

TELEVISÃO DE CACHORRO: O BALANÇO GERAL COMO UM EXPOSITOR DO JORNALISMO SENSACIONALISTA NA CRIMINALIDADE BRASILEIRA.

Aluno: Lucas Roedel - Faculdade UniSociesc de Blumenau¹

Orientadora: Marta Brod - Faculdade UniSociesc de Blumenau²

Co-orientadora: Amanda Lang - Faculdade UniSociesc de Blumenau³

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de discutir de forma analítica a utilização do sensacionalismo como ferramenta poderosa no início, desenvolvimento, alteração e fim de atos criminosos no Brasil, buscando entender o surgimento dessa narrativa mediante uma linha do tempo filosófica da história da comunicação midiática. O “entretenimento-justiça”, resultado perpetuado por narrativas apelativas, se torna nítido em programas populares (em ambos sentidos; de pertencer ao povo e de fama) como o Balanço Geral, que é utilizado como *case* neste estudo.

PALAVRAS-CHAVE: Mídia; Balança Geral; Sensacionalismo; Criminalidade; Assassinos em série; Espetáculo.

1. INTRODUÇÃO

Este estudo é reflexivo, crítico e questionador, e possui o objetivo de analisar a influência da mídia brasileira na evolução da criminalidade nacional, de forma em que a comunicação se torna palco para o sensacionalismo extremista camuflado de entretenimento. É importante compreender a mídia como uma poderosa ferramenta de construção social para identificar quando o ato de noticiar pode ser nocivo e, muitas vezes, mortal.

Com esse objetivo, o presente trabalho de conclusão de curso analisa às vezes em que mídia teve um papel crucial no início, desenvolvimento, transformação ou resolução de um ato criminal, atuando com narrativas apelativas e tendenciosas para o que é conhecido como jornalismo sensacionalista.

Assim como uma narrativa, que possui começo, meio e fim, a história do sensacionalismo como ferramenta apelativa para resoluções criminais e todo o alarde usado como conteúdo, não pode ser resumida em um TikTok de 60 segundos. É importante entender que este mal está enraizado em outras discussões sociais, políticas e econômicas que controlam os meios midiáticos. A cultura do sensacionalismo é a

¹ Acadêmico do 8º semestre de bacharelado em Jornalismo pela UniSociesc Blumenau. E-mail:

lucasroedel@live.com

² Professora orientadora do curso de Jornalismo da UniSociesc Blumenau. E-mail:

marta.brod@unisociesc.com.br

³ Professora mestre co-orientadora do curso de Psicologia da UniSociesc Blumenau. E-mail:

amanda.lang@unisociesc.com.br

versão mais “vendável” da comunicação, sendo bancada por novas tecnologias comunicacionais em convergências anuais. Consequentemente, comunicadores acabam adotando tais diretrizes por vieses cognitivos de escolha própria ou forçadas por terceiros, acima de tais profissionais na hierarquia social em que a mídia se instala.

Desde os primeiros audiovisuais à atual banalização da inteligência artificial, que é de fácil acesso comunitário, as criações comunicacionais do ser humano acharam de forma independente maneiras para lucrar chamando atenção de seus públicos-alvo, apostando na verossimilhança fantasiosa ou em narrativas que beiram o ficcional para o que antes era apenas informação: coesa, concisa e dentro do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

Como estudo de caso principal, será abordado a maneira narrativa em que o programa jornalístico Balanço Geral cobre um dos maiores casos de perseguição policial do país: o caso Lázaro Barbosa, o *serial killer* que atormentou Ceilândia, no Distrito Federal, após matar uma família e conseguir fugir da polícia por 20 dias.

A pauta de todos os jornais era a mesma, porém a abordagem variava entre veículos que respeitavam as normas estabelecidas pelo código de ética, pela Constituição Federal e linhas editoriais internas, e outros que apostavam no sensacionalismo em coberturas que duraram horas apenas para prender o telespectador.

Infelizmente, esse não foi o primeiro caso em que a mídia teve o poder de mudar o desenlace de um crime e, possivelmente, evitar mais conflitos em suas mãos. Essa também não foi a primeira vez em que é nítido que a corrupção ética já conseguiu atingir todos os meios comunicacionais de forma ou outra, deixando claro que, para muitos, o dinheiro está acima da vida de um inocente. Brasileiro gosta de churrasco, de carne. Ser humano gosta de sensacionalismo. De carne alheia.

2. PREQUELA À ANÁLISE

“Assista se tiver coragem” foi o slogan do documentário italiano “Mondo Cane” (“Mundo Cão), lançado em 30 de março de 1962, dirigido por Paolo Cavara, Gualtiero Jacopetti e Franco Proserpi. O filme consiste em cento e cinco minutos de uma compilação de cenas bizarras, curiosas, perturbadoras e, para a época, inovadoras, como acidentes, mortes de pessoas e animais, maus-tratos, rituais de diversas culturas, crimes e tudo o que excede aos hábitos morais da sociedade italiana e as diretrizes

comunicacionais do cinema europeu. O projeto originou o gênero *shockumentary*, um documentário ou longa feito para chocar, e pode ser caracterizado pelo subgrupo do gênero do horror conhecido como *exploitation*, que significa, que forma breve, apelar atenção através do sofrimento, miséria e exploração moral de seres humanos.

