

O INTERESSE DO PÚBLICO NA MORTE DE CRISTIANO ARAÚJO E O CONSUMISMO DESENFREADO

ANTONIÉLA THEIL FONSECA¹; FÁBIO SOUZA DA CRUZ²

¹ *Curso de Jornalismo UFPEL – antoniela77@gmail.com*

² *Universidade Federal de Pelotas – fabiosouzadacruz@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa fazer uma comparação entre duas tragédias ambas ocorridas no dia 24 de junho de 2015, onde a primeira trata sobre a morte do cantor sertanejo Cristiano Araújo e a segunda sobre o ônibus que saiu de Pelotas em direção a Caxias do Sul e tombou na cidade de Portão na Serra Gaúcha. Nesta análise podemos perceber que as tragédias se deram por acidentes no trânsito, uma em Goiás no centro-oeste e outra no Rio Grande do Sul, porém devido a forte influência midiática e a fama do cantor que muitos eram fãs, embora alguns nem se quisesse conheciam foi mais noticiada por muitos gaúchos e o caso que aconteceu próximo à região sul a mídia mal pautou.

Certamente o acidente envolvendo Cristiano Araújo chocou muitos fãs em todo o Brasil, mas há um marketing muito grande sobre a imagem dele, sua fama e sua carreira, a imprensa fazia com que houvesse um consumo desenfreado sobre sua morte, levando muitas vezes cenas e um fazer jornalístico sensacionalista, ela estava disposta a não fazer o que é de interesse público como no caso do acidente do ônibus, que muitas pessoas de Pelotas e cidades próximas estavam envolvidas, mas sim permitia que se atendesse o interesse do público e por isso, fazia questão de mostrar na maior parte das notícias sobre a morte do cantor.

McQuail (2012, pg.12) tenta explicação como funciona a atuação da mídia e ressalta que:

As muitas e variadas demandas da sociedade correspondem, de maneira geral, a um conjunto de respostas igualmente diversificado por parte das próprias organizações midiáticas, em geral informalmente e como um processo de resposta contínua aos interesses da sua própria audiência e às exigências dos clientes e das fontes.

Assim, nos traz que as pessoas escolhem o que desejam consumir e a mídia lança as informações de acordo com o que gera mais lucro, sempre visam gerar o mercado midiático pautado aos interesses dos indivíduos, e o que consideram muitas de pouca relevância acabam deixando de lado, pois não há nem empresas envolvidas que garantem lucro a organizações midiáticas.

Também, abordaremos as questões de ética relacionadas ao jornalismo, pois certos jornalistas vazam imagens as quais não deveriam ser divulgadas, ou fazem perguntas desnecessárias aos familiares das vítimas, em momentos importunos. E observamos notícias exageradas contendo muito conteúdo, às vezes repeditos, enquanto outras faltam informações, estabelecemos esta relação entre acidente com pessoas famosas e com cidadãos comuns.

2. METODOLOGIA

A pesquisa foi feita com análise das redes sociais, principalmente o *facebook* em que se analisou o número de pessoas que compartilhou a notícia da morte do cantor Cristiano Araújo e seus comentários e postes e do acidente na Serra Gaúcha envolvendo um ônibus de Pelotas/RS. Para sustentar o projeto

utilizaram-se livros aos quais relacionam jornalismo e ética, também destacando os interesses do público e o mercado midiático. Também, podemos perceber como as organizações jornalísticas agem perante as informações e porque dão mais valor a certas notícias, em quais as pessoas costumam compartilhar mais nas redes sociais e ajuda de páginas na internet citando as causas dos acidentes.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No dia 24 de junho de 2015 o cantor goiano Cristiano Araújo de 29 anos sofreu um acidente na BR-152 no km 614 em Goiás entre Morrinhos e o trevo de Pontalina, ele estava com sua namorada Allana Coelho Pinto de Moraes no banco de trás do carro que o conduzia de volta de um show saiu da pista e capotou e ele e sua namorada foram arremessados pra fora do carro, não resistiram os ferimentos e morreram. A morte do cantor repercutiu nas redes sociais, muitos fãs colocaram mensagens, compartilharam e curtiram outras mensagens de pesares, até quem não conhecia o cantor. No mesmo dia um ônibus que saia de Pelotas/RS em direção a Caxias do Sul/RS tombou na ERS-240 em Portão/RS, quando um carro cortou a frente do ônibus e o motorista freio e tombou, segundo ele trataria-se de um assalto, havia 28 passageiros, dois motoristas e um guia turístico, após o acidente 29 ficaram feridos e duas pessoas morreram. Porém, esta notícia ligada a pessoas próximas de Pelotas/RS na região sul, do Rio Grande do Sul teve pouca visibilidade, nas redes sociais só havia alguns compartilhamentos e não foi muito comentada em relação as demais notícias do dia 24 de junho. Então, fazendo a comparação entre os dois acontecimentos percebe-se que o caso do cantor de Goiás teve mais repercussão que o acidente na Serra Gaúcha, deve-se esse fato porque trata-se de uma pessoa popular, famosa e a mídia lançou seu acidente com frequência em muitos noticiais, na internet e outros meios de comunicação, ou seja, ela que pautou o que as pessoas deviam consumir, muito se fez marketing sobre a própria morte de Cristiano Araújo que foi usado por meio de empresário e para vender notícia.

