

Televisão, Sensacionalismo e o Caso Eloá.¹

Raquel Silva Rocha²
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

Resumo

A produção e a divulgação da informação devem atender ao interesse público e ser pautada na veracidade, sendo esses, deveres do jornalista. Além disso, o exercício da profissão, visto sua natureza social e sua influência enquanto formadora de opinião, deve ocorrer em concordância aos princípios previstos pelo Código de Ética dos Jornalistas. Este estudo tem como objetivo principal analisar a cobertura televisiva de Sonia Abrão no caso Eloá Pimentel. Procura, ainda, discorrer acerca das incoerências éticas cometidas durante a cobertura desse caso que teve repercussão nacional.

Palavras-chave

Sensacionalismo; Ética; Espetacularização; Eloá; Televisão.

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Estudante do 4º semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo. Email: kelzrocha@yahoo.com

Introdução

O jornalismo é um ator social que dá voz e visibilidade às pautas da população, tendo o papel de comunicar e informar com veracidade. É preciso compreender a diferença entre interesse do público e interesse público. O primeiro diz respeito ao interesse de determinado nicho, o outro ao interesse coletivo ou à relevância social de certa informação.

O compromisso ético é o ponto mais importante para o exercício da profissão, uma vez que, não há um órgão que regularize e fiscalize a mídia. O jornalista precisa se comportar de maneira responsável, compreendendo os impactos causados por determinadas ações e/ou informações divulgadas. Muitas empresas de comunicação precisam repensar suas atitudes em muitos casos, visto que muitos parecem objetivar apenas a audiência e/ou o lucro.

O sensacionalismo é uma ferramenta utilizada pela mídia para vender notícia, gerar acessos e render repercussão. Na televisão a espetacularização está presente em muitos telejornais e programas, ela gira em torno da audiência. Com a dinamização das programações e as novas ferramentas utilizadas para fazer jornalismo, a notícia em forma de espetáculo surge como um método de prender a atenção dos telespectadores.

O caso de Eloá gerou comoção e grande repercussão em 2008 e a maneira como foi transmitido pela mídia ainda promove debates e discussões acerca do papel do jornalista e da responsabilidade ética. A cobertura feita pela Rede TV, através do programa *A tarde é sua* que é apresentado pela jornalista Sonia Abrão fomentou o debate sobre a espetacularização da notícia, sensacionalismo e sobre como a participação da apresentadora nas negociações, colaborou para o desfecho do caso.

O presente artigo conta com o estudo de caso a partir de uma pesquisa exploratória, para compreender os impactos causados a partir da interferência da jornalista Sônia Abrão nas negociações com o sequestrador de Eloá. Foram analisados os vídeos coletados na internet, referentes ao programa em que a jornalista contactou Lindemberg, e o documentário “*Quem matou Eloá?*”.

1. A TV e os telejornais

De acordo com LIMA (2012, p. 199 apud MEYROWITZ, 1985, 1987):

A televisão quebra a necessidade da conexão entre presença física e a experiência. Não é necessário “estar presente” para experimentar,

“presenciar”. Isso, naturalmente, dá à televisão um incomensurável poder de construir o real. [...] A televisão nos faz desenvolver um senso de intimidade com pessoas e fatos distantes. É o que se denomina “intimidade distante” e que nos leva a responder a eventos e pessoas em termos de sua aparência, de seus gestos e da emoção.

A linguagem televisiva, para além da coloquialidade, busca realizar uma leitura do real por meio dos mais diversos recursos audiovisuais, que unem a imagem ao som. Por isso, dá-se muita ênfase a cenas, que do ponto de vista estético, são impressionantes. O discurso, muitas das vezes, espetaculariza a realidade à mesma medida que é dinâmico, rápido, versátil, conferindo ao telespectador a sensação de intimidade. Nesse sentido, os telejornais, desde a escolha dos âncoras/repórteres ao tratamento dado às imagens, objetivam despertar o sentimento de empatia, carisma, fascinação e a consequente fidelidade de quem assiste.