Esse tipo de audiovisual foi ter sua popularidade em massa entre as décadas de sessenta e setenta, com movimentos cinematográficos de quebra de tabus, liberação de costumes e manifestos contra a censura no cinema americano e europeu. Nota-se que o gênero de entretenimento refletia o caráter tenso em que a comunidade americana vivenciava: os Estados Unidos era beligerante na Guerra do Vietnã, para começo de conversa. Além disso, ocorreu uma alta nos casos de *serial killers* no país, com casos brutais como o de John Wayne Gacy e o Assassino do Zodíaco.

A resposta da sociedade foi direto para a sétima arte. O cinema, como qualquer outro meio comunicacional, foi e continua sendo um meio de manifesto social, onde a temática do *exploitation* é a obra de arte que apresenta a realidade violenta do povo, mediante aos conflitos dos grupos e subgrupos de uma sociedade controlada por poderes hegemônicos.

Michel Foucault defende que o corpo cidadão é um veículo de imposição ao controle social, sendo as produções cinematográficas e outras ferramentas de construção narrativas meios de exteriorizar pontos de vistas ideológicos, afirmando que “o controle da sociedade sobre o indivíduo não se opera simplesmente pela ideologia, mas começa no corpo, com o corpo” (2006, p. 80).

Partindo à Europa e, para uma segunda perspectiva, ao teatro, tomamos a influência do gênero sangrento ao estilo teatral francês conhecido como *Grand Guignol*, cuja proposta era chocar aos telespectadores com cenas chocantes, grotescas, recheadas de tripas, sangue e muita violência. O enredo e a riqueza do roteiro não eram prioridades, muito menos o intuito de ensinar ou transmitir uma narrativa clara e coesa.

Pensar que esse tipo de narrativa citada acima é limitado ao cinema e aos espetáculos do ficcional é um pensamento principiante. Outros meios de comunicação de massa como a televisão e os conteúdos digitais se adequaram ao sensacionalismo para conversarem com seus telespectadores. A obra de 2002 “Dicionário da Comunicação”, de Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Barbosa, define o sensacionalismo como:

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

tema (no conteúdo), na forma do texto e na apresentação visual (diagramação) da notícia. (2002, p. 48).

Segundo o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, é dever do jornalista respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão (Art. 6º, VIII), também afirmando que o jornalista não pode expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, muito menos incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime (Art. 7º, IV e V).

2.1. FETICHE AO FRENESI

Guy Debord, criador do conceito crítico “sociedade do espetáculo”, entende este tipo de narrativa apelativa como um fetiche sociológico, cultural e midiático, argumentando que a sociedade atual é uma sociedade visual, “do olhar”, que consome imagens mais do que informações, citando que o espetáculo criado por narrativas sensacionalistas é a inversão concreta da vida, o movimento autônomo do “não-vivo” em imagens (1992, n.p.). Sua ideia fica explicitamente resumida na frase “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens.” (1967, p. 14). Sobre o consumo viciante de conteúdos apelativos, o pensador completa:

A alienação do espectador em proveito do objeto contemplado (que é o resultado da sua própria atividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece nisto, os seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que lhes apresenta. Eis porque o espectador não se sente em casa em parte alguma, porque o espetáculo está em toda a parte. (DEBORD, 1967, p. 26)

A obra, originalmente escrita em francês (*La société du spectacle*), trouxe perspectivas de Guy Debord sobre dinâmicas sociais, econômicas e políticas inusitadas para a época de seu lançamento, quando o calendário gregoriano transitava entre as décadas de 60 e 70, mas que refletem problemas que enfrentamos hoje, após o “bug do milênio”, diversas convergências tecnológicas e mudanças constantes na forma de criar e gestar mídias.

De certa forma, Debord foi profeta em enfatizar o exagero sensacionalista e a dramatização de narrativas em meios midiáticos para fins lucrativos, visto que a obra literária parte de um pensamento crítico e, segundo muitos, radical a todo e qualquer tipo de imagem que leve o homem à passividade e à aceitação dos valores

preestabelecidos pelo capitalismo, se tornando, assim, uma narrativa volátil e extremamente manipulável.

O espetáculo, então, “consiste na multiplicação de ícones e imagens, principalmente através dos meios de comunicação de massa, mas também dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo [...]”, sendo os meios de comunicação de massa “a manifestação superficial mais esmagadora da sociedade do espetáculo, que faz do indivíduo um ser infeliz, anônimo e solitário em meio à massa de consumidores”, diz Debord.

Sem dúvida, o conceito crítico de espetáculo pode também ser vulgarizado numa fórmula oca qualquer de retórica sociológica-política para explicar e denunciar tudo abstratamente e, assim, servir para a defesa do sistema espetacular. Porque é evidente que nenhuma ideia pode conduzir para além do espetáculo, mas somente para além das ideias existentes sobre o espetáculo. Para destruir efetivamente a sociedade do espetáculo, são necessários homens pondo em ação uma força prática. (DEBORD, 1967, p. 203-204).

