

Jornalismo opinativo: uma reflexão sobre o comentário ãadote um bandidoö

Augusto Junior SANTOS¹
Maria de Fátima BELANCIERI²

Resumo

Este estudo é norteado por uma revisão bibliográfica a respeito dos efeitos da mídia e do jornalismo opinativo sobre os receptores a partir da perspectiva das teorias da comunicação e da psicologia. Partindo dessa abordagem interdisciplinar, visou-se identificar as relações entre o comentário jornalístico, o comportamento e a violência. Debruçando-se sobre o gênero opinativo do jornalismo, buscou-se aqui fazer uma análise a respeito do comentário proferido pela jornalista Rachel Sheherazade no telejornal ãSBT Brasilö, no dia 4 de fevereiro de 2014, que ficou conhecido como ãadote um bandidoö. Sobretudo, este artigo aponta a importância de uma reflexão sobre a atuação do jornalismo opinativo na formação da opinião pública, bem como na produção de sentidos.

Palavras-chave: Jornalismo. Opinião. Comportamento. Psicologia. Sbt.

Abstract

This study is guided by a literature review on media and opinion journalism impacts on the audience through the perspective of communication theory and psychology. Based on this interdisciplinary approach, we aimed to identify the relations among journalistic commentary, behavior and violence. Focusing on opinion journalism, we sought to analyze journalist Rachel Sheherazade's commentary broadcast by the newscast ãSBT Brasilö, on February 4th 2014, which is known as ãadopt a criminalö. Above all, this paper points the importance of reflecting on opinion journalism performance on public opinion construction as well as on production of meaning.

Keywords: Journalism. Opinion. Behavior. Psychology. Sbt.

Introdução

Muito se discute sobre os efeitos da mídia sobre o comportamento das crianças, bem como sobre a qualidade dos conteúdos ao qual são expostas e a potencialidade desses em influenciar no processo de sua formação. Entretanto, não são somente as

¹ Graduando em Comunicação Social: Jornalismo, pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - UNESP. E-mail: augustojr2005@hotmail.com

² Doutora em Psicologia Clínica (PUC/SP). Professora do Departamento de Psicologia da UNESP Campus Bauru/SP. E-mail: mfbelancieri@nepps.com.br

crianças parte do processo receptivo e dos efeitos da mensagem midiática, mas também os adultos. Trata-se, sobretudo, de uma questão humana, na qual o comportamento pode ser afetado de acordo com a relação que o sujeito estabelece com os contextos socioculturais por meio das mediações e mediações.

Os meios de comunicação social estão presentes na vida de milhares de pessoas, propagando informações, entretenimento e opiniões que podem agir sobre esses sujeitos receptores. Um olhar sobre a pesquisa norte-americana em comunicação nos revela que, desde o princípio das pesquisas nesse campo, na década de 1930, essa relação de causa e efeito era a preocupação dos investigadores, os quais se ancoraram nas teorias da sociedade de massa e behavioristas (WOLF, 2012).

O jornalismo, enquanto parte desse contexto, tem suas mensagens categorizadas em diferentes gêneros, os quais sinalizam a finalidade do conteúdo veiculado. Dentre tais, o gênero opinativo, em específico, está atrelado à formação da opinião pública³ e ao agendamento de pensamentos que podem vir a se tornar senso comum. A opinião diz respeito a uma função psicológica pela qual o ser humano, informado de ideias, fatos ou situações conflitantes, exprime a respeito seu juízo (BELTRÃO, 1980 *apud* ASSIS, 2010, p. 20).

A finalidade de uma opinião pode ser mais clara, e de maior repercussão, quando ela é expressa por meio de uma de suas modalidades: o comentário. Especialmente na televisão, o comentário, que geralmente exprime a visão particular do jornalista que a emite, pode ter maior efetividade sobre o público pelo fato de ser uma imagem em movimento, de haver contado visual e dos comentaristas, serem, na maioria das vezes, conhecidos do público. Eles costumam ter grande experiência profissional e serem reconhecidos por suas explicações.

