

JORNALISMO VERSUS SENSACIONALISMO: A ESPETACULARIZAÇÃO DA NOTÍCIA*

Andreza Skarleth da Cunha Martins
Centro Universitário Fametro- FAMETRO

Daiana Albuquerque
Centro Universitário Fametro- FAMETRO

Igor Câmara de Araújo
Universidade La Salle- Canoas- UNILASALLE

Resumo: Em um contexto onde tem acontecido tantas espetacularizações, notícias falsas, uso indevido dos meios tecnológicos com finalidades e objetivos ilegais para desinformar a população. Este artigo tem como um dos seus objetivos evidenciar a importância do jornalismo profissional tanto televisivo como o da internet na vida da sociedade. Com o advento da internet, o jornalismo passou a ser um ator relevante em tempos de espetáculo midiático e de “fake News”, visto que, o jornalismo profissional é um instrumento que se combate a divulgação de inverdades nas redes sociais ou nos meios de comunicação. Aponta que, para a população, tem sido difícil e trabalhoso diferenciar uma notícia autêntica de uma notícia fake. Ressalta que para diagnosticar uma notícia nos tempos de hoje tornou-se algo bem complexo e difícil, visto que, para onde olhamos, é um espetáculo de notícias falsas. Destaca que a comunicação é um instrumento importantíssimo para a sociedade bem como o profissional em jornalismo e que a comunicação (informação), deve ser usada para construir o coletivo no contexto da boa informação e com responsabilidade. O presente artigo tem como base a pesquisa bibliográfica, e um estudo exploratório descritivo que aborda a temática jornalismo profissional: combate as fakes news, bem como visa, apontar que é importante a sociedade se mobilizar para o combate as notícias falsas.

Palavras-chave: Comunicação; Fake News; Jornalismo; Sociedade; Mídia

1. Introdução

Preliminarmente, é necessário tecer a crítica sobre o tema que trazemos como analogia neste manuscrito, que é: a sociedade entre o pão e o circo. O grotesco é algo que causa riso e sentimento de repulsão por ser ridículo. Não é de hoje que o gosto pelo grotesco tem sido algo comum na sociedade. Cada vez mais as pessoas têm buscado por algo que as façam sorrir, e nem sempre isso está ligado a algo bom e correto. Segundo o livro *Império do Grotesco* de Muniz Sodré (2002) a palavra “grotesco” vem do italiano “grota”, que significa “gruta” ou “porão”. A sociedade já está acostumada a enxergar o esquisito e ridículo como algo agradável e mesmo considerado muitas vezes como “baixaria”, não tem deixado de ser visto ou comentado frequentemente como “normal”.

*XIV Congresso Internacional de Linguagem e Tecnologia Online.

Como afirma Edgar Morin (2003), a mídia não inventou o crime nem a violência, mas tornou esses fenômenos mais visíveis. De fato, a televisão e suas matérias, notícias e reportagens, são capazes de formar opiniões na sociedade e ao transmitir cada dia mais conteúdo sensacionalista, pode-se dizer assim, as pessoas têm optado por admirar e dar mais audiências a essas matérias.

Muniz Sodré (1972, p. 38) definiu como “[...] o fabuloso, o aberrante, o macabro, o demente – enfim, tudo que à primeira vista se localiza numa ordem inacessível à “normalidade” humana”. Segundo Bakhtin (1987), o grotesco outrora caracterizado como metamórfico e ambivalente perdeu seu sentido com as transformações sociais provocadas com o avanço da produção/consumo, ficando apenas o grosseiro, a obscenidade, o cinismo, o insulto e, principalmente, a deformidade para compor a estética do grotesco:

“[...] o interesse pelo grotesco diminui notavelmente, tanto na literatura, como na história literária. Quando se faz alusão à ele é para relegá-lo às formas do cômico vulgar de baixa categoria, ou para interpretá-lo como uma forma particular de sátira, orientada contra fenômenos individuais, puramente negativos. Dessa maneira, toda a profundidade, todo o universalismo das imagens grotescas desaparece para sempre” (BAKHTIN, 1987, p. 39).

