poderá compreender melhor as ocorrências sem necessidade de maiores explicações, ou seja, a organização/repórter alinham seus mapas interpretativos da realidade ao da audiência para que o público esteja familiarizado com a notícia, num processo intersubjetivo de construção social da realidade.

Importante destacar que as várias estruturas textuais simplificadoras utilizadas pelo sensacionalismo estão articuladas com as demais categorias desse enquadramento, como episódica e temática, impacto humano, moralidade. É o que podemos chamar de um enquadramento pela forma.

Além dos exemplos apresentados (**ver quadro 7**), recorremos também a outras manchetes que trazem amplo uso dessas estruturas textuais simplificadoras. A manchete CORNO E ASSASSINO BAIANO CAI ‘EM CANA’ EM SERGIPE (30/06/2008) apresenta uma estrutura próxima ao jargão policial: *caiu em cana, caiu nas unhas da polícia, “a minha única bronca é essa”, foi fisgado pela polícia, ele acha que foi caboetado por alguém*. A narrativa, nessas condições, constrói uma realidade onde o

leitor poderá compreender o relato como se fosse ditado por uma autoridade policial, isto é, revestida de poder. As estruturas textuais simplificadoras exercem a função de familiaridade para o entendimento geral e superficial do ambiente.

Quadro 7 – Exemplos de enquadramentos através de estrutura textual simplificadora

Data	Manchete do conjunto	Unidades de estrutura textual simplificadora*
24/03/2008	PIPITA É MANDADO AOS QUINTOS DOS INFERNOS	<i>Quinto dos infernos; pedra de fel; se entoca como um tatu; lampiãozinho chinfrim; monstro com instinto de urubu; reinado de terror; presa fácil para a polícia.</i>
27/09/2009	ABUSADA POR MOTORISTA DA ESCOLA DAS FREIRAS	<i>Palco de cenas de terror; a menina entrou em casa como um foguete; era tanto sangue que parecia que tinha sangrado uma galinha; a menina não era perdida;</i>
08/02/2010	“ESTOU GRÁVIDA DO MEU PRÓPRIO PAI”	<i>Abusos crescem nos quatro cantos do Estado; o burburinho corre solto na cidade; o silêncio dos inocentes; não tem para onde correr; ele virou um lobisomem.</i>
26/07/2010	ABUSA DA FILHA POR 10 ANOS E FAZ TRÊS FILHOS	<i>Cabra sem vergonha; ele tem parte com o diabo; uma cara de pessoa muito sofrida; “ele tem uma coisa ruim no coração”; “atire a primeira pedra quem não tem pecado”</i>
01/02/2011	“EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA”	<i>Torou com uma dentada; os dois, destemperados; “ela já tirou sangue de mim várias vezes”; deu uma gravata nela; a língua pagou o preço; toda essa bagunça; beijos poderosos; ele está disposto a jogar tudo para cima;</i>
26/11/2012	“MEU VIZINHO É TRAFICANTE E EU ENGULO SECO”	<i>Engolir a seco; ganham o silêncio das comunidades; fazem vista grossa; filosofia paz e amor do tráfico; não rola nem briga nem confusão;</i>

Fonte: Pesquisa de campo * Texto publicado pelo jornal

Observamos na pesquisa que, como assinalaram Gamson e Modigliani (1989, p. 3), as estruturas textuais simplificadoras utilizadas no *Cinform* - metáforas, exemplos, slogans ou chavões - auxiliam o público como um pacote interpretativo, simplificador e constitutivo da realidade. As unidades de registro que foram encontradas no *corpus* da pesquisa estão agregadas aos recursos de enquadramento defendidos por Antunes (2009, p. 96-97) como metáforas, exemplos, frases feitas.

A manchete, “SE MEU FILHO MORRESSE HOJE ME SERIA UM ALÍVIO” (12/04/2010) traz os textos: *Santa Maria é um dos bairros onde o crack rola solto; as famílias é que sabem onde o calo aperta*. Em ABUSA DA FILHA POR 10 ANOS E FAZ TRÊS FILHOS (26/07/2010) o repórter utiliza uma série de expressões textuais simplificadoras que são significativas como exemplos: *Cabra sem vergonha; ele tem parte com o demônio; pai malvado; uma cara de pessoa muito sofrida; ele tem uma coisa ruim no coração; boca fechada; “Atire a primeira pedra quem não tem pecado”*. Ou seja, estabelece um enquadramento que pode estar vinculado ao “ao senso comum, mitos, jogos, fábulas” (MOTTA, 2007, p. 150).

Para exemplificar, apresentamos duas capas com utilização de estrutura textual simplificada na manchete principal: Em uma, o jornal usa a palavra “xilindró” (ver figura 13) e na outra a palavra “bota” (ver figura 14).



Figura 13 – Capa do Cinform (21/11/2011)



Figura 14 – Capado Cinform (28/02/2011)

4.1.5 Ênfase

Esta categoria, talvez, seja uma das principais para a construção de um *framing* sensacionalista porque ela acomoda, articula e se entrecruza com as demais, como a de impacto humano, a condição episódica, a moralidade, a estrutural textual simplificada. O enquadramento de ênfase se utiliza da notícia de impacto humano, das condições morais e enfatiza detalhes do evento, salienta-os, eleva informações periféricas dos bastidores ao patamar de objeto quase central na narrativa.

Percebemos que a ênfase, no caso do sensacionalismo, ocorre diante de fatos de impacto humano onde o detalhe é realçado, acentuando com vistas à audiência, isto é, com o objetivo de impressionar, chocar, provocar sentimentos. A ênfase é um processo de saliência e repetição de elementos pouco informativos para uma descrição factual. Nos estudos sobre o enquadramento, a ênfase já tinha sido identificada como um dos elementos centrais, conforme acentuou Gitlin (1980).

Diante dos 39 conjuntos sensacionalistas pesquisados, observamos que em todos eles a ênfase é uma marca central (**ver tabela 6**). Ela está na manchete da capa do jornal, mas também em grande parte do texto da notícia.

Tabela 6 – Enquadramento de ênfase

Ênfase																	
2008			2009			2010			2011			2012			Total		
C	Ef	%	C	Ef	%	C	Ef	%	C	Ef	%	C	Ef	%	C	Ef	%
12	12	100	08	08	100	07	07	100	08	08	100	04	04	100	39	39	100

Fonte: Pesquisa de campo

Legenda: C – Conjunto pesquisado; Ef – Ênfase; % - Conjunto pesquisado X Ênfase

São vários os exemplos nos 39 conjuntos de textos têm a ênfase como marca central. No entanto, além do texto da reportagem, percebemos que o enquadramento da ênfase começa pelo texto da manchete da capa e pela recorrência de temas que perpassam as várias edições (**ver quadro 8**). Para Maia e Vimieiro (2011), saliência é fazer uma parte da informação “mais notável, significativa ou memorável para a audiência”.

Quadro 8 – Exemplos de enquadramento de ênfase

Data	Manchete do conjunto	Unidades de registro de ênfase*
03/03/2008	“FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO”	<i>Ele estuprou uma dúzia de mulheres; “ele me usou de sete a oito vezes por dia. Era feito um jumento”; “não é para prender, é para matar e o primeiro tiro quero que seja meu”; “eu matava ele, cortava, colocava na panela”; o pânico toma conta de Sergipe porque ninguém consegue deter Pipita; mesmo com um exército de 70 homens, cavalaria e até helicóptero, ele foi morto por um vaqueiro de 71 anos; a morte de Pipita provocou uma sensação de alívio e paz em todo o estado; o herói de Sergipe.</i>
17/03/2008	PIPITA MATA, ESTUPRA E ZOMBA DA POLÍCIA	
24/03/2008	PIPITA É MANDADO AOS QUINTOS DOS INFERNOS	
31/03/2008	“GRAÇAS A DEUS EU ACERTEI AQUELE CÃO” (PIPITA)	
18/08/2008	ADVOGADO TEVE OLHOS E LÍNGUA ARRANCADOS VIVOS	<i>Os olhos foram arrancados e uma barra de ferro atravessou o crânio, enfiada de um ouvido a outro. A língua foi decepada. A repetição insistente desses detalhes.</i>
06/07/2009	ASSASSINOU O IRMÃO COM OITO FACADAS	<i>Valdemir perdeu a paciência, pegou a faca e desferiu oito golpes de faca contra o irmão na porta de casa, sendo seis no tórax e duas no pescoço.</i>
26/09/2011	“ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”	<i>Espalhou as vísceras nas paredes do galpão; a vítima recebeu uma facada no estômago; José pegou a faca, fez um corte na altura do peito e desceu até a região do umbigo; “retirei os órgãos dela e estraçalhei com uma faca”; “arranquei o coração, coloquei num plástico e cravei a faca na boca dela”; “mandei o dono do bar torrar e comi como tira-gosto”.</i>

Fonte: Pesquisa de campo * Texto publicado pelo jornal

Um caso exemplar é do que envolve o suposto criminoso Pipita. Ele seria mais um entre tantos jovens a cometer pequenos delitos em um município pobre de Sergipe. No entanto, o jornal descobre uma personagem que concede uma entrevista afirmando ter sido estuprada por Pipita. A entrevista ganha manchete principal da capa: “FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO” (03/03/2008). Nesse conjunto e na próxima edição, que teve a manchete da capa PIPITA MATA, ESTUPRA E ZOMBA DA POLÍCIA (17/03/2008) há uma ênfase, saliência e repetição de uma série de elementos informativos episódicos que configuraram uma realidade de um perigoso criminoso a solta ainda no interior, mas “que se aproximava de Aracaju” e que a polícia não estava conseguindo detê-lo. A ênfase era a tônica da narrativa: *Ele estuprou uma dúzia de mulheres; “ele me usou de sete a oito vezes por dia. Era feito um jumento”*; *“não é para prender, é para matar e o primeiro tiro quero que seja meu”*; *“eu matava ele, cortava, colocava na panela”*; *o pânico toma conta de Sergipe porque ninguém consegue deter Pipita*. Essa cobertura desenvolvida pelo jornal nesse caso aproxima com o que defendeu Entman (1993, p. 52), isto é que os enquadramentos podem ser verificados “por meio da repetição, focalização e associações reforçadoras, palavras e imagens, e isso torna uma interpretação básica mais rapidamente discernível e memorável que outras”.

Pipita é encontrado no dia 21 de março de 2008 e assassinado a golpes de foice por um vaqueiro. Logo após a polícia chega e também executa o suposto criminoso. O jornal sai na segunda-feira, dia 24 com a manchete PIPITA É MANDADO AOS QUINTOS DOS INFERNOS (**ver figura 15**). Na capa, o troféu: uma enorme foto do cadáver de acusado. Além da ênfase da manchete da capa, no texto: *mesmo com um exército de 70 homens, cavalaria e até helicóptero, ele foi morto por um vaqueiro de 71 anos; a morte de Pipita provocou uma sensação de alívio e paz em todo o estado*. Na edição seguinte, em 31 de março, a manchete da capa foi “GRAÇAS A DEUS EU ACERTEI AQUELE CÃO”, o vaqueiro que é tratado como *o herói de Sergipe*. Este enquadramento sensacionalista verificado incorpora o que afirmou Angrimani (1995, p. 40): “A edição não pode cortar a imagem da mãe que chora desesperada a morte de seu filho. Ao contrário, deve, de preferência, mostrar o cadáver ou o sangue no chão”.

Os 39 conjuntos sensacionalistas selecionados trazem as marca da ênfase. Na manchete, ZÉ CAÇOLA, FILHO BRUTO, TENTA ESTUPRAR A MÃE (03/10/2011), a

ênfase é dada a partir das falas da vítima, mãe do acusado: “*Pedi pelo amor de Deus que ele parasse com tanta bolinagem para cima de mim*” (ver figura 16). No conjunto, “ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO” (26/09/2011), o jornal enfatiza os detalhes de maior impacto, a começar pelo texto da manchete e que se estende pelo texto da notícia: *Espalhou as vísceras nas paredes do galpão; a vítima recebeu uma facada no estômago; José pegou a faca, fez um corte na altura do peito e desceu até a região do umbigo; “retirei os órgãos dela e estraçalhei com uma faca”*. Uma narrativa que enquadrada “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 e construção do real social” (PEDROSO, 2001, p. 122).



Figura 15 – Capa do Cinform (24/03/2008)



Figura 16 – Capa do Cinform (03/09/2011)

4.1.6 – Apresentação visual

Um dos componentes importantes que foi observado nesta pesquisa para auxiliar na configuração de um enquadramento sensacionalista é o que chamamos de apresentação visual. Nesta categoria foi considerada a exposição do texto no jornal e o seu tamanho em relação à página inteira. Também se observou a utilização de cores e,

principalmente a existência de fotografias, ilustrações, charges, gráficos. Percebemos que a apresentação visual, dentro do enquadramento sensacionalista, tem a função parecida com a desenvolvida com a estrutura textual simplificadora, ou seja, essas suas categorias estão vinculadas pela forma e auxiliam na construção social de uma realidade onde a audiência deve compreender sem complexidade o mundo “real” que o circunda.

Na pesquisa, em 38 dos 39 conjuntos sensacionalistas foi registrada a presença de foto e/ou ilustrações (**ver tabela 7**).

Tabela 7 – Enquadramento por apresentação visual

Apresentação visual																	
2008			2009			2010			2011			2012			Total		
C	Av	%	C	Av	%	C	Av	%	C	Av	%	C	Av	%	C	Av	%
12	11	91,6	08	08	100	07	07	100	08	08	100	04	04	100	39	38	97,4

Fonte: Pesquisa de campo

Legenda: C – Conjunto pesquisado; Av – Apresentação visual; % - Conjunto pesquisado X Apresentação

Neste tópico, apresentamos alguns casos exemplares do uso da apresentação visual para configurar o enquadramento sensacionalista. Em PIPITA É MANDADO AOS QUINTOS DOS INFERNOS (24/03/2008) merece destaque a foto na capa onde aparece o cadáver do suposto criminoso como uma espécie de troféu da ordem, depois de uma caçada policial, que resultou em sua execução (**ver figura 17**). Não bastava o informar que Pipita tinha sido morto. Era preciso mostrar a foto do cadáver na capa. Lembremos Amaral (2005. p. 07) quando afirma que o sensacionalismo apresenta uma “ linguagem é baseada em imagens e pobre em conceitos e os conflitos histórico-sociais são apresentados como interpessoais”.



Figura 17 – Foto do cadáver de Pipita - Cinform (24/03/2008)

Outra capa que envolve assassinato e chama a atenção pela apresentação visual é a da manchete MULHER ‘CELEBRA’ NATAL MATANDO MARIDO; FILHA DE 3 ANOS VÊ TUDO (04/01/2010) (ver figura 18), onde a foto da capa – uma mulher feliz segurando uma criança nos braços – leva o leitor a fazer a imediata e errônea associação entre a manchete e a foto. Na realidade, a foto não tem nenhuma relação com a manchete. A foto se refere a uma reportagem de comportamento sobre os gastos com crianças. O jornal não utiliza nenhum recurso gráfico para separar os dois conteúdos.



Figura 18 – Foto de mulher e criança - sem relação com a manchete

O impacto humano, a ênfase, a moralidade, a oralidade no enquadramento sensacionalista vão ganhar força interpretativa com o uso de imagens, fotos, com a apresentação visual. Não basta contar uma excelente história do ponto de vista do exagero. A foto é fundamental, seja da vítima, seja do acusado. Da vítima, apresentamos alguns exemplos. Na manchete, “EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA” (01/02/2011), o jornal consegue e estampa na capa a foto vítima com a boca aberta e a língua ferida (ver figura 19). Em ABUSADA POR MOTORISTA DA ESCOLA DAS FREIRAS (27/10/2009) há a foto da criança vítima também na capa (ver figura 20). Na manchete,

JUNTOS E FELIZES ATÉ QUE O ASSASSINATO OS SEPRE (19/04/2010), o *Cinform* consegue localizar uma vítima de uma tentativa de homicídio, ao que parece se ainda se recuperando da agressão, e sua foto ganha na capa (**ver figura 21**).



Fig. 19 – Foto capa em 01/02/2011



Fig. 20 – Foto capa em 27/10/2009



Fig. 21 – Foto em 19/04/2010

Outro tipo de foto recorrente é dos acusados de crime. Elas são fundamentais para configuração do tipo criminal e auxiliam sobremaneira no processo de constituição do enquadramento sensacionalista. Em “ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO” (29/09/2011) o jornal publica a foto do acusado na capa e essa foto ganha tons vermelhos como se simulasse sangue (**ver figura 22**). Em cima da foto, a frase: *Fala monstro*. O texto da própria manchete fica em cima da foto. Na manchete ABUSA DA NETINHA DE 3 ANOS E BOTA CULPA NA CACHAÇA (28/02/2011) o *Cinform* faz uma foto do acusado, atrás das grades e no canto inferior esquerdo da foto há uma pequena garrafa pode levar o leitor a entender que é de cachaça (**ver figura 23**). Em MATOU A AVÓ A FACÃOZADAS E DIZ: “NÃO ME ARREPENDO DO QUE FIZ” (28/03/2011) a imagem do acusado que teria dito não ter arrependimento aparece na capa do jornal. Ele apresenta uma fisionomia de sorriso (**ver figura 24**).



Figura 22 – Foto na capa do *Cinform* em 29/09/2011



Figura 23 – Foto na capa do Cinform em 28/02/2011



Fig. 24 – Foto capa em 23/08/2011

Quando parece impossível encontrar uma “boa” foto para a apresentação visual desse enquadramento sensacionalista, o jornal se utiliza de desenhos que levam os leitores a imaginar as cenas do evento. Isso ocorreu na manchete “FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO” (03/03/2008). Sem foto dos atos de estupro, o jornal publica uma tira com várias cenas desenhadas do crime, numa tentativa de reconstruir os detalhes dos estupros. O mesmo ocorreu no conjunto sensacionalista MULHER FAZ ORGIA SEXUAL COM MENDIGOS E MARIDO VÊ TUDO (02/05/2011). Como as imagens captadas pelas câmeras de segurança da cidade não estavam nítidas, o jornal faz uma ilustração para levar o leitor a imaginar o acontecimento (**ver figura 25**), isto é, confirmando-se o que Gamson e Modigliani (1989, p. 3) já haviam indicado: que as “imagens visuais” são um dos dispositivos que são acionados para formatar o enquadramento.



Figura 25 – Ilustração na capa do Cinform em 02/05/2011

4.1.7 – Resultado geral do enquadramento

Ao analisar todos os 39 conjuntos sensacionalistas, consideramos que ocorreu um enquadramento sensacionalista no *Jornal Cinform* entre 2008 a 2012. Esse *framing* se verificou diante de acontecimentos com alto grau de dramaticidade e envolviam temas de violência, como crimes, agressões, estupros. Um dos componentes com grande saliência entre eles é a sexualidade, que esteve presente em 56,4% das notícias.

Os dados finais da pesquisa revelam a existência do enquadramento (**ver tabela 8**) sensacionalista, mas é fundamental garantir que ele é resultado de um processo articulado entre os vários quadros: condição episódica e/ou temática, impacto humano, moralidade, estrutura textual simplificadora, apresentação visual e, principalmente, a ênfase. Todas essas categorias de quadro contribuem e recebem contribuições num processo interpretativo e construtivo da uma determinada realidade. Há um modo próprio e padrão do jornal atuar diante de determinadas ocorrências dramáticas e violentas, com um forte indicativo de sexo. Entrecruzando características de ênfase, impacto humano, moralidade, narrativa oralizada e forma de apresentação visual o jornal terá uma notícia com amplas condições de suscitar no leitor curiosidade e os mais variados sentimentos emocionais e passionais.

Os resultados do enquadramento sensacionalista nos leva a compreender que as notícias não são apenas um produto desprezioso do jornalismo. Elas, devidamente enquadradas, são um vivo, complexo e intenso fenômeno inserido no processo social intersubjetivo, que acaba contribuindo na construção de mundo presente, concretizando nossa percepção de uma vida “real”, assim como afirma Franciscato (2005 p. 20): “o jornalismo não apenas produz relatos sobre eventos, mas sua inserção social faz com que ele esteja imerso no processo de construção da experiência social do presente”.

Consideramos a existência do enquadramento sensacionalista porque em cada uma das categorias de análise encontramos um número superior a 50% ao número absoluto do conjunto sensacionalista. Assim, com base na observação das ocorrências e frequências, chegamos à conclusão da existência desse típico enquadramento.

Tabela 8 – Resumo geral do enquadramento sensacionalista – *Jornal Cinform* – 2008 a 2012

ANO	CONJUNTO SENSACIONALISTA ¹	EPISÓDICO	IMPACTO HUMANO	MORALIDADE	ESTRUTURA SIMPLIFICADORA TEXTUAL	ÊNFASE	APRESENTAÇÃO VISUAL	ENQUADRAMENTO SENSACIONALISTA ²
2008	12	11	12	12	10	12	11	SIM
2009	08	07	08	08	07	08	08	SIM
2010	07	04	07	07	07	07	07	SIM
2011	08	08	08	08	08	08	08	SIM
2012	04	03	04	04	04	04	04	SIM
05 anos	39	33 (84,6%)	39 (100%)	39 (100%)	36 (92,3%)	39 (100%)	38 (97,4%)	SIM

Fonte: Pesquisa de campo

Conjunto sensacionalista - Composto por: texto da manchete principal da capa, texto da chamada na capa, texto da notícia sobre a manchete no jornal, apresentação visual (foto, ilustração, charge).

Enquadramento sensacionalista - Considera-se que há enquadramento quando em cada categoria (episódico, impacto humano, moralidade, estrutura simplificadora textual, ênfase e apresentação visual) se encontra um número superior a 50% do número absoluto do conjunto sensacionalista de cada ano.

