

A supremacia do interesse público ou a satisfação do interesse do público: uma análise das estratégias utilizadas por jornais paraibanos no desfecho do caso Fernanda Ellen

Tássio José Ponce de Leon AGUIAR¹

Resumo

Este artigo se propõe a analisar de que forma o Correio da Paraíba e o Jornal da Paraíba – os dois únicos jornais impressos, diários, privados e por assinatura do Estado – cobriram o caso Fernanda Ellen, na semana em que o crime foi desvendado. Trata-se de uma garota de apenas 11 anos, moradora de João Pessoa, que ficou desaparecida por 91 dias, até ter seu corpo encontrado enterrado no quintal da casa de um vizinho, no dia 08 de abril. Contrapondo os conceitos de interesse público e interesse do público, este estudo utilizará a Análise de Conteúdo (AC), por ser uma metodologia através da qual será possível identificar e quantificar as tendências de representação do tema, baseando, assim, a discussão de caráter qualitativo feita em seguida. Nesse percurso, serão trabalhados conceitos básicos, como espetacularização, sensacionalismo e *fait divers*.

Palavras-chave: Análise de conteúdo. Sensacionalismo. *Fait divers*. Interesse do público. Violência.

Introdução

O avanço das tecnologias e a criação de um quarto *bios*², descrito por Muniz Sodré (2002), tem provocado mudanças substanciais na forma como a sociedade se relaciona e tem acesso a informações. A midiaticização crescente possibilita que os fatos ganhem repercussão minutos após ocorrerem, tendo em vista o advento de ferramentas como a internet. Nesse ínterim, o jornalismo impresso – que já perdia espaço desde o surgimento do rádio – se vê diante do dilema de continuar a cumprir seu papel de informar, levando em consideração sua periodicidade diária, mas ir além do que a instantaneidade dos outros *media* já possibilita.

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. Email: tassioponce@gmail.com.

² Segundo Sodré (2002), o surgimento de novos meios de comunicação, sobretudo a internet, tem provocado mudanças substanciais na forma como a sociedade se relaciona. Trata-se, agora, de um *bios virtual*, em referência às definições de *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa) de Platão. Nesse contexto, a midiaticização seria a tendência à virtualização ou telerrealização das relações humanas, “no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais”. (p. 21)

Nesse sentido, a análise proposta neste artigo visa a identificar as estratégias utilizadas pelos dois únicos jornais impressos, diários, por assinatura e de empresas privadas da Paraíba – o Correio da Paraíba e o Jornal da Paraíba – na cobertura do desfecho do caso Fernanda Ellen, tomando como referenciais tanto o princípio jornalístico de reportar os fatos, mas também de garantir a própria sobrevivência enquanto empresa. O estudo se mostra de grande utilidade, sob a óptica da discussão dos parâmetros de qualidade do jornalismo. Espera-se assim, contribuir com o desenvolvimento de subsídios para a prática profissional.

Para tal, serão tratados inicialmente conceitos teóricos como interesse público, interesse do público, sensacionalismo e *fait divers*. Em seguida, traçaremos um sintético perfil sobre os jornais analisados, para, em seguida, apresentarmos a Análise de Conteúdo (AC). A metodologia foi empregada neste trabalho, por nos permitir enxergar quantitativamente as tendências de abordagem, constituindo, assim, uma base para o estudo qualitativo posterior.

Alguns autores a serem trabalhos nesta pesquisa são Guy Debord, Danilo Angrimani, Carlos Chaparro, Márcia Franz Amaral, Bill Kovach e Tom Rosenstiel, os quais tratam de temas como sensacionalismo, *fait divers*, interesse público e interesse do público.

1 Interesse público x interesse do público

Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004) afirmam que a principal finalidade do jornalismo é “fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem” (p.16). Para isso, deve comprometer-se com a verdade e lutar “para tornar interessante e relevante aquilo que é significativo” (Idem). O que seria, então, significativo? Para o pesquisador Carlos Chaparro (2011), trata-se do interesse público, um conceito que remeteria ainda a Platão e à Grécia Antiga. Para o pensador, a esfera do que é público estaria na cidade devidamente ordenada. “Nesse princípio de ordem e razão, em função da cidade justa e verdadeira, legou-nos o platonismo uma noção do que poderia ser chamado de interesse público”. (CHAPARRO, 2011, p. 2)

De tão importante, a ideia de interesse público está presente também na Constituição brasileira (BRASIL, 1988), que observa, já em seu artigo 5º, que é

assegurado a todos o acesso à informação. Essa prerrogativa é reforçada no 220º, que é ainda mais específico ao afirmar que nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística. A partir das determinações constantes na Carta Magna, a expressão tornou-se fundamental no âmbito do Direito Administrativo, que fala na supremacia do interesse público sobre o privado.