As matérias televisivas trouxeram uma maneira de transmitir a informação, um novo formado, uma nova narração, bem diferente do rádio e do impresso, a TV, trouxe dinamismo, cor e movimento para as reportagens, porém, com o tempo tudo se modifica, e não foi diferente nos programas televisivos. Tiveram que se adequar com as transições do tempo e da cultura. Não é de hoje que a sociedade releve que gosta de tudo que é exagerado, diferente, mas também dominadora, e esse poder de domínio chegou até os veículos de comunicação, onde a sociedade passou a ser dominada pela mídia.

A mídia dominadora sempre existiu, hoje conhecemos ela como; “Espetáculo da mídia”, mas antes, trazia a pobreza, e as péssimas condições da vida humana à tona, transmitia como se fosse um show, explorando a miséria do povo. A população compactuava com essas explorações, assim como nos dias atuais. O gosto pelo grotesco vem sendo apreciado desde meados da década de 1990, onde programas mostravam e incentivavam brigas de família, a exploração da infelicidade alheia era considerada normal aos do público e de quem produzia tais programas. Era a atração que reunia a família na frente da TV.

Os veículos televisivos da época transmitiam as mais diversas bizarrices, era cada atrocidade, demônios sendo expulsos, batismo no Rio Jordão, espancamento, comentários que denegria e envergonhava ao próximo. A ponto de “Monteiro Lobato” não querer voltar para sua terra natal, dizendo; “Eu, por mim, não sairia mais daqui, porque o Brasil tornou-se grotesco visto de longe” (Cartas Escolhidas: Volume I. São Paulo: Editora Brasiliense, 1961. p. 252). Se um dos mais conceituados escritores Brasileiro se referiu dessa forma naquela época, devido a tanta atrocidade, imagina o que diria nos dias atuais, vendo que quase nada mudou.

Era uma época em que a mídia transmitia tanta aberração, e o público abstraía pelos olhos ao assistir e compactuar com tais acontecimentos. Uma realidade vista até hoje, um verdadeiro espetáculo da desgraça alheia, pode se notar, também a manipulação mídia, espetáculos religiosos e entre outros. O padrão da década de 90, era provocar riso, horror, espanto e repulsa.

Trazendo para os dias atuais, não tem sido diferente, alguns programas jornalísticos policiais ainda têm provocado através de suas matérias sensacionalistas o horror à população.

Temos como exemplo de jornalismo grotesco, o caso “Nardone” que em cada nova pista do crime, era um espetáculo apresentado pela mídia.

O caso teve uma repercussão enorme em todo país, parecia um capítulo de uma série ou novela sendo aguardada por todos. Outro caso explorado pela mídia, foi o da jovem Eloá, que foi mantida refém pelo namorado. Diferente do caso da menina Isabella Nardone, no qual a população especulava quem seria seu assassino, no caso Eloá, a expectativa era para que o rapaz se entregasse, mas infelizmente o desfecho foi outro.

Se a comunicação é um processo de reprodução simbólica, evidentemente a arbitração dos símbolos que representam a realidade e que dão sentido à interação humana configura uma operação ideológica. Logo, a atividade jornalística é eminentemente ideológica. Apreender os fatos e retratá-los através de veículos de difusão coletiva significa, nada mais, nada menos, que projetar visões de mundo. E é exatamente isso que os jornalistas fazem cotidianamente. Atuam como mediadores entre os acontecimentos, seus protagonistas e os indivíduos que compõem um universo sociocultural (público destinatário) (MELLO e SOUZA, 1984, p. 39).

O caso de ambos repercutiu até fora do país, de tão excessiva que foi a cobertura, na época alguns veículos de comunicação dobraram o número de jornalistas no caso, para terem um maior embasamento sobre o caso.