4.2 – Representação social e criminalização da pobreza

4.2.1 – Localização geográfica

Nesta categoria observamos as mais diversas marcações nas manchetes e nas notícias que revelavam onde ocorreram os acontecimentos violentos, os locais de moradia das vítimas, dos acusados e de seus parentes, como áreas de periferia, bairros afastados, centro da cidade, povoados pobres de municípios do interior do estado. A primeira constatação é de que em todos os 39 conjuntos sensacionalistas há claras identificações geográficas (**ver tabela 9**). No entanto, o dado que se mostrou relevante na pesquisa é que em 82,2% das notícias/reportagens pesquisadas, o ambiente geográfico onde o evento violento ocorreu era a periferia de cidades, localidades da Grande Aracaju e povoados pobres do interior do Estado (**ver tabela 10**). Assim, parece ser pertinente ainda hoje uma observação de Marocco (2004, p. 22): que no início do século XX, “os jornais estabeleciam um mapa da presença dos indivíduos, reconhecendo

como perigosos certos trajetos por onde circulavam e como impróprios os lugares em que viviam”.

Tabela 9 – Localização geográfica

Localização geográfica																	
2008			2009			2010			2011			2012			Total		
C	Lg	%	C	Lg	%	C	Lg	%	C	Lg	%	C	Lg	%	C	Lg	%
12	12	100	08	08	100	07	07	100	08	08	100	04	04	100	39	39	100

Fonte: Pesquisa de campo - Legenda: C – Conjunto pesquisado; Lg – Localização geográfica; % - Conjunto pesquisado X Localização geográfica

Tabela 10 – Descrição geográfica

Locais	2008	2009	2010	2011	2012	Total	% 39 conj
Periferia da capital /Grande Aracaju	8	4	4	2	4	22	56,4
Povoados/pobreza	4	3	3	2	0	12	30,7
Centro da cidade	0	0	1	1	0	2	5,1
Sem identificação com pobreza	0	2	0	3	1	6	15,3

Fonte: Pesquisa de campo

Esta identificação geográfica é fundamental no processo de ancoragem para estabelecer a associação entre pobreza e violência. Percebemos que o *Cinform* não apenas aponta o local da ocorrência, uma atitude esperada na produção noticiosa, mas sempre o “qualifica”, ancora. Por exemplo, na manchete “MEU VIZINHO É TRAFICANTE E SEU ENGULO A SECO” (26/11/2012), o jornal revela quais os locais aonde o *crack* rola solto e aonde os moradores têm um pacto de convivência e de conivência com traficantes: *Santa Maria, periferia de Aracaju, de Nossa Senhora do Socorro e São Cristóvão, na Vila da Miséria, Baixa da Cachorrinha, Sovaco da Gata, Beco da Caçola*. Na manchete “SE MEU FILHO MORRESSE HOJE ME SERIA UM ALÍVIO” (12/04/2010) o jornal detalha geograficamente a localização do problema: *o crack sempre foi das classes menos favorecidas, dos guetos e de pequenos núcleos da periferia. (ver quadro 9).*

Quadro 9 – Descrição geográfica

Data	Manchete do conjunto	Unidades de registro de descrição geográfica
03/03/2008	“FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO”	<i>Município de Tomar do Geru e região centro-sul de Sergipe; Ele atua nas áreas rurais pobres e na periferia;</i>
17/03/2008	PIPITA MATA, ESTUPRA E ZOMBA DA POLÍCIA	
24/03/2008	PIPITA É MANDADO AOS QUINTOS DOS INFERNOS	
31/03/2008	“GRAÇAS A DEUS EU ACERTEI AQUELE CÃO” (PIPITA)	
14/04/2008	ABUSA DE MENINA DE OITO ANOS E DIZ QUE FOI SEDUZIDO	<i>Bairro Jacintinho, periferia de Maceió/AL..</i>
28/04/2008	BROCHA E CORTA O PÊNIS	<i>Povoado Romão, Boquim.</i>
23/06/2008	FÁBIO JÚNIOR E TERRA PRETA MATAM TRÊS E AMEAÇAM DOIS	<i>Loteamento Recanto dos Pássaros, um local de difícil acesso e esquecido.</i>
30/06/2008	CORNO E ASSASSINO BAIANO CAI ‘EM CANA’ EM SERGIPE	<i>Bairro Santa Maria.</i>
18/08/2008	ADVOGADO TEVE OLHOS E LÍNGUA ARRANCADOS VIVOS	<i>Zona rural de Laranjeiras</i>
22/09/2008	ESQUARTEJADOR DE CARIRA PODE TER FEITO CRIME IGUAL	<i>Periferia de Carira</i>
27/10/2008	ACUSADO DE ABUSAR MENINA DE 11 ANOS QUASE É LINCHADO	<i>Conjunto João Alves em Nossa Senhora do Socorro.</i>
03/11/2008	JORGE MANEQUIM, UM POLICIAL MATADOR QUE ESTÁ DE VOLTA	<i>Presídio do bairro América.</i>
09/03/2009	MATADOR PERIGOSO RONDA UMA CIDADE	<i>Povoado Fazenda Grande e bairro Luiz Conceição, ambos em Itabaiana.</i>
22/06/2009	ESCONDEU GRAVIDEZ E JOGOU BEBÊ NO LIXO	<i>Povoado pobre de Campo do Brito.</i>
28/06/2009	MÃE OBRIGA FILHO VOMITAR PEDRA DE CRACK PRA FUMAR	<i>Marcos Freire 3 em Nossa Senhora do Socorro</i>
06/07/2009	ASSASSINOU O IRMÃO COM OITO FACADAS	<i>Bairro Santos Dumont, periferia de Aracaju</i>
19/07/2009	PAIS FAZEM DAS FILHAS SUAS ESCRAVAS SEXUAIS	<i>Povoado Nossa Senhora de Lourdes, Itabaiana.</i>
02/08/2009	FEZ DA CASA DO SENHOR UMA BOCA DE FUMO	<i>Igreja católica do São Conrado, periferia da cidade.</i>
27/09/2009	ABUSADA POR MOTORISTA DA ESCOLA DAS FREIRAS	<i>Propriá.</i>
12/12/2009	ESTUPRA NAMORADA, MATA A SOGRA E PEGA PENA 44 ANOS	<i>Bairro Pereira Lobo, Aracaju.</i>
04/01/2010	MULHER ‘CELEBRA’ NATAL MATANDO MARIDO; FILHA DE 3 ANOS VÊ TUDO	<i>Povoado Maniçoba, Divina Pastora.</i>
08/02/2010	“ESTOU GRÁVIDA DO MEU PRÓPRIO PAI”	<i>Casa humilde em Santo Amaro das Brotas</i>
01/03/2010	BANDIDAGEM TACA FOGO NA POLÍCIA DE SERGIPE	<i>Bairro Lamarão, periferia.</i>
12/04/2010	“SE MEU FILHO MORRESSE HOJE ME SERIA UM ALÍVIO”	<i>Bairro Santa Maria, Lixeira da Terra Dura.</i>
19/04/2010	JUNTOS E FELIZES ATÉ QUE O ASSASSINATO OS SEPRE	<i>Mercado municipal, centro de Aracaju</i>
26/07/2010	ABUSA DA FILHA POR 10 ANOS E FAZ TRÊS FILHOS	<i>Povoado Sítio Novo, Itabaiana. Preso na periferia de Aracaju.</i>
25/10/2010	VIRGINDADE DA FILHA DE 11 ANOS É MOEDA PARA O CARCK	<i>São Cristóvão.</i>
01/02/2011	“EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA”	<i>Conjunto João Alves em Nossa Senhora do Socorro.</i>
07/02/2011	TARADINHO DE 14 ESTUPRA UMA SENHORA DE 65 ANOS	<i>Povoado Areia Branca.</i>
28/02/2011	ABUSA NETINHA DE 3 ANOS E BOTA CULPA NA CACHAÇA	<i>Nossa Senhora da Glória</i>
28/03/2011	MATOU A AVÓ A FACÃOZADAS E DIZ: “NÃO ME ARREPENDO DO QUE FIZ”	<i>Itabaiana</i>
22/05/2011	MULHER FAZ ORGIA SEXUAL COM MENDIGOS E “MARIDO” VÊ TUDO	<i>Centro de Aracaju</i>
26/09/2011	“ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”	<i>Arapiraca/AL, mas preso em Carmópolis.</i>
03/10/2011	ZÉ CAÇOLA, FILHO BRUTO, TENTA ESTUPRAR A MÃE	<i>Povoado Salobra, Simão Dias.</i>
21/11/2011	ESTUPRADOR DO BAIRRO AMÉRICA NO XILINDRÓ	<i>Bairro América</i>
22/04/2012	AÓS 11 DIAS DE ANGÚSTIA, PAI RECEBE JONATHA MORTO	<i>Bairro Santa Maria e São Cristóvão.</i>
04/06/2012	“TOQUEI FOGO NELA, DEPOIS JOGUEI ÁGUA E DEI SOCORRO”	<i>Parque dos Faróis em Nossa Senhora do Socorro</i>
26/11/2012	“MEU VIZINHO É TRAFICANTE E EU ENGULO SECO”	<i>Santa Maria, Vila da Miséria, Baixa da Cachorrinha, Sovaco da gata, Beco da Caçola</i>
03/12/2012	PASTOR PAPA FIEL NO MOTEL E ESCANDALIZA	<i>Canindé do São Francisco.</i>

A localização geográfica de certas ocorrências é um procedimento importante também para o estabelecimento de representações sociais. Berger e Luckmann (2013), por exemplo, defenderam que o acervo social do conhecimento que cada um de nós tem serve para que nós compreendamos e aceitamos, em certa medida, essa situação dada para mim e para os demais. “Sei que sou pobre, que por conseguinte não posso esperar viver num bairro elegante. Este conhecimento, está claro, é partilhado tanto por aqueles que são também pobres quanto por aqueles que se acham em situação mais privilegiada” (BERGER e LUCKMANN, 2013, p. 60).

Os dados de cada localização geográfica em toda a pesquisa (**ver quadro 9**), principalmente apontando a periferia como o *lugar do mal*, ancorando-a como uma representação social de referência para o crime, vai tornar esse ambiente familiar para todos, no entender de Moscovici (2010). Ocorre que a construção e/ou reafirmação de representações sociais, através das notícias, não seriam resultados de um fenômeno natural, ou seja, não seriam neutras e nem desinteressadas.

As localizações geográficas reconhecidas nos conjuntos sensacionalistas desta pesquisa estão conectadas com outras categorias de análise para a construção e/ou reafirmação de representações sociais.

4.2.2 – Descrição das personagens

Nesta categoria foram verificadas as unidades de registro que indicassem os detalhes das várias personagens envolvidas nos acontecimentos, como aspectos físicos, psicológicos e sociais das vítimas, dos acusados, de parentes dos envolvidos, das autoridades. Verificamos que em todos os 39 conjuntos sensacionalistas há descrição dessas personagens, mas com foco maior nas vítimas e nos acusados (**ver tabela 11**).

Tabela 11 – Descrição das personagens

Descrição das personagens																	
2008			2009			2010			2011			2012			Total		
C	Dp	%	C	Dp	%	C	Dp	%	C	Dp	%	C	Dp	%	C	Dp	%
12	12	100	08	08	100	07	07	100	08	08	100	04	04	100	39	39	100

Fonte: Pesquisa de campo

Legenda: C – Conjunto pesquisado; Dp – Descrição das personagens; % - Conjunto pesquisado X Descrição das personagens

O que percebemos é que os moradores das periferias e povoados pobres, locais geográficos devidamente identificados com de pobreza, têm as vítimas e acusados de casos de violência também qualificados, na maioria das vezes sentenciados. Na manchete, ESTUPRADOR DO BAIRRO AMÉRICA NO XILINDRÓ (21/11/2011) o jornal descreve o acusado: *estuprador, vagabundo, desempregado, usuário de drogas, usou de requintes de barbaridade*. De uma forma geral, a maioria das personagens do quadro sensacionalista é assim descrita nos textos do jornal: *filho bruto, safado, ex-presidiário acusado de homicídio, morador de rua, psicopata, neto desalmado (ver quadro 10)*. Dados que coadunam com o que afirma Freire Filho (2004, p. 48) sobre estereótipo: ele reduz “toda a variedade de características de um povo, uma raça, um gênero, uma classe social ou um ‘grupo desviante’ a alguns poucos atributos essenciais supostamente fixados pela natureza”.

Chamou atenção a MULHER FAZ ORGIA SEXUAL COM MENDIGOS E MARIDO VÊ TUDO (02/05/2011) porque nas mesmas unidades de registro podemos perceber as descrições das personagens, o conteúdo moral e a representação social da pobreza. Narra o jornal: *A mulher é branca, cabelos nos ombros e corpo sensualmente cheio. Coisa para mendigo nenhum reclamar; os mendigos felizes. Se comportaram que nem pinto no lixo; Ela – branca - arrebanha em torno do seu sexo um grupo de homens de rua, mendigos mesmo; chama atenção a natureza do grupo de homens de rua que ela usa para fazer sexo: todos estão devidamente maltrapilhos. Entre eles um rastafári de estatura mediana, corpulento e alto e um baixinho, todos famintos pelo bacanal*. Recorremos a Freire Filho (2004) que lembra que os estereótipos não se limitam apenas em identificar características gerais de pessoas, mas estão carregados de julgamentos e pressupostos subliminares ou explícitos sobre o comportamento de pessoas e grupos.

Quadro 10 – Descrição das personagens

Data	Manchete do conjunto	Unidades de registro de descrição das personagens*
12/04/2010	“SE MEU FILHO MORRESSE HOJE ME SERIA UM ALÍVIO”	<i>São pedintes, moradores de rua, garotos e garotas de programa; o usuário é o terror e o pesadelo das famílias; há associação de usuários com roubos, crimes contra o patrimônio e assassinatos.</i>
19/04/2010	JUNTOS E FELIZES ATÉ QUE O ASSASSINATO OS SEPARE	<i>“O maior número ainda é daquelas que têm o menor poder aquisitivo”; “o mais comum realmente é a classe C. Até porque já é natural: ela apanha, a vizinha apanha, a mãe apanhava e todas frequentavam a delegacia”; desempregado, servente, cobradora de ônibus, cabo da PM.</i>
28/03/2011	MATOU A AVÓ A FACÃOZADAS E DIZ: “NÃO ME ARREPENDO DO QUE FIZ”	<i>Morador de rua; não demonstra nenhum tipo de arrependimento; psicopata; neto desalmado; ovelha negra da família.</i>

Fonte: Pesquisa de campo * Texto publicado pelo jornal

A descrição das personagens, principalmente associando-se à pobreza, auxilia as representações sociais e esse processo, no *Jornal Cinform*, foi observado nos cinco anos pesquisados. Esse quadro repetido de forma regular e constante incorpora o que Marocco (1998) reconhece como uma ação da narrativa sensacionalista: “disciplinar ou sujeitar e fixar, pela redundância diária, ao longo da história, determinados ‘tipos’ necessários a uma ‘ordem’ das coisas na sociedade”.

No início do século XX a elite brasileira se utilizava de vários meios para encontrar as causas de todos os males da nação brasileira: “Terra de Santa Cruz, reduto da malandragem, habitada por seres lascivos e indolentes, cujo herói é sem caráter e onde a Lei de Gerson prevalece” (FERREIRA *apud* ORLANDI, 1993, p. 69).

Através da nominalização ou estereotipagem de grupos e pessoas, o jornal ao mesmo tempo segrega as identidades com comportamento transgressor num dualismo constante entre ordem-desordem e norma-desvio, e as exacerba, na medida em que valoriza discursivamente o espaço do crime e dos criminosos, situando-as próximas do exótico-e-ameaçador porque sempre centradas em um sentimento permanente de vingança. (PEDROSO, 2001, p. 98)

Na manchete, “FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO” (03/03/2008) e nas três seguidas sobre o caso Pipita, o jornal traça o perfil do suposto criminoso: *Bandido de 17 anos, baixo e magro; estuprador sanguinário; perverso; pedra de fel; tem fúria de psicopata; lampiãozinho chinfrim; saqueador perverso, cangaceiro mirim, monstro com instinto de urubu.*

Quase nada se sabe concretamente sobre Pipita e sobre aquelas personagens pobres e marginalizadas, sobre o contexto onde estão inseridas, suas histórias, a conjuntura político-econômica perversa que produz a pobreza e os pobres, mas se sabe o suficiente para enquadrar e representar socialmente. MAROCCO (1998, p. 01).

4.2.3 – Narrativa moral

O destaque para a categoria de narrativa moral no campo das representações sociais remete diretamente ao enquadramento de moralidade, numa prova de ampla conexão entre *framing* e representações sociais no jornalismo.

A narrativa moral aqui está indicando um rompimento com uma esperada “normalidade” social e também com o confronto ao poder instituído, com a ordem. Em

todos os 39 conjuntos sensacionalistas pesquisados, observamos narrativas morais para configurar representação social (**ver tabela 12**).

Tabela 12 – Narrativa moral

Narrativa moral																	
2008			2009			2010			2011			2012			Total		
C	Nm	%	C	Nm	%	C	Nm	%	C	Nm	%	C	Nm	%	C	Nm	%
12	12	100	08	08	100	07	07	100	08	08	100	04	04	100	39	39	100

Fonte: Pesquisa de campo

Legenda: C – Conjunto pesquisado; Nm – Narrativa moral; % - Conjunto pesquisado X Narrativa moral

Na manchete ZÉ CAÇOLA, FILHO BRUTO, TENTA ESTUPRAR A MÃE (03/10/2011) há expressões como: “*nunca pensei num filho abusar da mãe*”, *ele vivia mostrando o corpo e seguindo a mãe pela casa*, “*pedi pelo amor de Deus que ele parasse com isso*”. Em “ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO” (26/09/2011) há uma confissão moral: “*eu amava muito essa mulher, mas quando eu vi ela me traindo com um negão, esse amor todo virou ódio*” e o jornal complementa: *ele deu um tratamento animal ao coração*. Esses e outros exemplos (**ver quadro 11**) têm uma relação histórica na configuração da representação social.

Marocco (2004, p. 22) lembra que jornais sensacionalistas de Porto Alegre, entre o final do século XIX e início do XX incluíam os pobres, delinquentes, vagabundos em suas notícias porque era preciso conhecer quem eram as personagens que poderiam contrariar “o poder e a sua obsessão por ordem”, e considerava, por isso, a cidade insegura, insalubre, amoral e pobre.

Coimbra (2001) também lembra que, no início do século XX, os jornais associavam naturalmente a degradação moral à pobreza porque esta última, “com seus vícios, não condiz com o ideal de Nação que se pretendia formular”.

Quadro 11 – Narrativa moral

Data	Manchete do conjunto	Unidades de registro de narrativa moral*
08/02/2010	“ESTOU GRÁVIDA DO MEU PRÓPRIO PAI”	<i>O bebê, fruto do ato libidinoso, não é bem vindo à família; “vou criar, mas não vou amar”; o incesto acontecia na cama do casal onde os quatro filhos foram gerados.</i>
01/02/2011	“EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA”	<i>Homem casado e sua amante; mesmo traída, mulher o perdoa; sempre foi um bom esposo, um bom pai, um bom marido e um bom profissional; ele pediu perdão para mãe, esposa e filhos e ainda pede perdão a amante; para uma pessoa de bem estar preso numa delegacia não deve ser nada bom, mas foi essa situação que ele mesmo criou ao se afastar do seio familiar e manter uma aventura com uma pessoa desconhecida; bom mestre, amigo, pai e filho, mas pode ter falhado como esposo.</i>
26/09/2011	“ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”	<i>“eu amava muito essa mulher, mas quando eu vi ela me traindo com um negão, esse amor todo virou ódio”; ele deu um tratamento animal ao coração.</i>
03/10/2011	ZÉ CAÇOLA, FILHO BRUTO, TENTA ESTUPRAR A MÃE	<i>“nunca pensei num filho abusar da mãe”; ele vivia mostrando o corpo e seguindo a mãe pela casa; “pedi pelo amor de Deus que ele parasse com isso”.</i>
03/12/2012	PASTOR PAPA FIEL NO MOTEL E ESCANDALIZA	<i>Arrastou uma fiel casada da própria igreja para o motel, comeu a carne proibida e filmou tudo; ele andava com a Bíblia na mão, ensinando a vida de Deus; a fiel, também casada e mãe de dois filhos; a honra de duas famílias foi jogada na lata do lixo.</i>

Fonte: Pesquisa de campo * Texto publicado pelo jornal

4.2.4 – Expressões de ameaça social

As expressões de ameaça social também estão articuladas com enquadramento sensacionalista e com as demais categorias para formação das representações sociais, como a localização geográfica, a descrição das personagens e as narrativas morais. Nesta categoria de expressões de ameaça social selecionamos dos 39 conjuntos sensacionalistas as unidades de registros como palavras, frases e textos que identificam narrativas de terror, horror, medo, tensão individual e social, ameaças, choque, pavor e perigo. Em 30 dos 39 conjuntos observamos marcas significativas desse quadro (**ver tabela 13**).

