

## A VISADA DE CAPTAÇÃO NO DISCURSO JORNALÍSTICO DA VIOLÊNCIA

Patrícia Marcolino Costa FERRAZ<sup>1</sup>  
Mestranda em Língua Portuguesa/PUC-SP

### RESUMO

Este trabalho consiste em uma análise de um discurso editorial do portal de notícias UOL, publicado em setembro de 2015, em que se busca justificar a exibição de fotos chocantes do corpo de uma criança síria morta na areia da praia, após tentativa de imigração ilegal. À luz da Análise do Discurso de linha francesa, o artigo identifica os argumentos explicitamente sustentados pelo portal de notícias e aqueles que são encontrados apenas nas entrelinhas, a partir de uma análise mais detida das condições de produção do editorial. A investigação possibilitou verificar que o discurso jornalístico esconde uma visada de captação por trás de sua roupagem predominantemente informativa.

**Palavras-chave:** Discurso jornalístico. Visada de captação. Violência.

### Introdução

O texto editorial do portal UOL a respeito da publicação de fotos da morte do menino sírio em travessia ilegal para a Europa foi postado na internet no dia 02 de setembro de 2015, minutos depois de a notícia propriamente dita ter vindo à tona nos *sites* brasileiros. O episódio era mais um capítulo na história de países do Oriente Médio, que sofrem com a ocupação e o avanço de rebeldes do grupo radical Estado Islâmico (E.I.) sobre territórios árabes.

O E.I. é uma organização muçulmana armada ultraconservadora, que combate, com atos terroristas, todos aqueles que considera inimigos: minorias étnicas, religiosos xiitas e países hegemônicos do Ocidente, como os Estados Unidos. Desde o início da insurgência, em 2014, o Estado Islâmico conseguiu dominar alguns territórios do mundo árabe, como cidades da Síria, do Afeganistão e do Iraque. E continua espalhando o terror por onde tenta avançar, por meio de técnicas violentas, como decapitações gravadas e divulgadas em vídeos e sepultamentos de pessoas vivas<sup>2</sup>. Nos territórios dominados, o grupo impõe uma rotina de terror, com assassinatos e punições violentas às menores infrações de suas regras.

Essa situação tem levado milhares de pessoas a fugir de suas regiões em direção a países da Europa e da América, em busca de uma vida mais segura. O acidente que vitimou o

---

<sup>1</sup> Endereço eletrônico: patricia.ferraz@ymail.com

<sup>2</sup> Fonte: Portal Terra. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/mundo/desvende-o-estado-islamico/>> Acesso em 03.nov.2015.

menino Alan Kurdi e sua família ocorreu quando um grupo de 13 pessoas que viviam na Síria tentava imigrar para a Europa. Os refugiados partiram da Turquia, de barco, em direção à Ilha de Kos, na Grécia. O bote naufragou minutos depois do início da viagem, durante a madrugada. Na manhã seguinte, jornalistas e a polícia turca flagraram o corpo da criança abandonado na areia. Duas fotografias ganharam as manchetes do mundo todo. Elas foram tiradas pela fotógrafa turca Nilüfer Demir, que cobre a crise migratória para uma agência de notícias de seu país<sup>3</sup>, e causaram comoção no Ocidente.

O discurso analisado neste artigo trata das justificativas do portal UOL para publicar as imagens chocantes do menino morto. Baseando-nos no arcabouço teórico-metodológico da Análise do Discurso de linha francesa, a reflexão aqui apresentada não poderia prescindir de alguns dos conceitos fundamentais do referido campo de estudos, quais sejam: o discurso, o discurso informativo, especificamente, e sua finalidade. Elegemos como categorias de análise os conceitos de *visada de informação* e *visada de captação*. Nosso objetivo é verificar as estratégias de captação do discurso e de que maneira elas se escondem atrás da aparente predominância da visada de informação. Para isso, também interessa-nos deslindar a violência, como conceito, bem como a relação de atração e repulsa que ela desencadeia no ser humano.

Ao fim do trabalho, anexamos uma cópia da página do portal, assim como ela foi publicada. A seguir, apresentamos apenas o discurso verbal escrito, alvo da análise, transcrito.

**Por que publicamos a imagem do menino sírio afogado?**

**Do UOL, em São Paulo**

02/09/2015 13h40

As imagens são chocantes. Na primeira, um policial turco encontra o corpo de um menino sírio na costa de Bodrum, balneário popular no verão europeu. De camiseta vermelha e bermuda azul, ele está de bruços, com o rosto para baixo, próximo à linha da água. Na segunda foto, o policial é visto carregando o corpo da criança para fora da praia.