Conforme esclarece Chaparro (2011), o que não corresponde ao interesse público é uma expressão similar, mas de significado completamente diferente: o interesse do público.

O interesse do público pertence, pois, ao universo dos indivíduos, em configurações individuais ou coletivas. Está, portanto, relacionado às razões emocionais e/ou objetivas das pessoas. Razões que são a base construtora do sucesso interlocutório, sempre dependente do “outro”, e que tem de ser imediato. (CHAPARRO, 2011, p. 8)

2 Sensacionalismo e fait divers

Falar em Sensacionalismo é pensar num fenômeno que, embora tenha hoje seu conceito amplamente utilizado, é pouco compreendido em sua integralidade, conforme acredita Márcia Franz Amaral (2005)³. O primeiro engano começa pelo fato de que, apesar de a origem do fenômeno ser atribuída aos primeiros anos do século XX, através dos milionários empresários da comunicação estadunidense William Randolph Hearst e Joseph Pulitzer, características do sensacionalismo podem ser encontradas nos primórdios do jornalismo.

Conforme observam Kovach e Rosenstiel (2004), os primeiros jornais nasceram no século XVII, como resultado de conversas mantidas, sobretudo, em locais públicos, como os botequins ingleses. Neles, havia livros de registro, onde os viajantes anotavam tudo que ouviam durante suas expedições. Por volta de 1609, eles serviram de base para que tipógrafos imprimissem em papel as informações relativas à transportes marítimos, mexericos e debates políticos, constituindo os primeiros *fait divers* – ou fatos diversos.

³ Márcia Franz Amaral (2005) observa que o sensacionalismo é um conceito errante, tendo em vista o caráter pejorativo com que sempre tem sido tratado. Segundo a autora, isso tem feito com que a utilização do termo se torne flácida, sem fronteiras e bastante generalista, que não leva em consideração que essa prática pode manifestar-se em diversos graus e formas.

Entretanto, é com Hearst e Pulitzer que o jornalismo atingiu seu primeiro grande público, numa perspectiva muito além dos *pubs*. A estratégia para tal era simples e semelhante ao que já ocorria dois séculos antes: o investimento nos *fait divers*, isto é, no relato de crimes chocantes, escândalos, emoções fortes e na veneração de celebridades (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004). Mais de 100 anos depois, entretanto, as mesmas características persistem e fundamentam, sobretudo, as publicações classificadas como populares, embora a elas não estejam restritas. Danilo Angrimani (1995), que tem uma das obras mais conhecidas sobre o sensacionalismo – *Espreme que sai sangue* –, traz um apanhado de autores para ajudá-lo na construção de um conceito que abarque a ideia geral do fenômeno. Um deles é o de Ciro Marcondes Filho.

(...) [com o sensacionalismo] as notícias funcionam como pseudo-alimentos às carências do espírito (...). O jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece. Fabrica uma nova notícia que a partir daí passa a se vender por si mesma. (MARCONDES FILHO, 1986 apud ANGRIMANI, 1995, p. 15)

Por outro lado, com a contribuição de Rosa Nívea Pedroso, Angrimani diz que a narrativa sensacionalista transporta o leitor e faz com que ele se transporte ao local do fato, junto à vítima e ao criminoso, sentindo as mesmas emoções (p. 17). Assim, transformando a notícia em produto, disponível para consumo a partir da vitrine – que, no jornal impresso, seria a capa –, os meios de comunicação se tornam os porta-vozes de uma sociedade do espetáculo, conforme define Guy Debord (2005). Numa clara referência à Escola de Frankfurt, ele explica que a realidade vivida é uma relação social mediada por imagens, produzidas em série por uma Indústria Cultural.

3 Os jornais

Para fins deste estudo, foram escolhidos os dois únicos jornais impressos locais, diários, por assinatura e da iniciativa privada do Estado: o Correio da Paraíba e o Jornal da Paraíba. Essas características excluem os dois outros periódicos diários paraibanos em circulação: o “Já”, por ser um tabloide popular vendido avulso, e o jornal “A União”, por ser uma publicação do Governo do Estado, o que poderia comprometer a

análise do material, uma vez que as polícias Civil e Militar também ao governo estão ligadas.

