

Revista **Veja**: uma análise do sensacionalismo na cobertura

do caso Isabella Nardoni

Ello Augusto Serafim Maciel de Oliveira

Glaucylayde Silva dos Santos¹

Resumo

O sensacionalismo é uma prática freqüente na imprensa. Ele se caracteriza por tornar sensacional um fato que normalmente não teria esse tratamento, seja por meio de palavras ou por imagens. Alguns fatos em particular possuem uma tendência a serem tratados de modo sensacionalista, principalmente os trágicos. Um deles foi a morte da menina Isabella Oliveira Nardoni, ocorrida em março de 2008. A revista *Veja*, de grande circulação nacional, explorou bastante o caso, usando de estratégias sensacionalistas. Entre essas estratégias estão capas das revistas, ilustrações, fotos, palavras de forte efeito emocional. Nota-se que o sensacionalismo da *Veja* também vem crescendo de erros de apuração, e procura legitimidade em discursos de fontes oficiais, além de criar um pré-julgamento dos acusados, ultrapassando, assim, limites éticos.

Palavras-chave: *Sensacionalismo; Revista Veja; Caso Isabella.*

¹ Alunos do curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

1. Introdução

Sensacionalismo é um “modo de produção discursivo da informação da atualidade, processado por critérios de intensificação e exagero gráfico, temático, lingüístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto de representação ou reprodução de real social” (Pedroso apud Angrimani, 1995, p. 14). Uma abordagem centrada nestes parâmetros torna sensacional um fato jornalístico que, em outras situações, não mereceria tal tratamento. Para Angrimani (1995), são características dessa prática jornalística as linguagens de proximidade, subjetividade e emocionalidade.

O sensacionalismo é normalmente utilizado para criar consensos, opiniões, sentimentos, principalmente, para chamar audiência. O ícone brasileiro do “jornal popular sensacionalista” foi o extinto Notícias Populares, fundado em 1963, que conquistou a admiração do público por 37 anos com suas estratégias. A referência a este periódico como exemplo demonstrativo da prática sensacionalista estigmatizou a “imprensa popular” como caracterizada pela notícia espetacularizada.

Atualmente, o sensacionalismo continua sendo fortemente utilizado nos meios de comunicação, porém disfarçadamente, encoberto por uma capa que procura dar-lhes uma áurea de objetividade. É o caso da revista Veja, principal publicação semanal do Brasil, de linha editorial sabidamente partidária e sensacionalista, mas que insiste em negar essa postura. A partir deste estudo procuramos demonstrar as estratégias utilizadas, tanto para a prática do sensacionalismo, quanto para a sua camuflagem. Para tanto, analisaremos a cobertura dedicada por esta publicação ao caso Isabella Nardoni, desde o momento em que aparece como manchete até quando começa o processo de resfriamento e afastamento do foco noticioso mais privilegiado da revista. A análise acompanha a cronologia em que as matérias foram publicadas, nas edições de 9 de abril até 14 de maio de 2008.

Para análise teórica, utilizaremos, além da noção de Angrimani, citado acima, as classificações de sensacionalismo introduzidas por Alberto Dines (1971): o sensacionalismo gráfico e o sensacionalismo lingüístico. Esses dois grupos se diferenciam pela estratégia que utilizam: o visual e as cores, por um, e as palavras de efeito pelo outro.

A análise do sensacionalismo desse modo não busca teorizar as conseqüências e razões dessa prática, mas tem importância pelo fato de facilitar o entendimento, ainda que

superficial, das estratégias sensacionais, para que elas possam ser corriqueiramente percebidas nos demais meios e veículos de comunicação com os quais convivemos. Identificando essas estratégias e sua presença nos meios, podemos selecionar melhor os meios que melhor atendam nossa necessidade de informação de qualidade, além de nos defender de prováveis más influências ou informações pouco apuradas de veículos mais comprometidos com a audiência e com o sensacional do que com a objetividade.