Os dois casos sensibilizaram a sociedade, que foram as ruas manifestar, muitos dando apoio às famílias, e outros querendo os seus segundos de fama. Assim, como o grotesco revela a compulsão da população, isso é, dependendo do caso, ele também revela uma sociedade egoísta, que se aproveita da desgraça alheia. O jornalismo grotesco dá o que o povo quer ver, alimenta esse ego, mas também influencia as novas gerações que acham normal esse tipo de show jornalístico.

Há, no propósito editorial sensacionalista uma descarga sádica, uma violência, um prazer na destruição, que provoca reações semelhantes no leitor [...] No papel de superego sádico, o jornal (também o rádio-jornal e o telejornal) sensacionalista age como um educador, proibindo e castigando, mas também com propósitos mais cruéis: há humilhação, domínio, (controle sobre o objeto) e uma perspectiva de quem quer ferir, causar dor (ANGRIMANI, 1995, p. 78).

As pessoas estão dando mais audiências para programas sensacionalistas, mas isso não quer dizer que elas se agradam de fato. Na maioria das vezes, é natural parar no canal de costume, porém, a audiência não deve ser medida dessa forma, visto que nem sempre há alguém realmente assistindo a determinado programa. Nelson Hoineff deixa claro quando diz que:

“(...) pesquisas de audiência não indicam o que o espectador gostaria de ver; apenas registram para onde ele se inclinou em função do cardápio oferecido no instante da mediação. Aferem reações, os que nada tem a ver com expectativas, são limitadas pelo próprio conjunto das ofertas televisivas. O espectador deixa de perceber que o seu leque de possibilidades transcende o repertório em relação ao qual sua resposta está sendo medida” (NELSON, 2001).

A partir disto nasce a necessidade da criticidade dos conteúdos televisivos. Por que querer agradar o telespectador com matérias sensacionalistas, a fim de manipular opiniões e gostos? A mídia precisa ser vista como fator essencial para a construção e desenvolvimento da educação da sociedade. O grotesco tem tido forte impacto no mundo midiático.

2. A Espetacularização dos fatos

O que mais se ouve ultimamente é a palavra, “Espetáculo da Mídia”. Para muitos, essa palavra significa o poder que as imagens podem exercer na sociedade, mas para Debord (2003), “é um conjunto de relações feitas pelas imagens”.

O espetáculo da mídia não é somente imagens produzidas por programas televisivos, mas também por produtos, marketing que levam ao consumo de mercadorias vendidas ao público através de programas que transmitem a informação como espetáculo. A sociedade do espetáculo não está presente somente no que vemos na mídia, mas também nas diferenças nas classes sociais, na distribuição de trabalho e até de intelecto, segundo Debord (2003) “Essa espetacularização já está entranhada na sociedade”, e cada vez mais vai crescendo e se fortalecendo, pois tem sido passada de geração a geração de acordo com o tempo no qual as pessoas viveram e vivem atualmente. Para algumas pessoas talvez, a mídia televisiva tem perdido credibilidade diante de tanto espetáculo. Para Angrimani (1995) “Atualmente, a mídia domina a sociedade contemporânea, produzindo bens materiais e simbólicos, divulgando-os numa linguagem padrão, que é a linguagem do espetáculo”.

As espetacularizações das notícias têm suas consequências, como por exemplo o crescimento da violência e a banalização da vida humana. Como exemplo de notícia sensacionalista, temos a que foi passada no telejornal Cidade Alerta no dia 17 de fevereiro, onde o apresentador Luiz Bacci conversava ao vivo com a mãe de uma jovem de 21 anos que estava desaparecida. Ao mesmo tempo ele entrevistava o advogado do namorado da moça, suspeito de envolvimento no caso, que revelou que o seu cliente confessou o assassinato da mulher. Bacci revelou a informação para a mãe, que passou mal e desmaiou.

