



**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA**  
**CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**HABILITAÇÃO: PROPAGANDA E MARKETING**

**O SENSACIONALISMO NA IMPRENSA BRASILEIRA**

GABRIEL JABUR NETO  
RA N°. 2002785-4

ORIENTADORA: Renata Innecco Bittencourt de Carvalho

**Brasília/DF, Outubro de 2007**

**GABRIEL JABUR NETO**

**O SENSACIONALISMO NA IMPRENSA BRASILEIRA**

Monografia apresentada como um dos requisitos para  
conclusão do curso de Comunicação Social do Centro  
Universitário de Brasília – UniCEUB

Orientadora: Renata Innecco Bittencourt de Carvalho

**Brasília/DF, Outubro de 2007**

**GABRIEL JABUR NETO**

**O SENSACIONALISMO NA IMPRENSA BRASILEIRA**

Monografia apresentada como um dos requisitos para  
conclusão do curso de Comunicação Social do Centro  
Universitário de Brasília – UniCEUB

Orientadora: Renata Innecco Bittencourt de Carvalho

Banca examinadora:

---

Profa. Renata Innecco Bittencourt de Carvalho  
Orientadora

---

Profa. Mônica Igreja do Prado  
Examinadora

---

Prof. Renato Ferraz Lima  
Examinador

Brasília/DF, Outubro de 2007

## RESUMO

Esta monografia é um estudo do sensacionalismo da imprensa no Brasil. O problema foi escolhido de acordo com a identificação de aspectos negativos da imprensa. Por meio de pesquisa em livros, artigos e em exemplares da imprensa escrita, foram recolhidas e analisadas informações de diversas áreas: Comunicação Social, Sociologia, Psicologia e Jurídica. Além das informações de especialistas no assunto, foram utilizados também os conhecimentos empíricos do aluno - que atualmente é repórter fotográfico de um periódico - e a exemplificação feita por meio de fotografias ditas sensacionalistas ou não. O estudo pretendeu identificar o sensacionalismo como uma disfunção da Comunicação Social por estar classificado como narcotizante e por vezes prejudicial à sociedade, uma vez que degrada valores, traz certo descrédito à mídia e, por vezes, fere os bons costumes, o bom-senso e até mesmo a Constituição Federal. Por outro lado, foi possível detectar que apesar de não ser bem aceito na esfera dos bons costumes, o sensacionalismo vem sendo largamente utilizado como ferramenta mercadológica, já que o efeito narcotizante atrai o receptor e como consequência, aumenta as vendas do veículo dito sensacionalista. É importante ressaltar que nem todo veículo é sempre sensacionalista. Por vezes, veículos não-sensacionalistas se utilizam do artifício apenas em determinadas páginas ou situações pontuais e específicas. Como já foi dito, as consequências do sensacionalismo podem ser extremamente prejudiciais à sociedade. A esta modalidade jornalística estão associados crimes e a progressão do status de indivíduos considerados marginais e não habilitados para o convívio em sociedade.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>5</b>
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DO ASSUNTO	5
1.2	JUSTIFICATIVAS	5
1.3	FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	5
1.4	OBJETIVO GERAL	5
1.5	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.7	DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA	6
1.8	APRESENTAÇÃO DA ESTRUTURA E DA ORGANIZAÇÃO DA MONOGRAFIA	6
<b>2</b>	<b>DESENVOLVIMENTO</b>	<b>6</b>
2.1	EMBASAMENTO TEÓRICO	7
2.1.1	<b>Revisão bibliográfica</b>	7
2.1.2	<b>Fundamentação teórica</b>	10
2.2	DESCRIÇÃO DETALHADA DA METODOLOGIA	11
2.2.1	<b>Fundamentação da metodologia utilizada</b>	11
2.2.2	<b>Paradigma escolhido</b>	11
2.2.3	<b>Estratégia de verificação utilizada</b>	12
2.2.4	<b>Instrumentos</b>	12
2.2.5	<b>Sujeitos</b>	12
2.2.6	<b>Procedimentos/operacionalização</b>	12
2.2.6.1	Cronograma	13
2.3	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	14
2.3.1	<b>Análise dos dados</b>	14
<b>3</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>20</b>
<b>4</b>	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>22</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO ASSUNTO

Este trabalho consiste em um estudo realizado com intuito de verificar conseqüências e percepções ocasionadas pelo sensacionalismo praticado por veículos de comunicação do ramo jornalístico. Objetivando a imparcialidade, foram colhidas abordagens de diversos profissionais de diferentes áreas e que divergem entre si em suas respectivas opiniões acerca do problema.