Nesse sentido, são criadas, subjetivamente, relações e aproximações entre o comentarista e o telespectador. Dessa maneira, o público, ao alimentar um apreço e confiança em relação à figura do jornalista, pode estar sujeito a concordar mais facilmente com as opiniões proferidas pelo mesmo. No entanto, esse não é um fenômeno linear e direto, havendo diversas variáveis que atuam nesse processo. Assim,

³ A opinião pública é quase uma força abstracta que nenhuma constituição prevê de forma institucionalizada, mas cuja expressão constitui o fundamento implícito de todas as democracias. Alfred Sauvy afirma que a opinião é um árbitro, uma consciência, diremos que quase um tribunal desprovido de poder jurídico, mas receado. É o foro interior de uma nação. A opinião pública, esse poder anónimo, é uma força política e essa força não foi prevista por nenhuma constituição. (SENA, 2007, p. 270)

compreende-se aqui que haja a atuação de uma percepção seletiva, ou seja, o receptor interpreta a mensagem e a adapta aos seus valores, podendo, inclusive, entendê-la de uma maneira diferente do sentido imaginado inicialmente pelo emissor (WOLF, 2009).

Diante desse cenário, este estudo tem como objetivo verificar, por meio de uma revisão bibliográfica, as relações entre o gênero opinativo do jornalismo, o comportamento e a violência. Analisa-se aqui o comentário proferido pela jornalista Rachel Sheherazade, no jornal *o*SBT Brasil, do dia 4 de fevereiro de 2014, conhecido como *o*adote um bandido. Dessa forma, este artigo expõe inferências entre objeto e as bases teóricas, e também uma reflexão acerca do papel e da responsabilidade do jornalista enquanto agente formador de opinião.

O gênero opinativo e o comentário

A televisão chegou ao Brasil no ano de 1950. Com o passar do tempo, ela foi se popularizando e se tornando o meio de comunicação social de maior importância no país. Sobretudo, foi graças, principalmente, ao diferencial da televisão em oferecer conteúdos com imagem em movimento e som que ela se consagrou e adquiriu o *status* de poder que tem até os dias atuais. De acordo com Castells (2002, p. 370), os meios de comunicação audiovisual são as principais fontes de alimentação das mentes das pessoas, pois estão relacionadas às questões de natureza pública. *o*

Os noticiários ganharam espaço nos canais de TV desde o princípio e se consolidaram com uma linguagem e uma forma específica de fazer jornalismo. Os conteúdos do telejornalismo podem ser classificados em categorias que estão presentes em outros veículos noticiosos. Assim, há os gêneros jornalísticos, os quais são divididos em informativo; interpretativo; diversional; utilitário ou prestação de serviços; e opinativo, sendo este sobre o qual este artigo se debruça.

De acordo com Assis (2010), o gênero opinativo emergiu no século XVIII e hoje é o segundo gênero predominante na esfera jornalística, após o informativo. A opinião, para Beltrão (1980 *apud* ASSIS, 2010), assume uma função psicológica em que o sujeito informado de ideias, de fatos ou de situações conflitantes, expressará seu juízo a respeito. Nessa perspectiva, ele entende que o jornalista, além de informar, também tem o direito e o dever de opinar.

O autor considera que a opinião seja responsável por valorizar e engrandecer a atividade do profissional da notícia, pois, desde que seja expressa com honestidade, dignidade e õsem tergiversar ou violentar a sacralidade das ocorrênciasõ, se tornará um caminho seguro à obtenção do bem-estar e da harmonia social para a comunidade. Em concordância, Campos (2009) defende que os meios de comunicação devem emitir opiniões bem fundamentadas e que colaborem com o cumprimento do papel social a serviço do receptor, agindo de forma transparente e passando seriedade e credibilidade.

O gênero opinativo é compreendido como um importante meio de contribuição para a formação da opinião pública. Portanto, trata-se de uma atividade que transcende a necessidade humana de se expressar. Campos (2009) ressalta que o jornalismo opinativo tem a característica de orientar o receptor, mas, para que isso seja possível, o jornalista necessita de liberdade para que possa comentar a realidade.

Nesse sentido, observa-se que para emitir opiniões por meio da mídia é preciso que a liberdade de expressão seja garantida, tanto por meio legais quanto pelo bom senso dos detentores dos meios de comunicação. No entanto, esse cenário está sujeito a sofrer interferência por meio de pressões organizacionais de ordem, principalmente, política e comercial, através dos anunciantes. Além disso, a liberdade para opinar, sobre o que opinar ou o que opinar também pode ser afetada por um processo de autocensura⁴.