O garoto era uma das 12 pessoas que perderam a vida na travessia marítima em direção à ilha grega de Kos. Entre os mortos havia outras quatro crianças e uma mulher.

A Europa enfrenta uma das mais graves crises migratórias da sua história recente. Milhares de sírios trocam a perspectiva de uma morte certa em território controlado pelo Estado Islâmico pela possibilidade de sobreviver no continente europeu. Em muitos casos, como o de hoje, a esperança termina em tragédia.

A notícia é relevante e merece destaque. Mas a imagem forte deveria estampar a primeira página do UOL, acessada por milhões de pessoas todos os dias? Nossos usuários deveriam, sem qualquer aviso prévio, ser impactados pela foto?

<sup>3</sup> Fonte: Portal G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/09/fiquei-petrificada-diz-fotografa-que-fez-imagem-de-menino-sirio-morto.html>> Acesso em 07.nov.2015

Nós entendemos que sim.

Imagens influenciam o curso da história. Em 1972, a foto de uma menina vietnamita correndo nua após o lançamento de bombas incendiárias perto de Trang Bang fortaleceu o movimento antiguerra, que terminou três anos depois.

A decisão de hoje não foi fácil. Além de jornalistas, somos pais, mães, filhos, tios. E as fotos nos comovem profundamente. Provavelmente seremos acusados de sensacionalismo e de busca por audiência fácil -- quando o cenário mais provável é que a imagem espante as pessoas, em vez de atraí-las.

Mas o jornalismo existe para informar. E palavras não despreveriam com a força necessária a dimensão da tragédia em curso na Europa e Oriente Médio. Não nos compete suavizar a realidade, mas sim retratá-la com precisão.

### Aspectos teóricos

Etimologicamente, a palavra *discurso* contém a ideia de percurso, de uma certa dinamicidade. Trata-se de um agir sobre o outro, resultado da combinação entre as condições extradiscursivas – como a situação de fala, quem fala, para quem, as intenções e posições de cada um dos envolvidos – e as características intradiscursivas, relacionadas à língua. A relação entre esses elementos internos e externos é responsável pela produção de sentidos, como indica Charaudeau (2010, p. 40)

Nesse aspecto, dois processos estão implicados nessa esteira: a transformação e a transação. A primeira é feita a partir da nomeação, da qualificação, da narrativa, da argumentação e da modalização – atividades relacionadas mais à língua e ao seu uso. Já a última é relacionada ao discurso e consiste em dar um significado psicossocial à ação: supor a identidade do outro, sua posição social, conhecimentos, intenções, aptidões; escolher o efeito que se pretende produzir; a relação a ser instaurada; e o tipo de regulação que será estabelecida. O processo de transação comanda o processo de transformação, motivo pelo qual se pode dizer que não existe sentido *a priori*. É no percurso, na intersubjetividade, considerando as condições e restrições impostas ao discurso, que os sentidos são construídos.

O discurso informativo, dentro do qual o discurso jornalístico se inclui, é tema de nosso interesse para este artigo. É preciso esclarecer que o discurso informativo não há de ser um ato neutro, transparente, imparcial, posto que também pressupõe um quadro de transação, do qual depende o arranjo de transformação. Para Charaudeau (2010), o discurso informativo busca estabelecer a verdade sobre o que ocorreu e vale-se de provas para sua validação. No entanto, por não saber quase nada sobre seu destinatário (teor do saber, paixões, motivos e interesses), o discurso informativo sofre de uma necessidade constante de explicação. A fim de tornar público um saber a um alvo geralmente heterogêneo, promove o que o estudioso

denomina *vulgarização*. A verdade é deformada a fim de garantir a compreensão. Quanto maior o público a ser alcançado, maior o grau de deformação da realidade.

Importante ressaltar que a modalidade informativa do discurso, para o autor, tem uma finalidade ambígua. Se, por um lado, a instância de produção da informação tem por dever prestar um serviço à sociedade por meio do movimento de tornar público aquilo que é de interesse coletivo; por outro, trata-se de uma instância marcada pela lógica comercial, cujos interesses econômicos são prioridade numa sociedade de economia liberal e de livre concorrência e, portanto, obedece à necessidade premente de atrair o maior número de cidadãos possível para consumir a informação. Essa ambiguidade determina a coexistência de dois tipos de objetivos no discurso jornalístico, especificamente: a visada de captação e a visada de informação.