2. Considerações sobre o sensacionalismo

O sensacionalismo é comumente associado a situações que incluem apelos gráficos, lingüísticos, temáticos, deslizes informativos, mentiras e exageros. Entretanto, esses fatores não são somente estratégias de venda, eles atendem a necessidades psicanalíticas do receptor e contribuem para que os efeitos psicológicos sejam intensos.

O caso em estudo é um exemplo dessa a prática na exploração de um fato. A família era de classe média. A vítima era uma criança. O pai e a madrasta são os principais suspeitos. Não era conhecido nenhum envolvimento anterior deles com crimes. Mesmo que, no Brasil, duas crianças sejam mortas, por dia, por seus próprios parentes, esses elementos tornam o caso noticiável.

A morte de Isabella Nardoni apresenta características que favorecem a prática do sensacionalismo. As notícias ruins são, por si só, matéria-prima rica para o sensacionalismo. Tome-se, como exemplo, os numerosos casos de assassinatos bárbaros ou as grandes tragédias humanas exploradas pela mídia principalmente pela televisão. A cobertura exaustiva, dia após dia, produz algo como uma novela ou minissérie, que pode ser acompanhada em qualquer canal, nos mais diversos horários. Longe de provocar uma verdadeira mobilização nacional pelas mudanças sociais, a exploração midiática de casos trágicos promove uma ânsia psicológica pelo próximo capítulo, pela nova revelação da polícia, os novos personagens envolvidos. Como diz Jean Baudrillard (1999), “a infelicidade, a miséria, o sofrimento dos outros tornaram-se a matéria-prima e a gênese”.

Para Marcondes Filho (1989), as notícias da imprensa sensacionalista sentimentalizam as questões sociais, criam penalização no lugar de descontentamento. A cobertura sensacional dos fatos sociais negativos teria, assim, o efeito de continuidade a

esses fatos. “Referir-se à infelicidade, mesmo para combatê-la, significa dar-lhe uma base de reprodução objetiva imediata” (Baudrillard, 1999).

É costume remeter o uso do sensacionalismo à imprensa dita “popular”, que se utiliza de uma estratégia de comunicabilidade com seus leitores a partir de uma matriz cultural e estética diferente daquela que rege a “imprensa de referência”.

O ícone brasileiro do “jornal popular sensacionalista” foi o extinto Notícias Populares, fundado em 1963, que conquistou a admiração popular por 37 anos com suas estratégias. A referência a este periódico como exemplo demonstrativo da prática sensacionalista estigmatizou a “imprensa popular” como caracterizada pela notícia espetacularizada.

A prática do sensacionalismo não se restringe, entretanto, aos jornais “populares”. A revista Veja, uma das principais revistas semanais de atualidades, é lida por uma média de 1,1 milhão de pessoas. Destes, 800 mil são assinantes de todas as classes sociais, mas principalmente das classes C e B. A linha editorial da publicação insiste em se afirmar como um meio de “imprensa de referência”, negando ser sensacionalista. De fato, os veículos fogem como podem dessa denominação “pelo fato de que os leitores associam o termo a fatores como erro de apuração, distorção, deturpação, editorial agressivo” (Andrade, 2008).

Não se pode falar em sensacionalismo sem mencionar ainda a questão da imparcialidade e do equilíbrio. Ambos são conceitos muito discutidos no campo do jornalismo, e estão embasados no conceito de objetividade. Arendt (1992) se refere à imparcialidade no sentido de “isenção do interesse pessoal no pensamento e no julgamento”. Porém, a imparcialidade nesse sentido parece impossível, “quem informa narrará sempre um fato de um determinado ponto de vista: daí a impossibilidade de se falar propriamente em uma conduta imparcial” (Moretzsohn, 2007). A maioria dos teóricos da comunicação social aceita, hoje em dia, que a realidade não pode ser transmitida ‘exatamente como aconteceu’, desde que o exercício da linguagem é subjetivo e na transmissão de um fato sempre está latente o olhar do observador. Segundo Fausto (1991), “(...) a linguagem apresenta uma característica particular, na medida em que ela visa representar a presença de um real às expensas da ausência dele mesmo”.