## 1.2 JUSTIFICATIVAS

Em novembro do ano de 2006, o aluno passou a atuar como repórter fotográfico em um periódico da cidade de Brasília. Com a breve experiência na área jornalística e o convívio quase diário com a questão do sensacionalismo, surgiu a intenção de realizar pesquisa documental e bibliográfica para aprofundar-se no assunto. A predileção de editores e chefes de redação por divulgar o mórbido, o incomum ou o macabro é perceptível durante a prática profissional. Também não há como negar o desejo do público, com relação aos *media*, em ter contato cada vez mais próximo com a morte, as tragédias e o bizarro. Nota-se, ainda que empiricamente, a preferência pela imagem, que supostamente é de fácil interpretação e retrata o fato mais explícita e fielmente se comparada ao texto jornalístico.

## 1.3 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

Para a sociedade, quais são as funções e disfunções do sensacionalismo na mídia?

## 1.4 OBJETIVO GERAL

Analisar a imprensa atual de modo a detectar suas funções e disfunções e principais conseqüências na sociedade.

### 1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Esta monografia teve como objetivos específicos:

- identificar posicionamentos de diversos especialistas de áreas ligadas à Comunicação Social e à Sociologia;
- analisar reportagens e fotografias jornalísticas que ilustrassem o problema;
- identificar por meio de estudo, o conceito de sensacionalismo.

### 1.6 DESCRIÇÃO DA METODOLOGIA

Para realização desta monografia, na tentativa de explicar e detalhar o problema proposto, o paradigma qualitativo mostrou-se o mais adequado. A estratégia de verificação usada foi a documental e o principal instrumento para elaboração do trabalho foi a observação.

### 1.8 APRESENTAÇÃO DA ESTRUTURA E DA ORGANIZAÇÃO DA MONOGRAFIA

As análises documentais realizadas especificamente para este trabalho, possibilitaram identificar pontos de vista de especialistas sobre o tema e áreas a ele relacionadas. A fim de ilustrar e tornar mais prática a interpretação da questão proposta, ao longo desta monografia são apresentados exemplos de matérias e fotografias jornalísticas que representam o tema e o problema apresentados.

## 2 DESENVOLVIMENTO

## 2.1 EMBASAMENTO TEÓRICO

### 2.1.1 Revisão bibliográfica

Vários tipos de abordagens em forma de livros, artigos e estudos são encontrados hoje a respeito do tema sensacionalismo na imprensa. Há juristas, comunicólogos, sociólogos, psicólogos e antropólogos buscando as causas e os motivos para que os meios de comunicação optem pelo formato sensacionalista, impressionante e explícito de passar a informação ao público. Há também diretores de redação, de marketing, editores e publicitários interessados em defender seus pontos de vista com relação ao tema, de acordo com o que é e o que não é veiculado pelos meios de comunicação. A divergência de opiniões se dá tanto por causa dos aspectos morais e éticos como por causa dos aspectos mercadológicos e financeiros interessantes principalmente aos *media*. De acordo com Gandra (2003, p. 47):

[...] a imprensa não pode atingir a liberdade e a privacidade das pessoas, assim como os programas de televisão não podem servir de instrumento de deterioração dos valores éticos da família e do indivíduo.

O autor também coloca que os representantes da imprensa dizem (2003, p. 49) “[...] que o público exige, nas novelas e no noticiário, o escândalo, a violência, o crime e o sexo.”. E prossegue (2003, p.49):

Os meios de comunicação social, que poderiam auxiliar na reversão do quadro, beneficiam-se, entretanto, com o acréscimo de vendas de seus veículos informativos de sensacionalismo e escândalo, que a conjuntura provoca, sendo, no momento, os parceiros mais importantes do aumento da criminalidade no País.

Ainda, segundo Gandra (2003), o sensacionalismo na imprensa “[...] acarreta o aumento da intolerância e da criminalidade no País”.