É neste duelo entre o real e a ficção, na construção e o linchamento do espetáculo, que o sensacionalismo se instala em fundamentos de dúvidas, de gatekeeping e principalmente da desinformação. O ciclo se repete: a *sociedade do espetáculo* é sempre o próprio espetáculo.

2.2. O ABATE E OS ABUTRES

Quando se trata de sensacionalismo, um dos casos mais conhecidos da história midiática e jornalística brasileira é o da abordagem da jornalista Sônia Abrão na cobertura do Caso Eloá, que terminou com o assassinato da jovem Eloá Cristina Pimentel, de 15 anos. O assassino Lindemberg Fernandes Alves, o namorado de Eloá que condicionou a jovem ao cárcere privado antes do crime, foi entrevistado ao vivo pela apresentadora através do telefone de linha do apartamento da vítima, enquanto também negociava a vida da menina com os policiais presentes na cena criminal. A polícia perdeu sua conexão prioritária com Lindemberg, que preferiu dar atenção à apresentadora.

O que deveria ser informação foi tratado como entretenimento por parte do programa “A Tarde É Sua”, já conhecido por conteúdos de fofoca sobre a vida de celebridades e figuras públicas, e Sônia Abrão recebeu uma enxurrada de críticas. Em contrapartida, o programa duplicou sua audiência ao ser comparada com a média de dias normais.

A efetividade econômica do jornalismo sensacionalista não é negada para o autor político Marcondes Filho, o qual metaforiza que “a informação é matéria-prima e a notícia é mercadoria, que serve para vender” (1989, p. 25). Para ele, a imprensa utiliza da composição de sexo, sangue e escândalos para vender um produto narrativo atraente ao público, mas nada informativo. Sobre notícia, o autor afirma:

Notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político. Ela pertence, portanto, ao jogo de forças da sociedade e só é compreensível por meio de sua lógica. (MARCONDES, 1989, pág.12)

A construção lógica da narrativa faz parte do jornalismo, visto que a estruturação semiótica da informação faz parte do que podemos pensar como “ciência da mensagem”, onde o mecanismo que envolve ideologia, política, valores sociais, manipulações e a mobilização de massas é a cola que une a informação ao entendimento final da mensagem; em teoria, a união perfeita da comunicação e a compreensão da própria, para que possa ser propagada e se tornar legado.

Segundo Marcondes, negar essa perspectiva “[...] é cair no positivismo ingênuo de achar que o jornal e a notícia são analisáveis como fenômenos isolados, separáveis em laboratório, onde se processaria a "divisão analítica do real” (1989, p. 10). Para o jornalismo sensacionalista, a apelação é uma vertente do *modus operandi* lógico para alcançar os resultados previstos por essa abordagem comunicação: a atenção do telespectador e a monetização da mesma.

2.3. TIRANDO OSSO DA MÃO DE CRIMINOSO

No dia cinco de abril de 2023, o jornalista William Bonner anunciou que a Rede Globo não divulgará mais o nome e imagem de autores de massacres, mudando a política editorial do Grupo Globo para diretrizes mais restritivas.⁴ A decisão foi anunciada durante o Jornal Nacional, após a exibição de uma reportagem sobre o atentado a creche Cantinho Bom Pastor, em Blumenau, Santa Catarina, onde um homem invadiu a instituição e matou quatro crianças com uma machadinha e feriu outras cinco, posteriormente se entregando à polícia.

⁴ Anúncio oficial disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/11511761/>

A ação desencadeou uma série de mudanças em outros veículos de mídia no Brasil, onde empresas como CNN, Estadão e Canal Meio também alteraram seus protocolos de cobertura em caso de massacres após o comunicado da maior emissora televisiva do Brasil, que dentre sua mensagem, citava que “[...] o objetivo sempre foi evitar dar fama aos assassinos para não inspirar autores de novos massacres”, confirmando que o antigo protocolo servia para “dar visibilidade a agressores” (Grupo Globo, 2023).

Desde a invenção da prensa mecânica por Gutenberg, no século XV, que marcou o início dos jornais impressos, histórias de assassinatos circulavam cada vez mais rotineiramente, saciando o desejo de consumir absurdos. Segundo Harold Schecter, autor especializado em *true crime*, “o formato mais popular da época era o das *murder ballads*, narrativas musicais que contavam detalhes de crimes reais ou ficcionais como forma de entretenimento, vendidas em folhetins por um preço acessível” (2013, p. 448). Hoje, século XXI, nossas *murder ballads* são *TikToks*, *threads* ou correntes de informação ou desinformação em mídias sociais.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo metodológico selecionado para esse estudo foi a pesquisa exploratória, de caráter qualitativo, cujo objetivo é o de preencher as lacunas cognitivas deste estudo com a responsabilidade de atenção aos problemas e conceitos que motivaram a escolha do tema.