Tabela 13 – Expressões de ameaça social

Expressão de ameaça social																	
2008			2009			2010			2011			2012			Total		
C	As	%	C	As	%	C	As	%	C	As	%	C	As	%	C	As	%
12	07	58,3	08	07	87,5	07	06	85,7	08	07	87,5	04	03	75,0	39	30	76,9

Fonte: Pesquisa de campo

Legenda: C – Conjunto pesquisado; As – Ameaça social; % - Conjunto pesquisado X Ameaça social

Certamente o caso mais exemplar de medo social que envolve à produção sensacionalista pesquisada no *Jornal Cinform* foi de Pipita em 2008. Nas duas edições que teve esse evento como manchete principal da capa, antes de sua execução, o periódico assumiu a tarefa de construir o medo social. Em “FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO” (03/03/2008) encontramos as frases: *Pipita bandido e estuprado sanguinário; As perversidades dele tomam conta do Estado; Sua fúria psicopata assunta a todos; Ele fez jorrar pânico, desassossego e sangue.* Na edição PIPITA MATA, ESTUPRA E ZOMBA DA POLÍCIA (17/03/2008) o jornal continua a desenvolver o pânico: *Zomba da polícia; A população de Sergipe vive em pânico, fechando as casas mais cedo e esperando sempre o pior; Marginal anda a pé distribuindo terror e a polícia não consegue alcançar; Ousadia. Está se aproximando de Aracaju.* O fechamento do caso ocorre com a execução de Pipita na edição que teve a manchete PIPITA É MANDADO AO QUINTO DOS INFERNOS (24/03/2008). Finda o medo social. Tem-se o alívio e a festa. Diz o jornal: *A morte de Pipita provocou uma sensação de alívio e paz em todo Estado, mas em Tomar do Geru foi motivo de festa em plena madrugada com queima de fogos de artifício. Bares foram reabertos e pessoas saíam as ruas para comemorar. Era mais movimentada do que festa de padroeira.*

Existem nos textos pesquisados outras várias expressões que revelam pânico e medo social: *um crime bárbaro revoltou os moradores, a atitude deste Dedé causa revolta, constrangimento e vergonha a comunidade de Nossa Senhora da Glória, a brutalidade do assassinato chocou até mesmo os policiais mais experientes, o monstro, uma monstruosidade sem tamanho, os moradores querem fazer justiça com as próprias mãos (ver quadro 12).*

No conjunto, “MEU VIZINHO É TRAFICANTE E EU ENGULO SECO” (26/11/2012) (ver figura 26), o jornal associa o medo social e a relação entre pobreza e criminalidade: *“a gente fica com medo”, “evito ficar na porta e sair à noite”, “vejo gente carregando armas e vendendo drogas”, “falta ação da polícia”.* Chama atenção a frase de suporte da manchete: *ISTO É O SANTA MARIA: aqui, tráfico, traficantes e moradores comuns dividem a mesma realidade e fazem pacto de boa convivência.*



Figura 26 – Capa do Cinform em 26/11/2012

A utilização das expressões de medo são também um componente importante para associar a pobreza à violência. E essa prática, como afirmou Malaguti Batista (2003) foi desenvolvida pelos jornais, que difundiram imagens do terror, desde marcos do processo civilizatório no Brasil, para produz políticas violentas de controle social. “É como se a memória do medo, milimetricamente trabalhada, construísse uma arquitetura penal genocida cuja clientela-alvo se fosse metamorfoseando infinitamente entre índios, pretos, pobres e insurgentes” (MALAGUTI BATISTA, 2003, p. 105). Para ela, “no Brasil a difusão do medo do caos e da desordem tem sempre servido para detonar estratégias de neutralização e disciplinamento planejado das massas empobrecidas”.

Quadro 12 – Expressões de ameaça social

Data	Manchete do conjunto	Unidades de registro - expressão de ameaça social*
23/06/2008	FÁBIO JÚNIOR E TERRA PRETA MATAM TRÊS E AMEAÇAM DOIS	<i>Um local perigoso; moradores amedrontados; tem uma lista da morte; “matou três e vão matar mais dois”.</i>
03/11/2008	JORGE MANEQUIM, UM POLICIAL MATADOR QUE ESTÁ DE VOLTA	<i>Que o cidadão não leve um susto nem pense que é um fantasma se a partir de agora for abordado e preso – reze para que seja apenas isso – pelo policial Jorge Manequim. E viva a impunidade.</i>
02/08/2009	FEZ DA CASA DO SENHOR UMA BOCA DE FUMO	<i>O tráfico de drogas em Aracaju anda sem precedentes, sem fronteiras e se emburaca até em igrejas; ficou fácil encontrar drogas em qualquer esquina da cidade; Ex-presidiário que já cumpriu pena por tráfico de drogas; a capela fica próximo ao mangue, em situação de risco de segurança. O local é de difícil acesso e é uma das regiões mais perigosas de Aracaju.</i>
08/02/2010	“ESTOU GRÁVIDA DO MEU PRÓPRIO PAI”	<i>Incesto e pedofilia, uma doença comportamental infesta Sergipe; uma dimensão gravíssima em Sergipe, o crime se prolifera; não tem para onde correr.</i>
12/04/2010	“SE MEU FILHO MORRESSE HOJE ME SERIA UM ALÍVIO”	<i>Já não há mais domínio; são pedintes, moradores de rua, garotas e garotos de programa, mas impressiona é que estão começando a aparecer pessoas de todas as classes; O jornal pergunta e responde: seria a chegada de um novo apocalipse? Em Itabaiana a comunidade tem certeza que sim; Em Sergipe, a situação parece desesperadora, definitivamente a droga já entrou no seio familiar.</i>
26/09/2011	“ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”	<i>Fala monstro; as monstruosidades humanas vão muito além da expectativa; um crime bárbaro, digno de um filme de terror; antes de sair, ele ainda espalhou as vísceras nas paredes do galpão, o que causou comoção e choque na população; a brutalidade do assassinato chocou até mesmo os policiais experientes.</i>
26/11/2012	“MEU VIZINHO É TRAFICANTE E EU ENGULO SECO”	<i>A gente fica com medo; moradores de várias comunidades convivem com o tráfico de drogas por causa da falta de ação da polícia; gente carregando armas e vendendo drogas; “Evito ficar na porta e sair muito à noite”.</i>

Fonte: Pesquisa de campo * Texto publicado pelo jornal

4.2.5 – Representações construídas pelas falas das fontes

No desenvolvimento da pesquisa, especialmente quando enfrentamos o debate sobre as representações sociais e o processo de criminalização da pobreza, descobrimos que as falas das fontes têm grande importância para configurar essas representações. Muitas das personagens selecionadas pelos repórteres no *Jornal Cinform* para compor as notícias sensacionalistas foram utilizadas para criar um ambiente propício que resulta na criminalização da pobreza.

De forma didática, separamos essa análise em falas das vítimas, dos acusados, das autoridades e da população. As unidades de registro encontradas nos 39 conjuntos sensacionalistas do jornal são aquelas falas colocadas entre aspas e com identificação definida, nominada.

Os dados coletados revelaram que a fala preponderante em todos os 39 conjuntos sensacionalistas é das autoridades com 71,7%, compostas por forças policiais, membros do Judiciário, profissionais da assistência social e da psicologia e psiquiatria (**ver tabela 14**). São fontes oficiais, muitas vezes primárias na definição da ancoragem da representação de pobreza e criminalização. Esta constatação confirma que nas coberturas de acontecimentos violentos os jornalistas e as organizações de imprensa se tornam dependentes, mas não de forma passiva, das informações primárias, geradas por instituições de controle do crime. “Tanto as relações sociais formais como as informais de elaboração das notícias, das quais o jornalista extrai o seu material de *crime*, estão dependentes de uma noção de confiança entre a polícia e o correspondente de crime” (HALL *et al*, 1999, p. 239, grifo dos autores).

Logo depois das falas das autoridades vêm as das vítimas com 48,7%, sendo que quatro delas foi a manchete principal da capa do jornal, a exemplo de “FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO” (03/03/2008). Os acusados de crimes e violência ganharam destaque na cobertura sensacionalista e apareceram em 38,4% do conjunto e também quatro foram manchete principal da capa do *Cinform*. Um dos exemplos foi: “TOQUEI FOGO NELA, DEPOIS JOGUEI ÁGUA E DEI SOCORRO” (04/06/2012) (**ver quadro 13**). O jornal colheu falas da população, em 28,2% do conjunto, mas como um suporte para confirmar as narrativas.

Tabela 14 – Representações sociais construídas pelas falas das fontes

ANO	CONJUNTO SENSACIONALISTA	FALAS ¹ DA VÍTIMA	FALAS DO ACUSADO	FALAS DE AUTORIDADES	FALAS DA POPULAÇÃO
2008	12	04 (01 manchete)	04	10	02
2009	08	04	03	08	03
2010	07	06 (02 manchetes)	02	06	02
2011	08	04	05 (03 manchetes)	06	02
2012	04	01(Manchete)	01(Manchete)	04	02
5	39	19 (48,7% dos 39)	15 (38,4% dos 39)	28 (71,7% dos 39)	11 (28,2% dos 39)

Fonte: Pesquisa de campo

Falas são textos entre aspas atribuídas às vítimas, acusados, parentes das vítimas e acusados, autoridades e população. Os números revelam presença dessas falas no conjunto sensacionalista.

Quadro 13 – Manchetes da capa com falas entre aspas das fontes

Data	Manchete com falas das fontes entre aspas
03/03/2008	“FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO”
31/03/2008	“GRAÇAS A DEUS EU ACERTEI AQUELE CÃO” (PIPITA)
08/02/2010	“ESTOU GRÁVIDA DO MEU PRÓPRIO PAI”
12/04/2010	“SE MEU FILHO MORRESSE HOJE ME SERIA UM ALÍVIO”
01/02/2011	“EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA”
28/03/2011	MATOU A AVÓ A FACÃOZADAS E DIZ: “NÃO ME ARREPENDO DO QUE FIZ”
26/09/2011	“ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”
04/06/2012	“TOQUEI FOGO NELA, DEPOIS JOGUEI ÁGUA E DEI SOCORRO”
26/11/2012	“MEU VIZINHO É TRAFICANTE E EU ENGULO SECO”

Fonte: Pesquisa de campo

4.2.5.1 – As vítimas

Nessa pesquisa foram consideradas na categoria de análise falas das vítimas todas as frases entre aspas publicadas no jornal que seriam de autoria identificada de supostas vítimas de algum tipo de violência, que sofreram alguma ação e/ou de seus parentes que relatam e confirma os acontecimentos.

Quadro 14 – Falas das vítimas

Data	Manchete do conjunto	Unidades de registro de falas das vítimas*
03/03/2008	“FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO”	“Ele me usou de sete a oito vezes por dia. Era feito um jumento. Na força e nas carreiras”. “Eu era virgem”; “Quando ele for pego dizem que não vão prender, mas é para matar mesmo. E se me derem o revólver o primeiro tiro é meu”; “Ele me furava com a faca na bunda”; “Só me usou uma vez por dia, durante três dias” “Ele matou o rapaz porque o rapaz roubou um tio dele”; “Ele disse que ia voltar e ia matar uns 30”; “Ele escolheu o caminho errado. Foi criado pela avó!”, diz o pai de Pipita.
17/03/2008	PIPITA MATA, ESTUPRA E ZOMBA DA POLÍCIA	
24/03/2008	PIPITA É MANDADO AOS QUINTOS DOS INFERNOS	
31/03/2008	“GRAÇAS A DEUS EU ACERTEI AQUELE CÃO” (PIPITA)	
19/07/2009	PAIS FAZEM DAS FILHAS SUAS ESCRAVAS SEXUAIS	“Tenho medo que ele fuja e venha me matar”, disse a menor; “Mesmo com dificuldades, está melhor sem ele”, disse a menor. “Quando ele começou a fazer aquilo comigo eu ainda nem tinha menstruado”, disse a menor; “Ele sempre foi um bom pai. Nunca fez mal e nem deixou faltar nada em casa”, disse o filho; “Doia muito e eu não gostava, mas não podia fazer nada”, disse a menor; “Ele sempre ficava alisando meu corpo”, disse a filha.
26/07/2010	ABUSA DA FILHA POR 10 ANOS E FAZ TRÊS FILHOS	“Ele ameaçou se fosse preso ia me matar toda queimada de gasolina”; “Eu era virgem a primeira vez que aconteceu”; “Um pai que usa a filha por tanto tempo só pode ter parte com o demônio”; “Mãe, pelo amor de Deus nunca me deixe sozinha”
07/02/2011	TARADINHO DE 14 ESTUPRA UMA SENHORA DE 65 ANOS	“Ele me fez mulher dele duas vezes”; “Minha vontade aqui era juntar uns homens e matar ele”; “Ele só faltou matar minha mãe” “Ele me agarrou por trás e me derrubou no chão. Tentava me soltar dele, mas ele não deixava; “Sentia dor e quando voltava para casa cheguei a cair no rio; “Ouvir dizer que esse menor já havia estuprado um idoso no povoado” (parente)
22/04/2012	APÓS 11 DIAS DE ANGÚSTIA, PAI RECEBE JONATHA MORTO	“Nunca vou esquecer a imagem do meu filho morto no IML”; “É ele, meu filho. Mataram meu filho”; “Meu filho morreu de forma inocente. Torturam e executaram. Foram 11 dias de agonia e depois largaram o corpo dele na rodovia”; “Meu filho foi o que mais sofreu”; “Meu filho nunca roubou nada. Nunca se envolveu com brigas e nem com drogas”

Fonte: Pesquisa de campo * Texto publicado pelo jornal

Em quase metade dos 39 conjuntos sensacionalistas se verifica falas referentes às vítimas, seja elas das próprias ou de parentes. Essas falas e as dos acusados, que às vezes se misturam, têm um forte conteúdo dramático, revelando os detalhes que serão enfatizados e salientados, gerando elementos que vão contribuir para formação de representações sociais. Muitas são tão impactantes do ponto de vista sensacionalista que se tornam as próprias manchetes principais da capa do jornal (**ver quadro 14**).

As falas mais dramáticas das vítimas, salientadas, repetidas, enfatizadas servem para criar um ambiente de impacto humano sensacionalista, envolto em questões de moralidade, de senso comum, que objetiva suscitar no leitor uma parcialidade e o externar de sentimentos. As falas das vítimas têm o objetivo de compor a cena dramática e sensacionalista. Em “FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO” (03/03/2008), relacionada ao caso Pipita, a vítima fala: “*eu era virgem*”, “*ele me furava com a faca na bunda*”, “*me usava na força e nas carreiras*”, “*ele disse que ia voltar e matar uns 30*”. Tomando por base Moscovici (2010), ao ler essas falas, a audiência, mesmo distante fisicamente do ambiente concreto do estupro e dando credibilidade ao relato, imagina como toda a ocorrência se deu e monta mentalmente perfis da vítima e do acusado. “Tudo que é dito ali, apenas confirma as crenças e as interpretações adquiridas, corrobora mais do que contradiz a tradição” (MOSCOVICI, 2010, p. 54).

Os detalhes nas falas das vítimas são centrais porque estão lá elementos de forte carga dramática e que receberá a atenção do enquadramento sensacionalista. Em PAIS FAZEM DAS FILHAS SUAS ESCRAVAS SEXUAIS (19/07/2009) existem várias frases de supostas vítimas: “*tenho medo que ele fuja e venha me matar*”; “*quando ele começou a fazer isso comigo eu ainda não tinha menstruado*”; “*doía muito e eu não gostava, mas não podia fazer nada*”; “*ele ficava alisando meu corpo*”. Esta condição anormal, não familiar “atrai e intriga as pessoas e comunidades enquanto, ao mesmo tempo, as alarma, as obriga a tornar explícitos os pressupostos implícitos que são básicos com consenso” (MOSCOVICI, 2010, p. 56).

4.2.5.2 – Os acusados

Assim como ocorreu com as falas das vítimas, também foram registradas com as falas dos acusados. Dos 39 conjuntos sensacionalistas investigados há 15 falas dos

acusados, sendo que quatro delas acabaram se tornando manchetes principais da capa do *Jornal Cinform* (ver quadro 15). Como falas dos acusados, entendem-se frases entre aspas de supostos suspeitos e/ou parentes que confirmam ou negam acontecimentos.

Quadro 15 – Falas dos acusados

Data	Manchete do conjunto	Unidades de registro de falas dos acusados*
30/06/2008	CORNO E ASSASSINO BAIANO CAI 'EM CANA' EM SERGIPE	<i>"Matei minha esposa porque encontrei ela com um elemento em minha casa"; "A minha única bronca é essa. Não tenho envolvimento com drogas e armas".</i>
22/09/2008	ESQUARTEJADOR DE CARIRA PODE TER FEITO CRIME IGUAL	<i>"Bebemos o dia inteiro e de noite ela falou que tinha me traído"; "Eu a amava"; "Ela falou que preferia morrer do que largar de mim"</i>
19/07/2009	PAIS FAZEM DAS FILHAS SUAS ESCRAVAS SEXUAIS	<i>"Se fiz não me lembro. Sei que tomava minhas cachaças e só acordava no dia seguinte", disse o acusado.</i>
08/02/2010	"ESTOU GRÁVIDA DO MEU PRÓPRIO PAI"	<i>"Sou inocente. Estava possuído pelo diabo"; "Estou comendo o pão que o diabo amassou".</i>
26/07/2010	ABUSA DA FILHA POR 10 ANOS E FAZ TRÊS FILHOS	<i>"O que eu sei é que nunca toquei numa filha"; "Quem ajeitava a minha filha não era eu"; "Atire a pedra quem não tem pecado"</i>
01/02/2011	"EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA"	<i>"Eu não engoli a língua dela"; "Sou de boa família e apegado a família"; "A maior riqueza que tenho é minha mãe, um presente de Deus"; "Sempre dei lição de moral"; "Peço que orem por mim", "Ela me beijou, forçou, colocou a língua dela em minha boca e começou a me apertar"</i>
26/09/2011	"ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO"	<i>"Arranquei o coração e torrei de tira-gosto"; "retirei os órgãos dela e estraçalhei com uma faca. Arranquei o coração, coloquei num plástico e cravei a faca na boca dela"; "só dei uma facada. Ela ficou agonizando por uns minutos e morreu"; "eu a vi me traindo em um bar com um negão".</i>
04/06/2012	"TOQUEI FOGO NELA, DEPOIS JOGUEI ÁGUA E DEI SOCORRO"	<i>"Fui tomado por uma raiva e um ciúme doentio"; "Não sei o que aconteceu. Fui tomando pela raiva"; "Veio algo em minha cabeça. Não sei o que foi, não sei como fiz aquilo"; "Eu dizia a ela que queria ficar com ela e ela dizia que queria ficar comigo"</i>

Fonte: Pesquisa de campo * Texto publicado pelo jornal

As falas dos acusados são apresentadas para confirmar – pela voz dos próprios supostos criminosos - a autoria de crimes, dos desvios, das perversões. Elas são centrais no estabelecimento das representações sociais. Em “ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO” (26/09/2011) as falas do acusado configuram a ideia que o leitor terá dele, inclusive a partir da manchete da capa e de expressões como: *“só dei uma facada. Ela ficou agonizando por uns minutos e morreu”; “eu a vi me traindo em um bar com um negão”; “retirei os órgãos dela e estraçalhei com uma faca”; “arranquei o coração, coloquei num plástico e cravei a faca na boca dela”.*

A publicidade na primeira página, com amplas fotos, da prisão, da execução, da confissão do crime, do rosto humilhado e banhado de sangue tem amplo efeito de visibilidade pública e controle social. O jornal assume essa função ao divulgar com ênfase falas de supostos criminosos. O periódico se apresenta como um lugar de dizer e

mostrar o acusado. Para Thompson (2012, p. 176), “cada vez mais os indivíduos são conduzidos a um novo sistema de poder no qual a visibilidade é um meio de controle”. Ou seja, há uma necessária visibilidade da figura perigosa para melhor exercer o controle por todos, inclusive das próprias camadas populares. Ao dar visibilidade aos acusados, através de suas falas e imagens, descreve-se

os delinquentes com contornos bem determinados, apresentando-os como bem próximos, presentes em toda parte e em toda parte temíveis. A notícia policial, por sua redundância cotidiana, torna aceitável o conjunto dos controles judiciários e policiais que vigiam a sociedade; conta uma espécie de batalha interna contra o inimigo sem rosto. (FOUCAULT, 1995, p. 251).

Outro aspecto importante da fala dos acusados é o que ela pode produzir no público um enquadramento sensacionalista para um “riso cruel”, a partir do “gozo com o sofrimento do outro”. Em “EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA” (01/02/2011), o acusado fala para o julgamento da audiência: “*Eu não engoli a língua dela*”; “*Sou de boa família e apegado a família*”; “*Sempre dei lição de moral*”; “*Peço que orem por mim*”, “*Ela me beijou, forçou, colocou a língua dela em minha boca e começou a me apertar*”. Para situações assim, “não se medem as palavras e pode-se rir de tudo – do sofrimento, da dominação, da brutalidade, do ridículo alheio – como se fosse passada a mensagem sub-reptícia de que nada de humano pode mais se esperar do Outro e de que a seriedade indignada não leva a parte alguma (SODRÉ e PAIVA, 2002, p. 132).

4.2.5.3 – As autoridades

Diferente das falas das vítimas e dos acusados, as falas das autoridades podem ser observadas em quase todos os 39 conjuntos sensacionalistas investigados. Há, assim, uma predominância das chamadas vozes dos especialistas, as vozes primárias e que serão fundamentais para uma sensação de *verdade* e que vai servir de referência para julgamentos sociais entre o mal e o bem, o certo e o errado, o legal e o ilegal.

As mais diversas “autoridades” falam nos conjuntos sensacionalistas, como representante de conselho tutelar, psicólogos, assistentes sociais, juízes, promotores de Justiça, delegados de polícia, policiais militares e civis. Essas falas confirmam os casos de violência e servem para definir o fato e a participação das personagens, a avaliação moral entre o bem e o mal.

O levantamento dos dados mostrou que a fonte que mais fala em todos os 39 conjuntos sensacionalistas é a da força policial, formada de delegados, policiais civis e militares e até secretário de Segurança Pública. Observe que essas falas são de agentes de combate ao crime e associando que as periferias e os povoados pobres são os locais das maiorias das notícias, a criminalização da pobreza ganha concretude. Somando-se as frequências das falas das forças policiais (23) e as dos membros do Judiciário (12), que também possuem função de combate, controle e punição da criminalidade, elas representam 35 das 46, ou seja, 76% de todas as frequências de falas das autoridades (ver tabela 15).