O jornalismo opinativo pode representar tanto os interesses e visões particulares de uma instituição quanto as perspectivas pessoais do jornalista que profere a mensagem. Dessa maneira, há nesse gênero jornalístico diferentes modalidades, as quais, segundo Melo (2003), compreendem: o editorial; o comentário; o artigo; a resenha ou a crítica; a coluna; a crônica; e a caricatura. No meio televisivo predominam o editorial; a crônica; e, focado por este artigo, o comentário (REZENDE, 2000 *apud* ASSIS, 2010).

De acordo com Melo (2003), o comentário está relacionado aos interesses do cidadão em querer saber mais e se orientar sobre o desenrolar de notícias que lhe são passadas de forma rápida e resumida.

⁴ A autocensura é mais danosa que a censura exógena exercida pelo Estado, porque implica o envolvimento da vítima da repressão na proposta repressiva. (...) a autocensura atinge diretamente a integridade do ser, porque ele aceita a restrição à sua liberdade e se torna, ao mesmo tempo, agente e objeto da repressão. (KUCINSKI, 1998, p. 68)

Quanto aos comentaristas, o autor os classifica como profissionais que possuem farta bagagem cultural, que têm elementos para emitir juízos de valor e, geralmente, são bem remunerados. Atuam como líder de opinião, além de serem um observador privilegiado, que têm condições para descobrir certas tramas que envolvem os acontecimentos e oferece-las à compreensão do público (MELO, 2003, p. 112). Ele ressalta, ainda, que os juízos e apreciações dos comentaristas merecem respeito dos receptores e dos personagens do mundo da notícia.

Contudo, o comentarista não é julgador partidário, alguém que proselitismo ou doutrinação. É um analista que aprecia os fatos, estabelece conexões, sugere desdobramentos, mas procura manter, até onde que é possível, um distanciamento das ocorrências. Isso não quer dizer que seja neutro. [...] Em síntese, assume-se como juiz da coisa pública. Orienta sem impor. Opina sem paixão. Conduz sem se alinhar. (MELO, 2003, p. 112)

Diferentemente do editorial, no qual a opinião expressada pertence unicamente à empresa de comunicação como um todo, o comentário pode conter tanto as percepções da empresa quanto a do próprio jornalista, sendo este último o único responsável pelo que expõe. Nesse contexto, o comentarista acaba se tornando um ponto de referência permanente para os receptores e entende-se que a vigência do comentário é uma função da projeção do comentarista (MELO, 2003, p.113).

Três categorias de comentários são citadas por Melo (2003): a análise de um problema, que é semelhante ao editorial, expõe dados e exprime certa subjetividade, podendo incorporar traços de humor e ironia; a documentação de um fato, a qual é assimilada a um relatório e demonstra juízos pessoais frutos de observação direta; e, por fim, a crítica de uma situação, que revela uma apreciação pessoal, realçando a natureza do caso analisado, e expondo as possibilidades de solução.

Mídia, comportamento e violência

Partindo da compreensão de que os meios de comunicação social podem exercer efeitos sobre o comportamento humano, faz-se necessário identificar as percepções existentes sobre a relação entre esses tópicos e aproximações entre o campo comunicação midiática e o da psicologia.

De acordo com Guareschi (2012), aproximadamente 80% dos assuntos tratados pela sociedade é pautado pela mídia e, portanto, ela é responsável pela produção da subjetividade dos cidadãos. Entretanto, Bock (2001, 280) ressalta que os meios de comunicação de massa não têm o controle absoluto da nossa subjetividade e expõe como exemplo a propaganda nazista que, apesar de sua eficiência, foi derrotada.

O princípio dos estudos em comunicação, na década de 1930, marcado pela pesquisa norte-americana, ou também conhecida como *Mass Communication Research*, foi norteado, justamente, pela busca em se obter respostas acerca dos efeitos da mídia sobre os receptores. As primeiras pesquisas surgiram a partir de uma orientação pragmática mais política do que científica. Além disso, se basearam nas teorias da sociedade de massa e nas teorias behavioristas. Tal abordagem resultou, por exemplo, a Teoria Hipodérmica, que compreende o comportamento do público como uma resposta ao estímulo da mídia. De caráter simplista, essa teoria linear foi superada por outras mais complexas que desenvolveram desde então até os anos mais recentes.