Polemizar tem sido algo frequente na mídia, que muitas vezes está ligada ao lucro que aquele produto pode trazer. Segundo Jameson (2001, p.56) “Vivemos num mundo em que, cada vez mais, se reproduz representações sobre ele mesmo. Essa força suprema é o consumismo, o ponto central de nosso sistema econômico, e também o modo de vida para o qual somos todos os dias sem cessar treinados por toda nossa cultura de massas e indústria de entretenimento, com uma intensidade de imagens e de mídias sem precedentes na história”. Para Debord (2003, p.14) “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens”. De fato, as pessoas assistem aquilo que acham ser politicamente correto, mas não se atentam que ao vir tal programação, estão sendo manipuladas a gostarem e a propagarem tais informações. A sociedade tem uma grande parcela no que podemos chamar de espetáculo, visto que compactuam com tudo que é transmitido, deixando de lado seu lado crítico.

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário – o consumo. A justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna. (DEBORD, 2003)

Atualmente “esse espetáculo” está cada vez mais presente nos programas jornalísticos, fazendo das notícias um verdadeiro show onde é aplaudido pela sociedade que compactua com a exibição exagerada das informações. Não há mais senso crítico do que pode ou não ser revelado, tudo é mostrado e muitas das vezes ironizado por quem transmite tais notícias, dessa forma também acaba influenciando na cultura da sociedade, que antes era mais retraída e respeitosa, porém, com os avanços dessa nova modalidade, tornou-se, uma sociedade intolerante ao que acontece ao seu redor devido a influência dessa espetacularização.

O espetáculo é o discurso ininterrupto que a ordem presente faz sobre si própria, o seu monólogo elogioso. É o autorretrato do poder no momento da sua gestão totalitária das condições de existência. A aparência fetichista de pura objetividade nas relações espetaculares esconde o seu caráter de relação entre homens e entre classes: uma segunda natureza parece dominar o nosso meio ambiente com as suas leis fatais. Mas o espetáculo não é necessariamente um produto do desenvolvimento técnico do ponto de vista do desenvolvimento natural. A sociedade do espetáculo é, pelo contrário, uma formulação que escolhe o seu próprio conteúdo técnico. O espetáculo, considerado sob o aspecto restrito dos meios de comunicação de massa, sua manifestação superficial mais esmagadora que aparentemente invade a sociedade como simples instrumentação, está longe da neutralidade, é a instrumentação mais conveniente ao seu auto movimento total. As necessidades sociais da época em que se desenvolvem tais técnicas não podem encontrar satisfação senão pela sua mediação. A administração desta sociedade e todo o contato entre os homens já não podem ser exercidos senão por intermédio deste poder de comunicação instantâneo, é por isso que tal comunicação é essencialmente unilateral; sua concentração se traduz acumulando nas mãos da sua administração do sistema existente os meios que lhe permitem prosseguir administrando. A cisão generalizada do espetáculo é inseparável do Estado moderno, a forma geral da cisão na sociedade, o produto da divisão do trabalho social e o órgão da dominação de classe. (DEBORD, 2003).

Os meios de comunicação de massa, sendo usado neste trabalho principalmente a televisão, são os principais propagadores da espetacularização dos fatos. Não se tem mais como discernir o que é sensacionalismo ou conteúdo sério. Sensacionalismo nada mais que um tipo de viés utilizado pelos veículos de comunicação, em si a mídia, que produz conteúdo de forma exagerada, para chamar a atenção do público, tendo em vista cada vez mais audiência.

3. Notícia boa é notícia ruim

Em meio a tantas espetacularizações em que vive a mídia, fica difícil saber diferenciar uma notícia verdadeira ou falsa. Diagnosticar uma notícia nos tempos de hoje tornou-se algo bem difícil, para onde olhamos, só vemos show atrás de show. A verdade é que necessitamos da comunicação, é algo que já está entranhado na sociedade. A notícia foi estabelecida há século na sociedade, de forma diferente da que vimos hoje em dia, é claro. O que seria dos meios de comunicação sem as notícias, não é mesmo? O mundo televisivo leva a informação para todo lugar e para todos os lares.