A última, como está claro no próprio nome, tem por finalidade fazer saber. Essa intenção materializa-se por meio de estratégias que visam a tornar o relato verossímil, autenticar o acontecimento, fazendo com que o que é dito pareça completamente coincidente com o que ocorreu. O uso de gráficos, documentos, fotografias, gravações ou entrevistas de especialistas e autoridades são algumas das estratégias de autenticação do discurso informativo: “Autenticar é uma atividade que consiste em fazer crer na coincidência, sem filtragem nem falsas aparências, entre o que é dito e os fatos descritos” (CHARAUDEAU, 2010, p. 88).

Já a visada de captação obedece a uma necessidade de atrair o interesse da instância de recepção, já que quanto maior o público, maiores as possibilidades de lucro da empresa de mídia. Assim, a captação consiste em fazer sentir e geralmente é implementada por meio da sedução ou da dramatização. Ao mobilizar a afetividade e apoiar-se no apelo emocional, o discurso informativo se afasta de sua visada primordial (informação) e se aproxima do discurso publicitário. Nesse cenário, o conhecimento do universo sociocultural e das crenças compartilhadas na comunidade torna-se uma ferramenta fundamental para o êxito da sedução. A instância de produção deve ser capaz de supor os componentes do imaginário sociodiscursivo compartilhado pela instância de recepção. E, a partir daí, construir sua dramatização, travestida de um discurso informativo.

Trata-se, portanto, do paradoxo inevitável da mídia.

É por isso que é uma falácia discutir, sem parar, como o fazem as mídias, sobre a questão de “objetividade da informação”. Essa questão não procede, não por questões éticas, mas porque essa dupla finalidade está inscrita no contrato de informação. Uma mídia (imprensa, rádio, televisão) que só

satisfizesse ao rigor sóbrio e ascético do fazer saber estaria condenada a desaparecer. (CHARAUDEAU, 2010, p. 93)

Noutra obra, *Dicionário de Análise do Discurso* (2014), Charaudeau e Maingueneau fornecem definições a respeito de três conceitos que eles denominam estratégias de discurso: legitimação, credibilidade e captação. Com a legitimação, o enunciador procura estabelecer um lugar de fala digno e reconhecido pelos demais. Esse processo pode dar-se por meio de um lugar institucional, socialmente reconhecido, ou por meio da persuasão e da sedução, que podem ser capazes de convencer o receptor a respeito da autoridade do produtor do enunciado quanto ao tema em questão. Já a credibilidade é a maneira pela qual o sujeito dispõe seu discurso de modo a conferir-lhe o *status* de confiável. Segundo Charaudeau (2014), o sujeito do discurso pode proceder a isso com três tipos de posicionamentos: engajamento, neutralidade e distanciamento, de acordo com a situação de comunicação em que o discurso está inscrito. Por fim, a captação é uma forma de seduzir o parceiro da troca comunicativa, atraindo-o para que partilhe intenções e emoções do sujeito enunciador do discurso. Geralmente, esse processo ocorre por meio da dramatização ou da polêmica.

Exploradas as categorias de análise, faz-se necessário explicitar aqui o conceito de violência ou, mais especificamente, suas múltiplas nuances. A explicação mais difundida sobre a violência é aquela que relaciona o vocábulo ao uso da força, aos atos agressivos e hostis, que resultam em ferimentos ou danos físicos. A violência é tida, num primeiro plano, como uma ação de caráter brutal, ofensivo, capaz de deixar marcas ou de desfazer a paz.

O portal de buscas Google.com apresenta seis definições para o substantivo feminino *violência*:

1. Qualidade do que é violento. 2. Ação ou efeito de empregar força física ou intimidação moral contra; ato violento. 3. Exercício injusto ou discricionário, geralmente ilegal, de força ou poder; 4. Força súbita que se faz sentir com intensidade; fúria, veemência; 5. Constrangimento físico ou moral exercido sobre alguém, para obrigá-lo a submeter-se à vontade de outrem; coação; 6. Cerceamento da justiça e do direito; coação, opressão, tirania.<sup>4</sup>

A partir dessas definições, é possível ampliar o espectro de análise e identificar outras facetas no conceito. Quando as noções de *moral* e de *opressão* entram em jogo, nos itens 5 e 6, é preciso estar atento para a carga inevitável de subjetividade que carregam. Para que algo seja ofensivo a alguém, digno de perturbar a ordem social ou provocar intimidação moral, é

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.google.com.br/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=o%20que%20C3%A9%20violencia> Acesso em 28.out.2015

preciso levar em conta os critérios adotados por quem está do outro lado da situação: aquele que sofre a violência.

