

## Roberto Cabrini e “Os meninos do viaduto”: conexão entre vivenciar e reportar?<sup>1</sup>

Patrícia Bezerra do NASCIMENTO<sup>2</sup>  
Ada Kesea Guedes BEZERRA<sup>3</sup>  
Universidade Estadual da Paraíba, PB.

### Resumo

O fazer jornalístico tem suas peculiaridades, desafios e “armadilhas”. Uma delas é o sensacionalismo, no qual o jornalista corre grande risco de cair quando diante de uma proposta de produzir e reportar se utilizando do relato humanizado – valorizando a dimensão humana dos fatos; tratando as fontes como personagens; respeitando suas individualidades e subjetividades. A proposta deste trabalho é perceber características da reportagem etnográfica enquanto prática do jornalismo humanizado e investigar até que ponto este consegue manter-se sem ultrapassar a linha tênue que o separa do sensacionalismo. Para alcançar o objetivo recorreu-se à teoria a respeito dos critérios jornalísticos: objetividade, imparcialidade e ética; do gênero textual reportagem, distinguindo-a de notícia; e relato humanizado versus sensacionalismo.

**Palavras-chaves:** Jornalismo. Etnografia. Relato humanizado. Sensacionalismo.

### Introdução

É muito comum ouvirmos jornalistas e empresas descrevendo suas matérias como “pautadas pela ética e profissionalismo”. Dificilmente encontraremos algum que porventura não se intitule desta maneira. Entretanto, até onde vai essa ética? Se considerarmos tal critério como um conjunto de valores morais, que todas as profissões devem seguir, o tema em questão se expande consideravelmente. Mas, é corriqueiro jornalistas se envolverem em certas polêmicas, por abordarem assuntos, seja de cunho político, religioso, social, econômico, etc.

Diante dessas situações é imprescindível que haja espaço para o debate, o confronto de ideias e opiniões. Surge então, um ponto importante, que é o direito ao contraditório

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação, 7º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UEPB. E-mail: [pbezerranascimento@hotmail.com](mailto:pbezerranascimento@hotmail.com)

<sup>3</sup> Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Campina Grande. Mestre em Sociologia pela Universidade Federal da Paraíba. Graduada em Comunicação Social com Habilitação e Jornalismo Pela Universidade Estadual da Paraíba e Professora do DECOM – Departamento de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UEPB. -Email: [ada.guedes@gmail.com](mailto:ada.guedes@gmail.com)

(previsto até em nossa Constituição Federal). Se o jornalista está pautado pela ética, isenção e imparcialidade dará o direito de resposta a quem esteja direta ou indiretamente envolvido na situação e requeira seu espaço. No entanto, não raras vezes nos deparamos com manchetes um tanto tendenciosas, em que o principal foco é promover um “entendimento” consensual nos leitores, telespectadores, não deixando claro, os reais interesses em abordar tais temáticas.

A forma como algumas matérias são exploradas, reproduzindo exaustivamente as mesmas cenas, áudios e imagens ao longo da programação, acabam dando ao produto jornalístico um ar sensacional: “adj. Extraordinário; que não é comum; que é espetacular ou maravilhoso. Que provoca uma sensação, uma grande emoção; que causa um estímulo a uma ação determinada”<sup>4</sup>. É difícil não nos depararmos com programas desse tipo no qual é possível perceber – através de uma reflexão simples – que o trabalho feito tenciona barganhar audiência, prendendo a atenção do público em inúmeros momentos.

Esse tipo de material deixa a impressão de que todas as outras notícias perdem a validade, e só é interessante destacar o que trazer retorno (audiência maciça), efetivando a afirmação dos autores Sodré e Ferrari (1986, p.17): “[...] um jornal costuma publicar apenas quinze por cento de todo o volume informativo que recebe diariamente”, esses autores compreendem que a escolha do que vai ser noticiado (anunciado) está intrinsecamente ligado aos interesses da empresa ou do profissional.

Onde fica a objetividade quando se passa um programa inteiro falando e mostrando a violência que assolou determinada família; o desastre que causou diversas mortes? Não se afirma aqui que se omite a informação, o questionamento é a cerca da intensidade com que a mesma é explorada. E quando a proposta de um programa é produzir jornalismo se utilizando da narrativa humanizada e acaba extrapolando, esse caráter repetitivo, espetacular e sem aprofundamento fica ainda mais evidente.

Diante do exposto, procurou-se investigar como se dá o trabalho do jornalista Roberto Cabrini frente ao programa “Conexão Repórter”, utilizando-se da análise de conteúdo do documentário intitulado *Os meninos do viaduto*, no intuito de compreender e apreender sobre a prática da etnografia; do relato humanizado e do sensacionalismo. A proposta é refletir – mais do que criticar – as formas de se fazer jornalismo, especialmente na TV.

---

<sup>4</sup> Disponível em: < <http://www.dicio.com.br/sensacional/> > Acesso em: 26 de maio de 2016.