Além disso, todas as decisões tomadas pelas emissoras partem de princípios econômicos e mercadológicos, isto é, da venda de audiência aos anunciantes. Os telejornais, exibidos geralmente a noite e ao meio dia (horários nobres), são produtos lucrativos e vendáveis. Um comercial de 30 segundos, por exemplo, na TV Fronteira Paulista durante o intervalo entre seus blocos pode chegar a custar \$4.523,00, de acordo ao site da emissora em 2018. Além da alta receita publicitária gerada, os telejornais também conferem credibilidade e prestígio a emissora. Nesse sentido, segundo LIMA

o telejornalismo transformou-se em fonte de receita vital para as empresas de mídia. Tudo isso, é claro, traz consequências importantes para uma redefinição da cultura profissional do jornalista e da prática do jornalismo de televisão. (LIMA, 2012, p.258 apud HALLIN, 1996)

Uma pesquisa divulgada em 2017, apontou que quase 90% dos brasileiros se informam pela televisão sobre o que acontece no país, visto que 63% têm a TV como o principal meio de informação. Os resultados são parte da são da "Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 - Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira", divulgada pela Secretaria de Comunicação Social do governo.

Uma parte da ação simbólica da televisão, no plano das informações, por exemplo, consiste em atrair a atenção para fatos que são de interesse todo mundo [...], omnibus- isto é, para todo mundo. Os fatos ônibus são fatos que, como se diz, não devem chocar ninguém, que não envolvem disputa, que não dividem, que formam consenso, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada importante. (BORDIEU, 1996, p. 23)

Contudo, buscando manter sua hegemonia, os telejornais fazem da notícia um espetáculo, valorizando a emoção, a estética das imagens, a narrativa dramática e eixos

temáticos pré-estabelecidos. Fátima Bernardes, por exemplo, reconheceu logo após assumir o posto de âncora, que “nossa função é despertar interesse, fazendo um show de notícias bem produzido”. (LIMA, 2012, p.275 apud VALLE, 1998, p.3)

2. Sensacionalismo *versus* Código de Ética dos Jornalistas

O Código de Ética é um documento que busca enfatizar, primordialmente, os princípios éticos a serem praticados pelos profissionais e instituições. Ele existe para nortear o exercício das profissões, delimitando condutas compatíveis e não compatíveis a elas. Nesse sentido, para além da conduta do indivíduo enquanto profissional, o Código de Ética aborda também seus direitos, deveres e responsabilidades.

O Código de Ética dos Jornalistas entrou em vigor em 1987, após ser aprovado no Congresso Nacional dos Jornalistas. Ele possui como base o direito fundamental do cidadão à informação, isto é, informar, ser informado e ter acesso à informação. Nesse sentido, o jornalista deve se ater à veracidade dos fatos para a produção e divulgação da informação, visto que o jornalismo tem por finalidade o interesse público.

Pautadas por princípios econômicos, observa-se uma tendência cada vez mais crescente de as emissoras cederem espaço em seus telejornais ao setor de entretenimento. Para tanto, são privilegiadas matérias de grande carga emocional e/ou polêmicas, tais como histórias românticas e de crimes. Contudo, à mesma medida, são notórias as incoerências e deslizes éticos cometidos durante essas coberturas, muitas vezes, sensacionalistas.

Em 1998, Lima já observava essa tendência nos telejornais brasileiros. “De três anos para cá, o principal noticiário da televisão brasileira [...] vem deixando em segundo plano notícias relevantes (sobre política e economia) [sic] para privilegiar reportagens lacrimosas, curiosidades do mundo animal ou intermináveis inventários sobre a vida de celebridades” (LIMA 2012, p. 276 apud VEJA, 1998, p. 46-48)

A busca desenfreada por audiência, pelos melhores e mais chocantes ângulos e imagens, deu origem ao “que se chama de imprensa sensacionalista - competitiva, voltada para coleta de informações a qualquer preço e, eventualmente, mentirosa.” (LAGE, 2011, p. 42).

Visando coibir essas práticas, em 2007, o Código de Ética dos Jornalistas incluiu em suas diretrizes a questão do sensacionalismo, no capítulo III, artigo 11, inciso II, que determina que o “jornalista não pode divulgar informações [...] de caráter mórbido,

sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes.” (FENAJ, 2007)

Sabe-se que os assuntos que estão presentes nessa imprensa, estão ligados a elementos que geralmente garantem grande repercussão, morte, sexo, entre outros. E “há uma corrida desenfreada para vencer a concorrência. Se todo mundo vê e sabe tudo, é preciso ir muito rápido, em detrimento da compreensão de acontecimentos cada vez mais complexos.” (VOLTON, 2010 p. 51). Sendo assim, mesmo coibidas pelo Código de Ética, coberturas sensacionalistas e que perpassam pelos mais diversos deslizes éticos ainda são frequentes, principalmente em casos de grande repercussão como o de Eloá.