Tabela 15 – Falas das autoridades

Autoridades	Frequência	% dos 46
Forças policiais	23	50
Membros do Judiciário	12	26
Psicólogos/ psiquiatra/ psicanalista	08	17,3
Assistente social/ conselheiro (a) tutelar	03	6,7
Total	46	100

Fonte: Pesquisa de campo

Nos conjuntos que trataram do caso Pipita há falas de delegados de polícia e de policiais: *“a ordem é capturar vivo, mas estamos preparados para tudo”*; *“estamos preparados. É uma questão de tempo. Vamos chegar nele. Queremos vivo, mas se ele reagir vai ter o que merece”*. Nesses casos há falas até do secretário de Segurança Pública, autoridade máxima da polícia. Quando da execução de Pipita, policiais e delegados festejam: *“teve o que merecia”*. Hall *et al* (1999, p. 237) lembram a cobertura dos acontecimentos violentos se torna uma peça de moralidade moderna, baseada na lei, onde *“o demônio é expulso, tanto simbólica como fisicamente da sociedade pelos guardiões – a polícia e a magistratura”*. E depois complementam: *“Tantos as relações sociais formais como as informais de elaboração das notícias estão dependentes de uma noção de confiança entre a polícia e o correspondente de crime”* (HALL *et al*, 1999, p. 239).

Importante o exemplo da manchete ABUSA DE MENINA DE 8 ANOS E DIZ QUE FOI SEDUZIDO (27/10/2008) porque marca as diferenças entre criminalização e pobreza. Nesse caso, um engenheiro é *“acusado”* (o jornal o trata nessa condição, diferente dos outros acusados nas notícias do conjunto) e a fala da autoridade é ajustada

à condição social do acusado e o suposto crime passa a ser um desvio de conduta: “*Esse empresário que teve desvio de conduta*”; A delegada lamentou o comportamento dele. “*É um rapaz formado e esclarecido. Acredito que foi um desvio de conduta*” (ver quadro 16).

Quadro 16 – Falas das autoridades

Data	Manchete do conjunto	Unidades de registro das falas das autoridades*
03/03/2008	“FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO”	<i>Fala delegado de polícia: “a ordem é capturar vivo, mas estamos preparados para tudo”</i>
17/03/2008	PIPITA MATA, ESTUPRA E ZOMBA DA POLÍCIA	<i>“Estamos preparados. É questão de tempo. Vamos chegar nele. Queremos vivo, mas se ele reagir vai ter o que merece”. Falas de delegado e até o secretário de Segurança Pública.</i>
14/04/2008	ABUSA DE MENINA DE OITO ANOS E DIZ QUE FOI SEDUZIDO	<i>Ele alega que imaginou que a menina tinha 16 anos”. “No motel o engenheiro usou toda sorte de atos libidinosos e com seus dedos e órgão sexual na menina”, conselheira. “Esse empresário que teve desvio de conduta”, disse a delegada. A delegada lamentou o comportamento de Rilton. “É um rapaz formado e esclarecido. Acredito que foi um desvio de conduta, mas ele tem que pagar pelo crime que cometeu”</i>
19/04/2010	JUNTOS E FELIZES ATÉ QUE O ASSASSINATO OS SEPARE	<i>O maior número ainda é daquelas que têm o menor poder aquisitivo. “O mais comum realmente é a classe C. Até porque já é natural: ela apanha, a vizinha apanha, a mãe apanhava e todas frequentavam a delegacia”, delegada.</i>
26/07/2010	ABUSA DA FILHA POR 10 ANOS E FAZ TRÊS FILHOS	<i>Psicanalista: “sempre existiram casos de abuso sexuais nas zonas mais pobres. Em muitos lugares assim tudo é considerável aceitável”.</i>

Fonte: Pesquisa de campo * Texto publicado pelo jornal

Em alguns casos as falas das autoridades são tão significativas que se tornam central no conjunto narrado. Na manchete, MÃE OBRIGA FILHO VOMITAR PEDRA DE CRACK PRA FUMAR (28/06/2009), uma delegada de polícia afirma: “*por conta de uma abordagem policial o menino contou que foi obrigado a engolir o crack que ela tinha mandado comprar. Depois a mãe obrigou que a criança bebesse água sanitária para que o menino vomitasse a pedra. Depois que ele vomitou a pedra, todos fumaram*”. Neste caso e em outros casos, as informações apresentadas, geralmente da polícia e dos sistemas judiciários, serão centrais para se extrair as manchetes e o ângulo da narrativa sensacionalista. É o que também ocorre na manchete VIRGINDADE DA FILHA DE 11 ANOS É MOEDA PARA O CRACK (25/10/2010), onde a informação central e que foi a manchete da capa foi dita por um juiz de Direito entrevistado pelo jornal: “*vendeu a traficantes a virgindade de sua filha de 10 anos para pagar uma dívida de crack*”. Em algumas vezes, o próprio jornal é a grande autoridade com um viés policial: *ele confessou a polícia e ao Cinform.*

4.2.5.4 – A população

Este recurso, apresentado como uma categoria para análise nessa pesquisa foi utilizado algumas vezes pelo jornal como um suporte à narrativa, para reforçar a ideia geral da notícia/reportagem sensacionalista.

A população aqui é caracterizada através de falas entre aspas de pessoas que não estão diretamente ligadas aos fatos, mas que são chamadas a opinar sobre os vários acontecimentos, muitas vezes como uma espécie de julgamento, confirmando sentimentos de perplexidade e medo.

Nos conjuntos do caso Pipita, o jornal encontra pessoas do povo que revelam em suas falas “*medo, pânico, terror*” e “*não acredito que a polícia capture ele*” (**ver quadro 17**).

Quando da execução do suposto criminoso, o jornal fala em nome da população: *a morte de Pipita provocou uma sensação de alívio e paz em todo o Estado, mas em Tomar do Geru foi motivo de festa em plena madrugada com queima de fogos de artifício. Bares foram reabertos e pessoas saíam às ruas para comemorar. Era mais movimentado do que festa de padroeira.*

Ou seja, a cobertura dos acontecimentos violentos no jornalismo pode expor limpidamente valores simbólicos partilhados na sociedade e que concretizam as representações sociais localizadas no senso comum.

Para Hall *et al* (1999), os acontecimentos problemáticos publicados rompem com as expectativas comuns e ameaçam uma sociedade baseada na expectativa do consenso, da ordem e da rotina. “Os *media* definem para a maioria da população os acontecimentos significativos que estão a ter lugar, mas também oferecem interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos (HALL *et al*, 1999, p. 228).

Quadro 17 – Falas da população

Data	Manchete do conjunto	Unidades de registro das falas da população*
24/03/2008	PIPITA É MANDADO AOS QUINTOS DOS INFERNOS	<i>A morte de Pipita provocou uma sensação de alívio e paz em todo Estado, mas em Tomar do Geru foi motivo de festa em plena madrugada com queima de fogos de artifício. Bares foram reabertos e pessoas saíram as ruas para comemorar. Era mais movimentada do que festa de padroeira.</i>
28/04/2008	BROCHA E CORTA O PÊNIS	<i>“Como homem eu não teria coragem de cortar, mas também acho que falhar para a mulher não é normal”, disse o irmão; Uma vizinha disse que ele brochou porque não encontrou uma mulher de verdade. Se fosse mulher de verdade nenhum homem ia negar fogo; “O papel do homem é estar preparado para toda hora. Se uma mulher der trela para mim eu caio em cima. Sou tiro certo”; Estudante disse que ele é o tipo machão que não suportou brochar</i>
09/03/2009	MATADOR PERIGOSO RONDA UMA CIDADE	<i>“Ele nunca matou uma pessoa boa. Ele só acertava ladrão, estuprador, esse tipo de coisa”; Alguma pessoas que o Cinform teve contato rasgavam elogios a Adrianinho: “Ele sempre foi uma boa pessoa”, antiga professora do bandido; “Nunca soube que ele matou trabalhador, mas só malandro, ladrão, vagabundo”, popular.</i>
22/06/2009	ESCONDEU GRAVIDEZ E JOGOU BEBÊ NO LIXO	<i>“Ela não se abria com ninguém. Tinha medo da mãe”, disse uma vizinha; “Se fosse minha filha eu levaria ao médico, nem que fosse amarrada”, disse outra vizinha.</i>
26/11/2012	“MEU VIZINHO É TRAFICANTE E EU ENGULO SECO”	<i>“Os traficantes não aprontam perto de casa”; “Me deparo com gente carregando armas e vendendo drogas”; “Evito ficar na porta e sair muito à noite”; “A gente sabe quem é traficante, que tem gente armada, mas eles também são meus clientes”; “Qual o bairro da cidade que não tem gente ligada a droga? Pelo menos aqui a coisa é limpa”; não rola nem briga nem confusão”; “Agora a Vila da Miséria virou Vila do Sossego”.</i>
03/12/2012	PASTOR PAPA FIEL NO MOTEL E ESCANDALIZA	<i>“Fiquei sabendo no colégio porque repercutiu muito. Todo mundo achou uma hipocrisia”, estudante 17 anos; “Com 66 anos foi o maior escândalo que já vi. Fiquei revoltada quando me mostram o vídeo” (aposentada); “Nunca tinha visto nada parecido. Um pastor envolvido com pornografia”; “Ficou feio para quem é crente”.</i>

Fonte: Pesquisa de campo * Texto publicado pelo jornal

Na manchete, BROCHA E CORTA O PÊNIS (28/04/2008), o jornal convoca uma série de pessoas a falar sobre o suposto caso: *“Como homem eu não teria coragem de cortar, mas também acho que falhar para a mulher não é normal”, disse o irmão; “uma vizinha disse que ele brochou porque não encontrou uma mulher de verdade. Se fosse mulher de verdade nenhum homem ia negar fogo”; “o papel do homem é estar preparado para toda hora. Se uma mulher der trela para mim eu caio em cima. Sou tiro certo”, comentou um popular ouvido pelo jornal.* Para as representações sociais, a sociedade é convocada a se manifestar, ou seja, não há neutralidade.

De fato, representação é, fundamentalmente, um sistema de classificação e de denotação, de alocação de categorias e nomes. A neutralidade é proibida, pela lógica do mesmo sistema, onde cada objeto e ser devem possuir um valor positivo e negativo e assumir um determinado lugar em uma clara escala hierárquica. Quando classificamos uma pessoa entre os neuróticos, os judeus ou os pobres, nós obviamente não estamos apenas colocando um fato, mas avaliando-a e rotulando-a. E, nesse ato, nós revelamos nossa ‘teoria’ da sociedade e da natureza humana. (MOSCOVICI, 2010, p. 62).

4.2.6 – Resultado geral da representação social

Para configurar a existência no conjunto sensacionalista investigado de uma representação social trabalhada pelo jornal e que indica a criminalização da pobreza foi considerada que sua recorrência em cada uma das categorias definidas (localização geográfica, descrição das personagens, narrativa moral e expressão de ameaça) deveria ter um número superior a 50% ao número absoluto do conjunto sensacionalista. Assim, com base na observação das ocorrências por cada uma das categorias, chega-se a conclusão de que há no *corpus* representações que indicam à criminalização da pobreza.

Percebemos que as categorias para configurar a representação social que indica criminalização da pobreza não podem ser analisadas isoladamente. Assim como no enquadramento, elas se articulam para atuar em conjunto dando uma interpretação e construindo à realidade do mundo da vida concreta. As localizações geográficas, as descrições das personagens, as narrativas morais, as expressões de ameaça e as falas das várias fontes (vítimas, acusados, autoridades e população) alimentam-se uma das outras para consolidar a representação social baseada no senso comum.

As categorias de localização geográfica, descrição de personagens e narrativa moral registraram 100% com unidades de representação social nos 39 conjuntos sensacionalistas. E a expressão de ameaça social apresentou um índice de 76,9%, isto é, 30 dos 39 conjuntos (**ver tabela 16**).

Importante informar que quando da análise de conteúdo dos 39 conjuntos sensacionalistas definidos para a pesquisa, percebeu-se que fazendo uma avaliação da representação social para criminalização da pobreza havia outra categoria geral que abrigava o sensacionalismo, no entanto não tinha relação direta com o processo que criminaliza a pobreza. Intitulou-se essa nova categoria como de *exploração humana*. Nela estão os conjuntos sensacionalistas, isto é, notícias e reportagens que exploram casos de violência, sexualidade, escatologia, mas sem uma relação direta com pobreza. Um dos exemplos é o caso da manchete BROCHA E CORTA O PÊNIS (28/04/2008). Dos 39 conjuntos pesquisados, encontrou-se 12 nessa condição, isto é, 30,7%. No entanto e mesmo assim, os 69,3% dos conjuntos sensacionalistas restantes, isto é, 27 dos 39 apresentaram uma relação direta entre notícias/reportagens e representação social com indicação para criminalização da pobreza.

Tabela 16 – Resultado geral das representações sociais

ANO	CONJUNTO SENSACIONALISTA ¹	LOCAL GEOGRÁFICO	DESCRIÇÃO DAS PERSONAGENS	NARRATIVA MORAL	EXPRESSION DE AMEAÇA SOCIAL	EXPLORAÇÃO HUMANA ²	CRIMINALIZAÇÃO DA POBREZA ³	REPRESENTAÇÃO SOCIAL DE CRIMINALIZAÇÃO ⁴
2008	12	12	12	12	07	06	06	SIM
2009	08	08	08	08	07	01	07	SIM
2010	07	07	07	07	06	00	07	SIM
2011	08	08	08	08	07	03	05	SIM
2012	04	04	04	04	03	02	02	SIM
5 anos	39	39 (100%)	39 (100%)	39 (100%)	30 (76,9%)	12 (30,7%)	27 (69,3%)	SIM

Fonte: Pesquisa de campo

Conjunto sensacionalista - Composto por: manchete principal da capa, texto da chamada na capa, notícia sobre a manchete no jornal, apresentação visual (foto, ilustração, charge).

Exploração humana - Conjunto sensacionalista indicativo de notícias que exploram casos de violência e sexualidade, mas sem relação direta com a pobreza.

Criminalização da pobreza - Representação social do conjunto sensacionalista que indica a relação entre pobreza e violência.

Representação social de criminalização - Considera-se que há representação social de criminalização da pobreza quando em cada categoria se encontra um número superior a 50% do número absoluto do conjunto sensacionalista.

Falas das fontes

Os resultados finais das mais variadas falas das fontes (vítimas, acusados, autoridades e população) também são bastante significativos para revelar representações sociais e mostrar a prevalência no jornal das fontes das autoridades sobre as demais. Em 39 conjuntos sensacionalistas elas se expressaram em 28, isto é, em 71,7% de todo material pesquisado (**ver tabela 12**). Apesar de falas das autoridades não aparecerem entre aspas como manchete principal do jornal, o conteúdo delas estava lá, sendo os exemplos mais claros as manchetes VIRGINDADE DA FILHA DE 11 ANOS É MOEDA PARA O CRACK (25/10/2010), nascida da fala de um juiz; e MÃE OBRIGA FILHO A VOMITAR PEDRA DE CRACK PRA FUMAR (28/06/2009), em razão da declaração de uma delegada de polícia.

4.3 – Confronto ético jornalístico

4.3.1 – Relação com as fontes

As seis categorias para avaliação ética diante do sensacionalismo, baseadas no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (Fenaj, 2007), foram condensadas em três campos: a) relação com as fontes, que compreende integridade das fontes, respeito às fontes e não expor pessoas ameaçadas; b) narrativa de não violência, que contempla as garantias individuais e coletivas, bem como o não incentivo à violência; e c) presunção de inocência.

As primeiras categorias e que estão relacionadas às fontes foram caracterizadas pela não publicação de nenhuma unidade que revele os dados que possam identificar as personagens; e a não publicação de fotos e informações pessoais sobre as personagens, ou seja, garantir o respeito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão. Nessas duas primeiras categorias observamos que em 94,8% dos conjuntos sensacionalistas as fontes não tiveram a integridade e o respeito observados. No caso da não publicação de informações e imagens que identifiquem as personagens vítimas e testemunhas que estão ou poderão ficar ameaçadas, percebemos em 76,9% houve no *Jornal Cinform*, nas notícias dos 39 conjuntos sensacionalistas, a revelação de informações que colocaram em risco pessoas (**ver tabela 17**).

Tabela 17 – Ética jornalista e as fontes

ANO	CONJUNTO SENSACIONALISTA	NÃO OBSERVOU INTEGRIDADE DAS FONTES	NÃO HOUVE RESPEITO ÀS FONTES	EXPÔS PESSOAS AMEAÇADAS
2008	12	12	12	07
2009	08	08	08	07
2010	07	06	06	06
2011	08	07	07	06
2012	04	04	04	04
5 anos	39	37 (94,8%)	37 (94,8%)	30 (76,9%)

Fonte: Pesquisa de campo

Na manchete, “FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO” (03/03/2008), o jornal coloca as iniciais da menor que teria sido estuprada, no entanto publica sua foto, revela o nome completo dos pais e parentes da vítima e aponta o endereço onde ela mora. Esta ação do repórter seria um desvio do ponto de vista ético. O compromisso de fidelidade à verdade dos fatos não pode ir de encontro ao respeito e a integridade das fontes e nem expor pessoas ameaçadas. Cornu (1998, p. 64) lembra que o jornalismo tem profundos reflexos sociais e por isso deve “buscar e divulgar informações exatas, checadas e recheadas, apresentadas de modo equânime, com opiniões honestas e livres de preconceitos”.

No *corpus* desta pesquisa identificamos que, por exemplo, no ano de 2012 todas as manchetes não atenderam aos princípios éticos em relação às fontes. O *Cinform* colocou os nomes na íntegra das fontes vítimas e dos acusados, inclusive dos seus familiares e de pessoas ameaçadas, revelando detalhes da moradia, utilizando fotos, inclusive de crianças e adolescentes. Essas práticas não podem ser banais, porque elas “ferem dos direitos de imagens das pessoas expostas e desrespeitam os valores éticos contemporâneos. Isto é, os meios de comunicação transgridem a lei e a ética” (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 63)

4.3.2 – Não violência

Nessa categoria há indicadores de que o jornal não observou os pressupostos do código de ética, no geral, e em 43, 5% há alguma incitação a práticas violentas (**ver tabela 18**). Há sempre palavras e frases de intolerância e que exigem ou indicam uma solução violenta para os conflitos. Muitas das frases estão entre aspas e são falas das fontes.

Em PASTOR PAPA FIEL NO MOTEL E ESCANDALIZA (03/12/2012) o jornal, através da fonte, estaria incitando o assassinato do pastor e da mulher por crime contra a honra: “*se o marido, o corno, pegar vai matar os dois*”. Na manchete, BANDIDAGEM TACA FOGO NA POLÍCIA DE SERGIPE (01/03/2010) a população afirma: “*o crime está aumentando porque os direitos humanos protegem demais os bandidos*”. Na manchete JUNTOS E FELIZES ATÉ QUE O ASSASSINATO OS SEPARE (19/04/2010) o jornal parece assumir como natural a violência contra mulher

em comunidades pobres: “o maior número ainda é daquelas que tem menor poder aquisitivo, da classe C. Até porque já é natural: ela apanha, a vizinha apanha, a mãe apanhava e todas frequentavam a delegacia”. Esse quadro remete ao “declínio dos valores *solidariedade* e *compaixão*, que marcaram a humanidade no pós-guerra, e pelo predomínio de *valores não-valores*, como o *ceticismo*, o *cinismo*, a negação da *utopia* e da *justiça social*” (KUCINSKI, 2005, p. 17, grifos do autor).

Tabela 18 – Não incitação à violência

ANO	CONJUNTO SENSACIONALISTA	INCITOU À VIOLÊNCIA
2008	12	07
2009	08	01
2010	07	02
2011	08	05
2012	04	02
5 anos	39	17 (43,5%)

Fonte: Pesquisa de campo

Na grande maioria das notícias e reportagens as crianças, mulheres e outras vítimas de violência têm suas falas reproduzidas tão apenas para impactar, salientar, chocar. Na manchete “SE MEU FILHO MORRESSE HOJE ME SERIA UM ALÍVIO” (12/04/2010) o jornal entrevista uma criança de dez anos de idade que é questionada sobre o paradeiro da mãe, e ela responde: “*minha mãe está no centro se prostituindo*”.

4.3.3 – Presunção de inocência

Consideramos que a presunção de inocência no jornalismo está garantida quando não se divulgam afirmações condenatórias, imputando autoria de crime sem o devido processo judicial finalizado. Este é um princípio do direito internacional, do Estado Democrático de Direito.

Ao fazermos a pesquisa nos conjuntos sensacionalista do *Jornal Cinform* de 2008 a 2012, percebemos que em 35 das 39 notícias o princípio da presunção de inocência não teria sido observado. O jornal atribuiu culpa em 89,7% dos casos a pessoas por crimes e ações criminosas, sem a devida comprovação. Apenas em quatro conjuntos sensacionalistas as pessoas eram apontadas como suspeitas ou acusadas (**ver tabela 19**).

Tabela 19 – Presunção de inocência

ANO	CONJUNTO SENSACIONALISTA	NÃO CONSIDEROU A PRESUNÇÃO DE INOCÊNCIA
2008	12	11
2009	08	08
2010	07	06
2011	08	06
2012	04	04
5 anos	39	35 (89,7%)

Fonte: Pesquisa de campo

Na manchete, MULHER CELEBRA NATAL MATANDO O MARIDO. FILHA DE 3 ANOS VÊ TUDO (04/01/2010), mesmo sem provas e sem quer ouvir a versão da mulher acusada pelo crime, o jornal garante: *mulher mata o marido*, ainda na manchete da capa. No conjunto, “ESTOU GRÁVIDA DO MEU PRÓPRIO PAI” (08/02/2010), o jornal dá o seguinte tratamento aos acusados: *brutalidade de um pai; ele aliciou; animalesco; estuprou a sobrinha*. O artigo XI da Declaração Universal dos Direitos Humanos afirma: “Toda pessoa acusada de um ato delituoso tem o direito de ser presumida inocente até que a sua culpabilidade tenha sido provada de acordo com a lei, em julgamento público, no qual lhe tenham sido asseguradas todas as garantias necessárias à sua defesa”.