3. O "Triunfo do Mal" e o luto de Veja

Em 9 de abril, 11 dias após os fatos, Veja publica a primeira matéria da série, intitulada "*Quando o mal triunfa*". Apesar do pouco material disponível para a produção de um especial logo na primeira semana após o crime, VEJA traz seis páginas recheadas de



(Veja, ed. 2055, 9 abr. 2008, capa)

preâmbulos remetendo a outros casos de violência, alguns recentes. Envereda ainda por uma análise filosófica do mal e de sua origem. Trata-se de um histórico do mal no mundo. Depoimentos de especialistas: psicólogos, neurocientistas, filósofos - uma introdução à "novela" que iria começar. O sensacionalismo percebido na capa da edição pode ser descrito como sensacionalismo gráfico. (Dines apud Amaral, 2003). Privilegia letras grandes em detrimento da explanação conceitual. A ênfase desse sensacionalismo é o visual. Pode-se citar como exemplo o uso, nos jornais, de manchetes em letras garrafais que dão destaque a fatos e imagens chocantes, o uso

exacerbado do contraste de cores apelando para as sensações que provocam. O texto se refere aos casos de violência contra crianças que ganharam a mídia nos tempos recentes à publicação da revista: o bebê abandonado encontrado flutuando numa lagoa de Minas Gerais, a menina mantida sob tortura pela empresária Sílvia Calabresi, em Goiânia, e a morte da garota Isabella Nardoni, que se acredita ser um assassinato.

A predominância da cor preta na capa traz à revista uma esfera negativa. Essa coloração sempre teve, no Ocidente, um significado negativo, e a ela está associada à idéia de morte, de trevas. Segundo a psicologia, o preto está associado à morte, ao desespero, ao temor, ao crime. Remete ao sentimento do luto e da penitência. O visual da capa vem reforçado pela expressão "O Mal", em destaque e na mesma cor. São estratégias características do sensacionalismo gráfico, o tipo de sensacionalismo mais frequentemente utilizado em capas, tanto de revistas quanto em jornais.

A matéria “O anjo e o monstro”, publicada no mesmo dia, traz a versão da polícia sobre o caso e apresenta um perfil dos suspeitos. Logo no título, notam-se duas palavras de sentidos opostos, que remetem ao imaginário popular: “Anjo”, figura bíblica que simboliza a bondade, singeleza e simplicidade, e “monstro”, associado diretamente à maldade, à perversidade e à morte. Sob esse título, a matéria traz a foto de Isabella sorrindo e a dos suspeitos detidos pela polícia caracterizando o antagonismo anjo/monstro. Temos, neste caso, um exemplo de sensacionalismo gráfico reforçado pelo sensacionalismo lingüístico abusando das adjetivações dotadas de juízo de valor. A abundância de verbos no subjuntivo delinea o perfil do suspeito como culpado mesmo antes do julgamento formal.

Enquanto a matéria informa que a polícia está cautelosa em virtude dos possíveis danos irreparáveis à imagem dos suspeitos, a revista não mantém a mesma cautela. Apresenta um tom acusatório e traz vários depoimentos de pessoas que conviviam com os acusados no intuito de dar credibilidade ao perfil psicológico traçado pela revista. Novamente a adjetivação (violento, ciumento, agressivo, ruidosa) favorece a definição dos perfis.

Alexandre Nardoni é tido como uma pessoa violenta. Das quinze testemunhas ouvidas até agora pela polícia, dez afirmaram ter tido conhecimento de que ele agredia fisicamente a mulher. (...) Moradores contam que as brigas eram tão freqüentes e ruidosas que já haviam resultado em quatro advertências por parte da administração do condomínio. (Veja, ed. 2055: 97)

4. **A** angústia de um crime sem culpados

A reportagem “*Isabella continua a morrer*”, publicada em 16 de abril, apresenta revelações da polícia que “aumentam a suspeita em torno do pai e da madrasta”. As revelações dizem respeito à descoberta de indícios: remoção de manchas de sangue no apartamento, marcas nas roupas dos suspeitos, omissão de socorro imediato pelo casal, além de depoimentos de testemunhas que teriam ouvido conversas de conteúdo comprometedor.