Quanto ao conceito de pesquisa exploratória como um estudo de fatores humanos em comunicações de interesse público, Theodorson e Theodorson defendem:

“Estudo exploratório. Um estudo preliminar cujo objetivo principal é familiarizar-se com um fenômeno que se pretende investigar, para que o estudo principal a seguir possa ser desenhado com maior compreensão e precisão. O estudo exploratório (que pode usar qualquer uma variedade de técnicas, geralmente com uma amostra pequena) permite ao investigador definir seu problema de pesquisa e formular suas hipóteses com mais precisão. Também lhe permite escolher as técnicas mais adequadas para sua pesquisa e decidir sobre as questões que mais necessitam de ênfase e investigação detalhada, e pode alertá-lo sobre potenciais dificuldades, sensibilidades e áreas de resistência.” (1970, p. 142, tradução nossa).

Como complemento da pesquisa, o método de coleta deste estudo tem-se a observação assistemática como principal ferramenta, com possíveis entrevistas como apoio extra. É importante considerar que quanto a fase temporal desse estudo se

encontra como um estudo de corte transversal, ou seja, uma análise de dados qualitativos coletados em um certo período. Nesse caso, durante o tempo de pesquisa.

Para seleção da primeira fase empírica do estudo, optou-se pela técnica da amostragem não probabilística por julgamento. Os julgamentos são baseados em critérios subjetivos, tendo a consciência de que o que é expressado não representa verdade absoluta diante da opinião democrática dos envolvidos.

O presente trabalho tem o objetivo de ser uma análise crítica sobre a cobertura do jornal Balanço Geral de São Paulo, apresentado por Geraldo Luis, do caso Lázaro Barbosa, autor de uma chacina na cidade de Ceilândia, Distrito Federal, no ano de 2021. Dois anos após o caso, outros crimes chocaram o país, mas pouco se mudou na forma de informar na TV brasileira. Apenas recentemente, após o assassinato de crianças em uma creche de Blumenau, Santa Catarina, que os maiores veículos jornalísticos do país decidiram rever suas políticas internas e editoriais.

A análise do conteúdo se baseia no estudo de Guy Debord sobre o consumo de conteúdos apelativos, no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e em críticas de pensadores sobre a busca pela fama, tanto na frente e por trás das câmeras.

4. UM BALANÇO GERAL DE DADOS

O Balanço Geral é um programa diário focado no jornalismo policial e comunitário da RecordTV, que teve origem em 1985 na TV Itapoan, filiada da emissora de Salvador, Bahia, apresentado pelo comunicador Fernando José. Posteriormente, o programa foi ganhando fama ao ter filiais da RecordTV de outros estados adotando o formato do “jornalismo prestação de serviço”.

Em 2007, o Balanço Geral versão nacional estreou com o polêmico Geraldo Luís, imediatamente ganhando reconhecimento pelo estilo diferenciado de noticiar, onde o discurso de violência, crimes e mortes são, de certa forma, apresentados em narrativas de espetáculo, de entretenimento. Durante toda a sua duração, em média 220 minutos (podendo variar de estado para estado e se estender em mais versões durante o dia), o programa foca em *hard news* local, com os últimos boletins policiais, acidentes, agressões e brigas e, é claro, entrevistas exclusivas com assassinos. O que não falta é apelação.

Segundo a Análise de Discurso de Michel Pêcheux, estudo teórico que utilizo para analisar os dados, o telejornal popular de caráter sensacionalista não apenas pela linguagem em si, mas por suas condições de produção, sua relação com os sujeitos, com a história, com a ideologia, a partir dos quais se constituem os seus efeitos de sentido. Sobre o estudo, o pesquisador completa:

Entende-se como Análise de Discurso (AD) como um método que exige e mesmo pressupõe a compreensão de conceitos fundantes do discurso, e por isso só pode ser utilizado se há disposição para o diálogo com os estudos de discurso também no campo teórico. (2010, p. 210).

Aplica-se isso em um telejornal exibido diariamente, em um horário onde donas de casa fazem seus serviços, pessoas esperam por suas consultas em postinhos e consultórios médicos, trabalhadores procuram uma distração durante o intervalo do café, dentre inúmeras situações e realidades que aumentam a audiência de pessoas curiosas, atentas, porém não equipados com o antídoto anti-sensacionalismo.

A estrutura narrativa desses telejornais já carregam uma linguagem mais simples, por se dizer populares, acompanhadas de imagens autoexplicativas e, é claro, que chamam a atenção do telespectador, abusando do *replay* e outros instrumentos de edição de vídeo assim que possível.

Dentro dessa percepção e do modelo apresentado no Balanço Geral, bem como semelhantes, quando se trata da investigação criminal, é inevitável que o uso de imagens chocantes, sonoras apelativas e comentários críticos do apresentador tome conta da programação de pautas para que a prestação de serviços à comunidade seja garantida.

Por um lado, o uso excessivo da violência nos jornais da TV tenha como objetivo mostrar ao grande público a nossa própria realidade, que está cada vez mais hostil. Por outro - o lado do criminoso, tanta exibição alimenta o ciclo vicioso da meritocracia que acompanham pensamentos homicidas, cleptomaníacos ou simplesmente agressivos: o do reconhecimento.

O discurso de ódio e a informação como um gatilho para pessoas com tendências violentas, deficiências mentais ou frutos da sociopatia são fatores poucos analisados por editorias e pauteiros até a presente data desta pesquisa.