A título de exemplificação, considerem-se as mulheres brasileiras. Uma regra que as obrigasse a andar pelas ruas com o rosto coberto por um tecido, em pleno século XXI, poderia ser considerada uma forma de violência. Diante de todas as suas conquistas políticas e sociais, nos últimos cem anos, não faria o menor sentido que elas fossem cerceadas no seu modo de se vestir ou na sua liberdade para se expressar e fazer escolhas. O mesmo não ocorre em grande parte das nações árabes, em que o uso da burca ou do xador, pelas mulheres, é obrigatório. Nesses países, a norma é encarada como uma tradição cultural e religiosa. Os motivos que a fundamentam, em geral, fazem parte de uma crença compartilhada por toda a comunidade, inclusive pelos indivíduos afetados por ela: as mulheres. Portanto, o que é considerado violência no Brasil pode ser muito diferente do que se usa aceitar no Islã.

Donde se conclui que, qualquer que seja a comunidade, não faz sentido falar sobre violência sem que o termo seja necessariamente contextualizado social, cultural e juridicamente. A organização social e a cultura estabelecem as bases para a consolidação do arcabouço jurídico de cada comunidade. Assim, a norma constitui um dos fatores que regulam o conceito socialmente compartilhado do que seja a violência.

Em seu livro *A Violência*, o teórico Yves Michaud (1989) assevera que

há violência quando, numa situação de interação, um ou vários atores agem de maneira direta ou indireta, maciça ou esparsa, causando danos a uma ou várias pessoas em graus variáveis, seja em sua integridade física, seja em sua integridade moral, em suas posses, ou em suas participações simbólicas e culturais. (MICHAUD, 1989, p. 10-11)

O trecho acima reflete questões subjacentes às várias situações de violência, como sua intensidade ao longo do tempo, os tipos de danos impostos, as modalidades de sua aplicação, os sujeitos/entidades envolvidos e as condições em que ela pode surgir. Todos esses fatores demandam que o conceito de violência seja ampliado a tal ponto que abarque uma gama diversificada de situações, a que Michaud (1989) chama de atos e estados.

Os atos de violência, para assim serem considerados, devem gerar danos físicos a quem os sofre. Já os estados de violência estão relacionados não exatamente a ações, mas a condições que promovem segregação, injustiça, violação de direitos, constrangimento (SILVA, 2013). Isso significa que os estados de violência também estão incluídos no entendimento do que seja o conceito da violência, propriamente dita.

No estudo da mídia, o conceito de estados de violência figura como peça importante para o entendimento do discurso. Elizabeth Rondelli (1998), em *Imagens da Violência*, explica que, aos meios de comunicação, é conferido socialmente um lugar de macrotestemunha privilegiada. Cabe à mídia construir discursos a respeito dos acontecimentos, reportá-los, narrá-los, analisá-los. Esse movimento de produção de sentidos sobre o real no que tange à violência passa também a integrar a realidade que conforma os próprios acontecimentos. Com isso, expor a violência transforma os veículos de comunicação em importante ator social dos fatos. Para a autora, o discurso jornalístico da violência é capaz de mobilizar os sujeitos em direção a uma ação social.

Assim, a mídia não só atribui sentidos próprios aos atos de violência (na forma de selecioná-los, editá-los, classificá-los e opinar sobre eles), como, ao testemunhá-los, expõe os fatos a outros atores sociais – posicionados de forma diversa ante os fatos, os fenômenos ou os indivíduos ou grupos deflagradores da violência – e tais atores são constrangidos/convocados a produzirem sentidos sobre elas. (RONDELLI, 1998, p. 152)

## Desenvolvimento

Não nos interessa, neste trabalho, analisar a notícia do afogamento do garoto – publicada pelo portal UOL no dia 02 de setembro de 2015, ilustrada por duas fotografias que mostram o corpo do menino ora estirado na areia, ora carregado por um policial – mas um discurso editorial postado no *site* no mesmo dia, menos de uma hora depois, em que o portal justifica a publicação das cenas. São imagens fortes, de morte e de abandono. Mais: são imagens em que a vítima é uma criança, inocente, dependente e frágil.

Explicar para os leitores os motivos que levaram o grupo a expor imagens tão chocantes é, *a priori*, uma maneira de se defender de uma série de acusações morais que poderia vir de leitores conservadores. No entanto, embora o discurso do editorial busque aparentemente expor o embasamento da decisão tomada pelos responsáveis pelo portal, ele apenas seleciona, entre os motivos reais da publicação, aqueles que são publicamente defensáveis, dignos de exposição e que podem render frutos positivos para a empresa, angariar a confiança e a admiração de seus leitores.