Aliviando o tom de acusação, a matéria informa a morte da menina como “um crime sem culpados”, uma vez que ainda não são oficialmente declarados. Expõe os argumentos que fundamentam a prisão preventiva do casal, assim como os que

fundamentaram seu *habeas corpus*. Apesar disso, comete um deslize ao ouvir afirmações do promotor Francisco Cembranelli sem ouvir o lado da defesa.



Veja Ed. 2056: 94, 95

“*Isabella continua a morrer*” apresenta sua manchete em letras brancas numa faixa preta, que parece estar rasgando a página. Nela nota-se, além do uso das cores e do da imagem (o preto rasgando a cor natural da página), o recurso sensacional da linguagem, que se volta para a sentimentalização da morte de Isabella. Na realidade, Isabella não “continua morrendo”, mas a sensibilização do leitor é estimulada pelo sentimento de angústia em relação a um crime sem culpados e naturalmente aguça a expectativa do desenrolar do processo de investigação policial.



Veja Ed. 2056: 94

O contraste entre o sorriso alegre da foto e a dureza e negatividade da manchete e ainda o antagonismo das imagens propicia um clima de emoção e revolta no leitor reforçado pelo parágrafo final da matéria: “Até lá, a **brutalidade** que atingiu Isabella continuará ecoando em forma de dissimulação, mentira e covardia”. É o chamado sensacionalismo lingüístico, que se caracteriza pela opção pelas palavras vivas e ricas que provocam sensações. Segundo Danilo Angrimani, “A linguagem editorial precisa ser chocante e causar impacto. O sensacionalismo não admite moderação” (Angrimani, 1995, p. 40). Considerando-se o poder das palavras, torna-se fundamental o exercício da retórica que garante não só audiência, mas também apoio ideológico, recurso utilizado também bastante utilizado na política.

Danilo Angrimani, “A linguagem editorial precisa ser chocante e causar impacto. O sensacionalismo não admite moderação” (Angrimani, 1995, p. 40). Considerando-se o poder das palavras, torna-se fundamental o exercício da retórica que garante não só audiência, mas também apoio ideológico, recurso utilizado também bastante utilizado na política.

Uma vez que o processo de interação social vive dos protocolos de linguagem, é de se supor, igualmente, que a veracidade e a legitimidade dos fatos estejam, portanto, no ‘reino dos discursos’. A linguagem é a condição pela qual o sujeito poderá evocar e construir um real, isto é, um real mediatizado. (Fausto Neto, 1991. p. 30)

5. Julgamento precoce para o crime sem culpados

Montagem sobre ilustração Davi Calil e reprodução



INDICIADOS

Os resultados da perícia mostram que Nardoni jogou Isabella pela janela minutos depois de Anna Carolina, madrasta da menina, tê-la asfixiado

Veja ed. 2057: 84 – 85

Uma das edições mais instigantes para a nossa análise é a do dia 23 de abril, por possuir um alto teor de parcialidade e sensacionalismo, tanto gráfico quanto lingüístico. Essas características são notadas logo na capa, em que as sombras sobre seus rostos lembram capuzes usados por bandidos. Na seleção da imagem, percebe-se uma tendência ao sensacionalismo gráfico, que recria a realidade a partir da imagem, e de como ela é capturada e editada. Sob a foto, a manchete em letras garrafais é categórica: Foram Eles. Em letras menores os mais atentos talvez leiam que esta é a opinião da polícia. O que qualquer um pode ver, atento ou não, é que esta é a opinião de Veja.