4.1. ANÁLISE DE DADOS: BALANÇA, LÁZARO

No dia 9 de junho de 2021, Lázaro Barbosa, de 32 anos, invadiu a casa de uma família de Ceilândia, Distrito Federal, cometendo uma chacina com os quatro membros presentes: pai, mãe, e os dois filhos do casal. Os corpos do pai e dos filhos foram encontrados dentro da casa; a mãe havia sido sequestrada pelo criminoso, mas foi encontrada sem vida três dias após o crime em um córrego da cidade. Lázaro? Com Deus. O bandido era ágil.

Iniciou então uma fuga que iria durar vinte dias, uma verdadeira brincadeira de gato e rato entre a polícia e o fugitivo, e é claro, tudo televisionado. Após o primeiro crime, Lázaro invadiu outros lares nos arredores da cidade, fez outros de reféns e deixou feridas pelo menos mais quatro vítimas, segundo inquérito da Polícia Civil do DF.

No dia 29 de junho, Lázaro foi finalmente capturado e morto por tiros dos policiais. Foi preciso de mais de 200 agentes de forças da Polícia Civil para entrar o foragido e, por fim, acabar com o terror nacional. Sim, o Brasil todo estava ligado nas telinhas midiáticas.

A cobertura do crime se tornou prioridade por parte das emissoras televisivas, o que é um procedimento normal. Porém, anormalidades e escolhas sensacionalistas foram alvos de críticas por parte de outros comunicadores, pesquisadores e de um seletivo público. Isso porque alguns veículos jornalísticos trataram o caso como narrativas extravagantes, e um tanto quanto agressivas, alarmando a população em geral.

O Balanço Geral nacional, por exemplo, teve uma audiência maior do que os jornais da Rede Globo durante os dias em que Lázaro estava fugitivo, o que foi um dado anormal em comparação com as médias de dias “normais”. O tempo do programa chegou a ser esticado, para que a cobertura ao vivo não parasse, o que pode ter sido um fator subjacente ao aumento súbito da audiência.

Repórteres foram de imediato enviados à cena do crime e nas redondezas de Ceilândia, e helicópteros sobrevoavam sobre as terras interioranas como se há qualquer momento, uma figura humana fosse cor dentre as árvores para que o público possa

gritar “ali! o Lázaro está ali!”. Vizinhos entrevistados noite e dia. Perturbação de sossego para quilômetros de distância. Tudo pelo ibope.

E o medo se alastrava junto às *fake news*, que surgiam há cada nova hora e circulavam nas redes sociais. “Lázaro” e “Ceilândia” já eram *trending topics* por dias no Twitter (atual X). Vídeos falsos de supostas aparições do assassino circulavam feito *trends* no TikTok, WhatsApp e grupos do Facebook. Em vez de paz e acolhimento as vítimas, todos viraram paparazes da morte.

Entende-se que, inevitavelmente, os veículos de comunicação tiveram uma alta inesperada em seus lucros durante o pico de audiência atingido por programas como o Balanço Geral, e aparentemente, investiram na proliferação de conteúdos relacionados para que o público não seja perdido para mídias concorrentes. Começa então uma saturação de conteúdos transmídias que, de forma inética, levam a informação já convertida em sensacionalismo para outros meios de compartilhamento. Voltamos à “Sociedade do Espetáculo” de Debord.

4.2. JORNALISMO SHAKESPEARIANO

“Em tempo de paz convém ao homem serenidade e humildade; mas quando estoura a guerra deve agir como um tigre!” - William Shakespeare. Guerra essa, em quesitos sensacionalistas no campo da comunicação, a busca incessante por pautas quentes, polêmicas e furos de reportagem que prendem os telespectadores, custe o que custar.

As similaridades entre uma peça de teatro e o que o jornalismo contemporâneo apresenta em narrativas sensacionalistas é cada vez mais notável. Basta observar a atuação dos apresentadores de telejornais e perceber as transformações que ocorreram ao longo dos anos na forma e estilo de apresentação. Antes, eram os repórteres que apresentavam um papel de protagonismo no ato de contar histórias para o público. Agora, cada vez mais o apresentador utiliza da dramatização para ganhar maior destaque na narrativa, criando um espetáculo em frente às câmeras.

Em seu livro “A performance teatral no telejornalismo (dito) sensacionalista”, o jornalista Cassius Zeilmann explica:

Agora, o apresentador trouxe os holofotes para si, transformando-se na estrela do show. O estúdio de TV passa a ser um palco, o conteúdo torna-se um espetáculo da vida real e o apresentador o grande protagonista da peça. Ele tem maior liberdade nos movimentos, dá as costas para as câmeras, faz caras e bocas, improvisa e se comunica com outros integrantes da equipe durante o programa. Ah, é importante lembrar: nada é gravado, é tudo ao vivo. A obra não analisa a qualidade do conteúdo em si, mas, sim, seu potencial em prender a atenção do telespectador por meio das estratégias utilizadas pelos apresentadores. (ZEILMANN, 2022, p. 11).

