



## SENSACIONALISMO: TRAGÉDIA COMO ENTRETENIMENTO

Rodrigo Soares Samersla<sup>1</sup>

Ana Carolina Corrêa<sup>2</sup>

Fernanda de Medeiros Paz<sup>3</sup>

Mariana Machado Dobler<sup>4</sup>

Pollyana Escobar Bronzatto<sup>5</sup>

Victor Matheus Steinhorst Walter<sup>6</sup>

**Instituição:** Colégio Evangélico Augusto Pestana

**Modalidade:** Relato de Pesquisa

**Eixo Temático:** Tecnologias da Informação e Comunicação.

### 1. Introdução

No momento que os noticiários tomam um caráter contraditório de sua ética, visando apenas o lucro acima do ato de informar a população, a via jornalística e seu propósito tornam-se obsoletos, transformando-se em um meio de divertimento, deixando de ser um aparelho transparente para então focar nas sensações dos espectadores. Sua seriedade se perde quando o sensacionalismo surge - sendo esse a exploração sistemática do gosto e sensações do público pela mídia, usando do exagero, do drama e da polêmica. O modo como as notícias escandalosas atingem a população e sua forma de ver a sociedade é algo que deve ser dado atenção e terá seu destaque em nossa pesquisa, a fim de esclarecer conceitos e entender o impacto desse fenômeno nas pessoas.

O estudo teve como objetivo analisar as influências do sensacionalismo na sociedade, e se esse ato pode tornar o jornalismo algo a ser visto como entretenimento, não apenas um meio imparcial e verídico de propagar notícias - como diz a ética dos meios comunicacionais. Tendo em vista o retorno das relações capitalistas crescentes do século XX, a mídia não saiu ilesa, ou seja, passou a admitir um caráter alienante e parcial, esvaziando os momentos de ócio para mera peça de lucro. Outrossim, o sensacionalismo verte das mesmas raízes, tornando-se o sustentáculo dos noticiários que extrapolam a realidade. Acerca dessa lógica, é necessário a observação e compreensão dos fatores envolvidos na problemática.

<sup>1</sup> Professor de Ciências Humanas do Colégio Evangélico Augusto Pestana (rodrigossamersla@gmail.com)

<sup>2</sup> Estudante da 3ª série do Ensino Médio do CEAP (anac.correa99@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante da 3ª série do Ensino Médio do CEAP (medeiros paz1297@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante da 3ª série do Ensino Médio do CEAP (marianadobler8@gmail.com)

<sup>5</sup> Estudante da 3ª série do Ensino Médio do CEAP (pollyanaebronzatto@gmail.com)

<sup>6</sup> Estudante da 3ª série do Ensino Médio do CEAP (victormwalter@gmail.com)



Com a transformação das mídias na contemporaneidade, o cenário atual encontra-se na era da informação, a qual em apenas um “clique” pode-se espalhar uma notícia, verdadeira ou não, e em poucos segundos temos uma nova configuração das trocas de informações. As redes sociais são novas ferramentas midiáticas, que manipulam seu público, direcionando as escolhas desses para fins particulares. Assim, por esses motivos, a pesquisa mostra-se crucial para compreender a manipulação midiática ao longo dos anos, além de pontuar a importância da imparcialidade, fator crucial no momento de propagar e fazer notícias. Para que, dessa forma, o jornalismo seja um meio neutro, informacional, e não uma forma de entretenimento desconexo de sua função social.

## 2. Procedimentos Metodológico

O trabalho foi desenvolvido em grupo e na sala de aula no componente curricular Projeto de Pesquisa. Assim, abordamos a temática por meio de pesquisas quantitativas de opinião, envolvendo alunos do Ensino Médio do Colégio Evangélico Augusto Pestana, bem como pesquisas bibliográficas baseadas nos autores Roberto Ramos, Carlos Alberto de Azevedo e Perseu Abramo. Ademais, buscamos informações qualitativas com profissionais na área de jornalismo, assim como artigos de psicologia, publicidade e propaganda, entre outras áreas da comunicação, com debates e entrevistas com tais profissionais.