O autor afirma que as imagens fortes ou imorais que invadem os lares acabam por destruir ou barrar valores éticos, morais, cívicos, religiosos e familiares, aguçando assim a intolerância, a agressividade e o desrespeito ao bom senso. Ao traçar um paralelo com a Constituição Federal Brasileira, citando os artigos 5º, 220 e 221 que são referentes à comunicação social, Gandra mostra que a grande maioria dos meios de comunicação do país não respeita os mandamentos básicos previstos em lei, tais como o incentivo à cultura, o respeito

aos bons costumes e a moral. Junqueira (2006, p. 30) informa que “alguns meios analisaram a própria cobertura e concluíram que a imprensa deu notoriedade à facção criminosa PCC”, quando esta assumiu autoria pelos ataques ocorridos no ano de 2006 em todo o Estado de São Paulo. O professor Luiz Gonzaga Motta (Junqueira, 2006, p.31) afirmou que:

A mídia age corretamente ao omitir siglas e repercussões referentes aos atos dos bandidos. As facções criminosas querem publicidade e sabem que suas ações explosivas repercutem com estardalhaço na mídia. [...] A mídia parou de relatar suicídios e eles pararam de acontecer em série.

Gonzaga (Junqueira, 2006, p. 32) ainda relata:

Não concordo com a defesa intransigente da divulgação da violência em nome de um a liberdade de imprensa que provém do departamento comercial da indústria da comunicação.

A publicitária e gerente de mídia da agência Fallon, admite que a audiência e o custo por mil (CPM) são fatores mais importantes que a qualidade editorial e a credibilidade de um veículo aos olhos do anunciante, entretanto, explica (Junqueira, 2006, p. 34): “A audiência bruta do veículo, sem olhar para outros índices, como a afinidade ou o conteúdo editorial, pode gerar desperdício de investimento e até agregar uma imagem errada do produto anunciado.” Um sociólogo e especialista em violência urbana carioca, afirma que (Junqueira, 2006, p. 35): “O sensacionalismo da imprensa foi o responsável pela dimensão que as ações das organizações criminosas alcançou no Rio de Janeiro.”

Com intuito de promover maior clareza e entendimento do trabalho, o conceito de sensacionalismo adotado foi o de Pedroso, a seguir (1995, p. 14):

Intensificação, exagero e heterogeneidade gráfica; ambivalência lingüístico-semântica, que produz o efeito de informar através da não-identificação imediata da mensagem; valorização da emoção em detrimento da informação; exploração do extraordinário e do vulgar, de forma espetacular e desproporcional; adequação discursiva ao *status* semiótico das classes subalternas; destaque de elementos insignificantes, ambíguos, supérfluos ou sugestivos; subtração de elementos importantes e acréscimo ou invenção de palavras ou fatos; valorização de conteúdo ou temáticas isoladas, com pouca possibilidade de desdobramento nas edições subseqüentes e sem contextualização político-econômico-social-cultural; discursividade repetitiva, fechada ou centrada em si mesma, ambígua, motivada, autoritária, despolidizadora, 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; especificidade discursiva de jornal empresarial-capitalista, pertencente ao segmento popular da grande empresa industrial-urbana, em busca de consolidação econômica ao mercado jornalístico; escamoteamento da questão do popular, apesar do pretenso engajamento com o universo social marginal; gramática discursiva fundamentada no desnivelamento sócio-econômico e sociocultural entre as classes hegemônicas e subalternas.

O sensacionalismo do jornal impresso possui características que objetivam cativar, entreter e atrair o público, mesmo que este não seja “fiel”. O eventual leitor pode sentir vontade de comprar um periódico ao ver a foto ou ler a manchete na capa. Partindo deste pressuposto, é importante ressaltar a importância da manchete e da fotografia que irão compor a capa de um jornal ou revista. A fotografia jornalística é auto-explicativa por essência. É regra que a informação seja passada de forma clara e, se possível, resumida em apenas uma imagem e para tal, por vezes o repórter fotográfico precisa se envolver em situações ou presenciar cenas que não deseja, com o objetivo de satisfazer os editores e chefes de redação e, por conseguinte, levar a mórbida satisfação ao leitor quando se trata de veículo ou matéria sensacionalista. Basicamente as mesmas regras valem para a manchete jornalística, mas, além de o repórter não ter a necessidade de se envolver em situações de risco ou presenciar cenas desagradáveis, esta pode ser modificada de acordo com a linguagem utilizada. O sensacionalismo pede uma linguagem escrita própria, fácil, esdrúxula e dinâmica. A imprensa normalmente se utiliza da linguagem sígnica que é neutra e objetiva. De acordo com Angrimani (1995, p. 108):

[...] o veículo, que tivesse optado por uma linguagem editorial sensacionalista, não poderia se articular numa construção sígnica, e que somente a utilização do clichê permitiria o envolvimento almejado. O sensacionalismo não só não admite alheamento, como também, no sentido oposto, busca romper a couraça protetora sígnica, [...]