## Especificidades do jornalismo

O jornalismo tem um papel imprescindível na sociedade, uma vez que ao mesmo tempo em que informa forma opinião. Levar a informação às pessoas de forma objetiva, imparcial e ética continuará sendo, por muito tempo, um desafio para a profissão. Um dos fatores de maior peso no que tange o jornalismo é a rapidez. Faz-se necessário a difusão da notícia de maneira completa (precisa), e, de forma rápida. Afinal de contas não se pode desperdiçar tempo, e muito menos em se tratando de informação – matéria prima do jornalismo. Porém, não é pelo fato de haver a exigência de velocidade que o jornalista se exime de reportar, disseminar informação de modo claro e objetivo.

Muitos autores salientam a complexidade que há em volta da “objetividade jornalística”, contrapondo-a a subjetividade, o que de acordo com Pena (2006) é um grande erro, uma vez que esse critério surge não para negar a subjetividade, mas para reconhecer a inevitabilidade desta:

A objetividade [...] surge porque há uma percepção de que os fatos são subjetivos, ou seja, construídos a partir de uma mediação de um indivíduo, que tem preconceitos, ideologias, carências, interesses pessoais ou organizacionais e outras idiosincrasias (PENA, 2006, p.50).

É por conta de todas as críticas a cerca desta questão que Karam (2004) simplifica,

[...] a objetividade do relato é o resultado que revela um conjunto de ações, comportamentos, e opiniões de sujeitos que, subjetivamente, tornam-se objetivos em determinadas situações, sínteses da complexidade, produtoras de eventos, acontecimentos e assim por diante (KARAM, 2004, p. 39).

Já Nascimento (2001), ousa tomar a objetividade, puramente dita, como um “ideal” impossível de ser alcançado, e afirma que tal critério não deve ser tomado como algo totalmente “real e verdadeiro”, e que por isso mesmo é necessário:

Enfatizar que a objetividade é impossível de ser atingida pelo jornalista, mas estamos nos referindo, (...) à pseudo-objetividade, aquela “objetividade” (entre aspas mesmo) perseguida pela profissão. Ou seja: a objetividade verdadeira não existe; existe a objetividade alcançada pelos jornalistas; a objetividade “possível”, devido aos inúmeros fatores da produção das informações (NASCIMENTO, 2001, p. 54).

A autora não descarta a necessidade deste critério, que diz respeito à forma de abordar e reportar um fato jornalístico: “a objetividade é entendida no que concerne à

prática, na característica inerente à notícia" (NASCIMENTO, 2001, p. 53). O repórter passa a retratar a realidade de modo simplificado, e isso não significa de forma simplista. Quer dizer, objetividade no jornalismo se refere ao fato em si e a forma mais direta possível de noticiá-lo. Cabe aqui, mais uma vez, a contribuição de Karam (2004, p. 46) a respeito: “[ser objetivo] é, enfim, dizer o que é... É apresentar, mesmo que por estatísticas, dados, opiniões de especialistas, estudos, o mundo tal como é, para que daí se deduzam razões e consequências”. Para a efetivação da objetividade jornalística é importante recorrer ao suporte de outros critérios como a imparcialidade e a ética na construção da notícia.

Entendendo por imparcialidade o compromisso ético que o jornalista tem que ter com o fato/acontecimento tratando todos os envolvidos com o mesmo teor de igualdade, dando, portanto, o mesmo espaço e as mesmas condições a cada parte independentemente. Em outras palavras, o jornalismo não deve ser seletista. Aqui também nos depararemos com controvérsias, uma vez que alguém pode questionar: é possível tratar todos os envolvidos em uma situação por igual? E a questão das afinidades e dos interesses, de cada empresa jornalística, por trás? Não vamos, porém, retomar a questão da subjetividade, apenas explorar a imparcialidade como suporte e requisito efetivo para a prática jornalística se dá de maneira objetiva e isenta, respeitando, deste modo, aos manuais de jornalismo.

De acordo com Nascimento (2001, p. 53) a imparcialidade jornalística está diretamente ligada à forma de exercer a profissão, se abstendo de fazer qualquer juízo de valor, se atendo apenas ao acontecimento que reporta: “A imparcialidade cobra do jornalista um confronto com o fato, sem paixões ou tendências, a fim de que se mantenha fiel”. Para além dessa explicação, a autora defende o entendimento da imparcialidade de duas formas; uma que diz respeito ao distanciamento no intuito de proteger o profissional de interferir no contexto; e outra que cabe ao comportamento e compromisso ético:

- 1- Como um procedimento relativo ao conhecimento, sinônimo de distanciamento, orientando a adoção de um ponto de vista externo ao contexto de significação do fato, protegendo o jornalista contra as interferências deste contexto, que poderiam levá-lo a tomar partido na apreensão do ocorrido;
- 2- Como um comportamento ético motivador da prática do distanciamento. Ou seja, o jornalista se distancia, pois tem um compromisso ético de se ater à verdade do fato e, portanto, não pratica favorecimento a qualquer tipo de interesse (NASCIMENTO, 2001, p. 53).