Com o conceito de um jornalismo dramatizado em mente, voltamos ao caso Lázaro. Durante toda a tormenta que Ceilândia passava, o jornalismo da RecordTV arrumou tempo para um espetáculo teatral com roteiro de telefone sem fio estilo Sônia Abrão: Lázaro Barbosa teria mandado cartas para Record falando de Geraldo Luís⁵, que estava ao vivo pelo Balanço Geral na cobertura da chacina. Tratada como “informação exclusiva”, a suposta carta do criminoso foi lida pelo apresentador como se fosse uma troca de farpas entre subcelebridades.

Nas tarjas da reportagem, lia-se: A carta de Lázaro - assassino manda recado para Geraldo Luis: “você falou que meu remédio é cadeia”. A veracidade da carta foi imediatamente questionada, é claro. Afinal, o bandido mais falado do país não teria tempo para sentar e escrever uma carta para o jornalista no meio de uma fuga com a polícia, não é mesmo? Tudo parecia muito estranho, e, ao longo dos vinte dias, o sensacionalismo foi se tornando cada vez mais escrachado.

Consultando o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, especificamente no capítulo II, “da conduta profissional do jornalista”, Art. 4º, fica claro que a postura de “descobrir ao vivo” se a carta é, de fato, verídica ou não, vai contra ao conjunto de normas: “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação” (2007, p.1).

A resposta de Geraldo Luis ao ler as supostas cartas que estavam em uma das fazendas em que o fugitivo passou durante sua fuga reforçam a narrativa dramatizada entre o apresentador, que se coloca como um dos protagonistas, e do criminoso, que no momento da reportagem, continuava aterrorizando a cidade. O jornalista Marcos Leandro, que acompanhava em *off* a reportagem “Carta do Matador”, chega a incitar que Geraldo Luis é um inimigo oficial de Lázaro, reafirmando que o

⁵ Vídeo: “Geraldo Luís lê carta que teria sido escrita por Lázaro”. Disponível em: <https://youtu.be/RNbA2b05RQ4?si=qNIuzE3Adm7TdWqZ>

jornalista é “um dos jornalistas mais combativos desse país” ao ser questionado se acreditava na veracidade do destinatário das cartas. Este “achismo” foi o bastante para, além de inflar o ego do apresentador”, colocar uma informação não averiguada ao ar.

O jornalista Ricardo Feltrin, colunista do Splash Uol, criticou a postura de Geraldo Luis e outros apresentadores da TV brasileira, afirmando que o Caso Lázaro reforçou o quão sensacionalista a TV aberta brasileira é, e que se sente pesaroso e envergonhado com os companheiros jornalistas:

Toda vez que acontece um caso desses, um crime bárbaro, as TVs perdem a mão, e os apresentadores perdem a mão atrás de ibope, como se esse ibope fosse patrimônio, mas não é. Você ter ibope por causa de uma tragédia, de uma morte, de um assassinato, eu não vejo muita vantagem nisso. [...] Acredito que o jornalismo tem que ter um prumo, não perdendo a sua objetividade. (CANAL UOL, 2021).

Segundo o jornalista, “Pode ser Lázaro, Eloá, Champinha ou a chacina de 17 jovens numa favela de São Paulo, não importa.” (FELTRIN, 2021), pois sem mudanças bruscas e necessárias na abordagem jornalística brasileira, esse padrão irá se repetir de forma cada vez mais fácil e “digerível”, com as facilidades tecnológicas e novos meios de comunicação para denúncias.

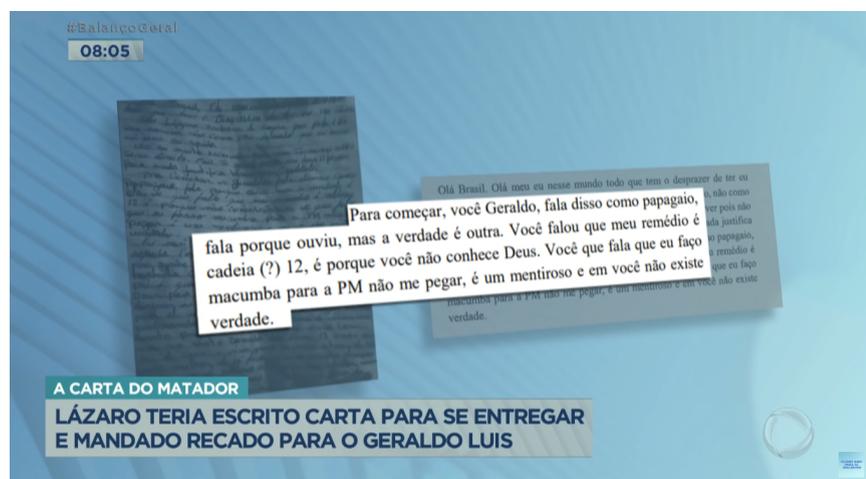
Narrativas sensacionalistas e espetacularizadas como a utilizada na cobertura do caso Lázaro pelo Balanço Geral são apenas fragmentos do grandioso movimento diário da produção de conteúdos apelativos, motivados ou não pelo capitalismo. Infelizmente, conforme visto em pensamentos de 1967 de Guy Debord, a sociedade estava fadada a tal distorção narrativa por adventos inevitáveis político-sociais, tecno-comunicacionais e, de forma efêmera, da seleção natural e evolução humana.