No conjunto sensacionalista de 19/04/2010, JUNTOS E FELIZES ATÉ QUE O ASSASSINATO O SEPARE, o jornal não duvida das autorias dos crimes contra

mulheres: *ela foi esfaqueada pelo seu ex no meio da rua; Jackson matou Maria; Aline recebeu vários tiros do seu ex-namorado; Roberto espancou até a morte; Fabiane foi assassinada pelo marido Luiz*. Também sem sequer ouvir a versão da acusada, o jornal anuncia na capa do jornal VIRGINDADE DA FILHA DE 11 ANOS É MOEDA PARA O CRACK (25/10/2010). No texto da notícia, o jornal afirma: *A mãe é prostituta e viciada e vendeu a virgindade de sua filha; A mãe conseguiu jogar todo o sentimento de mãe pelo ralo; A mãe que cometeu o crime irreparável e tenebroso está foragida*. Estas ações remontam o que disse Christofolletti (2008, p. 60-66): “o pré-julgamento é um dos principais crimes que o jornalismo comete. (...) Conhecer seus limites legais e éticos é fundamental para os jornalistas, ainda mais os que cobrem delitos, crimes e ocorrências policiais”.

Segundo Christofolletti (2008, p. 64), no sensacionalismo o ataque aos princípios de presunção de inocência e de respeito à privacidade apresenta situações mais graves e dramáticas, incluindo o recorte de classe. Isso se verificou no conjunto sensacionalista ABUSA DE MENINA DE 8 ANOS E DIZ QUE FOI SEDUZIDO (14/04/2008), apesar da afirmação na manchete: *abusa*, no texto da notícia o engenheiro tem o tratamento de “suspeito” e o suposto crime de “desvio de conduta”. A abordagem da notícia é concluída com falas contundentes da delegada: *“Esse empresário que teve desvio de conduta”, disse a delegada; A delegada lamentou o comportamento de Rilton; “É um rapaz formado e esclarecido. Acredito que foi um desvio de conduta, mas ele tem que pagar pelo crime que cometeu”*. É a confirmação do que Bucci (2000, p. 155-157) afirmou sobre a cobertura de temas policiais na imprensa popular, isto é, que costuma ser viciada pelo preconceito de classe. Ele lembra que, para muitas das personagens que estão no topo da pirâmide social, a presunção de inocência e o respeito à intimidade são rigorosamente verificadas pelos jornalistas e pelos meios. Há uma série de preocupações com acusações e imagens de certas personalidades. Tratamento que não é o mesmo aos que estão na base da pirâmide. “É tristemente curioso que só se fale em invasão de privacidade quando a pessoa prejudicada é algum de posse ou de poder. É como se gente pobre não tivesse intimidade a ser preservada” (BUCCI, 2000, p. 156).

4.3.4 – Resultado geral do confronto ético jornalístico

Como resultado final da avaliação do confronto entre alguns pressupostos do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e os conjuntos sensacionalistas investigados, pode-se indicar a existência de que houve desvios éticos diante do material publicado. No entanto, para aprofundar essa avaliação foi necessária realizar entrevistas com os repórteres que escreveram algumas das reportagens selecionadas, em razão de boa parte de o código ter como foco a conduta individual do profissional.

Quanto aos 39 conjuntos sensacionalistas de 2008 a 2012, pode-se apurar que em 94,8% deles, isto é, em 37 não esteve garantida a integridade das fontes das notícias. Este foi o mesmo percentual quanto à categoria respeito às fontes, onde em quase todos os 39 conjuntos sensacionalistas ela não foi observada. Também quanto às fontes, observou-se que o jornal expôs informações e imagens que identificam personagens ameaçadas. Essa condição foi verificada em 30 dos 39 conjuntos, isto é, em 76,9%.

Ainda de acordo com o material publicado, verificou-se que em 97,4% dos 39 conjuntos sensacionalista, isto é, em 38 não foi registrada a promoção das garantias individuais e coletivas preconizadas no código. Percebeu-se ainda que em 43,5% dos 39 conjuntos sensacionalistas investigados há alguma indicação de incitação à violência, ou seja, em 17 notícias e reportagens. Quanto ao quesito de presunção de inocência, a avaliação ética do material publicado indica que em 89,7% de todo os 39 conjuntos a presunção de inocência não foi observada, isto é, em 35 dos 39 (**ver tabela 20**).

Tabela 20 – Resultado geral do confronto ético

ANO	CONJUNTO	NÃO OBSERVOU INTEGRIDADE DAS FONTES	NÃO HOUVE RESPEITO ÀS FONTES	EXPÔS PESSOAS AMEAÇADAS	NÃO PROMOVEU AS GARANTIAS INDIVIDUAIS E COLETIVAS	INCITOU À VIOLÊNCIA	NÃO CONSIDEROU À PRESUNÇÃO DE INOCÊNCIA	DESVIO ÉTICO ¹
2008	12	12	12	07	12	07	11	SIM
2009	08	08	08	07	08	01	08	SIM
2010	07	06	06	06	07	02	06	SIM
2011	08	07	07	06	07	05	06	SIM
2012	04	04	04	04	04	02	04	SIM
5 anos	39	37 (94,8%)	37 (94,8%)	30 (76,9%)	38 (97,4%)	17 (43,5%)	35 (89,7%)	SIM

Fonte: Pesquisa de campo

Considera-se que ocorreu desvio ético quando pelo menos em uma das categorias se encontra um número superior a 50% do número absoluto do conjunto sensacionalista

4.5 - A voz dos repórteres

A maioria das notícias/reportagens dos 39 conjuntos sensacionalistas (64,2%) não foi assinada por jornalistas (**ver tabela 21**). Deles foram identificados textos assinados por oito repórteres diferentes do jornal entre os anos 2008 a 2012. Dos oito, apenas um deles continua trabalhando no periódico. Todos foram contactados para participar desta pesquisa, concedendo entrevistas gravadas e seis deles aceitaram contribuir, entre eles o que continua trabalhando no jornal. Como a maioria dos entrevistados pediu para não ter a identidade revelada, eles serão identificados aqui com as letras de A até F.

Tabela 21 – Autoria das notícias

ANO	CONJUNTO SENSACIONALISTA	NOTÍCIA ASSINADA	NOTÍCIA NÃO ASSINADA
2008	12	06	06
2009	08	03	05
2010	07	02	05
2011	08	02	06
2012	04	01	03
5 anos	39	14 (35,8%)	25 (64,2%)

Fonte: Pesquisa de campo

4.4.1 – Rotina e enquadramento sensacionalista

Um conjunto de perguntas procurou investigar sobre a relação entre a rotina de produção no *Jornal Cinform* e a temática sensacionalista. Como o jornal não tem pauteiro e não há pautas escritas, as indicações para a cobertura dos acontecimentos são feitas pelos próprios repórteres, editores de caderno e pelo diretor de jornalismo durante a semana, apesar das segundas-feiras, na parte da tarde, sempre ocorrer uma reunião geral de avaliação da edição que circula e de sugestão de temas/pautas. Vale lembrar o que disse Sàdaba (2001, p. 162): nas organizações, as rotinas aceitas pelos jornalistas vão se converter em determinados enquadramentos das notícias. Resumindo, a organização influi no modo de como o jornalista verá a realidade.

a) Pauta

Segundo a maioria dos repórteres entrevistados, a ausência de pauteiro dava a impressão que a pauta era livre, mas a palavra final era sempre da direção do jornal: “até havia alguma discussão de pauta, mas nas pautas grandes sobre violência já eram quase predefinidas pelo diretor”, afirmou o repórter A. “Como pego a parte mais de polícia fico mais livre porque os acontecimentos são meio que imprevisíveis, além disso cultivo algumas fontes policiais que sempre passam algumas coisas, mas tudo combinado com o editor”, lembra o repórter B. “No fundo todo mundo na redação já sabia como encarar uma notícia sobre um caso grave de violência, não precisava ninguém dizer como fazer, tinha que pegar os detalhes mais sangrentos”, revela o repórter D. “Sempre comentava com o editor e com o diretor de jornalismo o que ocorria. Eles acabavam me ajudando a seguir uma linha”, lembra C. Falas que evocam Gitlin (1980, p. 11) quando afirmou que “os repórteres incorporam as definições de noticiabilidade advindas dos editores e das esferas institucionais”.

b) Sensacionalismo

Para todos os repórteres entrevistados a linha editorial do jornal era bastante clara para um enquadramento sensacionalistas de alguns acontecimentos: “Apesar de não concordarmos muito, o estilo adotado pelo *Cinform* é de adjetivar, de dar opinião, mesmo que disfarçadamente”, afirma A. “Minha preocupação era fazer um texto que seguisse os princípios jornalísticos e a linha editorial da empresa”, garante B. “Era o perfil do jornal e eu tinha que segui-lo. E comprovadamente, vende mais”, disse D. “Muitas vezes o sensacionalismo da manchete era definido pelo diretor de jornalismo e nem sempre o que o título alardeava era, de fato, o que o texto informava”, assegura E. “Eu já saía da redação imaginando pegar a parte mais forte e que pudesse chamar mais a atenção dos leitores. Infelizmente essa prática vende muito”, lembra F. “Eu mesmo puxo para o ponto mais impactante, mais sangrento, aquele detalhe que chama mais atenção. Mas quando faço isso é tudo comunicado e acordado com o editor”, relembra o repórter A.

c) Pressão para o sensacionalismo

O repórter C é enfático sobre a pressão que sofria na redação para encontrar o fato mais absurdo: “Pressão total. A cada semana eu precisava trazer algo quase surreal. Algo novo, de forma nova, algo mais chocante que a anterior”. O repórter F também garante que sofria pressão para o sensacionalismo: “Entrei no *Cinform* sabendo da sua linha editorial, ou sigo, ou nem devia ter aceitado a proposta. O que, obviamente, não quer dizer que nunca questionei as determinações. Questionei”. O repórter A também confirma: “Existe, sim, a pressão. Ainda mais quando se sabe que o fato vai gerar comoção. A pressão é sempre feita no sentido de impactar o leitor e escrever manchetes que possam chocar e criar interesse pela compra do jornal, por isso na hora de escrever procurava sempre ir pelo fato mais violento”. Afirmações que confirma Scheufele (2006, p. 66), a medida que as rotinas de produção são determinantes para “a caracterização das esquematizações com os quais os jornalistas operam”.

Mas dois dos repórteres apresentam versões distintas dos demais: “Não havia pressão no sentido de fazer matéria sensacionalista. Mas a linha editorial influenciava, sim, a apuração e a narração”, afirma o repórter D. “Não percebo isso. Vi o contrário. Confesso que nunca vi coisa do tipo que estamos fracos de sangue e a direção pedia para carregar nesses casos”, assegura o repórter E.

d) “O leitor gosta”

Para a maioria dos repórteres entrevistados, da produção até a forma de apresentação da notícia sensacionalista o leitor estava presente junto com a vendagem das edições. “Fazíamos pesquisas e sempre os jornais mais vendidos eram aqueles com apelo sensacionalista. Os que tinham dados estatísticos e mais política, por exemplo, encalhavam”, revela o repórter F. “Por mais que a academia e os estudiosos digam que não, grande parte dos leitores gosta, sim. Se não o fosse, a venda dos jornais não aumentaria diante de manchetes sangrentas, sensacionalistas. E isso influencia na minha seleção e escrita de notícia”, complementa o repórter A. Também nessa mesma linha o repórter E defende: “Uma boa parcela da população, sim, gosta. Infelizmente essa prática é comum e vende muito jornal. A sociedade é falsa moralista. Ela prega a não

violência, faz protestos contra isso, mas não deixa de querer saber que o cara matou a mulher, arrancou o coração, torrou e comeu como tira-gosto em uma mesa de bar”.

Já o repórter B diz pensar de outra forma: “O leitor pode estar acostumado a esse estilo, porque não lhe é oferecido outro, visto que essa é uma conduta bastante comum entre os veículos da imprensa sergipana”.

4.4.2 – Seleção, crime e pobreza

A maioria dos repórteres afirma que a seleção dos acontecimentos violentos segue uma espécie de regra e assim, “quando os repórteres tomam decisões a respeito do que e como cobrir, raramente eles ponderam sobre os pressupostos ideológicos ou sobre as consequências políticas” (GITLIN, 1980, p. 11).

a) Cobertura de violência

Sobre a seleção dos acontecimentos que serão transformadas em notícia no *Cinform*, o repórter C afirma: “tem que ter grande repercussão, interessar a muita gente, aquilo que as pessoas vão querer saber”, afirma o repórter C.

O repórter F lembra que existia uma clara determinação do editor do jornal quando da cobertura de casos violentos envolvendo estupros de vulneráveis: “tentávamos entrevistar a vítima ou a família”. No entender deste repórter, essa lógica de entrevistar a vítima era obrigatória porque interessava ao leitor: “Matérias com violência sempre geram mais polêmicas e vendem mais jornais. Sempre éramos orientados a buscar o lado mais violento do fato. Eu já sabia que se não fizesse a seleção dos acontecimentos mais sangrentos, o editor iria fazer, pois essa era a orientação, então já separava uns fatos mais chocantes e deixava como destaque”.

O repórter E garante: “Seguia as orientações do editor. A não ser que fosse algo muito absurdo, que fosse de encontro aos meus conceitos pessoais”.

Relembremos o que afirmaram Hall *et al* (1999, p. 238). Eles colocaram a violência é um importante valor-notícia. “A violência é também o supremo crime contra a propriedade e contra o estado. Representa, assim, uma ruptura fundamental na ordem social”.

b) Crime e pobreza

Os repórteres entrevistados nesta pesquisa rejeitam que a pauta, a produção, a narrativa sensacionalista reafirmem representações sociais que ligam pobreza ao crime. No entanto, alguns deles acabam – de forma indireta – revelando possíveis justificativas de certa naturalidade para a associação entre pobreza e violência. “Crime acontece nas melhores e mais abastardas famílias, moradoras de bairros nobres ou periferias. Mas é sabido também que as localidades mais pobres, por uma série de motivos sociais, estão mais vulneráveis a esses acontecimentos. O jornalista fica de olho no fato, seja ele aonde for”, argumenta o repórter B.

“O jornal adoraria um crime na Treze de Julho (bairro de classe média alta em Aracaju/Sergipe), por exemplo. Ia vender bem. Acho que é uma questão de estatística mesmo, coisa meio matemática. Tem mais crimes na periferia por uma questão social, de exclusão. Não ligo marginalidade à pobreza. Mas a periferia é uma região que há maior índice de crimes”, afirma o repórter C, que complementa: “acredito que a ligação entre pobreza e violência se justifica pela carência que as comunidades mais periféricas possuem em diversos aspectos: deficiência no saneamento básico, na iluminação pública, na falta de emprego, na falta de áreas de lazer etc”.

O repórter F garante que não “lembra de a situação econômica dos envolvidos ter sido um aspecto central de alguma notícia ou que determinou a cobertura do acontecimento. Ela pode ter entrado na história como um detalhe adicional, que serviu para ambientar o leitor na situação descrita”. Já o repórter A utiliza o argumento das drogas: “existem muitos casos de violência em toda parte. O que ocorre é que na periferia, o tráfico de drogas é mais presente e tudo parte dele. A grande parte dos crimes violentos sempre está relacionada ao consumo de drogas”.

A associação entre pobreza e criminalidade não é, para o repórter E, feita pelo jornal, mas pelo Estado, através das forças policiais. O jornal faz apenas cobrir: “Uma matéria que chama muita atenção é quanto tem briga com gente da alta sociedade. São matérias interessantes e vendem. Agora esses casos são raros e só vazaram para a gente, de forma extraoficial, escondida. O que ocorre? As polícias civil e militar não liberam os casos policiais envolvendo gente da alta sociedade, só dos pobres. A SSP filtra o boletim de ocorrência. Acontecimentos na periferia estão lá para todo mundo vê, com

nomes completos, endereços, detalhes, etc, etc. Nos hospitais públicos, onde estão os pobres, estão lá todas as informações liberadas, abertas. Quem faz a criminalização dos pobres é o próprio Estado”. Aqui se percebe o que defendeu Moretzsohn como “jornalismo de mãos limpas”. Ela explica: “o jornalismo que consulta as fontes, ‘relata os fatos’, e lava as mãos. Porém as mãos estarão sempre sujas. (...) ficam sujas no sentido mais banal e reprovável, propiciando às vezes espetáculos deprimentes” (MORETZSOHN, 2007, p. 187).

4.4.3 – Avaliação ética

a) Emoção

A discussão sobre ética e sensacionalismo começa com um debate sobre o envolvimento dos repórteres com a emoção e os julgamentos. Para o repórter B “texto sem emoção é texto frio. Acredito que se pode escrever com emoção e imparcialidade. Por exemplo: ao narrar um dilema de uma pessoa que precisa de ajuda... Como comover sem emoção?”. O repórter A também afirma: “acho que quem faz jornalismo é gente. E gente se emociona, comove-se. Não dá pra deixar de ser gente por ser jornalista”.

O repórter F pensa diferente: “o jornalismo deve ser feito de forma imparcial. Ao se envolver emocionalmente, o repórter tende a seguir por um lado que, muitas vezes, pode ser um caminho sem volta, porque pode acabar passando a imagem errada e levando a opinião pública a ter uma visão distorcida do fato”. Já o repórter E diz utilizar a emoção quando escreve as notícias e apresenta uma justificativa: “a emoção para mim é essencial, principalmente em matérias especiais. Por isso que pouco uso gravador, para não ser ostensivo, deixando as pessoas externar à emoção. O gravador às vezes inibe. Transmitir a emoção para as páginas do jornal é mais importante do que só falar da barbaridade do crime. Transmitir a emoção para que as pessoas que vão ler sintam também um pouco da dor, que se sinta na pele de quem está sofrendo”.

b) Julgamentos

A maioria dos repórteres reconhece que faz seja de forma direta ou indireta, julgamentos diante dos casos de violência. “Eu, como ser humano, ficava tentando

deduzir que motivos levaram a pessoa a cometer tal crime. Mas no texto, não procurava fazer julgamento. Salvo as intervenções do editor que, muitas vezes, levavam a esse caminho”, justifica o repórter C. Também do repórter D repassa a tarefa de valorar os acontecimentos ao editor. “Tinha julgamento sim, mas na maioria das vezes ele era feito por alguém em cargo superior ao meu e quando se fazia a edição final do texto ou ia escolher a manchete”. O repórter E reconhece os julgamentos são feitos desde a seleção até a narração dos fatos: “na hora que você senta na frente do computador e começa a escrever sobre um cara que tirou uma senhora do túmulo e usou sexualmente o cadáver. Como não vou *xingar* ele no texto? Confesso que é um momento bastante delicado para não julgar. Mas mesmo inconscientemente, a gente faz juízo de valor, sempre, sempre”.

Quase todos os repórteres entrevistados reconhecem que são autores de notícias e reportagens sensacionalistas. O repórter A justifica: “Independentemente da época, as avalio como sensacionalistas, sim. Mas são fatos reais. Se o jornalismo florear, como é que as pessoas poderão ter noção do drama que é viver isso? Sensacionalista ou não, as escreveria novamente”. O repórter F também fala: “Concordo que foi sensacionalista. Embora seja justificável e explicável: primeiro, pela linha editorial da empresa – um detalhe que já é reconhecido por todos; segundo, por envolver, no mesmo fato, sexo e religião”. O repórter B apresenta a seguinte declaração sobre essa questão: “Concordo que foi sensacionalista do tipo se espremer sai sangue. Mas é isso que vende! É isso que o povo quer ler. A sociedade gosta desse tipo de manchete. Eu, particularmente teria tido outra abordagem, principalmente no título, mas não dependia de mim. Entreguei a matéria pronta e o diretor de jornalismo fez os ajustes e colocou o título”.

c) **Ética e sensacionalismo**

Ao apresentar os artigos do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros que condenam a prática do sensacionalismo, as reações e justificativas dos repórteres são as mais diversas: “Na minha matéria eu utilizei somente o que bandido e o delegado me disseram. Inclusive, foi gravada. Na minha definição de ética, não acho que agi errado”, assegura o repórter E. Esta é também a abordagem do repórter A: “tudo que foi colocado na matéria foi colhido com o próprio suspeito e da polícia. A entrevista foi

feita diretamente com ele e cada informação do texto é direcionada totalmente ao que ele declarou. Não agir de forma antiética. De forma nenhuma”.

Para o repórter C, os debates sobre ética dentro da redação do jornal seriam frequentes e por isso afirma: “acho que não ultrapassamos os limites. Alguns leitores reclamam, manifestam-se contra, mas tem a resposta do jornal todo vendido na semana. Vivemos uma contradição. A rejeição existe, mas a venda existe e é muito maior. Por exemplo, passamos três meses de muita luta para conseguir fazer uma entrevista com o foragido da polícia e da Justiça Floro Calheiros. Demos a matéria exclusiva. Mas ela vendeu muito menos do que a matéria com a língua da mulher na capa do jornal. Se nós encontramos uma língua dessas por semana a empresa está feita, está vendendo demais o jornal, você como jornalista é reconhecido, mas tem o outro lado da comunidade que rejeita e reclama”.