Veja ed. 2057: Capa

A matéria apresenta Alexandre Nardoni e Anna Carolina Jatobá como culpados pela morte de Isabella, trazendo o que parece ser a versão definitiva da polícia sobre o caso, uma descrição passo-a-passo do crime segundo essa versão, e um "perfil" dos suspeitos com base em aspectos negativos de sua vida particular. O título da matéria, "*Frios e Dissimulados*", traz palavras fortes carregadas de julgamento e com o tom definitivo das sentenças. Ao chamá-los de "frios", Veja traz fotos em que seus rostos não apresentam nenhuma emoção -

diferentemente da dor estampada no rosto da mãe da menina. A pesada adjetivação e o peso das palavras utilizadas, tais como, “dissimulados”, “culpado e mentiroso”, “monstro”, “brutalidade”, “espetáculo de frieza e dissimulação” formalizam a sentença da mídia.

A maior parte das duas primeiras páginas é preenchida por imagens de Alexandre, Anna Carolina e Isabella. Os dois primeiros representam o mal com expressões frias, enquanto Isabella sorri. Na 6ª página da reportagem, a mãe de Isabella, Ana Carolina Oliveira, chora, ao lado de mais uma foto da menina sorrindo. A matéria tem oito páginas, e em seis delas, na parte superior da página, são apresentados desenhos em quadrinhos que retratam o passo a passo do crime na versão da polícia. Nos quadrinhos, desenhos em traços fortes mostram os acusados com expressões de ódio. Todos esses aspectos parecem promover o consenso em torno da culpabilidade do casal.

FATO: Alexandre Nardoni e Anna Carolina Jatobá, acompanhados dos dois filhos e de Isabella, participaram de uma festa no prédio onde moram os pais de Anna Carolina, em Guarulhos. A comemoração se deu por volta das 21 horas no salão de festas. Em dado momento, Nardoni se enfureceu com o que seria uma má-criação de Isabella. Gritou com ela e lhe deu um safanão. A menina caiu no chão. Ainda nervoso, ele disse à filha chorosa: "Você vai ver quando chegar em casa"



EVIDÊNCIA: câmeras do prédio dos pais de Anna Carolina registraram imagens de Isabella brincando na festa. A agressão de Nardoni foi presenciada por convidados que prestaram depoimento à polícia

FATO: já no carro, de volta para casa, Nardoni e Anna Carolina começaram a espancar Isabella. A madrasta asfixiou-a ponto de a menina desmaiar. Quando chegaram ao prédio, Isabella sangrava. O embrulhou a menina em uma fralda de para evitar que o sangue pingasse no até o apartamento



a
casal
pano
trajeto

EVIDÊNCIA: a convicção de que Isabella já subiu ferida se deve ao fato de a perícia ter detectado marcas de sangue no carro de Nardoni. O DNA do sangue é o mesmo de Isabella. Também foram encontrados no carro fios de cabelo da menina com bulbos. Isso significa que ela teve os cabelos puxados com força. O tamanho das marcas no pescoço de Isabella é compatível com o das mãos de Anna Carolina. A polícia encontrou a fralda que foi usada para envolver a menina lavada e pendurada no varal do apartamento – mas ainda foi possível encontrar vestígios de sangue. (Veja ed. 2057: 86)

Para cada afirmação do quadro, Veja repete: fato - como se quisesse que todos se lembrassem da máxima "contra fatos não há argumentos".

No jogo de acusações, a revista entra numa série de contradições, uma semana depois, com a matéria intitulada "Ainda mais acuados", na edição de 30 de abril. As contradições em questão são as seguintes:

* Em "Frios e dissimulados" Veja fala sobre uma festa na qual Isabella teria recebido uma advertência ríspida por parte do pai. Já na edição seguinte diz com absoluta certeza que a festa não ocorreu - e, para isso, se baseia nas mesmas perícias.

* Também na edição do dia 23, a revista falava sobre a existência de uma toalha suja de sangue e de uma marca de sapato em um lençol. Essas informações agora são negadas. Segundo a publicação, as perícias constataram que tanto a toalha quanto a marca de sapato jamais existiram.