Por falar em ética este com toda certeza é um dos pontos mais complexos, não apenas para esta discussão, mas para toda e qualquer abordagem que diz respeito a tal termo. “A ética, tendo por objeto de estudo a ação humana, encontra-se entre os saberes de

maior importância, seja para compreensão do homem em si, seja para a compreensão da sociedade e de seus fenômenos” (BITTAR, 2002, p. 07).

Se compreendermos ética profissional como “conjunto de regras morais de conduta que o indivíduo deve observar em sua atividade, no sentido de valorizar a profissão e bem servir aos que dela dependem” (SIDOU apud BITTAR, 2002, p.363), inferimos que no jornalismo, imprescindivelmente, o profissional deve se revestir dessa para bem alimentar aqueles que carecem – interesse público – da informação. No ponto de vista de Chaparro (2007), devido à ação jornalística esgotar-se na finalidade de informar, ela necessita de um princípio ético ou valor moral para escolher e administrar as técnicas do fazer jornalístico.

Para melhor entendimento acerca do assunto o referido autor chama a atenção para a diferença entre Ética e Moral. Enquanto esta é “a disciplina que estuda e regulamenta as ações do comportamento humano”, aquela é “a teoria ou ciência que estuda esse comportamento” (CHAPARRO, 2007, p. 34). Em se tratando da profissão do jornalista, Chaparro (2007, p. 33) estabelece os seguintes pontos:

1. Jornalismo é um processo social de ações conscientes, controlados e controláveis – portanto, fazeres combinados com intenções;
2. Porque as ações são conscientes, controláveis e intencionadas, cada jornalista é responsável moral pelos seus fazeres;
3. Se uma intenção se refere unicamente à execução de um fazer, então as intenções dos fazeres jornalísticos estão necessariamente vinculadas aos motivos éticos próprios do jornalismo.

Apreendemos ainda, que mesmo a Constituição assegurando a liberdade de expressão a todo e qualquer indivíduo, o profissional de comunicação – principalmente – deve observar os preceitos do código de ética do jornalismo, este vai regular o campo de sua atuação, seguindo a máxima de que “tudo é permitido, mas nem tudo convém”. O jornalismo alcança sua dimensão maior quando consegue informar se utilizando da objetividade, da imparcialidade e da ética. É válido ressaltar, porém, que estes elementos não são exclusivos do jornalismo factual diário, tais critérios devem ser elementos norteadores também para outros textos jornalísticos (escritos ou falados) como a reportagem.

### **Etnografia e reportagem: paralelo entre vivenciar e reportar**

Nem toda notícia vira reportagem e nem toda reportagem provém de uma notícia. É importante distinguirmos esses dois gêneros jornalísticos. De acordo com Sodré e Ferrari

(1986, p. 11), a reportagem é “uma extensão da notícia”, portanto, necessita de elementos particulares que venham a legitimá-la.

Um desses elementos é a narrativa, sem a qual, aliás, ainda segundo os autores, não existe reportagem. Esta, por sua vez, apresenta quatro características: “a) predominância da forma narrativa; b) humanização do relato; c) texto de natureza impressionista; d) objetividade dos fatos narrados” (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 15). Para os autores, na notícia “o discurso mantém distanciamento em relação ao leitor; é absolutamente descritivo, documental” ou seja, essencialmente informativo, enquanto na reportagem, o discurso é: “narrativo, reconstitui as ações e as presentifica, como se estivessem ocorrendo” (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 21), portanto extrapola o limite informativo; se carrega de desdobramentos e, conseqüentemente, de opinião.

Os referidos autores também chamam a atenção para a forma de tratar (noticiar ou reportar) um tema, colocando a responsabilidade de tornar um fato apenas numa notícia ou transformá-lo numa reportagem, nas mãos do jornalista, que “deve impressionar” na sua abordagem:

[...] um episódio de restrito interesse só ultrapassará o mero registro se envolver circunstâncias que conduzirão o leitor a um posicionamento crítico, revelando-lhe ângulos insuspeitos, salientando outros apenas entrevistados – enfim, iluminando e ampliando a visão sobre determinado assunto (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 36).

Outro aspecto determinante para a distinção de reportagem e notícia, diz respeito ao tempo – a atualidade. Para a reportagem esse não é um elemento tão imprescindível quanto para a notícia. Aquela pode ser perpassada pela atemporalidade (matéria fria), enquanto essa deve ser essencialmente atual.

Depreende-se dessa abordagem, que uma notícia pode, e muitas vezes, vem a se tornar reportagem, ganhando proporções e conquistando espaço até mesmo em outras plataformas, a exemplo das grandes e famosas reportagens etnográficas que vez ou outra repercutem de tal forma que chegam a se tornar livro-reportagem ou documentário.