Dos seis jornalistas entrevistados dois deles afirmam reconhecer a importância e a necessidade de se observar mais o código de ética. “Acho que todo jornalista deveria ler um pouco mais o nosso Código de Ética. Avalio que aqui no *Cinform* a gente vem cumprindo ele. Observamos e cumprimos também nosso ordenamento jurídico”, afirma o repórter B. O repórter F lembra: “enquanto fui editor cumpri todos os aspectos legais que me cercam enquanto cidadão e jornalista. O profissional não pode ser julgado pelas atitudes da empresa, ainda que ele as reprove e não consiga impedi-las (o sistema de publicação das notícias que o jornal dispunha não me permitia desfazer qualquer alteração que o diretor de jornalismo fizesse no meu texto depois que eu o liberasse). Sempre que discordei de algum aspecto optei por não assinar a matéria, e assim sugeri ou orientei os repórteres que trabalharam comigo”.

No entanto, quatro entrevistados afirmam: “se os jornalistas levassem ao pé da letra o código não trabalhariam em redações... Acho que apenas em assessorias. Que é a minha opção hoje. No *Cinform*, trabalhava em uma editoria desgastante. A cobrança pelo novo, pelo sensacional, pelo que impulsionasse a venda era muito grande. Desgastante físico e emocionalmente”, relata o repórter A. “O Código de Ética se contradiz em muitos pontos. O que pra você é de caráter mórbido ou sensacionalista, pra mim pode não ser. E é esse mesmo código que diz que meu dever é informar. Enfim, é uma discussão que vai além da academia. Eu sou jornalista, mas preciso de dinheiro, de

trabalho. Pesquisa e assessoria de imprensa não tem vaga pra todo mundo”, afirma o repórter C.

Para o repórter E “não existe imprensa livre. Se não existe, como é que o profissional vai ter a liberdade para executar seu trabalho de uma forma que siga o que determina do código? Quem manda é o dono dos meios de comunicação. Ou o jornalista faz dessa forma ou vai perder o emprego”.

4.4.4 – Linha editorial do *Cinform*

O diretor de jornalismo do *Jornal Cinform* é Jozailto Lima, que tem 21 anos como jornalista, sendo que em 18 anos ocupa o cargo de diretor do jornal. Ele também concedeu uma entrevista semi-estruturada gravada para esta pesquisa.

a) Pauta de violência

Segundo ele, “a exposição de abusos sexuais, de envolvimento de familiares, de abuso de crianças, de estupros, essa violência ainda continua sendo um foco de interesse, mas a gente tem certo cuidado”. Afirmação que confirma as informações da maioria dos repórteres entrevistados.

O diretor justifica que “o crime em geral chama atenção quando ele tem grande repercussão. Eu parto de uma premissa, que não sei se está correta, que quando eu exponho um problema que é fora de ordem, violência na família, quantas mulheres são espancadas, por exemplo, eu estou tentando contribuir para uma reflexão social. É a exposição do drama no sentido de estancá-lo. Mas em comunicação de massa nem sempre é assim. Às vezes agrava, estimula, fomenta”.

Sobre a sequência de quatro edições do jornal em 2008 sobre o caso Pipita o editor justifica: “ele fez um escarcéu sem precedentes no Centro-Sul de Sergipe, sequestrando meninas, levando para o mato, estuprando, matando. Lembro muito bem de um editor do caderno de Município, que não direi o nome, tinha uma má vontade enorme com o caso. Pedia para fazer matéria, mostrar as angústias da comunidade, e aí ele me enquadrava: perguntou se eu já tinha pensado na origem de Pipita, o drama dele, que foi violentado na infância, etc. Eu acho que esses questionamentos são pertinentes.

A academia professa e faz isso muito bem, mas para mim isso deixa de ser jornalismo e passa a ser sociologia da comunicação. Isso não me interessa muito. De modo que Pipita morre na Sexta-Feira da Paixão. No sábado os jornais locais deram manchete. Na segunda-feira dei uma manchete das mais folclóricas do *Cinform* que foi: Pipita é mandado ao quintos dos infernos. Linguagem popular. Isso rendeu vários debates críticos nas faculdades de comunicação, os blogs pipocaram detonando o jornal. Mas eu tinha que dá uma manchete. Alguém pode pensar que estávamos fomentando a ação da polícia para matar, mas não é. Quem está na academia não sente as dores das famílias vítimas dele. Outra coisa: o jornal precisa vender. Tem que ter manchete que chame atenção, que a pessoas queiram consumir o jornal por conta daquela informação”.

b) Dramas e venda de jornal

Para o diretor de jornalismo, “os dramas humanos e existenciais bem narrados eles podem interessar, podem gerar demanda de leitura. É disso que o jornal vive. O jornal não vive de proselitismo. Jornal não vive de teoria. Eu tenho que às vezes, em descompasso com a expectativa normal, ordinária, comum, fazer algo que berre, que chame a atenção”. Certamente essa ideia do diretor de jornalismo – repassa nas rotinas de produção aos repórteres – torna-se fundamental para enquadrar o sensacionalismo.

O diretor diz que se “arrepente muito pouco dos títulos que dei até hoje. Não faço nenhuma penitência por isso. Quando cheguei no jornal tinha manchetes piores. Se eu pudesse dava só manchete com educação, com o sexo dos anjos, com Papa Francisco, etc. Mas eu sei que na prática não funciona. Não sei se nós condicionamos as pessoas ou se as pessoas nos condicionam. As pessoas são condicionadas a esperar o pior. Se Pipita morre e digo: ô, infelizmente Pipita morreu, eu não teria vendido jornal, um jornal que acabou às 10 horas da manhã da segunda-feira. Mas também não posso sonhar todo dia com uma manchete que fulano é mandado aos quintos dos infernos para vender jornal. Na prática, há uma exigência na sociedade para que a gente mostre aqui porque as pessoas querem ver de perto. Uma mulher morrer em Canindé do São Francisco, poucas horas depois bandidos violam o túmulo e usam sexualmente o cadáver. Alguém fez a foto do cadáver com flores na genitália e nós publicamos aqui. Todo mundo leu. Veja, uma coisa bizarra, que não acrescenta em nada, mas as pessoas gostam. A sociedade do macabro exige isso, acolhe isso”.

c) Criminalização da pobreza

Sobre a associação pobreza e violência, o diretor de jornalismo argumenta: “A questão é quanto há mais pobreza, mais problemas nessas áreas. Eu não vou noticiar um estupro só porque ele ocorreu numa comunidade pobre, num município pobre. Não trabalho com a ideia do fatalismo. Eu não vou culpar os pobres dos crimes. Infelizmente isso acontece entre eles. Agora os casos existem. Pai estupra filha na periferia. Aí entra a sociologia: não vou publicar porque era pobre, era alcoólatra, a questão social, etc. No jornalismo isso não cabe”

O diretor afirma que não é possível o repórter sair da redação para fazer uma matéria “dizendo vou botar para quebrar com esse estuprador. Penso que não precisa disso. Um pai violenta cinco filhas. Não precisa dizer muita coisa. O fato por si só já é suficiente dramático. O diabo é o apelo da narração. Todo mundo quer fazer sua festa ao seu modo e acaba sensacionalizando”.

No entanto, ele reconhece que “é possível que o sensacionalismo criminalize a pobreza em matérias sobre violência, mas isso ocorre de modo inconscientemente. Por isso que acho que o jornal mais justo no mundo é aquele que tem uma seção de erramos bem transparente. Eu não tenho medo do erramos. É preciso dar a mão à palmatória”.

d) Ética e sensacionalismo

Questionado sobre a oposição Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e sensacionalista, Jozailto Lima confirma a mesma linha de raciocínio adotada pela maioria dos repórteres entrevistados. Ele afirma: “Acho que o código é legal, é pertinente. Mas ele é como a Constituição Federal. A Constituição diz que o salário mínimo no Brasil deve ser suficiente para prover uma família. E o que faz o Estado e o salário mínimo. Faz o quê? Isso não significa dizer que você tem que sair por aí expondo pessoas em risco, mas existe uma competição entre os meios para dar os problemas. Em 1998 colocamos na capa a foto do promotor de Justiça assassinado em Cedro de São João. Uma foto forte. Hoje essa publicação no *Cinform* não seria possível porque hoje estamos cerceados, os direitos humanos estão aí. Hoje as pessoas sabem muito dos seus direitos e qualquer coisa se recorre ao Judiciário. Nós respondemos aqui

vários processos por direito de imagem. Acho que o Código de Ética da gente é muito bom. Eu costumo lê e reler”.

Avaliando o sensacionalismo e os 39 conjuntos desta pesquisa, o diretor de jornalismo do *Cinform* afirma: “as histórias humanas estão nos crimes, no filho deserdado do pai, na tragédia da enchente, na ditadura militar, nas crianças mortas na Síria. Eu acho que o papel do jornalismo é informar e comover. É informar com comoção. Tenho dificuldade de rotular jornalismo como sensacionalismo. Acho que alguns apelam mais, forçam mais a mão, deixa se levar pela cabeça cortada de alguém que é mandada para o parente, pelos detalhes do crime, e acho que não é um detalhe inconsequente, injusto porque o detalhe está voltado para atender a certa demanda. Acho que a humanidade é curiosa e que tem necessidade de informações. Eleger jornal que apela como sendo sensacionalista não é eficaz, não vejo assim.

4.4.5 – Resultado geral das vozes dos repórteres e da linha editorial

As entrevistas semi-estruturadas realizadas com os repórteres do jornal que assinaram notícias/reportagens sensacionalistas entre 2008 a 2012 e com o diretor de jornalismo foram importantes porque ajudam a confirmar algumas hipóteses levantadas ainda no início desta pesquisa e que, observando-se apenas o material publicado, não estavam suficientemente claras.

No que pese certa autonomia da definição de algumas pautas pelos próprios repórteres, o enquadramento na redação diante de acontecimentos com alto potencial dramático é, em última instância, definido pela direção do jornalismo. Esta definição pode ocorrer diretamente, através de uma voz de comando, ou mesmo num processo de autoavaliação do jornalista de que a linha editorial – não escrita, mas aceita tacitamente por quase todos – exige um típico enquadramento sensacionalista diante de determinados acontecimentos.

Importa afirmar ainda que esta decisão do repórter, isto é, de identificar que a linha editorial do periódico lhe impõe um enquadramento sensacionalista, também está associada a outros dois aspectos: a ideia de um leitor presumido, que gosta de notícias sensacionalistas; e a necessidade do jornal vender todos seus exemplares, ou seja, optar pelo enquadramento sensacionalista definido na linha editorial do jornal é atender os interesses dos leitores, em sua maioria, e os mercadológicos da empresa.

Os repórteres, quando questionados sobre a criminalização da pobreza em notícias/reportagens sensacionalistas, especialmente diante de casos violentos, afirmam que não desenvolvem suas atividades com esse objetivo, mas reconhecem como natural a associação entre pobreza e criminalidade, ou seja, a criminalização da pobreza se daria de forma inconsciente. Vale ressaltar que um dos repórteres entrevistados pode ter apresentado a justificativa que sintetiza esse processo e confirma a ideia de “jornalismo de mãos limpas”: “As polícias civil e militar não liberam os casos policiais envolvendo gente da alta sociedade, só dos pobres. A SSP filtra o boletim de ocorrência. Acontecimentos na periferia estão lá para todo mundo vê, com nomes completos, endereços, detalhes, etc, etc. Quem faz a criminalização dos pobres é o próprio Estado”.

Quanto às discussões éticas envolvendo o sensacionalismo, os repórteres não reconhecem que cometeram desvios éticos. As justificativas são as mais variadas diante do confronto com alguns dos artigos do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiro, normas que condenam o sensacionalismo: As expressões como: faço o que o jornal manda, preciso trabalhar, só fiz publicar as palavras do acusado ou da vítima, o código se contradiz, se ele for observado ninguém trabalha como jornalista, entre outras.

O diretor de jornalismo assume que o jornal dá atenção e se interessa por casos violentos e bizarros, mas justifica que isso faz parte da sociedade. Ele reconhece usar manchetes de grande impacto para chamar atenção, ficando mais próximos das pessoas e para vender jornal. Ele argumenta que o jornal condicionou as pessoas à exposição e consumo de casos bizarro e os leitores, a medida que consomem esse tipo de notícia, também condicionam o jornal a fazer essas coberturas sobre violência.

Para ele, “é possível que o sensacionalismo criminalize a pobreza em matérias sobre violência, mas isso ocorre de modo inconscientemente”. Segundo o editor, o código de ética é importante, mas uma referência como é a Constituição Federal e que costuma ler.

4.5 – Resultado final

Ao final desta pesquisa foi montada uma tabela final e geral que apresenta os principais dados levantados nessa investigação, seguindo os três movimentos propostos: o enquadramento sensacionalista, a representação social de criminalização da pobreza e o desvio ético jornalístico.

Definido o *corpus* em 39 conjuntos sensacionalistas e aplicando a metodologia de Análise de Conteúdo, concluiu-se que os 100% dos 39 conjuntos investigados possuíam um enquadramento sensacionalista. Ainda neste item, as respostas dos seis repórteres entrevistados e as do diretor de jornalismo acabaram reforçando um típico quadro de seleção, produção, narração e apresentação de temas sensacionalizados, especialmente sobre violência.

Do ponto de vista da criminalização da pobreza se pode constatar que 69,3% dos 39 conjuntos sensacionalistas pesquisados apresentavam narrativas de reforçavam ou associavam pobreza e violência. Em números absolutos foram identificados 27 dos 39 conjuntos com a aproximação entre crime, violência e pobreza. O restante, isto é, as 12 edições sensacionalistas não apresentaram uma relação direta com a pobreza. Elas se centraram em casos exagerados e bizarros que chamamos de *exploração humana*.

Além do enquadramento sensacionalista, quem também atingiu 100% do *corpus* foi o desvio ético – o terceiro movimento da pesquisa -, quando se avaliou que alguns pressupostos do Código de Ética dos Jornalistas não foram observados nas coberturas sensacionalistas apuradas (**ver tabela 22**).

Tabela 22 – Resultado final

ANO	CONJUNTO SENSACIONALISTA ¹	ENQUADRAMENTO SENSACIONALISTA ²	CRIMINALIZAÇÃO DA POBREZA ³	DESVIO ÉTICO JORNALÍSTICO
2008	12	12	06	12
2009	08	08	07	08
2010	07	07	07	07
2011	08	08	05	08
2012	04	04	02	04
05 anos	39	39 (100%)	27 (69,3%)	39 (100%)

Fonte: Pesquisa de campo

Conjunto sensacionalista - Composto por: manchete principal da capa, texto da chamada na capa, notícia sobre a manchete no jornal, apresentação visual (foto, ilustração, charge).

Enquadramento - Conjunto que indica o enquadramento sensacionalista

Criminalização da pobreza - Conjunto sensacionalista que indica a relação entre pobreza e violência.

CONCLUSÕES

O percurso realizado durante o desenvolvimento desta pesquisa buscou fazer três claros movimentos aparentemente sequenciais e interconectados: a identificação e configuração de um enquadramento sensacionalista; a observação de que esse típico quadro submetido aos acontecimentos violentos vai configurar representações sociais que criminalizam a pobreza; e essa prática jornalística resultante desse processo está em oposição aos princípios da ética jornalística. Esses três movimentos foram tão somente separados para melhor compreensão dos argumentos centrais dessa pesquisa.

Nesta dissertação buscamos discutir inicialmente o jornalismo, através dos fenômenos como realidade, conhecimento e acontecimento. Parte da formatação da realidade perceptível ocorre pela identificação, seleção e construção de acontecimentos. Através do jornalismo, as várias ocorrências do mundo real serão transformadas em fatos noticiosos. Entendemos que o jornalismo é uma instituição social fundamental que vai auxiliar na constituição da ideia de um mundo concreto.

Na sequência da pesquisa e, ainda em etapa anterior à discussão dos estudos sobre *framing* no jornalismo, julgamos fundamental debater sobre o sensacionalismo. Sentimos a necessidade de aprofundar o conceito deste formato, evitando conclusões óbvias e reducionistas. Para além de rótulos apressados, o sensacionalismo é uma prática noticiosa centrada prioritariamente na seleção, ênfase e repetição de elementos narrativos e imagéticos dramáticos e exagerados, invariavelmente buscando gerar no público um grande impacto emocional.

O sensacionalismo não está preso aos veículos da chamada imprensa popular de massa. Essa prática pode ser observada com intensidade diferenciada no chamado jornalismo de referência. Outro aspecto importante a salientar é que o sensacionalismo não pode ser entendido de maneira uniforme do ponto de vista do conteúdo, ou seja, ele permeia temáticas que giram em torno de casos de violência, do culto de celebridades do momento, do sexo e da sexualidade, e também da escatologia, neste caso dos feitos sobrenaturais, fantásticos e extraordinários da ciência, da religião, entre outros. Muitas vezes esses conteúdos se mesclam, impulsionando ao ápice os meios que se utilizam do sensacionalismo em seu cotidiano.

Além de buscar a literatura sobre esse formato, realizamos uma necessária contextualização histórica do sensacionalismo, desde as primeiras folhas de notícias dos séculos XV e XVI, passando pelo *penny press*, até os jornais da imprensa no Brasil do início do século XX. O retorno ao passado nos levou à conclusão de que a prática do sensacionalismo tem forte alicerce na história do jornalismo. Nesse recorte, chegamos a identificar algumas contribuições do sensacionalismo ao modo do fazer jornalístico contemporâneo, a exemplo da atenção aos fatos locais, da ideia de objetividade, da busca pela narração direta, da cobertura de histórias humanas, da composição atrativa e sintética da primeira página do jornal, entre outras.

Diante do objeto, *Jornal Cinform*, investigamos 39 conjuntos sensacionalistas, isto é, a manchete principal e a chamada na capa, a reportagem decorrente da manchete e a apresentação visual entre os anos de 2008 a 2012. A partir da análise de conteúdo e de entrevistas com repórteres que assinaram algumas notícias sensacionalistas selecionadas e também da entrevista com o diretor de jornalismo, chegamos a algumas conclusões:

Sensacionalismo e enquadramento

Inserimos o sensacionalismo como uma prática da atividade jornalística, dentro das teorias do jornalismo, e no caso específico, no *Framing*. Utilizando-se de ampla fundamentação teórica, realizamos uma aproximação entre o sensacionalismo e o enquadramento e podemos observar um significativo indício de que há traços em comum entre eles e que nos levam a propor a existência de um *framing* sensacionalista, que por sua vez age como quadro e também como pacote interpretativo mais geral para o meio, os repórteres e a audiência.

Ao debatermos o acontecimento no jornalismo, concluímos que esse tipo de *frame* pode ser identificado em fatos selecionados recorrentes onde a carga dramática supera qualquer naturalidade esperada e onde as condições estão postas para um registro verbo-visual exagerado. O repórter enquadrado na lógica sensacionalista terá a missão de identificar esse potencial dramático e sensacionalizar o acontecimento, buscando o detalhe mais sórdido, tirando das fontes as frases de maior impacto, extraindo dos fatos um conjunto de informações surpreendentes, quase desumandas. A produção, nesse

sentido, deve suscitar sentimentos na audiência, que vão da curiosidade ao medo, ao pavor, ao ódio, a tristeza, ao prazer, ao riso.

O enquadramento sensacionalista se estabelece a partir de bases negociadas tacitamente entre repórteres e organização de mídia. Apesar de os jornalistas afirmarem que existe certa liberdade na produção das notícias no *Jornal Cinform* em razão da ausência de um pauteiro fixo e da imprevisibilidade dos acontecimentos violentos, essa liberdade estaria enquadrada por uma linha editorial não escrita, mas constituída e sedimentada ao longo dos anos, ou seja, há na redação uma forma, um roteiro, um modo de interpretação repetido e aprovado tacitamente pela direção do jornal que se aceita, por uma série de motivos, o enquadramento a ser adotado diante de acontecimentos com forte inclinação dramática exagerada.

Existem ainda dois aspectos importantes dessa linha editorial que enquadra o sensacionalismo como um dos elementos na prática jornalística e que vão interferir diretamente na seleção, angulação e narração dos acontecimentos: 1) a superficial ideia – senso comum na redação - de que boa parte do público e da audiência do jornal gosta, pede e consome esse tipo de jornalismo; 2) a existência de uma pressão na redação por parte do setor comercial do meio no sentido da busca por episódios que possam ser sensacionalizados, objetivando ampliar as vendas dos exemplares. Assim, a apreensão dessa linha editorial ao longo dos anos transformaria o enquadramento sensacionalista numa espécie de ensinamento pedagógico para toda redação e passa a ser absorvida pelos repórteres que lá chegam, mesmo antes de serem contratados. Importante registrar que esta prática não ocorre sem tensões, questionamentos e discordâncias de alguns dos seus profissionais.

O enquadramento sensacionalista, devidamente comprovado a partir da análise de conteúdo do objeto, constitui-se e é constituído por um repertório de conceitos que mesmo inconscientemente os repórteres adotam, como a seleção de acontecimentos majoritariamente episódicos e que envolvam temas de grande impacto humano. Mas a pesquisa mostrou que não apenas os claramente episódicos serão sensacionalizados. No caso do *Cinform*, existiram longos textos com vários eventos agregados de impacto, o que não diminuiu essa condição sensacionalista. Esses longos textos podem levar a uma interpretação de que o sensacionalismo também ocorre diante de questões temáticas.

Mas, em nosso entender, essas reportagens com vários casos dramáticos são apenas uma coletânea de episódios sensacionalistas.

A seleção dos textos investigados e as entrevistas revelaram que os repórteres buscam nesses casos de impacto humano dar ampla ênfase e repetir situações que fogem à lógica de atitudes sociais esperadas, que possuam significativa saliência para a ampla curiosidade e para o desumano, dramatizando-as ao extremo, tanto do ponto de vista narrativo quanto da apresentação visual.