O motivo para que um veículo opte pelo sensacionalismo é provavelmente financeiro. Quanto mais comprado, assistido, escutado ou lido, teoricamente, mais se conquista anunciantes. Esta busca por atingir um público maior, acaba “atropelando” conceitos éticos e valores morais das sociedades e de forma

inusitada traz conseqüências negativas à população, como exemplifica Barros (2003, p.24):

Especificamente no que se refere às coberturas jornalísticas relacionadas a crimes de natureza psicopatológica, considero que as conseqüências do sensacionalismo na mídia incluem: a) a propagação e perpetuação de preconceitos; b) a difusão de desinformação a respeito das doenças mentais; c) a intensificação do sofrimento de pessoas direta ou indiretamente atingidas por esses crimes; e, por último, mas não menos importante, d) as reportagens sensacionalistas a respeito de crimes psicopatológicos podem eventualmente induzir novos crimes.

A mídia em geral tem como uma de suas principais funções, a possibilidade de informar e para isso é regra que não interfira nos acontecimentos e fatos noticiados, apenas os veicule, para que cumpra tal finalidade da forma mais legítima e fidedigna possível. A imprensa, principalmente quando age de forma sensacionalista, se utiliza deste argumento para justificar matérias e fotografias (absurdas, esdrúxulas, macabras, explícitas, manipuladas) eventualmente publicadas. Barros rebate com os seguintes dizeres (2002, p.24):

Trata-se de um argumento falacioso em defesa de uma causa justa, porque a neutralidade da imprensa não é mais do que um mito, quando muito um ideal, e sua atuação incessante e onipresente nas sociedades contemporâneas induz e condiciona comportamentos individuais e coletivos, cotidianamente gerando novos fatos, como quaisquer outros agentes sociais o fazem.

### **2.1.2 Fundamentação teórica**

Ao entender-se que o tema trata da interação, da interferência e das relações entre a sociedade e a mídia, optou-se por fundamentar o trabalho utilizando a Teoria Funcionalista. A Corrente Funcionalista defende a tese de que (Hohfeldt, Martino e Veiga, 2001, p. 122 e 123):

Já não é a dinâmica interna dos processos comunicativos que define o campo de interesse de uma teoria dos meios de comunicação de massa, mas sim a dinâmica do sistema social.

Esta teoria propõe funções para o sistema social e trata-o como um organismo vivo, no qual cada parte realiza uma função, tornando o todo funcional ou não - já que também são previstas as disfunções. Segundo (Hohfeldt, Martino e Veiga, 2003, p. 122 e 123):

Entre alguns modelos de funções, temos o de Wright, o de Lasswell e o de Lazarsfeld-Merton. Lasswell apresenta as seguintes funções: de vigilância (informativa, função de alarme); de correlação das partes da sociedade (integração); e de transmissão da herança cultural (educativa). Wright apresenta uma estrutura conceitual que prevê funções e disfunções dos meios, sendo que essas funções podem ser latentes ou manifestas; às funções apresentadas por Lasswell, acrescenta a função recreativa. Já Lazarsfeld e Merton apresentam outras funções: a atribuição de status (estabilizar e dar coesão à hierarquia da sociedade); a execução de normas sociais (normatização); e o efeito narcotizante (que seria, de acordo com os autores, uma disfunção)

O sensacionalismo, levando em conta o organismo e a interação entre as partes propostos pela Teoria Funcionalista, se apresenta como uma disfunção da comunicação social e também como um fator de desequilíbrio social. Esta categoria do jornalismo pode ser considerada narcotizante e se vale de artifícios de linguagem e apresentação que atraem o receptor e levam-no a se extasiar, se espantar ou se impressionar, com notícias e fatos nem sempre relevantes e verdadeiros.