O Correio da Paraíba foi fundado em 5 de agosto de 1953 pelo empresário Teotônio Neto e, aos 60 anos, ainda é um dos veículos mais tradicionais da Paraíba. Faz parte do Sistema Correio de Comunicação, que possui duas emissoras de televisão – a TV Correio (canal aberto afiliado à Rede Record) e a RCTV (canal por assinatura) –, várias rádios e um portal de notícias online (Portal Correio).

Já o Jornal da Paraíba faz parte do Sistema Paraíba de Comunicação, composto por um canal de televisão aberto – TV Cabo Branco (canal aberto afiliado à Rede Globo) –, um portal de notícias online (G1 Paraíba) e diversas rádios. A fundação do jornal remete ao ano de 1971, para atender à demanda por um veículo noticioso na cidade de Campina Grande. Atualmente, entretanto, cobre todo o Estado.

4 O caso Fernanda Ellen

Fernanda Ellen Miranda Cabral era uma garota de apenas 11 anos, moradora do bairro Alto do Mateus, em João Pessoa, na Paraíba. Ela saiu de casa a pé, no dia 07 de janeiro de 2013, para buscar suas notas finais na escola em que estudava, a 15 minutos de onde residia, mas desapareceu e só foi encontrada 91 dias depois, morta e enterrada no quintal da residência do vizinho, que morava a poucos metros de sua família.

Ao longo dos mais de três meses, o caso ganhou ampla repercussão na mídia, seja para divulgar as poucas informações oficiais das investigações, que corriam em sigilo absoluto, seja para mostrar o sofrimento da família e a mobilização em torno das buscas por Fernanda. Isso provocou inúmeras campanhas, tanto na internet, quanto presenciais e no meio político.

O desfecho do caso só veio em 08 de abril e pôs por terra todas as esperanças alimentadas durante esse período. Fernanda Ellen pelo vigia desempregado Jefferson Luiz de Oliveira Soares, 25, vizinho da garota. Em coletiva de imprensa realizada no dia 9 de abril, a polícia revelou detalhes do crime. Jefferson teria visto Fernanda Ellen passar em frente à sua casa e a convidou para entrar, já com a intenção de conseguir algum dinheiro, para comprar drogas. Ela teria aceitado, porque o acusado é pai de uma menina. Ao entrar, ele roubou-lhe o celular e ela, assustada, gritou. Para calá-la,

Jefferson a matou por asfixia. O corpo permaneceu em um dos quartos por quase dois dias, até o acusado se sentir seguro de enterrá-lo no quintal. A pista para o desvendar do caso foi justamente o celular roubado, vendido por Jefferson Luiz. O aparelho foi rastreado e encontrado com uma prostituta, que ajudou a reconhecer o criminoso.

5 Metodologia

O estudo proposto teve a Análise de Conteúdo (AC) como método de pesquisa, por ser capaz de oferecer, através da perspectiva estatística, subsídios concretos para uma análise qualitativa das tendências de representação realizadas pelos veículos em questão. O *corpus* são as edições do Correio da Paraíba e do Jornal da Paraíba, de 09 a 13 de abril de 2013. A escolha se justifica pelo fato de que esta corresponde à semana em que o caso Fernanda Ellen chegou ao seu desfecho, possibilitando que estudemos as estratégias adotadas pelos veículos na cobertura jornalística do fato.

Para fins didáticos, Wilson Corrêa da Fonseca Júnior (2005) destaca algumas etapas descritas por Laurence Bardin, uma das principais representantes da AC, sobre o método de pesquisa: a organização da análise, fase que envolve uma pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados; a codificação, em que os dados brutos do material analisado são transformados segundo regras de enumeração, agregação e classificação; a categorização, que consiste na classificação e reagrupamento das unidades de registro em número reduzido de categorias, elaboradas na etapa anterior; e a inferência, quando são feitas deduções a partir das informações verificadas.