[...] chegou-se a modelos que passaram a considerar a influência de diversos outros fatores: as características psicológicas dos receptores, as formas de organização das mensagens, a rede de relações interpessoais em que os indivíduos se inserem, elementos extramedia que atuam de forma concomitante nos meios de comunicação, os usos que as pessoas fazem destes meios, e a natureza da ação dos meios na sociedade. (ARAÚJO, 2001, p. 130)

Ciente das variáveis presentes no processo de recepção da mensagem midiática, ressalta-se que a comunicação social, enquanto produtora de sentidos, pode trabalhar com conteúdos ideacionais, sendo explorados os fatores cognitivos e afetivos, os quais podem ser alterados em função da informação que se tem sobre o objeto da comunicação (BOCK, 2001). As bases racionais da mensagem utilizam o campo cognitivo para alcançar o receptor, ou seja, trata-se da veiculação de informações precisas que confirmem determinada notícia. São exemplos dessa constatação: os dados do satélite meteorológico para falar sobre a previsão de uma chuva ou os gráficos provenientes de institutos de pesquisas estatísticas. Por meio deles, a veracidade aparente de um fato se torna maior e mais objetiva para quem a recebe, fazendo com que o jornalista ou a empresa midiática fortaleça a sua credibilidade.

A subjetividade presente na comunicação pode tanto ser utilizada para gerar a aproximação do receptor a determinado conteúdo ou produto, como no caso de propagandas comerciais, quanto para despertar a antipatia do receptor, como se observa no caso da capa da revista Veja:

[...] O líder do Movimento Sem Terra a (MST), Pedro Stedelli, foi colocado sob um fundo vermelho, com o semblante irado e o rosto avermelhado. A mensagem não era desfavorável (nem favorável) ao MST, mas Stedelli foi veiculado como se fosse o próprio diabo. Neste caso, o desconforto causado pela apresentação da capa pode gerar antipatia dos leitores que tenham alguma restrição ao MST ou mesmo adotem uma posição de neutralidade. A antipatia (fator afetivo) é o componente que facilitará a mudança de posição em relação ao movimento que, de positiva, passará a negativa (fator cognitivo). (BOCK, 2001, p. 284)

Persuasões como a citada acima podem ser desconstruídas ou ineficazes quando o receptor tem alguma relação com o contexto da informação. Guareschi (2012 *apud* CRISTIANO, 2012, p. 245) afirma que o diálogo direto entre as pessoas ó por meio de associações de bairros, sindicatos, categorias profissionais e etc. ó é o elemento fundamental capaz de anular ou reduzir todo o poder midiático. Para o autor, õtodos os dispositivos utilizados pela mídia, na realidade ñproduz pensamentosø mas que é ñapenas um veículo de transmissão de um pensamento que não é seuø.

Quanto à opinião, Bock (2001) declara que a mesma é garantida por três fatores: a ação do indivíduo em relação a sua crença, o afeto dedicado à crença e o próprio conhecimento da existência do objeto de crença. Assim, dentre os distintos tipos de impactos que uma opinião, um comentário, emitido por uma emissora televisiva pode exercer sobre os receptores, destacamos o comportamento agressivo.

[...] Vera Malaguti Batista, psicóloga do Instituto Carioca de Criminologia, afirma: õA mídia é protagonista da gestão da violênciaø (CFP, 2009, p. 215). Para Vera, a mídia é responsável pela brutalidade divulgada de forma a justificar massacres cometidos no Brasil, levando o telespectador a crer que tudo ocorre para sua própria segurança e aceitando passivamente estes fatos violentos cometidos por policiais, muitas vezes. O professor Paulo Roberto Gibaldi Vaz, professor da Escola de Comunicação da UFRJ, complementa as ideias apresentadas pela psicóloga Vera, lembrando o massacre de 20 pessoas na favela, e que a mídia, após noticiar o fato, descreve o policial responsável pela ação como um herói, ou seja, nitidamente se constrói um criminoso desumano e produz uma subjetividade social

que propiciará a aceitação de ações como esta em nome da segurança. (CRISTIANO, 2012, p. 246)

É preciso ressaltar que a organização social estimula, legítima e mantém diferentes tipos de violência, como a agressividade por exemplo. Ela não se restringe aos delitos ou criminalidade, mas está presente no cotidiano, na escola, no trabalho, na família ou na própria polícia como exposto pela citação acima.