Então entende-se que esse tipo de narrativa, que alcança grandes veículos informativos, é o que Guy Debord chama de “resultado dos modos de produção já existentes” (1997, p. 14), enxergando a fórmula sensacionalista da produção jornalística como um espetáculo que atua a favor do capitalismo e, conseqüentemente, alimenta o consumismo apelativo.

Se defendendo em uma entrevista para o programa OtaLab, comandado pelo ator Otaviano Costa, no canal do YouTube do portal UOL, Geraldo Luis diz que é chamado de sensacionalista por falar diretamente com o povo: “A gente sempre tomou

nome de sensacionalista, porque quando a gente fala com um povo de um jeito que o povo entende, é [chamado] de sensacionalista” (Canal Splash 2020).

Para Debord, a ilusão de verossimilhança do espetáculo sensacionalista é um instrumento de unificação entre a narrativa e a sociedade, de forma que “[o espetáculo] é o lugar do olhar iludido e da falsa consciência; e a unificação que realiza não é outra coisa senão uma linguagem oficial da separação generalizada”, afirmando que os signos da comunicação sensacionalista são afirmações onipresentes de decisões já feitas na produção, com o consumo exacerbado como corolário (DEBORD, 1967, p. 14).



Fonte: YouTube - Canal “Balanco Geral”

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não é mais novidade quando a Netflix, um dos maiores *streamings* de conteúdos audiovisuais do mundo, anuncia uma série documental sobre a história de um *serial killer*, “embelezando” crimes horríveis e vítimas sem respostas com uma versão carismática e, por muitas vezes, romantizada de um criminoso. “Dahmer: Um Canibal Americano”, como exemplo de 2023.

Decisões que alteram a linha editorial de um veículo informativo como a recente mudança do Grupo Globo são apenas os primeiros catalisadores do que pode ser um futuro mais consciente e terno para a comunicação, ou pelo menos é o que se espera. É fato de que a ficção não vai “acabar” e muito menos perder sua importância para a

construção narrativa, mas saber quando usá-la e de que forma será o segredo para evitar dores de cabeça da proliferação sensacionalista.

A mídia deve relembrar à força que têm um papel fundamental e muito influente em áreas decisivas para o bem-estar comunitário. Isso porque o sangue inocente não deixará de manchar as notas de Reais enquanto a hierarquização comercial tratar a humanidade como “participação especial” em uma narrativa em que o dinheiro é protagonista.

Outra discussão filosófica se iniciaria sobre a moeda como fonte influente da maioria (se não todas) das ações humanas, conscientes e inconscientes. Para agora, é importante entender a raiz do problema e quem é, de fato, a fonte que custeia o sensacionalismo. A fonte de carne continua alimentando esse ciclo vicioso narrativo para um purgatório de humanos consumirem com os olhos. Eles que, por um azar da vida, podem se encontrar nas chamas sendo observados em um futuro distópico, invertendo a perspectiva de quem é carne e quem é consumidor.

Como peça simultânea deste trabalho de conclusão de curso, o autor e sua colega de turma, também graduanda em Jornalismo, Viviane Pasta desenvolveram o podcast “Temporada de Caça”⁶, que inicia suas atividades com episódios reflexivos sobre o tema apresentado nesse documento, bem como outros tabus do jornalismo contemporâneo. Acesse na íntegra clicando aqui

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Priscilla M. Moreira. **Violência, Futebol e Erotismo: Sensacionalismo e espetacularização nas capas do tabloide**. 2007. Viçosa, MG. Disponível em: <https://www.jornalismo.ufv.br/wp-content/uploads/2018/05/Monografia-Priscilla-Almeida.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2023.

ANGRIMANI, Sobrinho Danilo. **Espreme que sai sangue**. Um estudo do sensacionalismo na AUGUSTI, Alexandre Rossato; NEGRINI, Michele. **O legado de Guy Debord: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra**. 2013. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/negrini-augusti-2013-legado-guy-debord.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2023.

CAETANO, Michelle. **Exploitation, a explosão da violência em Hollywood nos anos setenta**. Revista Cantareira, (34). 2021. Disponível em: periodicos.uff.br/cantareira/article/view/44237. Acesso em: 12 set. 2023.

⁶ Projeto realizado no estágio curricular supervisionado do curso de Graduação em Jornalismo – Bacharelado - Faculdade UniSociesc Blumenau. Orientado pelo professor Gabriel Zuchna Muller.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. 1967. Traduzido por Editora Contraponto. Rio de Janeiro. 1997.

GORDON, Mel. **Theatre of Fear & Horror: Expanded Edition: The Grisly Spectacle of the Grand Guignol of Paris, 1897-1962**. Port Townsend, WA, 2016. Disponível em: https://vk.com/doc369932387_466061843?hash=wk7in7xA8oybVgoQeDYNpJsRb59VIIUDTB Yq6X4k2dL. Acesso em: 18 out. 2023.