Outra marca do enquadramento sensacionalista é a simplicidade extrema nos relatos dos acontecimentos, com uso de palavras da oralidade e com as adjetivações, promovendo uma compreensão reduzida, restrita e descontextualizada da realidade. Vinculando-se a isso, esse enquadramento persegue traços que possam promover, direta ou indiretamente, a rápida identificação e o reforço a valores morais duais e que estão sedimentados na sociedade – bem e mal - com vistas aos julgamentos públicos, tendo por base o senso comum mais simplificado possível.

Assim, consideramos que o enquadramento sensacionalista é uma prática no jornalismo que leva em conta os acontecimentos exagerados e dramáticos, onde o valor da notícia está na emoção que pode ser extraída da audiência e que está centrado em um conjunto de condições que exigem o caráter episódico, as histórias de impacto humano, o viés moral, a aplicação de uma estrutura simplificadora textual e a atenção especial para a composição da apresentação visual.

Representação social e criminalização da pobreza

A identificação e fundamentação de que há um enquadramento sensacionalista, observado nos conjuntos de textos investigados no *Cinform* de 2008 a 2012, levou esta pesquisa a realizar o segundo movimento analítico. Ao perceber que o material empírico tem relação direta com violência, passamos a apurar como esse típico enquadramento sensacionalista utiliza de representações sociais na temática da violência.

Como foi observado no percurso desse trabalho, inserimos o sensacionalismo como um elemento presente no jornalismo, auxiliando inclusive na construção de uma parte da sociedade brasileira ao longo de sua história. Para a elite nacional, era fundamental apresentar didaticamente à sociedade quais papéis sociais eram ou não aceitos pelas camadas mais pobres. Usando-se de teses até biológicas, ela buscou, ao

longo da história, provar a associação entre pobreza e criminalidade. Os jornais foram peças na disseminação dessa lógica, que não era apenas o ensinamento de papéis sociais, mas da necessidade de certa visibilidade da pobreza no sentido do controle, inclusive repressor, das instituições sobre a camada social perigosa.

O levantamento de dados e a análise de conteúdo mostraram que a grande maioria dos 39 conjuntos sensacionalistas apresenta uma associação naturalizada entre pobreza e criminalidade. Os ambientes onde os acontecimentos dramáticos divulgados pelo jornal se passam estão geograficamente definidos como áreas pobres da periferia da capital, da Grande Aracaju e de outros municípios, povoados do interior do estado. Os mais bárbaros acontecimentos e que ganharam as capas do jornal estariam apenas registrados nesses espaços.

Outro aspecto na composição das representações sociais é a descrição das personagens envolvidas. Em quase todos os conjuntos são apresentados os perfis de homens, mulheres, crianças e idosos, quase todos das camadas populares, entregues as drogas, a cachaça, as perversões e aos abusos sexuais, estupros, roubos e assassinatos. No conjunto MULHER FAZ ORGIA SEXUAL COM MENDIGOS E MARIDO VÊ TUDO (Ed. 1464, de 2011) o jornal se mostra escandalizado não pelo ato, mas pelo fato de uma representante da classe média, que tem carro e marido, uma “mulher branca, de cabelos nos ombros e corpo sensualmente cheio”, aparentar ter relações sexuais com mendigos, com moradores de rua. Em ABUSA MENINA DE OITO ANOS E DIZ QUE FOI SEDUZIDO (Ed. 1305, de 2008) o jornal trata o acusado como um engenheiro, “formado, esclarecido”, “que teve um desvio de conduta”. No entanto, as qualificações do jornal da grande maioria das personagens pobres de outras notícias são de monstros, estupradores, bandidos frios, “cabra sem vergonha”.

Também quando se trata de representação social se verifica o forte componente moral nas narrativas com o objetivo de levar à condenação criminal da pobreza. Há uma clara formação para indicar o bem e o mal, no entanto, em muitas reportagens há apenas a barbárie, onde vítimas e acusados, todos pobres, tendem à criminalidade, a exemplo do conjunto “MEU VIZINHO É TRAFICANTE E EU ENGULO SECO” (Ed. 1546, de 2010), onde se revela uma espécie de cumplicidade criminosa entre os moradores de comunidades pobres com supostos acusados de crimes.

Dentro dos objetivos identificados no quadro sensacionalista, as representações sociais nesse campo trabalham com as mais variadas expressões de ameaça social. Os dados colhidos nas notícias apresentam uma indicação para o pânico, o medo, o temor da violência. E ligada a essas ideias há quase uma necessidade de proposta de solução apresentada pelo jornal. O caso exemplar foi o de Pipita, que durou quatro edições como manchete principal e onde se preparou um clima de pânico que exigia a morte daquele suposto criminoso. Com a execução sumária dele, o jornal festeja na capa, inclusive com a foto do cadáver: “foi mandado ao quinto dos infernos”, e continua a festa/alívio: “a morte de Pipita provocou uma sensação de alívio e paz em todo o Estado... foi motivo de festa em plena madrugada, com queima de fogos de artifício. Bares foram reabertos e pessoas saíam as ruas para comemorar” (Ed. 1302, de 2008).

Ficou configurado que o enquadramento sensacionalista no *Jornal Cinform*, quando dedicado a cobrir acontecimentos violentos, trabalha com representações sociais de pobreza, associadas aos crimes. Ressaltamos que não é todo acontecimento de violência que ganhará a manchete principal da capa do jornal. Esta condição é dedicada àqueles casos exemplares, os mais bizarros, chocantes, aberrantes e desumanos, que intitulamos como situações de barbárie, a exemplo de “ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO”, “FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA, ERA FEITO UM JUMENTO”, ZÉ CAÇOLA, FILHO BRUTO, TENTA ESTUPRAR A MÃE, “EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA”, ADVOGADO TEVE OLHOS E LÍNGUA ARRANCADOS VIVOS, entre outros.

Outro aspecto importante é que, dos 39 conjuntos sensacionalistas da pesquisa, em alguns não tinham a identificação direta com pobreza e violência. Eles atuam numa faixa que consideramos como de *exploração humana*, ou seja, onde a narrativa não se dava em condição da pobreza, mas do bizarro, do sexo, a exemplo de BROCHA E CORTA O PÊNIS.

Ainda discutindo representação social com vistas à criminalização da pobreza, consideramos importante analisar as falas das fontes. Elas, devidamente selecionadas pelos repórteres, auxiliaram o jornal dentro do enquadramento sensacionalista. Por exemplo, dos 39 conjuntos investigados, em oito as falas de vítimas e de acusados de violência foram manchete principal da capa do jornal. Palavras e frases entre aspas em que essas fontes assumem crimes, justificam o ambiente de pobreza, revelam perversões

morais e sexuais, naturalizam a violência nas periferias. As falas dos acusados e das vítimas não são apenas auxílio na composição narrativa sensacionalista. Elas são parte na configuração do enquadramento que resultará num espaço da própria criminalização.

Além das falas da população que são inseridas no contexto como um suporte para reafirmar a associação entre pobreza e criminalidade, o jornal se utiliza, na maioria das vezes, das falas das autoridades. Os dados comprovaram como a força social das vozes das autoridades, geralmente da polícia, são preponderantes na composição dos acontecimentos sensacionalizados. Em 71,7% dos 39 conjuntos há falas das autoridades. São elas que vão confirmar as histórias, contribuir nos detalhes da notícia e socialmente apontam com mais clareza a relação entre o crime e a pobreza. Em razão da referência moral aceita socialmente, a fala da autoridade empresta credibilidade e segurança aos repórteres, que podem se eximir de responsabilidade, isto é, praticando um jornalismo de mãos e consciência limpas. Um dos repórteres entrevistados na pesquisa lembra que o *Cinform* “apenas publica os fatos. Quem filtra casos de violência que só acontecem nas periferias é a polícia. Ou seja, quem criminaliza a pobreza é o próprio Estado”.

Confronto ético jornalístico

Enfrentadas as identificações do quadro sensacionalista e das representações sociais que associam pobreza com criminalidade e violência, fez-se necessário analisar essa prática jornalística à luz do código de ética profissional. Neste terceiro movimento, além dos textos publicados no jornal, também foram fundamentais as entrevistas com os repórteres e com o diretor de jornalismo do periódico.

Sobre a prática específica sensacionalista, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros é contundente. O parágrafo segundo do artigo 11º é imperativo: “O jornalista não pode divulgar informações: de caráter mórbido, *sensacionalista* ou contrária aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes;” (FENAJ, 2007, grifo nosso). Além dele, há outras recomendações no mesmo documento que sua não observância pode resultar em desvios éticos. Por exemplo, o sensacionalismo vinculado às representações sociais de pobreza levam muitos repórteres a desconsiderar o respeito às fontes em situação de maior vulnerabilidade social como as vítimas, os acusados e os seus parentes, ao contrário do respeito e proteção as fontes que são identificadas como autoridades. O jornalista não pode comprometer a integridade das fontes e não também

não expor pessoas ameaçadas ou em condições de vulnerabilidade. De uma forma geral, quase todos os 39 conjuntos sensacionalistas indicam desvios éticos neste aspecto, ou seja, em muitos o jornal coloca nomes na íntegra das vítimas, inclusive de crianças e idosos, e de acusados, bem como de seus familiares e de pessoas ameaçadas, revela locais e endereços de moradia, utiliza fotos, inclusive de crianças.

Em quase todos os 39 conjuntos sensacionalistas o jornal não teria atuado no sentido da promoção das garantias individuais e coletivas, um caro princípio do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Na maioria das manchetes, crianças, mulheres e outras vítimas de violência têm suas falas reproduzidas tão somente para impactar, salientar, chocar, e não para proteger e promover as garantias. Pelo código fica proibida à publicação de narrativas que promovam a incitação à violência. Neste quesito, em algumas reportagens há palavras e frases que estimulariam à intolerância, à violência, a exemplos de: “justiça com as próprias mãos”, “a minha vontade aqui era juntar uns homens e matar ele”.

Um último princípio ético avaliado no *Cinform* foi a garantia da presunção de inocência, ou seja, se tratava acusados e suspeitos de crime nessa condição apenas ou já afirmava a autoria dos atos de violência. Na maioria das notícias sensacionalistas pesquisadas se percebe a ação de sentença sobre os acusados: matou, estuprou, abusou, esfaqueou, arrancou. Ou seja, a presunção de inocência não teria sido observada.

Ao realizar um confronto direto, por meio de entrevistas com repórteres e com o diretor de jornalismo, entre os textos sensacionalistas publicados no jornal de 2008 a 2012 e o que recomenda o código de ética profissional, verificamos, de uma forma geral que: 1) os profissionais reconhecem como sensacionalistas as narrativas assinadas por eles; 2) que não têm muitas possibilidades de alterar essa prática porque ela estaria determinada e pressionada pela linha editorial da empresa com vistas à máxima venda de jornais por semana; 3) que avaliam utilizar o critério da emoção como essencial na narrativa, imaginando que o leitor se interessa, consome e gosta de casos sensacionais; 4) que acreditam ser natural a associação entre a pobreza e a criminalidade, mas não direcionam a produção das notícias para essa lógica; 5) que nas matérias que assinaram apenas se reportaram aos fatos, dando ênfase às falas das fontes, não agindo de forma antiética; 6) que acreditam não ter cometido desvios éticos diante dessas notícias; 7) que o código de ética é importante, mas estaria distante da realidade cotidiana da profissão.

O diretor de jornalismo reconhece que o jornal se interessa por casos de grande violência, de exploração sexual, de abusos de crianças, estupros e que emprega nesses casos uma cobertura padrão, principalmente ouvindo vítimas e acusado. Ele diz acreditar que a exposição desses dramas humanos de impacto serve para estancá-los. O diretor disse ainda que o código de ética jornalístico é legal e pertinente, mas teria a mesma equivalência da Constituição Federal, onde muitos artigos acabam tendo apenas uma ideia de recomendação e de boas intenções.

Ao final desta pesquisa esperamos ter apresentado alguma contribuição sobre o jornalismo e sua prática, especificamente discutindo o sensacionalismo, um dos modos muito presentes no cotidiano do fazer jornalístico. Reconhecemos que esta investigação precisa ser aprofundada nos aspectos aqui apresentados e em outros não abordados, mas cremos que ela pode auxiliar os novos e necessários estudos sobre sensacionalismo, enquadramento, representações sociais, criminalização da pobreza pelo jornalismo e os desvios éticos dessa prática.

Por fim, consideramos que esta pesquisa apresentou alguma relevância nos seguintes pontos:

- 1) A discussão sobre o sensacionalismo e suas características, prática presente ainda no jornalismo contemporâneo, superando considerações apressadas e reducionistas sobre esse formato;
- 2) O debate de que o sensacionalismo não foi ainda superado como prática e precisa ser estudado e aprofundado no jornalismo, mesmo com esforços de alguns meios e da academia na defesa da ideia de um jornalismo popular de qualidade;
- 3) O resgate das marcas do sensacionalismo que estão impressas na história da imprensa, revelando algumas possíveis contribuições desse formato para o desenvolvimento e aperfeiçoamento da ideia de jornalismo;
- 4) A inserção do sensacionalismo na teoria do Jornalismo, especificamente no *Framing*, sugerindo que o sensacionalismo é um tipo de quadro e também se constitui como um pacote interpretativo de acontecimentos que leva em consideração a predominância do caráter episódico, do impacto humano, da

moralidade, da estrutura simplificadora textual, da ênfase e da apresentação visual;

- 5) A denúncia de que a prática sensacionalista, quando se centra na cobertura de violência, tem a tendência de trabalhar com reprodução e constituição de representações sociais que vão criminalizar a pobreza. A associação entre violência e pobreza se dá em casos exemplares, onde se revela a barbárie;
- 6) A reafirmação de que o quadro sensacionalista em casos de violência e que criminaliza a pobreza está em oposição a pressupostos éticos do jornalismo e, em muitos casos, pode ser um atentado à dignidade da pessoa humana, constituindo-se na quebra de confiança de um pacto tácito entre sociedade e jornalismo.

Para finalizar, retomamos a uma das justificativas desta pesquisa: a história de dois jovens adolescentes, moradores da periferia de Aracaju, que foram ao jornal pedir aos repórteres *que não fizessem tantas matérias “sensacionalistas” sobre os casos de violência na Terra Dura*. Argumentavam que, como moradores daquela área, eram criminalizados, rotulados como bandidos. Este fato, gravado na memória, revelou a necessidade permanente de discussão sobre a importância do fazer jornalismo para além de um mero ofício e compreender seus reflexos na construção da vida em sociedade.

REFERÊNCIAS

- ALDÉ, Alessandra. **A construção da política**: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro, FGV, 2004.
- ALSINA, Miquel R. **La construcción de la noticia**. Rev. Ampl. Paidós: Barcelona, 2005.
- AMARAL, Márcia. Sensacionalismo: inoperância explicativa. **Revista Em Questão**. Porto Alegre, v. 9, n. 01, p. 133-146, jan/jun. 2003. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/emquestao/article/view/66> Acesso em: 18 de mar. 2012.
- _____. Sensacionalismo, um conceito errante. **Revista Intexto**. Porto Alegre, v. 2, n. 13, p. 1-13, jul/dez. 2005. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4212> Acesso em: 13 de mar. 2012.
- _____. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- _____. **Os testemunhos na cobertura das catástrofes ambientais**. Anais do XX Encontro Anual da Compós. UFRGS: Porto Alegre, 2011. Disponível em <http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/260/266>
- ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.
- ANTUNES, Elton. Temporalidade e produção do acontecimento jornalístico. **Em Questão**, v. 13, n. 1, p. 25-40, 2007. Disponível em: <http://www.revistas.uni-verciencia.org/index.php/revistaemquestao/article/viewArticle/3757/501> Acesso em: 24 abr. 2012.
- _____. Enquadramento: considerações em torno de perspectivas temporais para a notícia. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.85-99, dez. 2009. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2641> Acesso em: 21 mar. 2012.
- BAECQUE, Antoine de. **Panfletos – libelo e mitologia política**. In: DARNTON, Robert e ROCHE, Daniel (orgs). *Revolução Imprensa: a imprensa na França 1775-1800*. Tradução de Marcos Maffei Jordan. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.
- BARBOSA, Gustavo. RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. Campus, 2002.
- BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa – Brasil – 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- _____. Jornalismo popular e sensacionalismo. **Verso e Reverso**. São Leopoldo/RS, n. 39, jan. 2005. Disponível em: http://www.unisinos.br/_diversos/revistas/versoereverso/index.php?e=3&s=9&a=31 Acesso em: 28 abr. 2012
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.
- BELTRÃO, Luis. **A imprensa informativa**: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

BENETTI, Marcia. O jornalismo como acontecimento. *In*: BENETTI, Marcia e FONSECA, Virgínia P. da Silveira. (orgs). **Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2013.

BERGER, Christa; TAVARES, Frederico M. Tipologias do acontecimento jornalístico. *In*: BENETTI, Marcia e FONSECA, Virgínia P. da Silveira. (orgs). **Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.

BERNARDES, Cristiane. B. **As condições de produção do jornalismo popular massivo: o Diário Gaúcho**. 2004. 258f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UFRGS, Porto Alegre.

BIRD, Elizabeth; DARDENNE, Robert W. Mito, registro e “estórias”: explorando as qualidades narrativas das notícias. *In*: TRAQUINA, Nelson. (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999.

BIROLI, Flávia. **É assim, que assim seja: mídia, estereótipos e exercício de poder - IV** Compolítica – UERJ, 2011. Disponível em <http://seer.bce.unb.br/index.php/rbcp/article/viewFile/5732/4738> Acessado em set 2012.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução de Fernando Tomaz. 2a edição. Rio de Janeiro: Bertrand, 1998.

_____ **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. **Uma história Social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRITTOS, Valério; GASTALDO, Èdison. Mídia, poder e controle social. *In*: **Revista ALCEU**. Rio de Janeiro, v.7, n.13, p. 121 a 133, jul./dez. 2006. Disponível em: http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu_n13_Brittos%20e%20Gastaldo.pdf Acesso em 20 dez 2012.

BROUSTAU, Nadège *et al.* A entrevista de pesquisa com jornalistas. Introdução. **Sur le journalisme about journalism**, v. 1, n. 1, p. 14-21, 2012. Disponível em <http://www.surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/17/12> Acesso em 21 set 2013.

BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: Cia. Das Letras, 2000.

BURSZTYN (org.), Marcel. **No meio de rua – Nômades, excluídos e viradores**. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

CAPPELLE, Mônica *et al.* Análise de Conteúdo e Análise de Discurso nas Ciências Sociais. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, América do Norte, 5, abr. 2011. Disponível em: <http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/251/248>. Acesso em: 02 Mai. 2013.

CAMPBELL, Vicent. News values and news selection. *In*: **Information age journalism**. London: Arnold, 2004.

- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. Tradução Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e Poder**: uma análise da mídia. São Paulo: Editora FPA, 2007.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Ed. Contexto, 2008.
- CÓDIGO de Ética dos Jornalistas Brasileiros. 2007. **Fenaj**. Disponível em: http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros..pdf Acesso em: 13 abr. 2012.
- COLLING, Leandro. Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados. **Revista FAMECOS**, nº 14, Porto Alegre, abril de 2001, p. 88-101. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3154/2425> Acesso em 21 de jun 2012.
- COIMBRA, Cecília. **Operação Rio o mito das classes perigosas**: um estudo sobre a violência urbana, a mídia impressa e os discursos de segurança pública. Rio de Janeiro: Intertexto, 2001.
- CORNU, Daniel. **Ética da informação**. São Paulo: Edusc, 1998.
- CORREIA, João Carlos. Os administradores de ilusões: espetáculo, subjectividade e ideologia na cultura mediática contemporânea. **Revista Media & Jornalismo**, nº 2, Ano 2, Edições Minerva, Coimbra, Março 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-os-administradores-de-ilusoes.html>. Acesso em 12 set. 2012.
- CORREIA, João Carlos; VIZEU, Alfredo E. (org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.
- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DEJAVITE, Fábila A. **O poder do fait-divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção**. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande, 2001. Anais.
- DION, Sylvia. O “*fait divers*” como gênero narrativo. **Revista Letras, Outras Artes & Cultura das Mídias**, Santa Maria/RG, n. 34, p. 123-131, jan/jun. 2007. Disponível em: www.ufsm.br/revistalettras/artigos_r34/revista34_8.pdf Acesso em 02 abr. 2012.
- DE VREESE, Claes.H. News framing: Theory and typology. **Information Design Journal**, v.13, n.1, p.51-62. 2005
- EAGLETON, Terry. **Teoria da literatura: uma introdução**. Trad. Waltensir Dutra. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997
- EMERY, Edwin. **História da imprensa nos Estados Unidos**. Tradução de Alkmin Cunha. Rio de Janeiro: Lidaador, 1965.
- ENNE, Ana L. **O sensacionalismo como processo cultural**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Cultura das Mídias”, do XVI Encontro da Compós, na UTP, em Curitiba, PR, em junho de 2007.

ENNE, Ana L.; BALTAR, Mariana. **A construção do fluxo do imaginário sensacionalista através de uma pedagogia das sensações**. Artigo apresentado no IV Encontro da Rede Alfredo de Carvalho. São Luís/MA, maio de 2006.

ENTMAN, Robert M. Framing: **Toward clarification of a fractured paradigm**. *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, p. 51–58, 1993.

FARR, Robert M. De las representaciones colectivas a las representaciones sociales: ida e vuelta. In: CASTORINA, José Antonio (org). **Representaciones Sociales: problemas teóricos y conocimientos infantiles**. Barcelona: Gedis editorial, 2003. p.153-175

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Porto Alegre: Artmed, 1998.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1995.

FRANCISCATO, Carlos E. **A Fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão/SE: UFS - Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

FRANCO, Alberto S. As perspectivas do direito penal por volta de 2010 *in Discursos Sediciosos - crime, direito e sociedade*, ano 5, nº 9-10. Freitas Bastos/Instituto Carioca de Criminologia, 2000, p. 63.