Tanto a imaginação quanto a ação verbal e não-verbal podem evidenciar a agressividade. De acordo com Bock (2001, p.332), ela pode se manifestar, por exemplo, pela ironia ou pela omissão de ajuda, caracterizando-se assim pela ação verbal ou física sobre o mundo, e não necessariamente pelo constrangimento do outro. Há, entretanto, a educação e os mecanismos sociais para reprimir, controlar e canalizar essa agressividade, levando õesses impulsos para produções consideradas positivas, como a produção intelectual, a produção artística, o desempenho esportivo etc.ö

A agressividade é compreendida, psicanaliticamente, como parte constitutiva do ser humano e relata que o processo de socialização é fundamental para o seu controle. Nessa linha, apesar do controle partir do interior do indivíduo, ainda há os mecanismos externos de controle e/ou punição imposta pelas leis.

A violência é o uso desejado da agressividade, com fins destrutivos. Esse desejo pode ser: o voluntário (intencional), racional (premeditado e com objeto "adequado" da agressividade) e consciente, ou o involuntário, irracional (a violência destina-se a um objeto substituto, por exemplo, por ódio ao chefe, o indivíduo bate no filho) e inconsciente. (BOCK, 2001, p. 331)

Contudo, o que se observa no cenário nacional é uma evidenciação cada vez maior da violência e problemas que não permitem a canalização desse comportamento. Nesse aspecto, este estudo compartilha da seguinte concepção:

[...] a violência crescente só pode ser entendida a partir da constatação de que vivemos um momento histórico em que se rompeu o pacto social (o direito ao trabalho, por exemplo), e isto faz com que se rompa o pacto edípico, isto é, a autoridade, a norma, a lei internalizada. Essa ruptura retira o controle sobre os impulsos destrutivos, e estes emergem com sua força avassaladora. Há um clima cultural no qual se observa a deterioração de valores básicos e agregadores da coletividade; a solidariedade, a justiça, a dignidade - o que Pellegrino denomina de "cimento social". É nesse clima que se constata a banalização do mal, a tolerância com a crueldade, a

impunidade, a descrença no mecanismo regulador da convivência social - o sistema de justiça - e o fracasso do Estado em garantir a segurança dos cidadãos, até porque eles próprios descobrem que o Estado também detém a violência. Portanto, se não naturalizamos a violência, podemos descobri-la em suas mais diferentes, sutis e grosseiras expressões em nosso cotidiano. (BOCK, 2001, p. 333)

Reflexão sobre o comentário ãadote um bandidoö

O ãSBT Brasilö é um telejornal noturno, no ar desde agosto de 2005, veiculado pelo canal Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). De acordo com informações institucionais⁵, o ãSBT Brasilö tem õliberdade editorial e credibilidade, fatores para o exercício de um jornalismo claro e transparente, são os alicerces que formam o compromisso do SBT com a notícia e a análise profunda dos fatosö. O telejornal é apresentado por Joseval Peixoto e Rachel Sheherazade.

Sheherazade é uma jornalista graduada pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e que ficou nacionalmente conhecida em fevereiro de 2011, após o vídeo em que tece críticas sobre o carnaval, feitas em um telejornal regional, ter se popularizado nas redes sociais. Sua opinião foi apoiada por grande parte das pessoas que assistiram ao vídeo e, como fruto dessa repercussão, foi convidada a ocupar o cargo atual. Desde então, a âncora comenta diferentes tipos de notícias, porém suas opiniões têm sido polêmicas, gerando debates sobre a ética de Sheherazade e dividindo os receptores entre aqueles que a defendem e apoiam e os que a criticam.

É verdade que qualquer comentário emitido, seja na comunicação interpessoal ou de massa, está sujeito à discordância e ao debate. É um aspecto possível frente ao regime democrático e à garantia da liberdade de expressão. Dessa maneira, as opiniões veiculadas pelo ãSBT Brasilö por meio da jornalista, a qual acaba desempenhando o papel de formadora de opinião perante o público, podem gerar reflexos no contexto social.

O comentário de Sheherazade que este artigo destaca é o feito pela âncora no dia 4 de fevereiro de 2014 e que ficou conhecido como ãadote um bandidoö. A opinião dada refere-se ao caso de um jovem negro, suspeito de furto ou roubo, que foi acorrentado nu

⁵ Disponível em <http://www.sbt.com.br/jornalismo/sbtbrasil/>. Acesso em: 19. nov. 2014

em um poste do bairro do Flamengo, no Rio de Janeiro, e espancado por pelo menos três homens⁶. A jornalista fez o seguinte comentário:

O marginalzinho amarrado ao poste era tão inocente que em vez de prestar queixa contra seus agressores, preferiu fugir, antes que ele mesmo acabasse preso. É que a ficha do sujeito está mais suja do que pau de galinheiro. Num país que ostenta incríveis 26 assassinatos a cada 100 mil habitantes, arquiva mais de 80% de inquéritos de homicídio e sofre de violência endêmica, a atitude dos vingadores é até compreensível. O Estado é omissivo. A polícia, desmoralizada. A Justiça é falha. O que resta ao cidadão de bem, que, ainda por cima, foi desarmado? Se defender, claro! O contra-ataque aos bandidos é o que eu chamo de legítima defesa coletiva de uma sociedade sem Estado contra um estado de violência sem limite. E aos defensores dos Direitos Humanos, que se apiedaram do marginalzinho no poste, lanço uma campanha: Façam um favor ao Brasil. Adote um bandido!

Em resposta a tal comentário, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro e sua Comissão de Ética divulgaram uma nota de repúdio⁷ declarando que a jornalista tem desrespeitado recorrentemente os direitos humanos e que, nesse comentário em específico, violou o Estatuto da Criança e do Adolescente, além de fazer apologia à violência quando afirmou: num país que sofre de violência endêmica, a atitude dos vingadores é até compreensível.

Acompanhou-se uma grande repercussão acerca do que foi proferido. O comentário levantou questionamentos, por exemplo, a respeito da função do jornalista, sobre a ética profissional e os efeitos que o mesmo poderia desencadear. Embora tenha havido posicionamentos contrários à opinião de Sheherazade, como o apresentado pelo sindicato e por outras entidades, como de organizações sem fins lucrativos, houve um apoio por parte daqueles que concordaram com o discurso. Criou-se por parte do público, não unicamente por este comentário, a imagem de que ela é a jornalista que fala a verdade e que não deve ser calada.

O apoio à âncora pode ser constatado na figura 1. A imagem mostra os dez últimos comentários postados, até o presente momento, pelo público na página oficial do site do SBT Brasil, onde encontra-se postado o vídeo com a explanação opinativa aqui abordada.

⁶ Disponível em <http://glo.bo/1bVerJb> Acesso em: 14 nov. 2014

⁷ Disponível em bit.ly/N5K916 Acesso em :12 nov. 2014.

Figura 1: Comentários do público na página oficial do jornal oSBT Brasilô

<p>postado por VALTER DANTAS - 22/6/2014 Parabéns, Rachel, você o que 90% dos brasileiros falam em rodas coloquiais É uma revolta interna do povo brasileiro por falta de um estado de direito A lei fundamental que vivemos é da impunidade</p>
<p>postado por Isabela Marcello - 4/6/2014 Tortura é um crime inafiançável e hediondo, ou seja, não há justificativa e nem dinheiro que pague por isso. São dois pesos e duas medidas? Claro que não. Veja bem a linha de conceitos e raciocínio: Se você acha que bandido bom é o mesmo que bandido morto, ele morreu por: pena de morte ou execuções e linchamentos. O que no Brasil são atos ilegais. Quando há a prática de ato ilegal, você se torna um criminoso, lembrando que incitar também é crime, você ser a favor do ato, te torna um criminoso que é o mesmo que bandido. E como dito anteriormente que bandido bom é bandido morto, você está sendo a favor da própria morte. Além de desrespeitar as leis brasileiras, tornando-se voz da justiça, está sendo hipócrita a isso, é um crime encobridor o outro. Matar pra ter menos bandidos, isso é certo? Já que matar é também crime? O que precisamos é de mais denúncias e cabeças pensantes, não de uma jornalista (que sinceramente, não sei como conseguiu concluir tal mérito) que passa sua revolta de</p>
<p>postado por gildo pereira dos santos - 29/5/2014 você é, realmente, uma pessoa determinada, corajosa, cheia de atitude. Admiro muito sua determinação há muito tempo. Parabéns!</p>
<p>postado por RONALDO - 22/5/2014 BOA TARDE RACHEL, NO RJ ESTA SURGINDO UM MOVIMENTO DE PROTEÇÃO AOS PMs DAS UPPs, O QUE ESTA ACONTECENDO É REFLEXO DA FALTA DE REPRESSÃO AO CRIME NESTAS COMUNIDADES E OS ACORDOS DE POLICIAIS COM OS TRAFICANTES, O MISERÁVEL ARREGO!</p>
<p>postado por Maria - 13/5/2014 Precisamos de pessoas de coragem como a Raquel, não permitam que ela seja calada, ele é uma entre milhões, representa nós que não temos quem dia para estes que nós governam o que pensamos e queremos. Sua voz que fala a verdade acordam aqueles que dormem não enxergam o caos que está nosso país. A Raquel é demais</p>
<p>postado por Antonio - 28/4/2014 Rachel, uma pergunta ? O que vc acha dos numero apresentados pelo IGPM para apuração da inflação ? estão maquiados ?</p>
<p>postado por Antonio - 28/4/2014 o que vemos hoje no Brasil é uma sociedade que nao tem nada e nao espera mais nada dos seus governantes. Gostaria de parabenizar ao SBT a Rachel e ao Silvio Santos que tem a coragem de continuar mostrando ao povo brasileiro o que realmente acontece no Brasil. Que venham cadas vez mais Rachel's e Silvios... Parabens SBT !!</p>
<p>postado por Denise - 28/4/2014 Não vejo nada de mais no que ela falou para ensejar investigação do MP. Esta é a forma como os professores explicam nas faculdades de Direito o que acontecia na Idade Média, onde o Estado era omissivo...o único que se percebe nestes fatos é que além da segurança estar sendo negligenciada a educação também corre pelo mesmo caminho...povo não educado por negligencia do Estado e omissivo nas punições, foi o que ela disse, uma verdade incontestável...faltou complementar que nada mudou da Idade Média até aqui...não justificaria esta atitude obviamente, mas como ela mesmo colocou, é compreensível a atitude diante tanta corrupção...é um clamor da sociedade que quer viver e não apenas sobreviver, queremos saúde, queremos educação queremos poder viver tranquilos...sem ter que lutar para ter o que passamos cinco meses do ano pagando para termos, com impostos que nunca nos dão o devido conforto...</p>