A uma procura da publicidade e empresas pela visibilidade, pela imagem e propagando para obter lucros, Klein (2007, p.81) nos diz que:

Sem dúvida, a publicidade coloca-se como um lugar privilegiado dessa complexa relação que estabelecemos com o universo das imagens. Ela comporta o encantamento da imagem de seus produtos ao mesmo tempo que gestos iconoclastas, principalmente quando o concorrente é tematizado em suas peças. Em seu espaço, tudo clama pela visibilidade.

Assim, a mídia não cumpre o seu devido papel de informar as pessoas com as principais notícias do dia e de sua região que deveria ser noticiado antes de fatos nacionais, pois colocou a reportagem do acidente do ônibus como de menor importância, dando mais ênfase ao acidente do cantor sertanejo. Quando, a imprensa faz a cobertura de todos os acontecimentos de dia ela atende ao que chamamos de interesse público que é o que de fato a população deve saber, mas quando ela visa o lucro, o que vende, o que as pessoas gostariam de assistir ela atende ao interesse do público, ou seja, as pessoas pautam o que eles querem ver, ouvir ou ler, deste modo fazendo com que haja um consumo desenfreado de certas informações que circulam por mais tempo na mídia.

De acordo com McQuail (2012, pg.36) acredita-se que o interesse público tem origem na escolha da maioria, ou naquilo que se acredita maximizar o número de preferências individuais.

Quando Cristiano Araújo sofreu o acidente e foi encaminhado para uma clínica, vazaram algumas imagens e vídeos de seu corpo nas redes sociais, que

segundo informações da polícia foram tiradas por uma funcionária que trabalhava no local, alguns veículos exibiram estas imagens, que jornalisticamente são sensacionalistas e apelam ao lucro, por mostra o que eticamente não caberia aos meios midiáticos.

Ramos traz que a imagem possui significado e uma apelação dramática através de seus traços emocionais, como o caso do corpo de cantor que foi exposto nas redes, procurando tecer emocionalmente o contexto, trazendo o verbal e o não verbal, o dito e o não dito, e a exposição da realidade, perante a morte, e através da psicanálise pode citar o desejo da funcionaria de mostrar para outras pessoas que esteve junto ao cantor. Todos os fatos levam ao sensacionalismo com a imagem, até mesmo vídeos, ao que desrespeitam a própria privacidade da família da vítima.

Freud (*apud* RAMOS 2012) cita que na psicanálise, o desejo significa o que nos falta. A imagem fotográfica evidencia isso.

De outro lado, questionamos o fazer jornalismo, quando a mídia expõe essas imagens que as pessoas compartilham na internet, quebrando com a ética e visando apenas o maior número de visualizações e o quão rentável este tipo de foto ou vídeo poderá ser para a sua empresa. Simplesmente, esquecem o papel de servir a sociedade e promover o interesse público, para focar no que pensam chamar atenção de certos consumidores e vender.

Para entender melhor sobre a ética no jornalismo Christofolletti (2008, pg.11) coloca que nas redações, há quem diga que o jornalismo se define por uma ética. Se é exagero ou não, o que temos é que o jornalismo é uma atividade humana, que se planta e se espalha na relação entre os humanos. A ética é algo que só existe nesse entremeio, na distância entre as pessoas.

Então, deve-se ter um cuidado com as informações, imagens e vídeos que se tem, ao publicar uma notícia antes deve ser analisada e não ser tendenciosa nem exagerada. Por exemplo, foto de acidentes onde estão os corpos expostos não deve ser publicada, nada que mostre a vítima, pois são chocantes e causam certo medo nos indivíduos que a veem.