## 3. Resultados e Discussões

Durante nossa pesquisa, o conceito de sensacionalismo foi transformado. Para oferecer elementos que geram exagero, o jornalismo sensacionalista pode se manifestar de diferentes formas, através de títulos, no vocabulário utilizado em efeitos retóricos, na tipografia utilizada e também através de fotos e ilustrações. As notícias sensacionalistas tendem a apresentar os fatos de maneira exagerada a fim de provocar sentimentos como surpresa, revolta e euforia.

Muitas vezes, fatos triviais e irrelevantes recebem proporções aumentadas a fim de se causar impacto, consequentemente gerando maior audiência, e alcançando enfim o seu propósito. Assim, a população fica exposta à esse fenômeno, tendo em vista que não se pode prever quais informações são verdadeiras e quais são puramente manipulação,

*(...) a “grande mídia” constitui hoje – com todas as suas complexidades, os seus paradoxos e contradições – uma coluna de sustentação do poder. Ela é imprescindível, como fonte legitimadora das medidas políticas anunciadas pelos governantes, e das “estratégias de mercado” adotadas pelas grandes corporações e pelo capital financeiro. Constrói consensos, educa percepções, produz “realidades” parciais apresentadas como a totalidade do mundo, mente, distorce os fatos, falsifica, mistifica - atua, enfim, como um “partido” que, proclamando-se porta-voz e espelho dos “interesses gerais” da sociedade civil, defende os interesses específicos de seus proprietários privados. (ARBEX; ABRAMO, 2016, p. 20)*



A atenção do público mais do que nunca se torna uma prioridade na produção jornalística, considerando que o lucro é diretamente proporcional à audiência. O que leva também a buscar formas mais curiosas e atrativas de noticiar, o que pode conduzir ao uso do medo e da reafirmação de estereótipos para prender o interesse geral e provocar sensações, de tal forma que

*Independentemente das opiniões subjacentes a qualquer reportagem, percebe-se a disputa dos veículos de imprensa por mais audiência, mais exemplares vendidos e mais acessos. Esse fenômeno tem sido frequente e é conhecido como espetacularização da notícia. (...) Assim, o que faz as pessoas comprarem esta ou aquela revista, assistirem a este ou àquele canal, preferirem este ou aquele site é o grau de “espetáculo” que este veículo proporciona. (CALBUCCI, 2021, p. 34)*

Apesar de semelhante, o sensacionalismo se difere do conceito de “fait divers” - uma matéria jornalística de eventos que acontecem no mundo, sem classificação, que também despertam curiosidade nos leitores, gerando um grande interesse no público geral, estando presente nos diversos veículos de informação. A intenção de produzir o efeito de sensacionalismo no fait divers visa atrair o leitor pelo olhar na manchete que anuncia um acontecimento produzido, jornalística ou discursivamente, para ser consumido ou reconhecido como espetacular, perigoso, extravagante, insólito e, por isso, atraente.

Não obstante, embasando-se na disseminação excessiva de ideologias e sensacionalização, esse modo de propagação de notícias tem como principal pilar a busca de soberania, tanto econômica, quanto imagética. Assim, de acordo com o jornalista e docente da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Carlos Azevedo (2001):

*A primeira vítima de uma guerra é a verdade. Com certeza, em época de conflitos bélicos mundiais, tal afirmação aplica-se muito bem ao papel da mídia. A chamada guerra contra o terrorismo, empreendida pelos Estados Unidos contra o Afeganistão, traz de volta a visão dos meios de comunicação como instrumentos de busca da hegemonia e de controle da opinião pública mundial. É interessante acompanharmos a evolução das relações entre o campo dos media e a instituição militar para entendermos a fundo a cobertura dada pelos veículos nacionais e internacionais ao conflito (...) Além disso, o discurso da CNN, rede mundial de TV, dizia que com a precisão cirúrgica das bombas guiadas por computadores e sinais de rádio as baixas civis eram reduzidas. Tratava-se de uma guerra “limpa”, segundo a ideologia difundida pelos americanos. Versão acriticamente comprada pelas TVs brasileiras, que aplaudiram esse novo tipo de guerra “sem sangue ou mutilações”. No entanto, a realidade foi bem diferente, uma guerra como as outras, só que o cerco ao inimigo também foi feito pela mídia. Enfim, uma guerra midiática, disputa pela hegemonia da “verdade”. (AZEVEDO, 2001)*