Fonte: Disponível em: bit.ly/1bqznrq

Como pode ser observado, dos dez comentários, apenas um deles faz uma menção negativa ao posicionamento da jornalista. As demais são mensagens de apoio, concordância e um pedido para que ela opine sobre outro caso. O que se constata é uma identificação dos receptores para com o discurso da jornalista. Segundo Ruhee (2007 *apud* SILVA, 2014, p.18), por intermédio da empatia criada entre apresentador e

receptor, o programa jornalístico vai ganhando credibilidade e atraindo maior público, identificado com o enunciador e com a programação.

O jornalista torna-se referência permanente para o receptor, assumindo para si as ideias transmitidas pela mídia (MELO, 2003). Justamente por esta característica cabe ao jornalista refletir sobre os efeitos de sua opinião. Tratando-se de incitações à violência na televisão, uma vez que flerta com milhares de pessoas, o direcionamento pode ser incorporado e agir sobre as perspectivas coletivas, desdobrando-se em comportamentos.

O sociólogo Misse, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, em entrevista⁸ ao portal IG, em fevereiro de 2014, poucas semanas após o comentário da jornalista do *oSBT Brasil*, declarou que enquanto a mídia falar sobre violência, linchamentos, mais casos acontecerão.

Há uma relação entre mídia e eventos. Quando você noticia suicídio, principalmente aqueles que acontecem de forma bastante escandalosa, acontecem vários suicídios na sequência. Isso é comprovado. A mídia não compreende isso. Ninguém está contra a liberdade de expressão, mas existe uma interação entre mídias e sociedade. (MISSE, 2014, arquivo digital)

De acordo com reportagem⁹ da Folha de São Paulo, em 20 de fevereiro de 2014, os casos de linchamento aumentaram e se espalharam pelo Brasil desde o caso do garoto amarrado ao poste no Rio de Janeiro. Um olhar sobre os noticiários posteriores ao referido caso, evidenciarão uma maior frequência de linchamentos pelo país.

Dessa maneira, compreendendo a mídia enquanto agente de produção de sentidos e se baseando na afirmação de Misse (2014), bem como na fundamentação teórica apresentada, é possível inferir que tanto a superexposição do fato relacionado ao garoto no poste quanto o comentário de Sheherazade podem ter potencializado o aparente aumento nos casos de linchamentos.

Bock (2001) cita o psicanalista Pellegrino, o qual descreve o cenário contemporâneo de violência como uma banalização do mal, marcado pelo aumento da impunidade, da descrença na justiça e do fracasso do Estado e garantir a segurança do cidadão. São questões que se aproximam ao que é dito no comentário de Sheherazade.

⁸ Disponível em <http://bit.ly/MlrXzl>. Acesso em :14 nov. 2014.