Na reportagem etnográfica, o jornalista tem maior possibilidade de apreender “a verdade” ou “as verdades” de uma comunidade ou grupo de pessoas, e levar ao conhecimento do público de forma mais completa e fiel possível. Isso se dá uma vez que o profissional se insere numa determinada realidade, passando a “conviver” com outros costumes, crenças, cultura, valores, medos, dramas, na maioria das vezes totalmente diferentes dos seus. A etnografia é um método de pesquisa empírica e qualitativa, derivado

da antropologia, mas largamente requisitado por outras ciências, tem suas especificidades e por isso mesmo,

[...] exige um mergulho do pesquisador, ou seja, não é um tipo de pesquisa que pode ser realizada em um período muito curto e sem preparo. (...) o pesquisador precisa estar minimamente “iniciado” no seu tema. Precisa saber o que já se disse e escreveu sobre o grupo escolhido antes de “entrar” nele. Saber quais as dificuldades e os riscos que vai encontrar (TRAVANCAS, 2006, p. 04).

Portanto, o profissional não vai a campo aleatoriamente, mas preparado, com um objetivo definido e consciente dos desafios que o esperam como até mesmo a resistência dos pesquisados.

Roberto DaMatta ao falar sobre, pontua a existência de três fases de uma pesquisa, a primeira, denominada *teórico-intelectual*, seria o momento de contato com livros, teorias e ensaios, um excesso de conhecimento teórico no qual o pesquisador encontra-se totalmente separado do seu objeto de estudo; a segunda etapa, o *período prático*, representa a antevéspera da pesquisa, na qual a concentração sai do universo da teoria para os problemas concretos do cotidiano em campo [...]; a terceira e última fase foi descrita pelo autor como *etapa pessoal ou existencial*, a qual é “essencialmente globalizadora e integradora: ela deve sintetizar a biografia com a teoria e a prática do mundo com a do ofício” (BEZERRA, 2008, p. 2).

E no momento em que estiver em campo o etnógrafo/pesquisador irá fazer o papel de observador e ouvinte. Só através destes movimentos será possível aprender e apreender sobre um mundo, até então, estranho, distante, mesmo que já tenha pesquisado a respeito previamente. Travancas (2006, p. 06), afirma “que a antropologia é uma ciência da escuta. O antropólogo não determina verdades, não aponta equívocos, não pergunta por que as coisas não são diferentes. Ele ouve e procura entender quais são as verdades para aqueles “nativos””. É importante perceber e destacar que o sucesso da pesquisa vai depender exclusivamente da atuação e da experiência vivida pelo investigador. Isso nos remete a adaptação. Se o pesquisador não se adaptar (a nova rotina, ao novo meio), com certeza vai comprometer o resultado. Quer dizer, por mais que ele tenha “se preparado” e estudado sobre o objeto, a prática será determinante para que se tirem as conclusões de tal realidade.

O termo “observação participante” implica dizer que, o pesquisador precisa ter consciência o tempo todo de que sua presença afeta, ainda que involuntariamente, o cotidiano do grupo – essa alteração independe de sua vontade. É válido destacar que não existem normas que impeçam a participação dele nos rituais/eventos de rotina dos pesquisados: “não há uma regra, nem um código rígido de comportamento. Depende da sensibilidade do pesquisador” (TRAVANCAS, 2006, p. 07 - 08). A referida autora ainda cita a antropóloga Ruth Cardoso, que salienta a necessidade do cuidado com esta

“observação participante” para que não se transforme – devido à interação – em “participação observante”, aonde o pesquisador esquece-se do seu real papel dentro daquele contexto e passa a atuar como parte integrante do meio investigado.

Tal ponto de vista corrobora com aquilo que infere Roviada (2015, p. 78): “neste cenário naturalmente próximo ao pesquisador; a dúvida passa a ser como manter distância do objeto pesquisado e, portanto, a “neutralidade” e a “isenção” necessárias para uma análise “aceitável””. Com relação ao texto jornalístico produzido numa situação em que o repórter pratica etnografia e quer, com isso, apresentar uma realidade de forma fiel ao que viu, sentiu e viveu, ainda assim o resultado será apresentado sob uma ótica própria. Portanto, “mesmo que o processo esteja baseado numa interpretação, seja das cenas e gestos observados, seja das bases culturais, o resultado apresentado pelo etnógrafo é um texto criado e fictício, embora factual” (ROVIDA, 2015, p. 79).

Justamente por ser uma matéria mais demorada; por envolver muita investigação; inserir o jornalista num contexto diferente do seu; a reportagem etnográfica se dá de maneira muito mais livre e o texto narrado de forma mais humana. Não poucas vezes nos deparamos com reportagens que emocionam e tocam o público pelo simples fato de o repórter ter se utilizado da linguagem e de outros recursos para aproximar seu objeto de pesquisa do público, que tem nesse momento a oportunidade de dialogar, com outras formas de expressão, por exemplo. No entanto, é preciso zelo na estética e demais elementos que compõem a narrativa para não incorrer em exageros ou apelações ao emocional do leitor/expectador.