GURGEL, Luciana. **Controle do discurso de ódio: um problema que também é da imprensa**. MediaTalks. 2020. Londres, Reino Unido. Coluna publicada originalmente no Jornalistas&Cia/Portal dos Jornalistas em 21/10/2020. Disponível em: mediatalks.uol.com.br/2020/10/21/discurso-de-odio-tambem-e-problema-da-imprensa. Acesso em: 08 out. 2023. imprensa. São Paulo: Summus, 1995. 122p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Capital da notícia: jornalismo como produção da segunda natureza**. São Paulo: Ática. 1986. 304 p.

MELLO, Rafaela Z. De; FERELI, Salome de Moura; FRANÇA, Samara Nunes; LOPES, Suzana Soares; ANDRADE, Tatiana Franco; BRITO, Tatiana V. De; RODRIGUES, Tatiana Kelli; CEDENO, Alejandra A. Leon. Mídia e Psicanálise - Uma Tentativa de Compreensão dos Efeitos da Mídia Sensacionalista e da Motivação e Sentido dos Espectadores. **Anais V CIPSI - Congresso Internacional de Psicologia**. 2012. Maringá, PR. Disponível em: <http://eventos.uem.br/index.php/cipsi/2012/paper/view/784/407>. Acesso em: 03 out. 2023.

MIRANDA, Carolina Telles. **Simpatia Pelo Diabo: Um estudo da relação entre mídia, fascínio e assassinos no Brasil**. Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2022. Orientador: Prof. Dr. João Batista de Macedo Freire Filho. Disponível em: pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/19836/1/CMiranda.pdf. Acesso em: 01 nov. 2023.

MISFELDT, Hans. **Do trabalho competente ao gênero apelativo**. Observatório da Imprensa. Edição 528. 2009. São Paulo, SP. Disponível em: www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/do-trabalho-competente-ao-genero-apelativo. Acesso em: 08 out. 2023.

MONNET, Catherine. **O Jornalismo Frente às Redes de Ódio no Brasil: Ataques online contra a imprensa nas eleições de 2022**. RSF - Repórteres Sem Fronteiras. 2023. Pesquisador responsável: Thiago Firbida. Disponível em: https://rsf.org/sites/default/files/medias/file/2023/04/As%20redes%20de%20odio%20no%20Brasil_PT.pdf. Acesso em: 03 out. 2023.

OLIVEIRA, Dannilo Duarte. **Jornalismo Policial: uma análise do sensacionalismo nos telejornais baianos. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. 2012. Bahia. Disponível em: www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-0601-1.pdf. Acesso em: 03 out. 2023.

PÊCHEUX, Michel. **Delimitações, Inversões, Deslocamentos. Cadernos de Estudos Linguísticos, n.19**. Campinas: Unicamp. 1990.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Trad.: Eni Pulcinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 1997. Edição original: 1983.

PODER360. **Veículos de mídia decidem omitir nomes de autores de massacres**. 2023. Disponível em:

www.poder360.com.br/midia/veiculos-de-midia-decidem-omitir-nomes-de-autores-de-massacre-s/. Acesso em: 03 out. 2023.

ROCHA, Rosamaria Luiza de Melo. **Estética da violência**: por uma arqueologia dos vestígios. 1998. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1997.

SCZPACENKOPF, Maria Izabel. **O Olhar do Poder**: a montagem branca e a violência no espetáculo telejornal. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2003.

SILVA, Andréa Túbero. **Guy Debord**: antes e depois do espetáculo. 2011. Disponível em: repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/5418dcca-98b2-4321-a031-fbeb80ccdf38/content. Acesso em: 03 nov. 2023.

SOUZA, Anamaíra Pereira Spaggiari. Sensacionalismo: uma revisão conceitual através das teorias de Danilo Angrimani, Lígia Lana, Márcia Franz Amaral e Rosa Nívea Pedroso. **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom**. Orientador: Prof. Dr. Potiguara Mendes da Silveira Jr. 2010, Caxias do Sul Disponível em: www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/r5-2892-1.pdf. Acesso em: 8 ago. 2023.

THEODORSON, G. A.; THEODORSON, A. G. **A modern dictionary of sociology**. London, Methuen, 1970. Disponível em: <https://ia802909.us.archive.org/20/items/in.ernet.dli.2015.122173/2015.122173.A-Modern-Dictionary-Of-Sociology.pdf>

TONDO, Romulo; NEGRINI, Michele. Espetacularização e Sensacionalismo: Reflexões Sobre o Jornalismo Televisivo. **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom**. 2009. Curitiba, PR. Disponível em: www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/r4-0604-1.pdf. Acesso em: 18 out. 2023.

WEYNE, Luciana M. G. Webler. A Espetacularização do Crime nos Telejornais Populares: Análise da Cobertura do Massacre de Realengo Feita Pelo Programa Balanço Geral. **Anais do I Seminário Interno de Pesquisas do Laboratório Arquivos do Sujeito**. 2012. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.las.uff.br/periodicos/index.php/seminariointerno/article/view/9>. Acesso em: 08 out. 2023.

ZEILMANN, Cassius. **A performance teatral no telejornalismo (dito) sensacionalista**. Dialética. 2022.