6 Unidades de análise

A partir da delimitação do *corpus*, elaboramos uma ficha de análise composta por 21 questões (ver Apêndice), embora, para fins desta análise, tenham sido aplicadas apenas 15 categorias. A ficha contemplou os seguintes pontos: a) dados de identificação básicos (data da publicação e nome da matéria); b) se houve chamada das matérias sobre o caso na capa; c) se a matéria em questão foi a manchete do veículo; d) se havia fotografia referente ao caso na capa; e) o espaço da fotografia na capa (quantas colunas

ocupava); f) o caderno em que a reportagem está inserida; g) se havia fotografia na matéria; h) a quantidade fotografias na matéria; i) o destaque ganho pela(s) fotografia(s) na matéria; j) as fontes oficiais ouvidas; l) as fontes emocionais ouvidas (incluindo parentes, amigos e conhecidos da garota); m) o tom da matéria (se informativo, emocional/apelativo ou misto); n) se havia ferramentas extras para compreensão do fato (como tabelas, infográficos, ilustrações explicativas); o) se o jornal trazia alguma fonte complementar (como especialistas alheios às investigações).

7 Resultados e discussão

7.1 Correio da Paraíba

Figura 1: Capas do Correio da Paraíba (09 a 12 de abril de 2013)



Fonte: Correio da Paraíba

Antes de iniciada a análise propriamente dita, é necessário ressaltarmos que, no intervalo considerado neste estudo (9 a 13 de abril), o Correio da Paraíba não trouxe matérias relativas ao crime em apenas um dia. Trata-se do sábado (13/04), edição que será desconsiderada para o universo de cálculos aqui apresentado. Por outro lado, o Correio publica, em um mesmo dia (10 de abril), duas matérias sobre o assunto em duas diferentes seções: uma no caderno de Cidades e outra na seção de Últimas. Esta última

será desconsiderada, por ser apenas um complemento à reportagem principal sobre o caso. O estudo levará em consideração, portanto, somente quatro edições.

O primeiro aspecto a ser observado é que todas as matérias (100%), nos quatro dias de veiculação, receberam chamadas de capa. Isso deve ser interpretado como sinal da importância dada ao caso Fernanda Ellen, tendo em vista que a capa de um jornal constitui a vitrine da publicação. Por esse motivo, nela constam aquelas notícias que consigo carregam altos valores-notícia⁴, ou que têm importância estratégica para o veículo, seja do ponto de vista comercial, político ou de qualquer outra ordem.

Reforçando ainda mais o peso dado ao assunto, três edições (75%) seguidas (09 de abril/10 de abril/11 de abril) trouxeram o caso Fernanda Ellen como manchete, isto é, como tema principal do periódico, revelando, por conseguinte, que o tema foi, de fato, tratado como prioridade. São elas: “Vizinho matou e enterrou Fernanda Ellen no quintal” (09/04); “Caso Fernanda Ellen: matador ficou com o corpo por duas noites” (10/04); “IPC só vai liberar corpo de Fernanda em 15 dias” (11/04).

Os títulos deixam transparecer as expectativas do jornal quanto ao assunto, claramente classificado como de interesse público – por colocar em cheque o sentimento de segurança social –, bem como de interesse do público, haja vista a repercussão alcançada nos três meses de desaparecimento da menina. O vocabulário empregado nas manchetes, porém, revela ainda o posicionamento do veículo quanto à situação descrita: em particular, ao nomear o autor do crime de “matador”, em vez de “autor do crime” ou “assassino”, o Correio emite um julgamento claro, que impede que haja qualquer interpretação ambígua. Essa é uma forma de identificarmos traços da linha editorial do periódico, com tom agressivo, direto e julgador.

Por outro lado, é essencial ressaltarmos que o desaparecimento de Fernanda Ellen já constituía, por si só, um forte *fait divers*, expressão francesa, introduzida no Brasil por Roland Barthes (1964 apud DEJAVITE, 2001), que significa fatos diversos. Nesse universo, entram os escândalos, os crimes hediondos e os acontecimentos

⁴ Mauro Wolf (1987) define os valores-notícia como os critérios de seleção e construção do conteúdo a ser noticiado, considerando “as características substantivas das notícias: o seu conteúdo; a disponibilidade do material e os critérios relativos ao produto informativo; o público; a concorrência” (p. 179). Gislene Silva (2005) é ainda mais específica e afirma que os valores-notícia podem se dividir em categorias como atualidade, importância, interesse, negativismo, imprevisibilidade, coletividade e repercussão, além de inúmeros outros subgrupos, mas ressalta que um mesmo fato pode apresentar, ao mesmo tempo, diversas dessas características.

distantes do comum, os quais cativam instantaneamente o interlocutor, sem dele exigir nenhuma capacidade de entendimento, exceto a emoção e a atenção.