A culpa pelas contradições é atribuída, em "Ainda mais acuados", aos policiais e delegados, que teriam divulgado "boatos e meras hipóteses como se fossem informações verdadeiras". Desta forma Veja vem a confirmar uma máxima repetida pelos hiper-críticos da imprensa que diz: "Errar é humano. Não admitir o erro é jornalismo."

A matéria é recheada com adjetivos, caracterizando o juízo de valor. Essa prática é rejeitada pela imprensa de referência, enquanto é amplamente utilizada pela imprensa sensacionalista.

Um trecho carregado de juízos é o seguinte:

Graças aos profissionais experientes e equipamentos de ponta da área técnico-científica da polícia paulista, foram reunidos dados que permitiram formar a convicção de que Nardoni e Anna Carolina são os assassinos de Isabella. (Veja ed. 2058: 84)

As expressões "experientes" e "de ponta", presentes inclusive no discurso publicitário, são utilizados para fortalecer a versão, apoiada pela Veja, de que Alexandre e Anna Carolina são culpados pela morte de Isabella. Com o objetivo de demonstrar a "suposta" objetividade na cobertura dos fatos, a publicação segue a prática de utilizar fontes oficiais para legitimar seus discursos. Isso tanto quanto o uso de especialista como estratégias de legitimação de discursos é bem interessante discutir. Nilton Hernanes (apud Andrade, 2008) afirma que a Veja usa a seu favor o fato de ser o último meio a noticiar os fatos, para apresentá-los e expor sua verdade como sendo "a verdade última das coisas". "Para isso, a repórter coloca na boca de policiais os fatos afirmados como verdades finais.

‘A polícia está convencida de que Alexandre Nardoni e Arma Carolina Jatobá combinaram jogar Isabella pela janela.’ (Andrade, 2008).

Os resultados da perícia, como a duração e horário em que cada fato teria ocorrido, são informados com pretensa exatidão, como pode ser visto no trecho seguinte:

Nardoni afirmou que Isabella teria ficado sozinha por dezenove minutos e não mais quatro. Ocorre que isso também é impossível, já que, entre o horário de chegada da família revelado pelo rastreador (23h36) e o instante em que um vizinho telefonou para o resgate depois de ser avisado da queda de Isabella (23h49), passaram-se apenas treze minutos. (Veja, ed. 2058: 84)

Os horários não são postos em dúvida, afinal foram medidos por “equipamentos de ponta” (p. 84). Apesar das contradições encontradas em aspectos relevantes da versão anterior da polícia, a nova versão não é contestada, afinal, dar confiabilidade às versões oficiais é dar credibilidade à própria publicação. Porém, provavelmente para se prevenir de novas contradições, a revista alerta os leitores que “investigações de homicídios como o de Isabella são mesmo muito complexas e, até que sejam concluídas, estão sujeitas a versões contraditórias” (Veja ed. 2058: 85).

A reportagem de 30 de abril também busca passar a idéia de que os acusados estão em situação delicada, e que a presença de contradições nos depoimentos de Alexandre Nardoni fortalecem a idéia de que ele seria, de fato, culpado pelo crime. Como é que a Veja não percebe as suas próprias contradições? Será que versões diferentes para o mesmo fato dadas como verdades absolutas não atingem a credibilidade da publicação, assim como diminuem as chances de defesa do suspeito? Essas são questões que a revista não faz questão nenhuma de levantar.

6. Prisão dos suspeitos confirma posição de Veja

A matéria de 14 de maio é, entre todas, a que apresenta menos características sensacionalistas. O assunto já não figurava mais entre as pautas principais e passou a segundo plano. O pai e a madrasta de Isabella já estavam presos e acusados, o que “confirmaria” o posicionamento de Veja. Sem fugir à regra, a publicação lança mão da estratégia do especialista para transportar a notícia a um outro patamar, com menos estardalhaço e mais credibilidade. Ainda assim a especulação persiste. “Especialistas

ouvidos por VEJA são de opinião que o TJ vai decidir pela soltura”. Como pudemos ver posteriormente, o especialista estava errado, mais uma vez.