O mercado midiático procura atender a opinião pública, ou seja, a demanda de seus receptores para obter audiência e precisam de anunciantes para ter lucros. Desta maneira, procuram pautar o que seus públicos querem, o assunto que o povo comenta e os anúncios e promoções de grandes empresas patrocinadores, às vezes, este modo de fazer jornalismo deixa falho o que é de interesse público. Por isso, Mc Quail (2012, pg.162) vai abordar como é o modelo de mercado midiático:

O “mercado” do consumidor de mídia direta (que depende das vendas ou das assinaturas para obter renda e lucro) provavelmente produz um padrão muito mais fragmentado (mas também diferenciado), que fornece melhor (em volume e opções) para os grupos de renda superior.

Portanto, a imprensa não pode somente se preocupar com as notícias que as pessoas querem consumir e com seus anunciantes, há uma série de informações que acontecem em nível de região que as pessoas devem saber e não superficialmente, como o caso do acidente de ônibus. Já a morte do cantor sertanejo teve uma cobertura exagerada, em que todos os telejornais, rádios e internet comentavam e compartilhavam informações, até mesmo acabou vazando imagens sensacionalistas, que após investigação a funcionaria da necropsia foi presa, porque isso é uma atitude ilegal, contra a ética do serviço dela que com certeza aprendeu e fez juramento ao se formar para exercer a profissão. Segundo Christofolletti (2008, pg.24) no caso da formação profissional, é claro que o ambiente acadêmico é estratégico não só para sinalização do “bom caminho”,

mas também para determinar as principais fronteiras da responsabilização pelo agir profissional.

4. CONCLUSÕES

O projeto mostra como há um consumo desenfreado de notícias que venham de encontro ao interesse do público, ou seja, a mídia é pautada por aquilo que o povo quer, o que está nas redes sociais em que muitos comentam, compartilham e curtem é o que irá para os veículos de comunicação social, assim os fatos tendem a ser mais rentável porque há um grande consumo destas informações e mais empresas e anunciantes vão se interessar em patrocinar esses veículos noticiosos.

No dia 24 de junho aconteceram dois acidentes, um no Rio Grande do Sul na Serra Gaúcha em que um ônibus após desviar de assaltantes acaba tombando, onde havia muitos pelotenses a bordo e outro em Goiás com o cantor sertanejo Cristiano Araújo e sofre um acidente de carro na volta de seu show, mas mesmo pelo fato dele ser famoso e ter muitas fãs, a outra notícia regional não deixava de ser importante, porém teve uma repercussão mínima comparada ao do cantor ou outras notícias nacionais. A este fato damos o nome de interesse do público, pois é o que o público quer saber da mídia e não interesse público, que se trata dos acontecimentos que a população deve ficar sabendo.

Também, há uma preocupação com o chamado sensacionalismo, como o caso das imagens que circularam na internet do corpo de Cristiano Araújo, havendo uma falta de respeito com a família e sua própria imagem. Devido a este fato, que a ética deve ser praticada no jornalismo, porque desde o ambiente acadêmico se tem noções de ética e após, devem ser praticadas respeitando as situações e os indivíduos envolvidos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERNARDI, Ronaldo. Duas pessoas morrem em acidente com ônibus na ERS-240, em Portão. Zh.Clicrbs. Vale dos Sinos. 24 jun. 2015. Acessado em 15 jul. 2015. Online. Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/transito/noticia/2015/06/duas-pessoas-morrem-em-acidente-com-onibus-na-ers-240-em-portao-4788025.html>
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. Ética no Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2008.
- KLEIN, Alberto. Cultura da visibilidade: entre a profundidade das imagens e a superfície dos corpos. ARAUJO, D.C.; BRUNO, F.; MÉDOLA, A.S.L.D. **Imagem Visibilidade e Cultura Midiática**. Porto Alegre: Sulina, 2007. Cap. 4, p. 81-92.
- MARTINS, V.; RODRIGUES, J. Polícia indícia dois por vazamento de imagens do corpo de Cristiano Araújo. G1, Goiás, 26 jun. 2015. Acessado em 15 jul. 2015. Online. Disponível em: <http://g1.globo.com/goias/musica/noticia/2015/06/policia-indicia-tres-por-vazamento-de-imagens-do-corpo-de-cristiano-araujo.html>
- MCQUAIL, Denis. Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público. Porto Alegre: Penso, 2012.
- MELO, Renato. Cantor Cristiano Araújo morre após acidente de carro em GO, diz hospital. G1, Goiás, 25 jun. 2015. Acessado em 14 jul. 2015. Online. Disponível em: <http://g1.globo.com/goias/noticia/2015/06/cantor-cristiano-araujo-morre-apos-acidente-de-carro-em-goias.html>
- RAMOS, Roberto. Os sensacionalismos do sensacionalismo. Porto Alegre: Sulina, 2012.