## 2.2 DESCRIÇÃO DETALHADA DA METODOLOGIA

### 2.2.1 Fundamentação da metodologia utilizada

A escolha pela metodologia de pesquisa documental deveu-se principalmente ao acesso facilitado a livros, artigos e outros trabalhos de monografia que tratam do sensacionalismo na imprensa. Apesar da acessibilidade, é importante ressaltar que o acervo sobre o assunto desta monografia não é tão variado.

### 2.2.2 Paradigma escolhido

Visando aprofundamento do pesquisador, além de possibilitar a obtenção de dados numéricos e estatísticas, foi escolhido o paradigma qualitativo. Não

foram realizadas pesquisas, entrevistas ou incursões em campo que possam justificar a utilização de paradigma quantitativo (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 2002, p. 148).

### **2.2.3 Estratégia de verificação utilizada**

Para realização desta monografia foram analisados documentos já elaborados, com a finalidade estratégica de recolhimento e posterior análise de dados e informações que viriam a compor o presente trabalho. Este tipo de análise é classificada como documental, segundo Moreira (in DUARTE e BARROS, 2005, p.272): “As fontes de análise documental frequentemente são de origem secundária, ou seja, constituem conhecimento, dados ou informação já reunidos ou organizados.”

### **2.2.4 Instrumentos**

Para realização desta monografia foi realizada observação, leitura e interpretação de diversos documentos elaborados por especialistas em relação ao assunto abordado, tais como: livros, revistas, artigos e trabalhos acadêmicos. A decisão de utilizar tais instrumentos foi tomada levando em consideração dados relevantes, tais como: a experiência profissional do aluno como repórter fotográfico, fotografias jornalísticas e exemplares de periódicos publicados.

### **2.2.5 Sujeitos**

Sujeito Pesquisador: o aluno de Comunicação Social Gabriel Jabur Neto

### **2.2.6 Procedimentos/operacionalização**

Para operacionalização da monografia foram desenvolvidas as seguintes etapas:

- 1ª) definição do trabalho e da metodologia em reuniões de orientação;
- 2ª) levantamento bibliográfico e fichamento de leituras;
- 3ª) identificação de artigos a respeito do tema;
- 4ª) reavaliação de objetivos;
- 5ª) elaboração dos instrumentos a serem utilizados;
- 6ª) ajustes no trabalho em novas reuniões de orientação;
- 7ª) análise e interpretação sistemática dos dados e conclusão;
- 8ª) redação do relatório e estruturação final da monografia;
- 9ª) entrega das versões impressas da monografia;
- 10ª) preparação e organização da apresentação do trabalho;

#### 2.2.6.1 Cronograma

ETAPA	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO
1ª				
2ª				
3ª				
4ª				
5ª				
6ª				
7ª				
8ª				
9ª				
10ª				