### **A linha tênue existente entre Relato humanizado e Sensacionalismo**

Lima (2009, p.138), percebe como saída para o jornalismo, um jeito novo de narrar os fatos, afirmando que este deve transitar pela aproximação às formas narrativas das artes:

O próprio texto jornalístico deve aumentar seu escopo como narrativa, rejuvenescê-lo. Narrativa [...] entendida como o relato de um conjunto de acontecimentos dotados de sequência, que capta, envolve o leitor, conduzindo-o para um novo patamar de compreensão do mundo que o rodeia e, tanto quanto possível, de si mesmo, pelo espelho que encontra nos seus semelhantes retratados pelo relato. A narrativa jornalística de melhor qualidade beira a arte, assume alguns dos nobres ideais de que esta pode revestir-se.

Concordando com o autor, Medina (2003, p. 36) alerta para o problema advindo com adoção da pirâmide invertida – a partir do século XIX, ocasionado pela modernização técnica e tecnológica – vendo tal método como insuficiente para atender a complexidade de

um relato sobre as questões humanas: “de acordo com parâmetros éticos universais, esta gramática jornalística não dá conta das demandas coletivas”. Montipó (2011) reforça essa ideia quando infere que a adoção do modelo atual do jornalismo empobreceu a narrativa, e compromete a compreensão da inteireza dos fatos:

A partir da adoção destes modos de fazer jornalístico, a complexidade da vida humana passou a ser reduzida à instantaneidade informativa que nem sempre consegue captar elementos que auxiliem o público receptor na tarefa de conhecer, mesmo que em parte, a realidade da qual integra (MONTIPÓ, 2011, p. 03).

Portanto, para se produzir um texto mais rico, no sentido de detalhes, desdobramento e informações que auxiliem na compreensão, é imprescindível usar da criatividade e reportar de forma humanizada. Entretanto, para dar o caráter humanizado à narrativa<sup>5</sup>, o jornalista não precisa obrigatoriamente, despir-se das técnicas aprendidas na academia. Não tem que deixar de lado os elementos que compõem o lead (responder no primeiro parágrafo as famosas perguntas: o quê, quem, quando, onde, como e porque); ele precisa, sim, ir além; sair da superfície do relato jornalístico factual e neste movimento mergulhar no mundo dos sentidos. Esta exigência, sem dúvidas é desafiadora para a profissão, principalmente porque tanto os novos recursos quanto à própria comunicação estão cada vez mais velozes, e por isso mesmo pede “simplificação”.

Diria que tudo começa na hora de perceber os fatos e eventos cotidianos; na forma de enxergar o outro – que não se trata apenas de uma fonte, mas uma pessoa constituída de humanidade, particularidades, objetivos, sonhos. Lima (2009, p. 361) ajuda na compreensão ao afirmar que:

Onde há a pessoa humana, pode haver uma história maravilhosa a ser contada, mesmo que os primeiros indícios sejam desestimulantes. O olhar e o escrutínio do autor é que fazem a diferença. Mas a descoberta do tesouro escondido na pedra bruta exige tempo, paciência, determinação.

Isso possibilita ao jornalista ter nas mãos a oportunidade de presentear o público com um recorte do real de forma humana, uma vez que este confia que aquele está lhe trazendo o “retrato fiel” do fato – que de algum modo lhe interessa –, e que ele enquanto “simples” ator e espectador da vida real, não tem a possibilidade de investigar por conta própria.

É muito importante salientar que quando falamos em narrativa humanizada estamos nos referindo aos aspectos que dizem respeito ao aprofundamento na realidade das

---

<sup>5</sup> “Sabe-se, é todo e qualquer discurso capaz de evocar um mundo concebido como real, material e espiritual, situado em um espaço determinado” (SODRÉ e FERRARI, 1986, p. 11).

personagens, tratando-as como pessoas humanas e não apenas como fonte de informação; faz-se uma abordagem verticalizada, saindo, portanto do superficial, do visível ao olhar ligeiro; em síntese, humanizar o relato é reconhecer e respeitar a condição humana das pessoas. E isto vai depender muito da capacidade de escuta. É por conta dessas particularidades que este tipo de narrativa exige empenho, paciência, sensibilidade do jornalista, e este precisa ter em mente que está fazendo jornalismo e, obviamente deve ser ético, imparcial, objetivo (ou “pseudo-objetivo”). Este aspecto depende exclusivamente da capacidade do narrador de impregnar um caráter impressionista ao texto. Porém, isso não quer dizer fazer sensacionalismo, prática que se caracteriza como “[...] produção de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato. Em casos mais específicos, inexistente a relação com qualquer fato e a ‘notícia’ é elaborada como mero exercício ficcional” (AGRIMANI, apud ALMEIDA, 1995, p. 16).