FREIRE, Paulo; GUIMARÃES, Sérgio. Sobre Educação (Diálogos) -vol. 2. **Rio de Janeiro**, Paz e Terra 1997.

FREIRE FILHO, João. Mídia, Estereótipo e Representações das Minorias. *In: Revista ECO-PÓS*, Rio de Janeiro, v. 07, nº 02, p.45-71, ago./dez. 2004. Disponível em: http://www.unifoa.edu.br/portal/plano_aula/arquivos/04848/M%C3%ADdia.%20Esteri%C3%B3tipo%20e%20Representa%C3%A7%C3%A3o%20das%20minorias.pdf Em 19 dez 2012.

GAMSON, William; MODIGLIANI, André. Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. **American Journal of Sociology**, N.95, 1989, p.1–37.

GANS, Herbert. **Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time**. New York: Pantheon Books, 1979.

GENRO FILHO, Adelmo. **Segredo da Pirâmide: Para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Editora Tchê, 1987.

GITLIN, Todd. **The whole world is watching: mass media in the making & unmaking of the new left**. Berkeley: University of California Press, 1980.

_____. **Mídias sem limite: como a torrente de imagens e sons domina nossas vidas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

GÓES, José C. Imprensa popular sensacionalista: contribuições ao jornalismo contemporâneo. **SBPJor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo**, Brasil, set. 2012. Disponível em: <http://soac.bce.unb.br/index.php/ENPJor/XENPJOR/paper/view/1619>. Acesso em: 14 Set. 2012.

- GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise.** Tradução de Gentil A. Tilton. Petrópolis/RJ:Vozes, 2012.
- GOMIS, Lorenzo. **Teoria del periodismo: cómo se forma el presente.** México: Paidós, 1991.
- GORP, Baldwin Van. The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back in. **Journal of Communication.** 57, 60-78. (2007).
- GUERRA, Josenildo L. **O percurso interpretativo na produção da notícia.** Ed. UFS e Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.
- HACKETT, Robert. A. Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objectividade nos estudos dos media noticiosos. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias.** 2. ed. Lisboa: Vega, 1999.
- HAGUETTE, Tereza M. **Metodologias qualitativas na Sociologia.** Petrópolis: Vozes, 1997.
- HALL, Stuart. *et al.* A produção social das notícias: o *mugging* nos media. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias.** 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. p. 224-248.
- HERSCOVITZ, Heloiza G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI (orgs.). **Metodologia em pesquisa em jornalismo.** Petrópolis/RJ: Vozes, 2010.
- HUGHES, Helen. **News and the Human Interest Story.** Chicago: The University of Chicago Press, 1940.
- IYENGAR, Shanto. **Is anyone responsible?** How television frames political issues. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1991.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética.** São Paulo: Editora Unesp, 2005.
- KAISER, Glória. **Dona Leopoldina: uma Habsburgo no trono brasileiro.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1997.
- KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno.** Bauru: EDUSC, 2001.
- LAGO, Cláudia; BENETTI (orgs.). **Metodologia em pesquisa em jornalismo.** Petrópolis/RJ: Vozes, 2010.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa.** 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 1996.
- LANDOWSKI, Eric. **A Sociedade Refletida.** São Paulo: Educ, 1992.
- LAVINAS, Lena. Pobreza e exclusão: traduções regionais de duas categorias da prática. **Econômica**, v.4, n.1, p-25-59, junho 2002. Disponível em <http://www.uff.br/revistaeconomica/v4n1/lavinas.pdf>. Acesso em 26 Set 2013.

- LEAL, Bruno S. *et al.* De quem é a agenda? In: BENETTI, Marcia e FONSECA, Virgínia P. (orgs). **Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.
- LE BRETON, David. **As paixões ordinárias**: antropologia das emoções. Petrópolis: Vozes, 2009.
- MAIA, Rousiley; VIMIEIRO, Ana C. Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, 2011, p. 235-252.
- MALAGUTI BATISTA, Vera. **O medo na cidade do Rio de Janeiro**: Dois tempos de uma história. 2 ed. Rio de Janeiro: Revan, 2003.
- MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- MARQUES, Fábio C. Uma reflexão sobre a espetacularização da imprensa. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto e CASTRO, Valdir J. de (orgs.) **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.
- MARCONDES FILHO, Ciro, **O Capital da Notícia**. São Paulo: Editora Ática, 1989.
- MAROCCO, Beatriz A. O espaço perceptivo da exclusão na mídia. In: Congresso Alaic. **Anais**, Recife, 1998.
- _____. **Prostitutas, jogadores, pobres e vagabundos no discurso jornalístico**. São Leopoldo/RS: Editora Unisinos, 2004.
- MAROCCO, Beatriz A.; BERGER, Christa. A notícia como forma de controle social. In: XIV Encontro da Compós, **Anais**. Niterói, 2005.
- MARTÍN-BARBERO. Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6ª Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- MATHEUS, Letícia. **Narrativas do medo**: o jornalismo de sensações além do sensacionalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.
- MATTÉI, Jean-François. **A barbárie interior**: ensaio sobre o i-mundo moderno. São Paulo: Unesp, 2002.
- MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** Conferência proferida num curso de verão da Arrábida, Portugal, setembro de 1997. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.html>. Em 28 nov 2012.
- MEDITSCH, Eduardo; FARACO, Mariana Bittencourt. **O pensamento de Paulo Freire sobre Jornalismo e Mídia**. Covilhã: BOCC, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-faraco-mariana-pensamento-paulo-freire.pdf>. Acesso em 10 jan. 2013.
- MEDITSCH, Eduardo. Jornalismo e construção social do acontecimento. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virginia P. S. (orgs.). **Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.

MENDONÇA, Ricardo; SIMÕES, Paula. Enquadramento diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. v. 27, n. 79 p.187-235, junho 2012. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v27n79/a12.pdf> Em 23 out 2012.

MENEGAT, Marildo. A face e a máscara: a barbárie da civilização burguesa. In: **Revista Pegada**. São Paulo, nº 02, v. 8, p. 27-46, dezembro de 2007. Disponível em <http://www4.fct.unesp.br/ceget/PEGADA82/2Texto-Marildo.pdf> Acesso em 05 nov 2012.

McQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MINAYO, Maria Cecília. **O desafio do conhecimento científico: pesquisa qualitativa em saúde**. 2a edição. São Paulo/Rio de Janeiro: Hucitec-Abrasco, 1993.

_____ (org). **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 6ª ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

MONTORO, Tânia. Sangue na tela: a representação da violência nos noticiários de televisão no Brasil. In. Luiz Gonzaga Motta (org.), **Imprensa e Poder**. Brasília: UnB, 2002.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro. Ed. Revan. 2007.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em Psicologia Social**. Petrópolis: Vozes, 2010.

MOULLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.) **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.

MOTTA, Luiz G. Enquadramentos lúdico-dramáticos no jornalismo: mapas culturais para organizar conflitos políticos. **Intexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 17, p. 1-25, jul/dez. 2007. Disponível em: www.seer.ufrgs.br/intexto/article/download/3461/4134 Em 28 mar. 2012.

NASCIMENTO, Elimar P. **Modernidade ética: um desafio para vencer a lógica perversa da nova exclusão**. Proposta, junho 1995, FASE, Rio de Janeiro.

ORLANDI, Eni P. **Discurso fundador**. São Paulo, Pontes, 1993.

PAIVA, Fernando. **Manchetes sensacionais: Uma história de humor, criatividade, senso de oportunidade e muito sangue impressa nas páginas dos jornais populares**. *Revista de Jornalismo ESPM*, edição 04, Jan/Fev/Mar 2013, p.20-25.

PARK, Robert E. **A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento**. São Paulo, Cultrix, 1972.

PAIXÃO, Antônio L. Crime, controle social e a cultura oficial da sociologia. In: **Revista Sociedade e Estado**, vol. 10, nº 02, Rio de Janeiro, julho/dezembro de 1995.

PEDROSO, Rosa N. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001.

PINHEIRO, Paulo S. O Estado de direito e os não-privilegiados na América Latina. In:

MÉNDEZ, Juan E., O'Donnel, Guillermo e Pinheiro, Paulo Sérgio (Orgs.). **Democracia, violência e injustiça: o Não-Estado de direito na América Latina**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

PORTO, Mauro P. Enquadramentos da mídia e política. In RUBIM, Antonio A. (Org.) **Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens**. Salvador: EdUFBa, pp. 73-104.

RABELO, José. Os acontecimentos midiáticos como actos de palavra. Sevilha, **Revista científica de información y comunicación**, n. 3. 2006.

RAMOS, Roberto. Roland Barthes: Semiótica, mídia e fait divers in **Revista Famecos**, Porto Alegre: PUCRS, abril 2001, p. 119-127.

_____. **Os sensacionalismos do sensacionalismo: uma leitura dos discursos midiáticos**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

REESE, Stephen. *Framing public life: A bridging model for media research*. In: REESE, Stephen. *et al* (Ed.). **Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social life**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Publishers, 2001. p. 7-31.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. **Sempre Alerta**. São Paulo, Olho D'água e Brasiliense, 1994.

RODRIGUES, Adriano D. O acontecimento. In Nelson Traquina (org). In **Jornalismo: questões, teoria e "estórias"**. 2ª edição. Ed. Vega, 1999.

RONDELLI, Elizabeth. **Imagens da violência e práticas discursivas**. In: PEREIRA, Carlos A. M. (org.) **Linguagens da violência**. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 2000.

SÁDABA, Tereza. **Framing: el encuadre de las noticias: El binômio terrorismo-medios**. Buenos Aires - La Crujía ediciones, 2007.

_____. Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en comunicación. in: **Comunicación y Sociedad**, vol. XIV, n. 2, 2001, p.143-175. Disponível em http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/en/articulo.php?art_id=335 Em 19 mar. 2012

SCHEUFELE, Dietram. Framing as a theory of media effects. **Journal of Communication**, v. 49, n. 1, p. 101-120, 1999.

SCHEUFELE, Bertram. Frames, schemata, and news reporting. **Communications**, v.31, n.1, p.65-83, 2006

SCHUTZ, Alfred. **Fenomenologia e relações sociais: textos escolhidos**. RJ: Zahar, 1971.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Tradução de Denise Jardim Duarte. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SELLTIZ, Claire *et al*. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. Tradução de Maria Martha Hubner de Oliveira. 2ª edição. São Paulo: EPU, 1987.

SOARES, Murilo C. **Representações, jornalismo e a esfera pública democrática**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**. Introdução à cultura de massa brasileira. Petrópolis: Vozes, 1985.

_____. **A narração do fato**. Notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Graal, 1977.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. 2ª edição. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006.

_____. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. In: SOUSA, J. P. (Org.). **Jornalismo: história, teoria e metodologia da pesquisa**. Porto: Edições UFP, 2008.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade** – uma teoria social da mídia. 13ª ed. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson. (org.) **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

_____. O Paradigma do "agenda-setting". Redescoberta do Poder do Jornalismo. **Revista de Comunicação e Linguagens**, Lisboa (Portugal): Edições Cosmos, Nºs 21-22, dez. 1995, p. 189-221.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia**: estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gustavo Gilli, 1983.

VALLADARES, Lícia P. Cem anos pensando a pobreza (urbana) no Brasil. Texto apresentado no **XIV Encontro da ANPOCS**. Caxambu, 1990, p. 6.

VERÓN, Eliseo. **Construir el acontecimiento**. 2. ed. Barcelona: Gedisa, 1995.

VIZEU, Alfredo E. Jornalismo e representações sociais: algumas considerações. In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 30, p. 31-38, agosto de 2006. Disponível em <http://200.144.189.42/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/488/412> Acesso em 08 jan 2013.

_____. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. In: **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 40, p. 77-83, dez de 2009. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/6321/4596> Acesso em 07 jan 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. Tradução: Karina Jannini. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

ZANETTI, D. **O framing e o processo de construção da notícia**. Revista PJ:BR - Jornalismo Brasileiro, São Paulo. Ed. 10, ano V, jul. 2008.

ANEXO

APENAS MANCHETES INDICATIVAS DE SENSACIONALISMO

2008

DATA	MANCHETE PRINCIPAL
11 A 12/02	TEM ALGO 'PODRE' NA MERENDA DE SERGIPE
03 A 09/03	"FUI ABUSADA DE SETE A OITO VEZES POR DIA. ERA FEITO UM JUMENTO;"
10 A 16/03	JOVENS SE ARRISCAM PARA TURBINAR POTÊNCIA SEXUAL
17 A 23/03	PIPITA MATA, ESTUPRA E ZOMBA DA <u>POLÍCIA</u>
24 A 30/03	PIPITA E MANDADO AOS QUINTOS DOS INFERNOS
31/03 A 04/04	"GRAÇAS A DEUS EU ACERTEI AQUELE CÃO" (PIPITA)
07 A 13/04	SERGIPE COMEÇA A CONTAR SEUS MORTOS
14 A 20/04	ABUSA DE MENINA DE OITO ANOS E DIZ QUE FOI SEDUZIDO
28/04 A 04/05	BROCHA E CORTA O PENIS
23 A 29/06	<u>FÁBIO JUNIOR E TERRA PRETA MATAM</u> TRÊS E AMEAÇAM DOIS
30/06 A 06/07	CORNO E ASSASSINO BAIANO, <u>CAI 'EM CANA'</u> EM SERGIPE
21 A 27/07	MENINO DE SEIS ANOS MATA IRMÃ DE QUATRO COM TIRO
04 A 10/08	IMPOTÊNCIA E FRIGIDEZ: HOMENS E MULHERES EM SITUAÇÃO DE RISCO
18 A 24/08	ADVOGADO TEVE OLHOS E LINGUA ARRANCADOS VIVOS
22 A 28/09	ESQUARTEJADOR DE CARIRA PODE TER FEITO CRIME IGUAL
13 A 19/10	<u>IML DESRESPEITA VIVOS E MORTOS</u>
27/10 A 02/11	ACUSADO DE ABUSAR MENINA DE 11 ANOS QUASE É LINCHADO
03 A 09/11	JORGE MANEQUIM, UM POLICIAL MATADOR QUE ESTA DE <u>VOLTA</u>
17 A 23/11	BANDIDOS QUEBRAM JEJUM DE 21 MESES SEM ASSALTO A BANCO
08 A 14/12	MOTO POKEMON INVADE SERGIPE

2009

DATA	MANCHETE PRINCIPAL
05 A 11/01	COBRA GRANDE DEVORA BICHOS E PROVOCA MEDO
26/01 A 01/02	LIBERTAÇÃO DOS BRUTOS
23/02 A 01/03	'NEM MEU CACHORRO BEBE A ÁGUA DA DESO'
02 A 08/03	TORCEDOR DO CONFIANÇA É ASSASSINADO A PEDRADA
09 A 15/03	MATADOR PERIGOSO RONDA UMA CIDADE
16 A 23/03	SEXO ENTRE PADRES: POR QUE A IGREJA EVITA TANTO?
20 A 26/04	REGINA, 22 ANOS, 4 FILHOS, FAZ PROGRAMA POR R\$ 15
11 A 17/05	"BANDIDOS TERÃO QUE FICAR COMPORTADOS"
30/05 A 05/06	'GANGE DO MONZA PRETO' TEM DOIS MEMBROS SOLTOS
15 A 21/06	ASSASSINATOS TEM 'ZONA LIVRE' EM SÃO CRISTÓVÃO
22 A 27/06	ESCONDEU GRAVIDEZ E JOGOU BEBÊ NO LIXO
28/06 A 05/07	MÃE OBRIGA FILHO VOMITAR PEDRA DE CRACK PRA FUMAR
06 A 11/07	ASSASSINOU O IRMÃO COM OITO FACADAS
19 A 25/07	PAIS FAZEM DAS FILHAS SUAS ESCRAVAS SEXUAIS
26/07 A 01/08	DELEGACIAS DE SERGIPE SÃO PIORES QUE POCILGA
02 A 08/08	FEZ DA CASA DO SENHOR UMA BOCA DE FUMO
09 A 15/08	AMPUTADOS PELO PÊNIS
16 A 23/08	CIRCO, SEM PÃO, TORRAMAIS DE R\$ 15 <u>MILHÕES</u>
27/09 A 04/10	ABUSADA POR MOTORISTA DA ESCOLA DAS FREIRAS
12 A 18/10	MOLECAGEM ATRAPALHA A POLÍCIA COM 43 MIL TROTES
02 A 08/11	TRANSPORTE DE AJU AO DO PURGATORIO AO INFERNO
21 A 26/12	ESTUPRA NAMORADA, MATA A SOGRA E PEGA PENA 44 <u>ANOS</u>

2010

DATA	MANCHETE PRINCIPAL
04 A 10/01	MULHER 'CELEBRA' NATAL MATANDO MARIDO; FILHA DE 3 ANOS VÊ TUDO
08 A 14/02	"ESTOU GRAVIDA DO MEU PROPRIO PAI"
15 A 21/02	VOCÊ TEM FOME DE SEXO E DE CONSUMO? ISTO É COMPULSÃO
22 A 28/02	CAMARÃO, ALCATRA E BACALHAUNA FARRA GASTRONÔMICA DA PM
01 A 07/03	BANDIDAGEM TACA FOGO NA POLICIA DE SERGIPE
08 A 14/03	ORGASMONÃO É O ÚNICO OBJETIVO DELAS NO SEXO
12 A 18/04	"SE MEU FILHO MORRESSE HOJE ME SERIA UM ALÍVIO"
19 A 25/04	JUNTOS E FELIZES ATÉ QUE O ASSASSINATO OS SEPARE
20/04 A 02/05	LIXO DA DITADURA DE MOTINHA REVELA UM SERGIPE ARRASADO
03 A 09/05	DESABRIGADOS LEVAM A VIDA DE ANIMAIS EM ESPAÇOS PÚBLICOS
10 A 16/05	RÃO CHOCOLATE, GORGULHO NO FEIJÃO: EIS A MERENDA ESCOLAR
31/05 A 06/06	MATADOUROS IMUNDOS, CARNE PODRE NA MESA
07 A 13/06	QUEM PAGARÁ PELA MORTE DAS PRAIAS?
21 A 27/06	TRAÍDOS ALIMENTAM O MERCADO DE ESPÍOES
26/07 A 01/08	ABUSA DA FILHA POR 10 ANOS E FAZ TRÊS FILHOS
23 A 29/08	ATENTADO: UM 'SHOW' À LA FLORO CALHEIROS
06 A 12/09	FAMÍLIA AUSENTE, FILHOS NAS DROGAS
20 A 26/09	UNIVERSITARIAS, EXECUTIVAS, MAS PROSTITUTAS POR OPÇÃO
27/09 A 03/10	A.T. DE 14 ANOS: "EU BEBO SEMPRE QUE A GENTE SAI"
11 A 17/10	DESO OFERTA ÁGUA PODRE E PESSIMA PARA O CONSUMO
25 A 31/10	VIRGINDADE DA FILHA DE 11 ANOS É MOEDA PARA O CARCK

2011

DATA	MANCHETE PRINCIPAL
24 A 30/01	FAMÍLIA BUSCAVA LAZER, MAS QUASE ENCONTRA A MORTE
01 A 06/02	"EU NÃO ENGOLI A LÍNGUA DELA"
07 A 13/02	TARADINHO DE 14 ESTUPRA UMA SENHORA DE 65 ANOS
14 A 20/02	PARENTES ESPERTOS METEM A MÃO NA PENSÃO DOS MORTOS
28/02 A 06/03	ABUSA NETINHA DE 3 ANOS E BOTA CULPA NA CACHAÇA
28/03 A 03/04	MATOU A AVÓ A FACÃOZADAS E DIZ: "NÃO ME ARREPENDO DO QUE FIZ"
02 A 08/05	MULHER FAZ ORGIA SEXUAL COM MENDIGOS E "MARIDO" VÊ TUDO
04 A 10/07	HUSE, A CASA DA MORTE
25 A 31/07	AMANTES: DOÇE E AMARGO PREÇO
26/09 A 02/10	"ARRANQUEI O CORAÇÃO E TORREI DE TIRA-GOSTO"
03 A 09/10	ZE CAÇOLA, FILHO BRUTO, TENTA ESTUPRAR A MÃE
31/10 A 06/11	SANGUE E MORTE NO TRÁFICO DE CRIANÇAS EM SERGIPE
21 A 27/11	ESTUPRADOR DO BAIRRO AMÉRICA NO XILINDRO
28/11 A 04/12	SUJOS, ÔNIBUS CIRCULAM COM COLIFORMES FECAIS
05 A 11/12	DOENÇA DE CHAGAS TEM "PASSE LIVRE"

2012

DATA	MANCHETE PRINCIPAL
30/01 A 05/02	“VENHAM ME PRENDER, PORRA!”: RITA LEE PEDE E A PM ATENDE
26 A 01/04	APÓS 11 DIAS DE ANGÚSTIA, PAI RECEBE JONATHA MORTO
27/05 A 03/06	LENÇOL FREATICO VIROU FOSSA
04 A 10/06	“TOQUEI FOGO NELA, DEPOIS JOGUEI ÁGUA E DEI SOCORRO”
09 A 16/06	QUINHENTAS HABILITAÇÕES CASSADAS PELA CACHAÇA
16 A 22/07	SSP FAZ VISTA GROSSA A EXTERMÍNIO DE JONATHA
27/08 A 02/09	SSP NÃO SABE DE NADA
17 A 23/09	NOJEIRA
29/10 A 4/11	“ESTOU JURADA DE MORTE. NÃO POSSO MAIS VOLTAR”
26/11 A 2/12	“MEU VIZINHO É TRAFICANTE E EU ENGULO SECO”
03 A 09/12	PASTOR PAPA FIEL NO MOTEL E ESCANDALIZA