## 2.3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

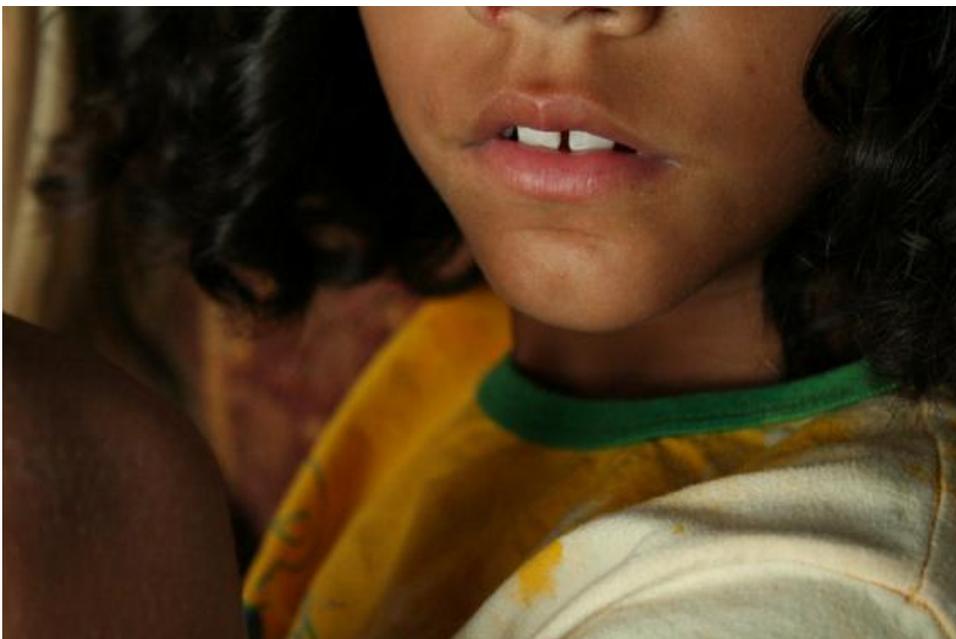
### 2.3.1 Análise dos dados

Feita a primeira pesquisa para coletar textos, livros e artigos sobre o tema, percebeu-se necessária, uma melhor organização das informações adquiridas. Desta forma, foi elaborado um fichamento das leituras julgadas relevantes durante as reuniões de orientação e a partir disto, iniciou-se a reunião definitiva dos dados para análise. Com todos os dados reunidos, foi feita uma organização para que fossem ordenados de forma a não prejudicar o entendimento do trabalho. Tendo por finalidade uma melhor ilustração e exemplificação do problema proposto nesta monografia, foi feita uma seleção de algumas fotografias produzidas durante a atividade profissional do aluno nos últimos dez meses, aproximadamente. Abaixo uma breve análise das imagens:

**Exemplo 1:** Imagem para matéria sobre um homem acusado de pedofilia e que pode ser considerada de cunho sensacionalista. É possível observar que o homem foi agredido antes de ser preso e que a imagem sugere culpa, antes mesmo do julgamento e eventual condenação do suspeito pela justiça.



**Exemplo 2:** Imagem da suposta vítima, produzida para a mesma matéria citada anteriormente. A sugestão desta fotografia é mais branda e não acusatória, podendo assim, ser considerada não sensacionalista.



**Exemplo 3:** Imagem para matéria sobre a inauguração de uma escola em uma cidade do DF. A então governadora Maria Abadia, aparece entregando um pedaço de bolo a uma criança. Esta imagem pode ser considerada sensacionalista, pois o acontecimento não se deu de forma espontânea, já que era de interesse do periódico transmitir, mesmo que forçosamente, uma imagem de benevolência da governadora.



**Exemplo 4:** Imagem produzida para a mesma matéria que trata da inauguração de uma escola. Pode ser considerada não sensacionalista, pois ilustra perfeitamente o fato ocorrido. Maria Abadia acabara de descobrir a placa de inauguração do estabelecimento. Não há sugestões desnecessárias ou manipulação da situação.



**Exemplo 5:** Imagens produzidas para uma matéria sobre um cadáver em avançado estado de decomposição, encontrado em uma área rural do DF. As duas imagens abaixo podem ser consideradas sensacionalistas. A imagem a esquerda, por ser extremamente explícita e a imagem a direita, por mostrar crianças observando a cena desagradável do trabalho dos técnicos da Secretaria de Segurança Pública.



**Exemplo 6:** Fotografia também produzida para a matéria sobre o cadáver encontrado em uma região rural do DF. Ilustra o fato satisfatoriamente, de forma mais branda e menos explícita, podendo assim, ser considerada não sensacionalista.



**Exemplo 7:** Imagem para matéria sobre um homem morto com tiros na cabeça. A crueza, proximidade e o caráter explícito da imagem, a classificam como sensacionalista. O repórter fotográfico colocou em risco sua integridade física, já que foi ameaçado por amigos da vítima que não queriam vê-lo exposto pela imprensa.



**Exemplo 8:** O mesmo homem mostrado na matéria anterior. Neste caso a imagem não sensacionalista, respeita a privacidade e a dor de amigos e parentes da vítima por ser menos explícita, chocante e violenta.



**Exemplo 9:** O filho deste homem foi morto em um confronto com a polícia durante uma manifestação de trabalhadores, anos atrás. A equipe de reportagem seguiu até o cemitério exclusivamente para fotografá-lo junto ao túmulo do filho. O acontecimento foi manipulado com o objetivo de dramatizar a matéria.



**Exemplo 10:** Uma mulher foi encontrada morta, esfaqueada, em uma cidade do entorno do DF. A fotografia pode ser considerada sensacionalista por desrespeitar a privacidade dos familiares e a dignidade da vítima. A mulher está nua, pois a perícia policial havia acabado de ser realizada. Além disto, a imagem é forte e violenta.