Para Amaral (2006, p. 20), todo jornal é sensacionalista, porque pretende conquistar/prender o leitor em busca de venda e que a única coisa que diferencia um jornal tido como “sensacionalista” de outro definido como “sério” é apenas a intensidade. Para a autora, a busca por “lucro financeiro” irá se sobressair – também em se tratando de comunicação – e que “o sensacionalismo é o grau mais radical de mercantilização da informação”. Isto é muito sério, pois quando se passa a fazer sensacionalismo, esquece-se ou abandona-se a função social do jornalismo. Passando a tão somente gerar revolta, medo, desencadeando angústia e atitudes agressivas no leitor, ouvinte ou telespectador, pois desperta nele a emoção pela emoção; não se preocupando com a dimensão humana nem das fontes nem das vítimas e nem tampouco dos acusados, caso os tenha.

A prática sensacionalista é também nutriente psíquico, desviante ideológico e descarga de pulsões instintivas. As notícias da imprensa sensacionalista sentimentalizam as questões sociais, criam penalização no lugar de descontentamento e constituem-se num mecanismo reducionista que particulariza os fenômenos sociais (AMARAL, 2006, p. 21).

O termo “sensacionalismo” nos remete aos extremos, ao exagero e mexe com o inconsciente do público, despontando várias sensações – geralmente negativas. Ou seja, não basta apenas deixar o público a par do que está acontecendo ao seu redor, é preciso fazer isto de modo a mergulhá-lo nos barris da emotividade, fazendo com que, não raras vezes ele tenha sede de “justiça a qualquer custo”, e até o sentimento de vingança. Esse rótulo adquirido pelo jornalismo não é algo novo, pelo contrário, de acordo com Amaral (2006, p. 16-17), a prática sempre permeou os jornais:

Conforme a pesquisa de Agrimani, o sensacionalismo enraizou-se na imprensa desde seus primórdios. Na França do século XIX, os jornais populares de uma página eram conhecidos como *canards*, termo que significa conto absurdo ou não verídico. Os que mais faziam sucesso eram os sensacionalistas que contavam histórias de catástrofes, crianças violentadas e eclipses.

Com o tempo esta característica tornou-se recorrente em praticamente todos os veículos, o que se deu na intenção, por parte das empresas de comunicação, de aproximar-se das camadas mais pobres da sociedade, buscando falar a linguagem e retratar a realidade daquele público. Viu-se surgir um jornalismo “popular”, com essência sensacionalista. Tratando basicamente de assuntos relacionados à violência, sexo, suicídios, dramas familiares, no intuito de retratar o cotidiano das comunidades. “Todos os episódios sensacionais do cotidiano eram relatados extensamente para assegurar a fidelidade do público” (AMARAL, 2006, p. 17). Vale salientar que com a gama de recurso que temos hoje, advindos com o avanço tecnológico seja no impresso, no rádio, na TV e na internet, todos esses artifícios são potencializados, provocando mais e intensas sensações no público leitor, radiouvinte, telespectador.

### **Um olhar sobre a reportagem *Os meninos do viaduto* de Roberto Cabrini, do “Conexão Repórter”**

Um programa no formato de jornalismo investigativo da grade dominical do SBT (Sistema Brasileiro de Televisão), exibido no horário das 0h à 01h, após o Programa Sílvio Santos, o Conexão Repórter foi ao ar pela primeira vez no dia 4 de março de 2010 e causou polêmica ao abordar casos de pedofilia envolvendo padres da igreja católica, reportagem que lhe rendeu o Prêmio Esso Especial de Telejornalismo neste mesmo ano. Desde o dia 1 de março de 2015 o “Conexão” vem substituindo o programa “De frente com Gabi”. As reportagens exibidas geralmente abordam temáticas de caráter social. Junto com polêmicas e repercussão, o apresentador e idealizador Roberto Cabrini que divide a direção com Marcelo Parada têm conquistado prêmios. Repórter desde os 17 anos, Cabrini, atuou aos 22 como correspondente internacional da Rede Globo, na Copa do Mundo de 1982, na Espanha. Já passou pelas emissoras de TV mais conhecidas do país, fazendo grandes trabalhos na área de esportes e jornalismo investigativo, a exemplo de quando – trabalhando

na Rede Globo – com exclusividade, conseguiu localizar e realizar duas entrevistas com PC Farias<sup>6</sup>, na época, fugitivo da polícia.

Para este artigo, constitui-se artefato de observação o documentário *Os meninos do viaduto*, exibido pela primeira vez no dia 30 de agosto de 2015. A matéria com duração de 53min teve cenas usadas em mais outros dois momentos (programas diferentes); no dia 06 de setembro de 2015, nomeada *Os meninos do viaduto parte II*; e pela terceira vez no documentário *Pressão Máxima*, exibido em 13 de dezembro de 2015, no qual o Roberto Cabrini volta ao Viaduto do Chá, em São Paulo, desta vez para saber como seria o Natal das personagens com as quais havia “convivido” durante algumas semanas, e saber se algo havia mudado depois da reportagem.