Num país como o Brasil, em que a TV redefiniu o espaço público e reconfigurou a própria face da nacionalidade, a presença dos meios de comunicação é um fator incontornável para os educadores. Em números aproximados, há cerca de 40 milhões de lares com televisão no Brasil, o que corresponde a quase 90% do total. Isso, para uma população que lê pouco, dá à TV uma condição de monopólio da informação, ou seja, a TV monologa sem que outros meios lhe façam contraponto (BUCCI, 2000, p. 9)

A população é a grande responsável pelo aumento e pelas mudanças no “noticiar”, mudanças que já vem ocorrendo algum tempo, notícias boas e ruins já existem há anos. A forma ao passar a informação se modificou, tornaram-se mais atrativas aos olhos do telespectador. O noticiar ganhou um novo brilho no olhar da sociedade, nenhuma informação passa despercebida, todos ficam bem atentos a tudo. Mesmo em meio ao espetáculo midiático, notamos notícias que deixam a população alegres, como por exemplo; a preservação, melhorias na saúde e educação, e no atual cenário, a cura dos que estavam infectados pela “Covid-19”, essas são chamadas de “notícias boas”, que tomam conta e sensibilizam a população.

No entanto perde espaço para as informações ruins, que são dadas de formar sensacionalistas, mas que prendem a atenção de todos. Pois essa é a intenção das emissoras, prender o telespectador nas suas programações.

“O editor escolhe o que vai ao ar. E, em geral, o que vai ao ar é o que o editor acha que vai chamar mais a atenção das pessoas. O que tem emoção dá audiência. [...] Já que ligar a TV não significa desligar-se do mundo é utilizada a linguagem do espetáculo, do show de notícias, para atrair a atenção do telespectador, aumentar a audiência, receber anúncios comerciais e elevar o faturamento da emissora” (PORCELLO apud DORNELLES, 2002, p.108).

“A informação se encontra contida em sua propagação”, segundo VIRILIO (1996, página 122). O modo como são passadas as informações fazem toda diferença, vale tudo para não perder audiência, até mesmo partir para o apelativo, sendo a notícia boa ou ruim.

(...) as grandes catástrofes são quase cinematográficas, o crime é quase romanesco, o processo é quase teatral. A imprensa seleciona as situações existenciais carregadas de uma grande intensidade afetiva. No fato variado, a situação é privilegiada, e é a partir de situações-chave que os personagens afetivamente significativos são vedetizados (MORIN, 1969, p.105-6).

As notícias ruins são caracterizadas por crimes, escândalos no cenário político e econômico entre outros, que tomam uma proporção maior do que realmente deveriam ser. Tudo é transformado em um grande show, que tem como plateia a sociedade.

O jornalismo, ao reconstruir o mundo, ao mostrá-lo em sua diversidade de fatos e pluralidade de versões, trouxe algo inerente consigo: a necessidade de distinguir os acontecimentos de relevância pública e a responsabilidade de publicá-los, prevendo consequências e atendendo a princípios de pluralidade social. A preocupação com a questão ética surge ao mesmo tempo em que se tenta garantir e ampliar o direito social à informação (KARAN, 1997, p.53)

O jornalista é o principal emissor de informações e com isso carrega um papel muito importante, que é checar as informações antes de serem transmitidas à população. No momento em que o jornalismo televisivo não se preocupa em analisar o conteúdo e preocupa-se apenas com a rapidez de ser dado um furo, ele acaba perdendo credibilidade e propaga uma notícia que pode causar reboliço a quem a recebe. A população só está preocupada em se informar. Quem está de fora, não procura verificar se o conteúdo condiz ou não com a verdade. E com isso, as notícias falsas que são injetadas nas pessoas, se espalham, e quando o profissional da informação se retrata, já é tarde demais. Por isso, precisamos checar e analisar com cautela todo o conteúdo antes de ser transmitido, não podemos ter medo apenas de sermos os primeiros a entregar à casa das pessoas um “furo”. Somos a parte técnica da informação. Somos capazes de discernir o que pode ser uma notícia boa ou ruim.