É prezando pela contínua repercussão desse *fait divers* que, além dos artifícios textuais escritos, o Correio da Paraíba também fez uso abrangente de imagens nas capas. A aplicação da Análise de Conteúdo (AC) no veículo permitiu-nos enxergar que três edições (75%) trouxeram, além das chamadas ou manchetes, fotografias sobre o caso. Duas delas (50%) ocupavam as seis colunas da página⁵ e uma (25%) ocupava quatro. Nelas, as imagens são fortes: na edição do dia posterior ao desfecho do crime (09/04), são mostrados os peritos saindo da casa com os restos mortais de Fernanda Ellen cobertos por uma lona preta, em direção ao veículo da Gerência Executiva de Medicina e Odontologia Legal. Em volta, jornalistas, familiares e curiosos, numa cena que revela o drama vivido naquele instante. Ao canto superior direito, uma foto de Fernanda foi colocada como detalhe, para lembrar ao leitor que se trata realmente da garota. Na edição do dia seguinte (10/04), a imagem tem semelhante força: ocupando as seis colunas logo abaixo do nome do jornal, o acusado do crime deixa o carro da polícia e, em uma expressão de incômodo e derrota, olha para baixo, enquanto um policial o conduz. O tratamento do indivíduo como bandido é reforçado pela já referida manchete, que o denomina como “matador”. A terceira fotografia, ocupando quatro colunas e constituindo o primeiro sinal de que o assunto vem perdendo destaque, é novamente do autor do crime, desta vez deixando o presídio, escoltado por policiais. A imagem é justificada pela sub-manchete “Por segurança, matador é transferido do Róger para o PB1”. Mais uma vez, está presente a palavra “matador”.

Sobre as matérias, apenas uma edição (25%), a de 09 de abril, traz o caso Fernanda Ellen em “Últimas”, seção que recebe esse nome por ser a última a ser fechada e por conter, desse modo, os últimos fatos ocorridos do dia. Esta situação é justificável, uma vez que a prisão do acusado e a localização do corpo aconteceram por volta das 21h do dia anterior (08 de abril). Nos três demais dias (75%), as matérias são trazidas no caderno de Cidades, que é montado durante as manhãs e as tardes, diariamente. Em três delas (75%), há fotografias: são três na edição de 11 de abril, incríveis 11 na edição de 10 de abril e seis na edição de 09 de abril, o que revela as

⁵ As páginas do Correio da Paraíba são divididas em seis colunas, seja para textos, seja para uso de imagens ou quaisquer outros artifícios.

intenções do Correio em transportar o leitor para aquele ambiente. Exemplificaremos essa característica analisando a edição do dia 09.

Trata-se de uma matéria objetiva e curta, veiculada na página A12 (Últimas) e intitulada “Vizinho matou Fernanda Ellen”, com o subtítulo “Desempregado não reagiu à abordagem da Polícia, confessou o crime e mostrou local onde enterrou o corpo”. O erro ortográfico em “abordagem” dá uma pista de que a matéria foi provavelmente editada às pressas, porém privilegiando as imagens. No total, seis fotos são utilizadas, sendo quatro dispostas uma ao lado da outra, remetendo-nos a uma trágica linha do tempo: primeiro, a imagem de Fernanda Ellen, viva; em seguida, o desespero da avó; ao lado, o corpo sendo tirado de dentro da casa para o carro da Gerência de Medicina e Odontologia Legal; por fim, duas vizinhas chorando e se abraçando, o que sintetiza a tristeza e o desespero causados por aquela descoberta. As duas outras fotos que constituem a página dão continuidade ao drama vivido por aquelas pessoas. Ocupando duas colunas, é mostrada uma ambulância em frente à casa dos familiares de Fernanda Ellen, com a legenda “O Samu foi acionando para ajudar os parentes de Fernanda”, novamente com um erro ortográfico (em “ajudando”) que dá a entender que houve rápida ou nenhuma revisão, dado o avançado da hora. Abaixo, a última foto mostra o secretário estadual de Segurança e Defesa Social, Cláudio Lima, deixando a residência onde o corpo foi encontrado, com uma das mãos à cabeça – remetendo à descrença e ao desespero –, legendado por “O secretário de Segurança Cláudio Lima foi à casa do acusado”.