3. O caso Eloá

Segunda-feira: 13 de outubro de 2008, Eloá Cristina Pimentel, de 15 anos, encontrava-se com outras três amigas realizando atividades escolares quando foi surpreendida pelo ex-namorado, Lindemberg Alves em seu apartamento, no Jardim Santo André, em São Paulo. Lindemberg chegou armado e rendeu a todos, liberando mais tarde, dois dos reféns. De acordo aos relatos dos familiares de Lindemberg, o rapaz estava inconformado com o término do namoro com a Jovem Eloá. Eles ficaram juntos por três anos e haviam terminado há cerca de um mês antes do ocorrido.

Terça-feira: segundo dia de sequestro, Lindemberg recusou as diversas tentativas de negociação. Nesse mesmo dia, outra das reféns e melhor amiga de Eloá, Nayara, foi libertada.

Quarta-feira: as negociações continuaram e Eloá fez uma breve aparição na janela. Lindemberg também conversou via telefone com diversas emissoras, sendo a Rede Tv, a primeira.

Quinta-feira: Lindemberg exige falar com Nayara antes que possa liberar Eloá. Seguindo suas orientações, ela vai novamente ao edifício onde a jovem estava sendo mantida em cativeiro. Quando Nayara chega à porta, é feita novamente de refém por Lindemberg.

Sexta-feira: O comportamento de Lindemberg mostra-se mais agressivo. Ao conversar com o negociador do Grupo de Ações Táticas Especiais (GATE) por volta das 18 horas, afirma que o caso está chegando ao fim. Os policiais afirmam ter escutado disparos e invadem o apartamento. Eloá é levada para o hospital inconsciente, tendo sua morte cerebral constatada por volta das 23h30 do sábado. Em 2012, Lindemberg Alves

foi condenado a 98 anos e dez meses de prisão pelos 12 crimes dos quais foi considerado culpado, sendo eles, homicídio, tentativa de homicídio, cárcere privado e disparo por arma de fogo.

4. Análise da cobertura do caso Eloá feita por Sonia Abrão, da Rede TV do caso Eloá

Este tópico contém transcrição de diálogos retirados da cobertura do caso Eloá, realizada pela Rede TV, no programa *A tarde é sua*, apresentado pela jornalista Sônia Abrão. O desdobramento do sequestro de Eloá aconteceu quando a jornalista entrou em contato (via telefone) com o sequestrador intervindo diretamente nas negociações. Sônia foi a primeira a conversar com ele.

No primeiro contato com Lindemberg, na quinta-feira, ele conta que iria liberar Naiara porque ela falou que o pai estava a mais de um ano e meio sem vê-la e foi necessária uma situação de risco para que ele a procurasse. Ele afirmou que ficou emocionado pois ele também havia crescido sem um pai.

Os primeiros momentos de conversa entre a jornalista e o sequestrador evidenciam um jovem emocionalmente abalado que cresceu com traumas por falta da figura paterna. Sonia Abrão fez um discurso que lembrava Lindemberg quem ele era para as pessoas com quem convivia. “Você é um bom rapaz, libera a Eloá” (Sônia Abrão, 2008)

O contato de Sônia Abrão com Lindemberg anunciou uma espetacularização do caso, a audiência do programa aumentou por conta da transmissão sensacionalista e realizada em tempo real. A jornalista atravessou a os limites éticos e jurídicos e assumiu o papel de negociadora, redirecionando as negociações à um outro extremo.

A incumbência de negociar, tentar dar um final a um típico e ilícito como o sequestro narrado é do Estado, através de estruturas técnicas, como a polícia, cabendo a ela o aparato e conhecimento técnico para deslindar questões de risco que envolva inúmeros direitos, como o direito à integridade física e, preponderantemente, o direito à vida de todos os envolvidos, inclusive aquele que deu execução ao crime”(BARROS, THADDEU e PEREIRA, 2013, p. 360)

A jornalista não estava apta para participar das negociações, agravando a situação. Ao fazer isso, feriu o artigo 6º, inciso VI do Código de Ética dos Jornalistas, que dispõe enquanto dever do jornalista, não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha. Além disso, Sonia Abrão também agiu contrariamente ao artigo 7º, inciso IV, visto que ele aponta que o jornalista não pode expor pessoas

ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência, ou quaisquer outros sinais.

O sequestrador encontrou nesses momentos, fama, domínio e poder. Após o fim do diálogo, o caso já havia tomado uma grande proporção. O sequestrador havia concordado em liberar Eloá.

A percepção de holofotes colocou o sequestrador numa posição de controlador da situação. O documentário *Quem matou Eloá?* traz uma narrativa da cobertura do sequestro e de como os veículos de comunicação contribuíram para o desfecho do caso. O documentário aponta que havia uma televisão no apartamento e Lindemberg sabia que estava sendo assistido e por isso passou a controlar a situação e as negociações.