⁹ Disponível em <http://bit.ly/1lyR28S> Acesso em :15 nov. 2014.

A jornalista especifica em seu comentário tais problemas sociais que afetam os cidadãos de bem. Além disso, afirma que o contra-ataque aos bandidos é legítima defesa e que tal ação é compreensível diante da realidade apresentada. Assim, ao tocar em tais pontos e ao expor sua percepção, a jornalista tende a sensibilizar e mobilizar o público, principalmente aquele que já se identifica com a realidade apresentada e já mantinha um posicionamento semelhante. Nesse caso, ela, portanto, reforça um discurso de ordem violento e o telespectador se vê representado.

O comentário de Sheherazade contraria o que é colocado por Beltrão (1980), o qual compreende o gênero opinativo do jornalismo como um caminho seguro à obtenção do bem-estar e da harmonia social para a comunidade. Mesmo que o comentarista seja uma figura compreendida como juiz da coisa pública (MELO, 2003), a opinião deve ser, sobretudo, bem fundamentada e colaborar para que o papel social a serviço do receptor seja cumprido (CAMPOS, 2009).

Considerações finais

Este artigo não tem como objetivo fazer qualquer tipo de julgamento sobre a âncora do SBT Brasil, mas sim articular acerca do seu papel enquanto formadora de opinião. Além disso, buscou-se aqui apontar os caminhos teóricos que permitem estabelecer relações entre o jornalismo opinativo, o comportamento e a violência. O comentário jornalístico apresentado neste texto foi escolhido devido a sua repercussão.

Deve ser ressaltado que a âncora em questão respondeu às críticas que recebeu devido ao seu comentário. Ao ser questionada pelo colega de bancada se era a favor da violência disse: "Absolutamente não. Eu sou uma pessoa do bem. Estou do lado do bem. Afirmou também defender as pessoas de bem, mas não os justiceiros e que não se pode confundir o direito de se defender com a barbárie, a violência pela violência".

Os comentários proferidos por Sheherazade no SBT Brasil não dizem respeito a um posicionamento da organização de comunicação. Assim, ela é inteiramente responsável por suas explicações. Embora ela tenha declarado não ter sido sua intenção incitar reações de caráter violento, este estudo evidencia que um comentário jornalístico pode agir como potencial influenciador de percepções e ações por parte, principalmente, daqueles que se identificam e assumem o discurso.

Considera-se aqui que a liberdade de expressão deve ser garantida, mas que cabe ao jornalista, principalmente ao que apresenta sua leitura dos fatos, fundamentar suas percepções e mensurar os efeitos que seu discurso poderá ter, inclusive comportamentais. Sobretudo, pretendeu-se aqui desencadear novas reflexões sobre o papel, as responsabilidades e a ética dos jornalistas opinativos.

Por fim, conclui-se aqui que é imprescindível ao jornalista um embasamento teórico interdisciplinar em sua formação, visando compreender as dimensões e os efeitos que conteúdos noticiosos podem vir a produzir.

Referências

ASSIS, Francisco de. **Fundamentos para a compreensão dos gêneros jornalísticos**. Alceu (PUCRJ), v. 11, p. 16-33, 2010. Disponível em <http://bit.ly/1CsGhse>. Acesso em: 22 out. 2014.

ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. In: HOHLFELDT, Antônio; FRANÇA, Vera; MARTINO, Luiz. (Org.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas, tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 119-130.

BOCK, Ana M.B. **A psicologia e as psicologias**. São Paulo: Saraiva, 2001. Disponível em <http://bit.ly/1BI7gqD>. Acesso em: 24 out. 2014.

CAMPOS, Pedro C. **Gêneros do jornalismo e técnicas de entrevista**. 2009. Disponível em <http://bit.ly/1At7Wz8>. Acesso em: 12 nov. 2014

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002

CRISTIANO, Maria A. S. **Ações e reflexões sobre mídia e psicologia**. *Psicologia & Sociedade*, p. 244-247, 2012. Disponível em <http://bit.ly/1Q5Nkik>. Acesso em: 27 out. 2014

KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. Campos de Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.

SENA, Nilza Mouzinho de. **Espaço público, opinião e democracia: estudos em Comunicação**, n. 1, p. 270-304, abr. 2007.

SILVA, Maristela R. **Objetividade X subjetividade: uma análise do telejornalismo opinativo no Brasil**. 2014. Disponível em <http://bit.ly/1Ap2nSB>. Acesso em: 25 out. 2014

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2009