Do ponto de vista das vozes ouvidas nas reportagens do Correio da Paraíba, a análise nos possibilitou enxergar um equilíbrio: nas quatro edições, independente se se tratam das mesmas pessoas ou não, são apresentadas 12 fontes aqui chamadas de familiares (mas que incluem também amigos e conhecidos) e 11 fontes oficiais (relativas à polícia e aos órgãos oficiais). Fontes complementares, que não estão inseridas em nenhuma das categorias (como especialistas ouvidos para comentar os fatos apenas), não foram consideradas e não entram no cálculo. Isso faz com que as notícias levem a informação, sem deixar de trazer aspectos sentimentais.

Esse aspecto, por sua vez, foi tratado na categoria “tom da matéria”. Diferente do que aconteceu nos 91 dias do desaparecimento de Fernanda Ellen, onde o tratamento

emocional e sensacionalista preencheu os vazios de informação⁶, percebemos que, em três (75%) das quatro edições do Correio da Paraíba (09/04, 10/04 e 12/04), o tom era majoritariamente informativo. Em somente uma (25%), havia uma mescla de emoção e notícia, dando voz a parentes de Fernanda, parentes do autor do crime e conhecidos.

Por fim, a análise do Correio nos permite ver ainda que, em três edições (75%), há o que denominamos “ferramentas extras”, relativas a boxes com informações curtas e diretas, infográficos ou linhas do tempo, utilizadas para sintetizar e facilitar a informação para o leitor. Essa preocupação também se nota com a participação de fontes não relativas ao caso, mas que são ouvidas para trazer informações complementares úteis. Depois de duas edições relatando somente as descobertas da polícia sobre o caso Fernanda Ellen (09 e 10 de abril), as duas seguintes (11 e 12 de abril) trazem um diferencial: no dia 11, um legista aposentado comenta as possibilidades de uma garota como Fernanda Ellen ter morrido com uma esganadura, adiantando aspectos que serão observados pelos peritos no corpo da menina, além de uma psicóloga, para explicar tanto o comportamento do criminoso, quanto à calma do pai de Fernanda; na edição do dia 12, é trazida a fala de um juiz, para explicar que o autor do crime estaria susceptível a uma pena mínima de 20 anos, ressaltando que ele não iria a júri popular, por se tratar de um roubo seguido de morte (latrocínio).

⁶ Aguiar e Pereira (2013) analisaram a cobertura feita pelos jornais Correio da Paraíba e Jornal da Paraíba, durante os 91 dias de desaparecimento da garota Fernanda Ellen. Através da Análise de Conteúdo, os pesquisadores descobriram que, nesses mais de três meses, uma estratégia clara foi utilizada por ambos os veículos. “Sem fatos novos para justificar a existência de uma notícia ou para preencher os vazios gerados pela falta de informações inéditas, os dois periódicos optam por uma estratégia meramente emocional: apelam para a repercussão do sumiço entre familiares e pessoas próximas à vítima, de forma que os relatos ganham contornos marcados pelo desespero, pela tristeza e por declarações fortes”. (AGUIAR e PEREIRA, 2013, p. 13-14)

7.2 Jornal da Paraíba

Figura 2: Capas do Jornal da Paraíba (09 a 13 de abril de 2013)



Fonte: Jornal da Paraíba

Diferente do Correio, o Jornal da Paraíba (JP) apresentou diariamente uma matéria sobre o caso Fernanda Ellen, no recorte temporal proposto (09 a 13 de abril), constituindo esta a primeira distinção visível entre ambos os veículos. Algumas características, porém, diferem-nos ainda mais, sobretudo no que toca à importância dada ao assunto. O estudo nos permitiu perceber que somente três (60%) das cinco edições do JP tiveram chamadas de capa sobre o caso Fernanda Ellen e apenas uma (20%) – a de 09 de abril – tornou-se a manchete do jornal.

Nas edições dos dias 10 e 11 – que levaram o caso a se tornar o assunto principal no Correio da Paraíba, como vimos anteriormente –, as manchetes do Jornal da Paraíba são “PB vai perder vagas na Câmara e Assembleia” e “Inflação avança e gás de cozinha vai ter alta”, respectivamente. Os títulos nos possibilitam vislumbrar traços da linha editorial do veículo analisado, que, como se observa também no decorrer daquela semana (com “Demissão de doméstica deve ter custo reduzido”, em 12/04, e “Prefeitos da PB choram, mas recebem R\$ 920 mi”), opta por temas mais ligados à política e à economia.