Veja ed. 2060: 104

Observe este trecho: “Nardoni e a mulher foram presos diante de uma multidão de cerca de 1.000 pessoas que pedia o seu linchamento e atirava ovos contra os carros de polícia em que eles estavam”. Com esta afirmação, Veja procura demonstrar que a população, assim como a própria publicação,

já tem sua própria opinião sobre quem são os culpados pelo caso.

Nas fotos que ilustram a matéria a revista segue a mesma linha que vem seguindo em toda a cobertura do caso. Alexandre parece surpreso e Anna Carolina, algemada, é conduzida pelos policiais.

7. Conclusão

O caso Isabella Nardoni é apenas um exemplo de como os *media* podem fazer coberturas sensacionais e parciais, para atender a interesses comerciais e desejos de audiência. Há vários outros casos que receberam esse tipo de tratamento, muitas vezes ainda mais sensacionais e atingindo níveis de antiética inimagináveis.

Não foi ambição desse trabalho discutir uma alternativa ao sensacionalismo, ou como seria uma cobertura “íntegra” do caso. Isso levaria a uma extensa discussão sobre a objetividade, que de tão polêmica, não encontra consenso no meio acadêmico e não passaria de opinião. Mesmo porque haverá também o ponto de vista daqueles que defendem a importância de emocionar e sensibilizar as pessoas. A disputa emocionalidade x objetividade leva a várias outras áreas da comunicação, muito além da análise de um caso específico.

Mas o caso aqui discutido é de suma importância para alertar aos leitores sobre a existência de veículos que se afirmam imparciais e objetivos, como meios que “respeitam a sua inteligência” e que fazem um “jornalismo verdade”, mas usam estratégias que manipulam a opinião pública e defendem um ponto de vista, mostrando-o como única

versão dos fatos. Um desses meios é a revista Veja, que, mesmo face à gritante defesa de um ponto de vista, mesmo que a maioria de seus leitores já tenham se dado conta de que a linha editorial desta publicação é partidária e parcial, insiste em levantar uma bandeira de objetividade e imparcialidade, que mesmo os mais românticos já desistiram de buscar na mídia. E é por esse motivo que esta revista é alvo de tantas acusações de uso do sensacionalismo. Os tablóides ingleses são sensacionalistas e se assumem como tal. Os leitores sabem o que estão comprando. Não é o caso dos leitores de Veja. Os que ainda não perceberam que são apresentados a apenas uma versão da história correm o sério risco de terem suas opiniões manipuladas e é justamente neste fato que reside o principal perigo do sensacionalismo – a perda do senso crítico.

Referências Bibliográficas

- AMARAL, Márcia Franz. *Sensacionalismo: inoperância explicativa*. In Em Questão, v. 9, n. 1. Porto Alegre, jan./jun. 2003. p. 133-146
- ANDRADE, Livia. *O não-sensacionalismo de Veja*. in Semana Revista, a revista oficial da VI Semana de Jornalismo da UFSC. Florianópolis: UFSC, 2008.p. 36
- ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que sai sangue: um Estudo do sensacionalismo na Imprensa*. São Paulo: Summus, 1994.
- ARENDDT, Hannah. *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*, São Paulo: Edgard Blücher, 1990
- FAUSTO NETO, Antônio. *Mortes em derrapagem*. Rio de Janeiro: Rio Fundo ed., 1991. 204p.
- LÜSCHER, M., *O teste das cores*. Rio de Janeiro: Renes
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O Capital da Notícia: jornalismo como produção social de segunda natureza*. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1989.
- MORETZSOHN, Sylvia. *Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- VEJA. “Agora eles são réus”. *Veja*, ed. 2060, p. 104, 14 maio 2008.
- VEJA. “Ainda mais acuados”. *Veja*, ed.2058, p. 84-85, 30 abr. 2008.

VEJA. “Frios e dissimulados. *Veja*, ed. 2057, p. 84-92, 27 abr. 2008.

VEJA. “Isabella continua a morrer. *Veja*, ed.2056, p. 94-95, 16 abr. 2008.