Interessa-nos, neste artigo, mais do que a materialidade do texto do editorial. Baseando-nos em Charaudeau (2010), buscamos uma análise que vá além do processo de transformação. Analisamos o processo de transação: as condições econômicas, sociais e

históricas em que o discurso foi produzido, as suposições da instância de produção em relação à instância de recepção e as intenções por trás do discurso do portal.

O discurso é inaugurado com um título temático: a pergunta “Por que publicamos a imagem do menino sírio afogado?” esclarece o assunto que será tratado adiante. Este título foi postado na forma de *link* na própria notícia da morte do garoto, logo abaixo da foto exibida pelo portal<sup>5</sup>. Ou seja, para a empresa de mídia, é importante que os leitores da notícia tomem conhecimento também dos motivos esposados pelo *site* para a publicação das fotos.

Além de ilustrarem a página da notícia, as imagens também foram usadas pelo portal para ilustrar a página do editorial<sup>6</sup>, que começa com um comentário: “As fotos são chocantes”. Ao postular tal afirmativa, o portal busca um tipo de concordância, uma adesão dos internautas que compartilham dessa opinião e faz isso por meio de uma tentativa de reconhecer ou prever algo que provavelmente passaria pela cabeça dos leitores. Trata-se de uma tentativa de traçar suposições a respeito do público, algo que é rotineiro para as mídias (CHARAUDEAU, 2010). E, também, uma estratégia de credibilidade, por meio do engajamento. Ao posicionar-se claramente quanto à apreciação da fotografia, o portal deixa antever a tentativa de influenciar o público, a fim de que ele se associe ao seu discurso.

Em seguida, o editorial busca contextualizar o ocorrido. Tem-se uma descrição minuciosa das imagens, que inclui detalhes como a roupa e a posição do garoto (“De camiseta vermelha e bermuda azul, ele está de bruços, com o rosto para baixo, próximo à linha da água.”); além de informações que não constam na fotografia, como a localização exata do acontecimento (“costa de Bodrum, balenário popular no verão europeu”).

Ainda que as fotos possam sugerir que o garoto seja a única vítima, o editorial esclarece que ele “era uma das 12 pessoas que perderam a vida na travessia marítima em direção à ilha grega de Kos. Entre os mortos havia outras quatro crianças e uma mulher”. A partir desses dados e também da exibição das fotos, mais uma vez, o *site* busca conferir credibilidade ao seu relato, agora por meio de uma tentativa de autenticar o acontecimento (CHARAUDEAU, 2010, p. 88). As imagens, aliadas aos dados, conferem ao discurso, por um lado, um estatuto de verdade; por outro lado, um apelo emocional.

Os responsáveis pelo portal dão destaque para a informação sobre as demais vítimas para mostrar que o garoto não foi o único a morrer, ele também pode ser considerado uma espécie de representante delas. É como se o portal afirmasse: “Publicamos essas fotos porque

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2015/09/02/corpo-de-crianca-refugiada-afogada-aparece-em-praia-de-resort-turco.htm>>. Acesso em 28.out.2015

<sup>6</sup> Ver anexo.



esse garoto representa outras vítimas, ele não é o único”. A ideia de que aquela cena chocante poderia ser ainda pior é uma maneira de *dramatizar* o acontecimento, dimensioná-lo de maneira a mobilizar os sentimentos dos leitores e, assim, conseguir sua adesão. Esse processo configura a visada de captação.

Na sequência, encontram-se mais detalhes que compõem a contextualização do episódio. O editorial discorre sobre a situação da Síria, sob domínio do grupo radical Estado Islâmico, e sobre a crise migratória enfrentada pela Europa.

A Europa enfrenta uma das mais graves crises migratórias da sua história recente. Milhares de sírios trocam a perspectiva de uma morte certa em território controlado pelo Estado Islâmico pela possibilidade de sobreviver no continente europeu. Em muitos casos, como o de hoje, a esperança termina em tragédia.

Essas informações fornecem o argumento necessário para afirmar a relevância da notícia. A justificativa da publicação das fotos, no entanto, não se basta aí. O editorial recorre a um exemplo de fotografia histórica (“de uma menina vietnamita correndo na rua após o lançamento de bombas incendiárias”) para afirmar que imagens são capazes de influenciar o curso da história.

E conclui sua argumentação com a seguinte frase: “Mas o jornalismo existe para informar. E palavras não descreveriam com a força necessária a dimensão da tragédia em curso na Europa e no Oriente Médio. Não nos compete suavizar a realidade, mas sim retratá-la com precisão”.