O pouco destaque – tomando como referência apenas o Correio – também é perceptível através das imagens. Só duas edições (40%) do JP trouxeram fotografias na capa, sobre o tema em questão. Ainda assim, o destaque dado a elas é limitado: no dia posterior ao desfecho do caso (09/04), uma fotografia apenas – mostrando o corpo da

garota sendo posto por peritos dentro da viatura da Gerência de Medicina e Odontologia Legal, mas sem um ângulo que dê para perceber o que vai dentro da maca – é posta em quatro colunas; no dia seguinte (10/04), três fotos, formando um quadrado, ocupam cinco colunas, sendo a maior delas retratando o autor do crime sendo escoltado por policiais, após sair de uma viatura. As fotos menores retratando um choro de uma amiga de Fernanda e o retrato-falado do acusado.

Seja por meio de fotografias ou textos, o Jornal da Paraíba não se compromete em nenhum de seus títulos, seja no da manchete (“Vizinho confessa que matou Fernanda Ellen”), ou nos das chamadas de capa (“Vizinho matou Fernanda por drogas e ocultou corpo sob a cama”, no dia 10/04, e “Caso Fernanda: Delegado não descarta crime por desejo sexual”, no dia 11/04), prezando, assim, pela neutralidade.

Quanto às matérias, assim como no Correio, apenas uma (20%) está em Últimas, por ser a do dia posterior ao desfecho do caso, ocorrido na noite da segunda-feira (08/04). Assim, as outras quatro (80%) estão inseridas no caderno de Cidades. Em todas as cinco edições, porém, as reportagens apresentam fotos, embora seja facilmente notável que a importância dada a essas imagens é restrita. Em quatro delas (80%), há apenas uma fotografia. Somente a edição de 10 de abril – disposta em três páginas de Cidades – traz quatro fotos, estando uma diagramada em quatro colunas e as três outras em duas. Essa situação se repete nas demais edições do JP. Em quatro das cinco matérias (80%), a foto maior foi colocada em duas colunas, reservando as outras quatro para textos e artigos de colunistas.

No que toca às vozes ouvidas pelo Jornal da Paraíba, observamos que são oito dentro da categoria por nós denominada de fontes familiares (parentes, amigos e conhecidos) e 13 de fontes oficiais (relativas à polícia e aos órgãos oficiais), representando 38% e 62%, respectivamente. Isso nos permite inferir que, diferente do Correio, onde há maior equilíbrio das fontes, o JP não busca explorar a emoção familiar., distanciando-se de um perfil voltado a provocar sensações, não necessariamente sensacionalista. A hipótese é comprovada quando analisamos o tom das publicações. Em todas elas (100%), o caráter prevalente é o informativo. Assim, ainda quando as pessoas próximas à Fernanda Ellen são ouvidas, delas são extraídas apenas declarações sintéticas e objetivas, que não mudam o foco da reportagem, centrada nas informações repassadas pelas autoridades.

Enfim, é notável que o Jornal da Paraíba opta pela informação textual convencional, uma vez que em 4 edições (80%) não há nenhum elemento como boxes, infográficos, esquemas ou linhas do tempo, que servem como sintetizadores dos fatos para o público-leitor. Por outro lado, o veículo também não busca nenhuma fonte alheia ao caso Fernanda Ellen, para construir suas reportagens. Em todas elas (100%), as informações são exclusivamente repassadas, como indicamos anteriormente, pelas fontes oficiais ou familiares, o que faz com que o JP não traga nenhuma informação ou curiosidade diferente das trazidas pelos demais veículos de comunicação. Isso revela uma decisão dos editores em atender com efetividade o interesse público, preocupando-se pouco com o atendimento ao interesse do público.

Considerações finais

A análise empreendida neste artigo nos permitiu chegar a mais do que uma simples descrição das estratégias utilizadas pelo Jornal da Paraíba e pelo Correio da Paraíba, na cobertura do desfecho do caso Fernanda Ellen. Conseguimos identificar claras opções discursivas que refletem a linha editorial de cada um dos veículos, que têm maior ou menor pretensão em satisfazer o interesse do público, além de veicular aquilo que se julga ser de interesse comum.

No Correio da Paraíba, fica evidente o destaque dado ao caso, sobretudo em virtude de constituir um *fait divers* que já vinha sendo alimentado nos demais meios de comunicação de massa, durante os três meses de investigações. Além das chamadas de capa, presentes em todas as quatro edições da semana em questão, vê-se um investimento pesado na espetacularização da notícia, como aponta Debord (2005), com ênfase no aspecto emocional do leitor, sobretudo através da ênfase às fotografias. Elas estão presentes tanto nas primeiras páginas do jornal, quanto no interior das reportagens. Assim, além de a linguagem visual apelar para as emoções do público – o que faz com que o Correio, nesse sentido, beire o sensacionalismo descrito por Angrimani (1995) –, esse recurso é eloquente e carrega consigo inúmeros julgamentos, sobretudo quando apresenta o autor do crime.