Em todo o programa, antes do “boa noite” inicial de Cabrini é feito uma espécie de escalada<sup>7</sup> do “Conexão” mostrando todo o conteúdo a ser exibido. São adiantadas cenas, imagens e áudios como artifício para prender a atenção do telespectador. Na primeira reportagem, por exemplo, são nove minutos e dezoito segundos de escalada, com praticamente todo o conteúdo do programa. No decorrer deste, o telespectador assistirá à pelo menos três vezes uma mesma cena – as mais impactantes –. Em alguns momentos reaparecem as mesmas imagens, mudando apenas o texto.

Na cena em que Cabrini aparece embaixo do viaduto sentado e enrolado com os cobertores que os personagens usam – evidenciando a prática da etnografia, no intuito de relatar de forma mais fiel possível, a realidade dos jovens que ali vivem – ele pergunta a um dos rapazes como faz para conseguir o dinheiro para comprar droga e insiste que ele mostre como atua (a cena é exibida três vezes no decorrer da programação) uma na escalada, outra na primeira parte e pela terceira vez na segunda parte do programa. É evidente a insistência e persuasão do repórter para “arrancar” a informação do rapaz, e quando a obtém, apesar de ser impactante, ele não demonstra surpresa nem julgamento, remetendo àquilo que diz Travancas (2006, p. 07) sobre a entrevista na pesquisa etnográfica: “o pesquisador não inquire seu entrevistado. Pode até apontar contradições, ambiguidades, pedir mais esclarecimentos. Mas ele não julga seu discurso, suas atitudes, suas escolhas. Ele escuta. Ele não está em busca de uma resposta verdadeira, objetiva”.

---

<sup>6</sup> Paulo Cesar Farias, que fora tesoureiro da campanha de Fernando Collor de Mello e estava foragido. Cabrini conseguiu localizá-lo em duas ocasiões: uma em Barcelona e outra em Londres. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/mobile/perfis/talentos/roberto-cabrini/trajetoria.htm>> Acesso em: 21 de maio de 2016.

<sup>7</sup> Todo telejornal começa com as manchetes do que será apresentado. [...] O conjunto dessas manchetes se chama escalada. Ela deve prender o telespectador em frente à TV com uma prévia dos assuntos mais importantes e as mais curiosas do dia (PRADO, 2005, p.94 -95).

Porém, esse comportamento, imparcial e isento de Cabrini, chega a perder forças quando ele muda a performance, e de repente aparece como um homem sensibilizado pela dor sentida por um dos “meninos” com crise asmática, provocada por uma possível overdose. O que ocorre? É noite, o repórter está de volta para gravar; é avisado que um dos jovens está passando mal; se aproxima e começa a relatar que o rapaz está tendo uma crise de asma, mas que pode ser o princípio de overdose. Cabrini narra natural e “friamente”, mas em seguida contemplamos à um repórter preocupado, solidário que liga repetidas vezes para o SAMU, e chega a frisar que é Roberto Cabrini, jornalista do SBT que está a pedir socorro para um jovem passando mal embaixo do Viaduto do Chá. Na sequência, a câmera foca à mão do jornalista, que neste momento está pressionando um cobertor na tentativa de estancar o sangue do ferimento da cabeça de uma jovem moradora do viaduto que está machucada.

Tal postura levanta o questionamento já pontuado por Travancas (2006), ao citar a antropóloga Ruth Cardoso, sobre o cuidado que o pesquisador deve ter para não passar de um observador participante à participante que observa. Um contraponto se comparado à tentativa de promoção e de apelo às sensações e a intervenção direta do jornalista, algo semelhante é possível perceber no que se refere à transformação no comportamento de Cabrini. A “interferência na realidade” dos personagens, pelo repórter, ainda é vista em outra cena (muito forte) na qual, uma jovem que está se drogando, começa a passar mal na frente do jornalista, que neste momento pede que ela pare de cheirar o lança perfume e tenta tirar o frasco de sua mão, usando os mesmos termos, falando a mesma língua deles: “você tá passando mal, pô!”.

De acordo com Sodré e Ferrari (1986, p.15) a humanização do relato, ligada à emotividade, é percebida “na medida em que o relato for feito por alguém que não só testemunha a ação, mas também participa dos fatos. O repórter é aquele “que está presente”, servindo de ponte [...] entre o leitor e o acontecimento”. Cabrini de fato “tenta” fazer isso, mas se nota o extrapolar nos detalhes, na exploração das imagens impactantes, na apelação à característica de espetáculo, incorrendo no sensacionalismo, o qual “é comumente visto como uma vertente marginalizada do jornalismo, talvez, pelo fato de se distanciar de dois princípios éticos básicos da profissão: a isenção e a objetividade” (ALMEIDA, 2007, p. 06).

Essa ideia é reforçada pela repetição das cenas mais fortes; pela música de fundo, – a sonorização é explorada do início ao fim do documentário; a valorização das cores como o marrom – predominam nas cenas filmadas à noite e pela madrugada – que remete à

sujeira, a um lugar inóspito, ao caos, descaso, desprezo; da mesma forma o preto e o cinza, reforçando a sensação de tristeza, dor, abandono.