O gênero, no seu estilo e forma, tende a explorar o extraordinário, o anormal, o fato divers, utilizando-se da linguagem do espetáculo e imagens chocantes que prendem a atenção do público, criando grande expectativa, mas perde o seu impacto inicial logo que a história é mostrada e consumida pelo telespectador (PATIAS, 2006, p. 81).

Quando dizemos que notícia boa é notícia ruim, é porque de fato, as pessoas estão mais voltadas para as notícias que envolvem desgraça alheia.

Reflexo da sociedade em que vivemos, onde a dor do próximo se torna algo vão para as pessoas. A mídia tem mostrado o que de fato perceberam que as pessoas gostam. Mas que no meio jornalístico, não são boas matérias, com conteúdo raso, as vezes com o mínimo de checagem, mas que agradando público, geram lucro.

4. O Jornalismo e a sociedade do espetáculo

Para a compreensão deste artigo, é importante compreender como e onde surgiu o sensacionalismo e como foi sua evolução com o passar do tempo. O sensacionalismo tem seus primeiros traços notados em Roma antiga, onde eram produzidos e exibidos diariamente para população, principalmente para os analfabetos da época. A palavra “sensacionalismo” quer dizer, gosto ou busca pelo sensacional, são matérias ou histórias exibidas de forma exagerada, que choca e chama atenção de quem acompanha os fatos, aumentando assim, a audiência. Algumas técnicas do sensacionalismo são as abordagens apelativas, emocionais, insensíveis e polêmicas. Esse método foi utilizado para chamar a atenção da classe social inferior, que dificilmente acompanhava os noticiários. Engana-se, quem acha que essa pratica começou a pouco tempo, na verdade ela já bem antiga, pois faz parte do processo cultural e histórico da humanidade. Porém, o sensacionalismo não está empregado somente no noticiar como pensamos, teve outras influencias, como a pornografia, romance policial, melodramas e folhetins.

“(…) as grandes catástrofes são quase cinematográficas, o crime é quase romanesco, o processo é quase teatral. A imprensa seleciona as situações existenciais carregadas de uma grande intensidade afetiva. No fato variado, a situação é privilegiada, e é a partir de situações chave que os personagens afetivamente significativos são vedetizados (MORIN, 1969, p.105-6)”.

É importante destacar que o sensacionalismo que conhecemos nos dias de hoje, teve origem na França, em 1560 e 1631, quando surgiu os “Nouvelles Ordinaires” e “Gazette de France” eram jornais impressos, muito parecido com o sensacionalismo empregado na atualidade, mas antes do surgimento desses jornais, existe outro modo de levar a informação para o povo francês, as notícias eram transformadas em publicações baratas chamada, “Occasionnels”. O sensacionalismo tem como objetivo aumentar ou manter os seus telespectadores, gerando mais lucros para os meios de comunicação. Esse tipo de método traz consequências para população, que aos poucos perde o foco do material jornalístico, mas também é imposto a mudanças culturais na sociedade, onde passam a dá mais valor ao que é irrelevante por estarem tomados por notícias tendenciosas que muitas vezes são falsas.