A informação exorbitante faz com que a sociedade - cega pela alienação cultural - seja incapaz de questionar acerca da veracidade e relevância da reportagem, levando ao



que se pode chamar de disseminação da desinformação. Segundo Theodor Adorno, filósofo e sociólogo da Escola de Frankfurt, “*não há espaço algum para o indivíduo, cujas exigências são ilusórias, ou seja, forçadas a se moldar aos padrões gerais.*” A liquidação do indivíduo constitui o sinal característico da nova época em que vivemos.

Dessa forma, a mídia sensacionalista, ao incorporar ideais dominantes às transmissões, molda-se na face de agente detentor de fatos e benevolência, gerando, em concomitância, disputas entre grupos em desconformidade - uma separação de pessoas “boas e inocentes” em contraste com “maus e criminosos”. Essa crescente percepção de mundo tornou-se notória, dando início a discursos repressivos cada vez mais latentes, resultando, assim, em um novo entendimento acima da espetacularização jornalística: um populismo penal midiático, propagando ideais punitivistas que se mascaram de entretenimento.

#### 4. Conclusão

A pesquisa teve como foco compreender a relação entre o sensacionalismo midiático e suas consequências no psicológico e ideais da população. Dessa forma, foi possível concluir que a influência da mídia sobre a visão de mundo da população torna-se um forte poder na construção, não apenas da ideologia brasileira, como também das relações sociais e da dominação cultural crescente, podendo resultar inclusive em alguma forma de segregação.

Sob esse viés, o sensacionalismo encontra-se de forma latente na mídia, sendo possível determinar diferentes formas da manifestação deste na atualidade, desde a televisão até as redes sociais, todas permeando a conjuntura brasileira. Toda a sua forma de apresentação, desde os primórdios, dirige-se a resultados segregadores e agentes que moldam a visão de seu telespectador.

Instabilidades políticas do século XX, marcadas por conflitos bélicos, geopolíticos e, por consequência, polarizantes, fizeram com que ascendesse um novo modo do ‘fazer jornalístico’, no qual a narrativa midiática informativa “(...) parece ser um espelho singular. Produzir imagens, cuja concisão significa a própria valorização da sedução em detrimento da razão.” (RAMOS, Pág. 31). Causando assim uma curiosidade que deriva do desejo ou da emoção que sentimos ao ler as manchetes - e como consequência aumentando as vendas de veículos ditos sensacionalistas, sendo uma reação intencional dos meios de comunicação.

Fica evidente que a mensagem a ser transmitida é muito bem elaborada, mesmo que por meio de uma linguagem corriqueira e informal, utilizando uma abordagem que visa alcançar a afeição dos telespectadores e gerar com isso maior credibilidade. É por meio dessa blandície que as mídias constroem a popularidade e contribuem com o processo de formação da opinião pública. A abordagem, mesmo que lucrativa e publicitária, mostra-se contra os princípios morais anteriormente citados e ao papel fundamental do Jornalismo: INFORMAR.

8º MoEduCiTec

Mostra Interativa da Produção Estudantil  
em Educação Científica e Tecnológica  
O Protagonismo Estudantil em Foco

II Mostra de Extensão Unijui



27/09/2024 | Campus Ijuí



## 5. Referências

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**; com colaborações de Laura Caprigliole ... [et al.]. – 2. ed. – São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 2016.

CALBUCCI, Eduardo. **Anglo : Ensino médio : Cursos eletivos : 2a série : Sociologia : Curso D** – 1. ed. – São Paulo : SOMOS Sistemas de Ensino, 2021.

AZEVEDO, Carlos Alberto. **Meios de Comunicação como armas de guerra**. Universidade Federal da Paraíba, 2001.

ADORNO, Theodor W. **O fetichismo na música e a regressão da audição**. São Paulo: Círculo do Livro, 1996a.

RAMOS, Roberto. **Os sensacionalismos do sensacionalismo: Uma leitura dos discursos midiáticos**. – 1 ed. – Porto Alegre: Sulina, 2012.