### **Visada de informação x visada de captação**

Essa argumentação, à primeira vista, fundamenta-se no que Charaudeau (2010) chama de visada de informação. O discurso do editorial reafirma a função social legítima ocupada pelo portal de notícias UOL, que é de informar a sociedade. Detalha, ainda, o que vem a ser esse tipo de atividade ao retomar a necessidade de retratar a “realidade” com “precisão”. A fotografia, nesse caso, é a precisão na descrição da “tragédia” que ocorre na Europa e no Oriente Médio. Com essa publicação e, depois, com o editorial, o grupo coloca-se numa posição de verdade.

Em um primeiro momento, é como se as fotos servissem para atestar a veracidade dos fatos. Elas são usadas como comprovação de que aquela narrativa verbal está fundada num acontecimento que realmente existiu e ocorreu àquela maneira. Os trechos do editorial que

contextualizam a cena ajudam a constituir esse estatuto de credibilidade da notícia, que fundamenta a necessidade da publicação das imagens na tentativa de alterar o posicionamento dos leitores e das autoridades a respeito da crise migratória europeia.

Em um segundo momento, o editorial adota uma estratégia de engajamento quanto ao tema do texto, tentando levar o leitor a uma tomada de posição. Neste trecho: “A decisão de hoje não foi fácil. Além de jornalistas, somos pais, mães, filhos, tios. E as fotos nos comovem profundamente”, o portal busca mobilizar a emoção dos leitores. Colocando-se como *pais, mães, filhos, tios*, o autor pretende humanizar a instância de produção do discurso e criar, na instância de recepção, um sentimento de identificação. Afirmar que as imagens *nos comovem* é uma forma de se aproximar do que provavelmente seja o sentimento comum a todos aqueles que pousaram os olhos sobre as cenas. É uma forma de criar um discurso de convicção que possa ser partilhado por ambas as instâncias de comunicação. Nesse caso, o desejo de que a realidade trágica revelada de maneira chocante pelas fotografias deva ser transformada por meio de pressões sociais as quais o leitor também pode aderir.

Por fim, ao reconhecer que o portal pode ser acusado de “sensacionalismo e de busca por audiência fácil”, o discurso deixa entrever o contra-argumento que seria capaz de desmontar sua estratégia, já que a exploração de cenas de violência pelo jornalismo é geralmente revestida de uma inconfundível visada de captação, por meio de dramatização exagerada. O discurso, ao contrário, nega a dramatização para retomar sua suposta intenção pura e benevolente. E afirma que “o cenário mais provável é que a imagem espante as pessoas, em vez de atraí-las”.

Neste ponto, o editorial aproveita-se de uma falácia. Para compreendê-la, é mister analisar o contexto econômico e social dos meios de comunicação contemporâneos.

### **A falácia da mídia benevolente**

Um dos pilares do discurso de informação é a atualidade. Quanto mais rápido uma empresa de mídia consegue noticiar um fato novo, maior é o seu prestígio e tende a crescer também sua credibilidade junto ao público e aos anunciantes. Quando se trata de um assunto explorado de maneira generalizada, como foi o caso da morte do menino sírio, aumenta a competição por um espaço de mais relevância ou confiança aos olhos do leitor. As TV's disputam audiência, as rádios disputam ouvintes e os portais disputam visualizações e cliques.

O portal UOL, em sua seção *Sobre o UOL*<sup>7</sup>, demonstra orgulhar-se de “sua história de credibilidade e inovação”, afirma atrair “sete em cada dez internautas brasileiros” e sustenta a marca de “7,4 bilhões de páginas vistas todos os meses”. Os breves trechos aqui transcritos demonstram, de maneira indubitável, a importância dada pelo portal ao número de acessos a suas notícias. Para qualquer *site* de mídia privada, como é o portal UOL, índices de audiência são fundamentais para a venda de anúncios e, portanto, para a garantia do faturamento.

Dessa forma, deixar que uma notícia, seja ela qual for, atraia mais visualizações às páginas concorrentes e não às suas, seria uma forma pouco ambiciosa de proceder. Mais que isso, publicar qualquer conteúdo que seja capaz de repelir o leitor está fora de cogitação para uma empresa que sobrevive do interesse permanentemente renovado de seus consumidores. Por mais que haja uma reconhecida função social e que o atendimento do interesse público seja uma de suas atribuições, a mídia privada jamais se desvincula do capital.