Por outro lado, essa mesma intencionalidade não é percebida pelo Jornal da Paraíba, que assume uma postura diferente na cobertura do caso. Embora o veículo

tenha publicado matérias sobre o caso nos cinco dias subsequentes à localização do corpo da garota, o uso de imagens é bastante discreto e apenas cumpre com a função de ilustrar a reportagem. Da mesma forma, os títulos são bastante isentos e neutros, dando a entender que o jornal estava mais preocupado em cumprir a função de apenas informar, optando por não buscar detalhes – sejam eles escritos ou visuais – para satisfazer às expectativas do público. Isso também se reflete quando observamos a capacidade de os veículos irem além das informações oficiais, buscando novos ângulos de cobertura. A tentativa é vista no Correio da Paraíba, mas não no Jornal da Paraíba, que perfaz seus discursos no que afirmam as autoridades e em declarações simples de familiares.

Desse modo, vemo-nos diante de dois perfis editoriais distintos. O Correio, tendo em vista o grande destaque dado às manchetes e aos recursos imagéticos, tem seu foco voltado a interesses mercadológicos. Isso é garantido ao alimentar o *fait divers* e atender, assim, o interesse do público, embora os textos das reportagens se mostrem neutros e não se detenham às carências psíquicas dos leitores, como define Ciro Marcondes Filho (1986 apud ANGRIMANI, 1995). Por outro lado, o Jornal da Paraíba apresenta uma neutralidade tanto nos títulos quanto nas imagens, a qual deixa transparecer a opção em cobrir prioritariamente assuntos de interesse público, fornecendo as informações consideradas básicas para resumir o tema para o leitor, sem se preocupar com detalhes, fontes complementares ou ferramentas sintetizadoras do assunto abordado.

Ao fim deste estudo – que não tem pretensões de ser conclusivo, mas um ponto de partida para pesquisas futuras –, uma pergunta se faz evidente: quem está correto? O jornal que beira o sensacionalismo e afasta-se da isenção preconizada pelos manuais de jornalismo, ou aquele que veste a aura da imparcialidade e cumpre burocraticamente a função de informar, mesmo sabendo que outros veículos, sobretudo a televisão e a internet, farão o mesmo? A resposta para os questionamentos é subjetiva, mas um ponto é evidente: é preciso investir na aquisição e manutenção de públicos-leitores, a fim de que o jornal impresso continue a representar uma parcela importante dentro do jornalismo. Ainda que não consiga competir com os demais *media* de massa, faz-se mister que o material trazido ao leitor seja completo e o mais aprofundado possível,

tendo em vista sua periodicidade diferenciada, porém, de forma que leitor tenha autonomia e elementos suficientes para tirar suas próprias conclusões.

Referências

AGUIAR, Tássio José Ponce de Leon; PEREIRA, Andrezza Gomes. **A ditadura do fait divers nos jornais impressos paraibanos: estratégias de manutenção do interesse do público no caso Fernanda Ellen.** Disponível em:

<<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0850-1.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2013.

AMARAL, Márcia Franz. **Sensacionalismo: um conceito errante.** Intexto, Porto Alegre: UFRGS, 2005. p. 1-13. Disponível em:

<seer.ufrgs.br/intexto/article/download/4212/4464> Acesso em: 29 jul. 2013.

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

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil.** Brasília, DF: Senado, 1988.

CHAPARRO, Carlos. Interesse Público não se confunde com “interesse do público”. **O xis da questão.** [ca. 2011]. Disponível em:

<http://www.oxisdaquestao.com.br/admin/arquivos/artigos/2012_7_31_14_31_7_54154.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2013.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Lisboa: Edições Antipáticas, 2005.

DEJAVITE, Fábila Angélica. O poder do fait divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção. In: BARBOSA, Marialva (org.). **Estudos de Jornalismo (I).** Campo Grande, Intercom, 2001.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise do Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do Jornalismo: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir.** Porto: Porto Editora, 2004.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia.** v. 2, nº 1. p. 95-107. Florianópolis: 2005.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis: Vozes, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 1987.