Em meados do século XIX, surgiu o sensacionalismo no Brasil, que eram obrigatórios na maioria dos jornais, tinham até uma seção especial para “Fait Divers”. Definida como rubrica de jornal na França, o “Fait Divers” tinha como objetivo notícia de crimes, suicídios, acidentes e acontecimentos fantásticos, esse tipo de informação rompia com as normas sociais. O modo clássico de informar ficou para trás, e surgiu um novo formado jornalístico, que para atrair o leitor uso do sensacionalismo, que faz aumentar não somente a audiência, mas como os lucros dos veículos de comunicação. Esse método é utilizado por todos os meios de comunicação, porém, a TV tem saído na frente, pois dispõe de imagens que “espetacularizam” a informação. A televisão fez com que os jornais radiofônicos, impressos e site molda-se a produção televisava para poder conseguir alcança o mesmo atrativo que a TV.

Porém, o mais importante é que, através do aumento do peso simbólico da televisão e, entre as televisões concorrentes, daqueles que se ajustam com mais cinismo e sucesso à busca do sensacional, do espetacular, do extraordinário.

“[...] é certa visão da informação, até então relegada aos jornais ditos sensacionalistas, consagrados aos esportes e às variedades, que tende a impor-se ao conjunto do campo jornalístico” (Bourdieu, 1997, p.72). O texto jornalístico também é um grande influenciador, pois da maneira que é narrado atrai a atenção do leitor ou do telespectador, a imagem e o texto formam um casal perfeito aos olhos do público consumidor mídiasta.

“No texto televisivo a encenação espetacular é fundamental para transmitir a ação dramática – ação, conflito, ritual, desenlace, final feliz ou infeliz, fasto ou nefasto – “para tornar as notícias mais estimulantes e interessantes que na vida real” (SÁ MARQUES apud MOUILLAUD, 1997, p.530-531)”.

5. Considerações Finais

Antes do produto final chegar a sociedade, existe a elaboração de pautas, onde são filtradas as notícias de interesse geral da população, mas devido a busca intensa da mídia pelo extraordinário, até as pautas estão sofrendo mudanças no seu formato para poder atender ao novo cenário jornalístico. Concluímos este artigo (texto livre) defendendo que o profissional em comunicação é extremamente importante em tempos de desinformação e que merece ser valorizado, visto que tem um papel fundamental na sociedade que é o de passar informação com credibilidade.

Referências

- ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. Espreme que sai sangue. Um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995 (Coleção Novas Buscas em Comunicação, vol. 47)
- ANGRIMANI, Danilo. Sociedade do espetáculo: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.
- BAKHTIN, Mikhail. A cultura popular na Idade Média e no Renascimento. O contexto de François Rabelais - Brasília: Hucitec, 1987.
- BOURDIEU, Pierre. (1979). La distinción – critério y bases sociales del gusto. Madrid: Taurus, 1991.
- BUCCI, Eugênio (org). A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000
- DEBORD, Guy, A sociedade do espetáculo, Campus. 1991.
- DORNELLES, Beatriz (org.). Mídia, imprensa e as novas tecnologias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.
- JAMESON, Frederic. A cultura do dinheiro. Ensaio sobre a globalização. Petrópolis: Vozes 2ª edição. 2001
- KARAM, Francisco José. Jornalismo, ética e liberdade. São Paulo: Summus, 1997.
- MELLO e SOUZA, Cláudio. Jornal Nacional: 15 anos de história. Rio de Janeiro: TV Globo, 1984.
- MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX – O espírito do tempo. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1969.
- MOUILLAUD, Maurice. PORTO, Sérgio Dayrell (org.). O jornal: da forma ao sentido. Tradução de Sérgio Grossi Porto. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- NELSON, HOINEFF. A Nova televisão: Desmassificação e o impasse das grandes redes. Editora. Relume Dumara. Ano. 2001.
- PATIAS, Jaime Carlos. O espetáculo no telejornal sensacionalista. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José de. Comunicação e sociedade do espetáculo. São Paulo: Paulus, 2006
- SODRÉ, Muniz. Antropológica do Espelho: Uma Teoria da Comunicação Linear e em Rede. Petrópolis: Vozes, 2002.
- VIRILIO, Paul. A arte do motor. Tradução de Paulo Roberto Pires. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.