Na manhã do dia 02 de setembro, as duas fotografias do menino sírio já estampavam capas de *sites* internacionais, como *NY Times*<sup>8</sup>, *The Guardian*<sup>9</sup> e *Le Figaro*<sup>10</sup>. No Brasil, o portal UOL foi o primeiro a publicar a imagem dentre os 3 *sites* de notícias mais acessados do país<sup>11</sup> e <sup>12</sup>. É evidente que a decisão levou em conta uma projeção sobre quais seriam as consequências, caso o grupo omitisse as imagens e apenas noticiasse o fato com um discurso verbal escrito, enquanto seus concorrentes optassem por estampar as fotos nas páginas das reportagens. Impossível afirmar assertivamente o resultado de uma suposição como essa, mas é fácil prever que o portal perderia um grande número de cliques, já que uma imagem como a do menino sírio morto desperta necessariamente a atenção do público, por razões variadas.

### A violência que atrai

<sup>7</sup> Disponível em: < <http://sobreuol.noticias.uol.com.br/>> Acesso em 01.nov.2015

<sup>8</sup> Disponível em: < [http://www.nytimes.com/2015/09/03/world/middleeast/brutal-images-of-syrian-boy-drowned-off-turkey-must-be-seen-activists-say.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2015/09/03/world/middleeast/brutal-images-of-syrian-boy-drowned-off-turkey-must-be-seen-activists-say.html?_r=0)> Acesso em 02.nov.2015

<sup>9</sup> Disponível em: < <http://www.theguardian.com/world/2015/sep/02/shocking-image-of-drowned-syrian-boy-shows-tragic- plight-of-refugees>> Acesso em 02.nov.2015

<sup>10</sup> Disponível em: < <http://www.lefigaro.fr/international/2015/09/02/01003-20150902ARTFIG00408-migrants-l-europe-sous-le-choc-apres-la-photo-d-un-enfant-mort-noye.php>> Acesso em 02.nov.2015

<sup>11</sup> UOL, G1 e Terra são os portais de notícias mais acessados no Brasil, segundo um portal especializado em elaboração de rankings. Disponível em: < <http://top10mais.org/top-10-melhores-sites-de-noticias-do-brasil/>> Acesso em 02.nov.2015

<sup>12</sup> Disponíveis em: < <http://noticias.terra.com.br/mundo/asia/a-historia-por-tras-da-foto-do-menino-sirio-que-chocou-o-mundo,a491948f737fabaedc2b65294952c1d8zbulRCRD.html>> e < <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/09/foto-chocante-de-menino-morto-vira-simbolo-da- crise-migratoria-europeia.html>> Acesso em 02.nov.2015

Em primeiro lugar, é preciso considerarmos a relação dicotômica do ser humano com a violência. Se, por um lado, impõe sofrimento e provoca repulsa, especialmente a quem a sofre diretamente; por outro, a violência atrai a curiosidade e o interesse de grande parte das pessoas que assistem a ela. A psicanálise encarregou-se de analisar as nuances desse envolvimento. Para Maria Laurinda Ribeiro de Souza (2005), existe uma tendência natural do ser humano para a violência, seja por meio de atos ou de estados violentos. Essa disposição genuína estaria calcada na origem da própria cultura sobre o terror, que conduz o psiquismo ao limite do que não pode ser representado (SOUZA, 2005, p. 28), a exemplo da própria morte e do desamparo absoluto. As cenas que não podem ser representadas são reavivadas no psiquismo por meio de outras imagens de violência que a elas podem remeter, dependendo da reação natural de cada sujeito à violência contra o outro.

Esse processo explicaria, em parte, a atração dos internautas pela imagem do corpo do menino estendido na areia. É como se a fotografia materializasse uma pulsão de morte inerente ao ser humano, que o imbuí de uma curiosidade pelo que seria o seu próprio destino. Simultaneamente, haveria um alívio em perceber o outro e apenas ele como sendo alvo da violência, como se isso bastasse para a instauração do sentimento de segurança. É o raciocínio da alteridade: “Se é ao outro que a violência foi infligida, de minha parte, estou seguro”.

Seria um exercício de reducionismo, todavia, atribuir apenas a esse tipo de sentimento humano o interesse por imagens de violência, como as fotos em tela. As reações às imagens de guerra, para Susan Sontag (2003), dependem sobretudo de um aspecto político: as identidades do observador e das vítimas. No caso específico, o menino sírio se aproxima muito, em aparência, de qualquer criança ocidental: suas vestimentas — tênis, camiseta vermelha e *short* azul — o corte de cabelo, a cor da pele. O cenário também promove a diluição das fronteiras. A imagem principal revela apenas a areia da praia, a linha da água do mar e o corpo estendido, observado por um homem que parece se aproximar. Trata-se de uma cena extremamente aberta, em sua composição cultural, em que as diferenças de religião, estrato social, idioma, modo de vida e história praticamente desaparecem.