Se imaginarmos um gráfico no qual exista o sensacionalismo e a narrativa humanizada ou relato humanizado; é possível visualizar no documentário, traços do relato humanizado, mas os aspectos e características do sensacionalismo têm seus picos (ultrapassa a linha tênue) e acaba ofuscando a proposta primeira, se sobressaindo apenas a ideia da notícia e do jornalismo como mercadoria que precisa alimentar o mercado. Tudo passa a ser produto e este é tão rentável que tem continuação e ainda merece ser destaque no especial de Natal. O que acontece é que o próprio programa se apresenta como produtor de conteúdos humanizados, mas na prática, extrapola os limites dessa modalidade de construção narrativa como explanado por teóricos da comunicação já mencionados aqui. Apesar da pretensão, percebe-se sim esse aspecto. O que é ainda mais reforçado pelas características intrínsecas do texto na TV, espaço no qual as imagens e demais recursos proporcionados pelo veículo, tratam de potencializar.

A escolha dos títulos já demonstra a intenção de “comover/impactar”. Talvez, se fosse “os moradores do viaduto” passasse despercebido à primeira vista. Mas é usado o termo “os meninos”, pois, tal expressão nos leva a pensar na vulnerabilidade à que menores estão exposto morando nas ruas. É válido ainda pontuar que no programa exibido no dia 13 de dezembro de 2015 há a intenção de dar um “*feedback*” à sociedade, entendendo que esta carecia de respostas sobre tal problemática – desculpa para “vender” mais. É interessante observar também que este último programa é exibido como “Especial de Natal”, época em que as pessoas estão mais emotivas, solidárias, e, portanto surte um efeito maior de comoção.

### **Considerações finais**

Conforme a finalidade inicial deste artigo apresenta-se uma leitura, um olhar sobre tal produção jornalística. Passível de elucubrações, mas realizado a luz da noção do relato humanizado e do conceito de sensacionalismo, esse texto trás reflexões sobre essas práticas e sobre a qualidade do nosso jornalismo.

Observou-se que Cabrini não age como um pesquisador, mas busca, tenta construir um relato humanizado ao mesmo tempo em que passa a ideia de etnografia como exercício na elaboração da reportagem. No que se refere a esta última prática, é possível afirmar que conforme orienta a literatura do bom jornalismo e da reportagem etnográfica, ele se

aproxima mais deste ideal, mesmo com algumas ressalvas, mas, no que se refere ao primeiro, acaba incorrendo totalmente na armadilha do sensacionalismo, sobretudo, com o uso de repetições e demais elementos estéticos do discurso na TV.

Esta breve pesquisa tenciona provocar questionamentos a cerca da atuação, não apenas de Roberto Cabrini, mas de todos os profissionais e empresas de comunicação, no que se refere à produção de conteúdo jornalístico comprometido com os princípios éticos e a função social do jornalismo, diante da sedução do mercado. E como não poderia deixar de ser, busca-se contribuir com a discussão a cerca do assunto, que, aliás, não tem muita literatura, da forma aqui proposta: confrontando o relato humanizado e o sensacionalismo.

### Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Priscilla Margaret Moreira. **Violência, futebol e erotismo: sensacionalismo e espetacularização nas capas do tabloide “Meia Hora de notícia”**. 2007. 69 f. (Graduação em Comunicação Social) UFV. Minas Gerais, 2007.

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

BEZERRA, Ada Kesea Guedes. **A pesquisa etnográfica e as especificidades da observação participante**. Vinheta, v. 01, p. 01-18, 2010.

BITTAR, Eduardo C. B. **Curso de Ética Geral e Profissional**. São Paulo: Saraiva, 2002.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. 3. Ed. São Paulo: Summus, 2007.

KARAM, Francisco José. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. 4. Ed. São Paulo: Manole, 2009.

MEDINA, Cremilda. **Ciência e jornalismo – Da herança positivista ao diálogo dos afetos**. São Paulo: Summus, 2008.

\_\_\_\_\_, **A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano**. São Paulo: Summus, 2003.

MONTIPÓ, Criselli. **Jornalismo, ética e humanização: reflexões sobre a tríplice tessitura**. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011.

NASCIMENTO, Robéria Nádia A. **Informação e cidadania: da pluralidade dos sentidos ao desvelar dos ditos**. Dissertação de Mestrado. UFPB/João Pessoa, 2001, 292p.

PRADO, Flávio. **Ponto Eletrônico: Dicas para fazer Telejornalismo com qualidade**. 3 ed. São Paulo: Limiar, 2005.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2006.

ROVIDA, Mara Ferreira. **Etnografia e reportagem jornalística**: aproximação possível para uma metodologia de pesquisa empírica. São Paulo: Líbero, v. 18, n. 35, p. 77-88, 2015.

SODRÉ, Muniz. FERRARI, Maria Helena. **Técnica de Reportagem**: notas sobre a Narrativa Jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

TRAVANCAS, Isabel. **Fazendo etnografia no mundo da comunicação**. In BARROS, A. e DUARTE, J. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.