**Exemplo 11:** O mesmo assunto, desta vez representado de forma não sensacionalista, mais digna e respeitosa. O rosto da vítima não é mostrado, bem como devido à distância, não é possível concluir que o corpo semi-nu é de uma mulher.



### 3 CONCLUSÃO

O sensacionalismo nem sempre é representado como o público em geral costuma comumente defini-lo, como apenas o sensacionalismo sanguinário, vermelho, macabro, erótico. A grande maioria da população desconhece que há também o sensacionalismo político, enaltecedor de características, qualidades ou defeitos, sempre de acordo com os interesses do veículo de comunicação responsável pelas veiculações. Não é raro ler sobre o assunto e encontrar exemplos deste sensacionalismo na política nacional ou mundial. O ex-presidente Fernando Collor de Mello é uma dita “vítima” deste sensacionalismo. O ditador iraquiano Sadam Hussein foi executado “*in loco*” e milhares de pessoas vibraram com sua morte em todo o mundo, o que demonstra claramente uma banalização da morte, da violência e a falta do respeito com a privacidade de um ser humano que foi enforcado. Tais efeitos podem ser altamente maléficos à sociedade.

A busca mercadológica por audiência / vendas e conseqüentemente por anunciantes, vem tornando a imprensa cada vez mais tendenciosa ao sensacionalismo. Atualmente, os veículos de comunicação raramente cumprem suas funções previstas na Teoria Funcionalista que são: vigilância, integração da sociedade, transmissão da herança cultural, recreação, atribuição de status e execução de normas sociais. O efeito narcotizante, que é uma disfunção, tem prevalecido sobre as funções, de acordo com as análises feitas para a realização desta monografia. O aumento de público consumidor de um determinado veículo de comunicação sensacionalista ou que se utilize do sensacionalismo eventualmente, pode ser explicado pelo fato de que o efeito narcotizante previsto por Lazarsfeld e Merton é a essência do sensacionalismo presente em manchetes, matérias e imagens rotineiramente veiculadas na imprensa escrita, no rádio e nos telejornais. Como conseqüência desta disfunção, pode-se observar a rotulação de indivíduos pela imprensa, como suspeitos de crimes que, por exemplo, são taxados, acusados e condenados mesmo antes da divulgação de laudos médicos, periciais ou sentenças judiciais, ou pessoas públicas que podem também serem acusadas de desonestidade ou mostradas de forma a sugerir benevolência e generosidade excessivas. É comum também a observação de reações preconceituosas e violentas causadas por conclusões precipitadas por

parte da sociedade, a banalização de temas nocivos como a morte, a violência e a pornografia. Internamente aos veículos de comunicação, a busca pela exclusividade, pelo inédito, acaba culminando na má qualidade dos textos, que trazem gírias e erros gramaticais com objetivo de facilitar a leitura e atrair o público menos instruído e em fotografias ou filmagens feitas às pressas para ilustrar as matérias e atender as exigências dos editores e chefes de redação. De acordo com as imagens apresentadas e analisadas, comprava-se que há também a exposição a situações desagradáveis e que podem representar risco à integridade física e até mesmo mental do profissional.

#### 4 REFERÊNCIAS

BARROS, Luiz Ferri de. **O sensacionalismo da imprensa na cobertura de crimes de natureza psicopatológica e suas conseqüências.** Revista CEJ, Imprensa Investigativa, Brasília, v.5, n. 20, p. 23-29, jan./mar. 2003.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências.** 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

JUNQUEIRA, Diego. **O limite da notícia: cobertura da violência expõe a frágil fronteira entre jornalismo e sensacionalismo.** Negócios da comunicação, Imprensa, São Paulo, v. 4, n. 22, p. 30-36, out. 2006.

MARTINS, Ives Gandra da Silva. **O nexó causal entre o sensacionalismo e o aumento da criminalidade.** Revista CEJ, Imprensa Investigativa, Brasília, v.5, n. 20, p. 47-51, jan./mar. 2003.

SILVA, Juremir Machado da. **A miséria do jornalismo brasileiro: as (in)certezas da mídia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

SOBRINHO, Danilo Angrimani. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa.** São Paulo: Summus, 1995.