A narrativa construída era de que Lindemberg era um bom jovem que sofria de alguns problemas mentais. Em casos de violência contra mulher, é comum associar o criminoso à alguma doença psíquica. A mídia colocou Eloá nas mãos do seu sequestrador e o desfecho da situação foi a morte da jovem.

De acordo ao artigo 2º, inciso III, “a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão.” (FENAJ, 2007). Nesse sentido, mais um princípio foi desrespeitado, visto que a atuação da jornalista comprometeu decisivamente as negociações, culminando na morte da jovem Eloá.

Considerações finais

A televisão, devido à sua “magia” em combinar imagem e som e conferir a sensação de intimidade ao telespectador, tornou-se um veículo que para além da distração, consolidou-se também como meio confiável e hegemônico de informação. Contudo, desde o seu surgimento, seu conteúdo tem passado por diversas e contínuas transformações. Essas, por vezes, culminam em coberturas de caráter sensacionalista e que perpassam por diversos limites éticos.

Visto que as emissoras são regidas por princípios econômicos, é importante ressaltar o papel de influência de fatores mercadológicos como a venda de audiência aos anunciantes em casos como esse de Eloá. Para manter-se à frente dos demais veículos à mesma medida em que prende a atenção do telespectador, as emissoras valem-se de artifícios da imprensa sensacionalista, como o grande apelo emocional.

Nesse artigo, foram abordadas algumas das questões pertinentes ao sensacionalismo na cobertura televisiva de casos de grande repercussão. Para isso, analisou-se a transmissão realizada pela RedeTv! durante o sequestro de Eloá Pimentel. Nesse sentido, foram notórios os diversos deslizes éticos cometidos pela jornalista e apresentadora Sonia Abrão, visto que além de espetacularizar o ocorrido, não estava apta a negociar com o sequestrador.

Ao falar da atuação de Sonia Abrão, pode-se inferir que para manter a audiência, a apresentadora se coloca na posição de polícia ao tentar negociar com Lindemberg. Sendo assim, assume um papel que não cabe ao jornalista e abre margem à diversos questionamentos éticos, inclusive, relativos ao Código de Ética da profissão. Além disso, permite a reflexão acerca das novas configurações temáticas dos telejornais, onde a linha entre espetacularização, sensacionalismo e jornalismo é tênue.

Referências

- Ig.com.br. **Adolescente de 15 anos foi baleada e morreu após ter sido mantida refém por mais de cem horas pelo ex-namorado Lindemberg Alves.** Disponível: < https://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/crimes/caso-eloa_pimentel/n1597621952083.html >.
Acesso em: 02/10/2018
- BARROS, TADDEU, PEREIRA. **Caso Eloá Pimentel/ Sônia Abrão – A interferência da mídia nas negociações policiais.** Rio Grande do Sul: Santa Maria, 2013.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão.** Rio: Jorge. Zahar Editor, 1996.
- G1.globo.com. **CASO ELOÁ.** < <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/caso-eloa/a-historia.htm> >.
Acesso em: 02/10/2018
- FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS – FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.** 2007. Disponível em: http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf .
Acesso em: 02/10/2018
- LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia.** São Paulo: Ática, 2011.
- LIMA, Venício. **Mídia: teoria e política.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2012.
- LISTA DE PREÇOS.** Disponível em < <https://redeglobo.globo.com/sp/tvfronteira/Comercial-TV-Fronteira/noticia/lista-de-precos.ghtml> >. Acesso em 25/9/2018 às 14:39
- MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: jornalismo como produção social de segunda natureza.** São Paulo: Ática, 1989.
- PEDROSO, R. N. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista.** São Paulo, Annablume, 2001.
- G1.globo.com. **Seqüestro de Eloá e Nayara: cobertura completa.** Disponível: < <http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL804479-5605,00-SEQUESTRO+DE+ELOA+E+NAYARA+COBERTURA+COMPLETA.html> >. Acesso em 02/10/2018
- G1.globo.com. **TV é o meio preferido de 63% dos brasileiros para se informar, e internet de 26%, diz pesquisa.** Disponível: < <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/tv-e-o-meio-preferido-por-63-dos-brasileiros-para-se-informar-e-internet-por-26-diz-pesquisa.ghtml> >. Acesso em 25/9/2018 às 15:24
- VOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2010
- Quem matou Eloá?** Disponível: < https://www.youtube.com/watch?v=4IqIaDR_GoQ&t=510shttps://www.youtube.com/watch?v=4IqIaDR_GoQ&t=510s > Acesso em 06 out. 2018.