Nessa aproximação aparente, reside a identificação que promove o interesse e a comoção. É mais fácil para espectadores e leitores compreenderem a extensão da tragédia quando são capazes de se projetarem nela. A sociedade brasileira, ao se deparar com um garoto morto que se assemelha às suas crianças, tende a emocionar-se com o relato, como talvez não o fizesse se apenas lesse a notícia de um naufrágio ocorrido a milhares de quilômetros de distância, de um barco de refugiados sírios, que vitimou 12 pessoas. É como

se, no lugar do menino, qualquer outra criança do “nosso” convívio pudesse estar. Mais grave: como se a fotografia pudesse mostrar o destino do “meu” filho.

Sontag (2003) postula ainda o poder de influência da fotografia. Para a autora, relatar, por meio de imagens, é um meio mais abrangente e mais eficiente para atingir o público: “[...] uma foto só tem uma língua e se destina potencialmente a todos” (SONTAG, 2003, p. 21). Neste ponto, fica patente a superioridade da imagem sobre o discurso verbal escrito, no que se refere à visada de captação. Há meses, os relatos de morte de refugiados que tentavam se aventurar em travessias perigosas e acabavam mortos em naufrágios vinham sendo publicados no Brasil e no mundo. Segundo a Organização Internacional de Imigração, o número estimado de vítimas já chegava a 2.600, quando houve o acidente em questão<sup>13</sup>. Só com o compartilhamento disseminado da fotografia de Alan Kurdi, porém, é que a sociedade ocidental e autoridades de países europeus, como a Alemanha<sup>14</sup>, tomaram posições favoráveis à recepção de refugiados em seus territórios.

É claro que a realidade estampada cruelmente naquelas imagens já era de conhecimento da Europa e de todo o mundo. Mas a publicação das cenas foi uma forma eficaz de tornar real uma situação que os grupos privilegiados preferiam ignorar (SONTAG, 2003, p. 12). Depois da publicação, tornou-se insustentável a posição política adotada por determinados partidos conservadores da Europa. Também passou a ser inaceitável a inércia, ou inépcia, de governos, no que tange à aceleração dos procedimentos para aceitar os refugiados em seus territórios.

Tais constatações nos permitem inferir que os responsáveis pelo discurso do portal pretenderam conferir ao editorial um tom informativo, socialmente responsável, escondendo nas entrelinhas as razões econômicas que os levaram a usar estratégias discursivas de captação, ao escolher publicar as imagens do corpo do garoto sírio. Não se pode negar ao discurso sua intenção informativa. Tampouco, pode-se deixar de reconhecer que a mesma materialidade linguística abriga ainda uma visada de captação. A imagem congelada do garoto à beira mar, com o corpo estendido na areia, é a prova de que a guerra é cruel. É a prova de que o mundo precisa prestar atenção nessa guerra.

A fotografia produz o choque, que se tornou um “estímulo primordial de consumo e uma fonte de valor” (SONTAG, 2003, p. 24). Ao evocar a relação dicotômica dos leitores

<sup>13</sup> Fonte: Folha Online. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2015/09/1677028-foto-de-menino-refugiado-morto-na-praia-atraiu-atencao-para-crise.shtml>> Acesso em 07.nov.2015

<sup>14</sup> Fonte: El País Online. Disponível em: [http://brasil.elpais.com/brasil/2015/09/07/internacional/1441615870\\_464404.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2015/09/07/internacional/1441615870_464404.html) Acesso em 07.nov.2015

com a violência, seus sentimentos de alteridade, de projeção e de identificação, o discurso aciona um mundo de sentidos culturalmente compartilhados que os leva a aderir emocionalmente à causa, ainda que a adesão tenha por pretexto um argumento fundado na racionalidade, na informação, na credibilidade.

## **Conclusão**

O discurso jornalístico da violência permeia intensamente o cotidiano social, seja na televisão, na internet, no rádio ou nos meios impressos de informação. É raro, entretanto, encontrar fora dos meios acadêmicos debates que busquem analisar os motivos que fundamentam a presença dessa temática tão recorrente. A mídia pouco faz para analisar a própria cobertura. E, nos raros momentos em que o jornalismo se dispõe a discutir o modo de fazer, o que se vê é um discurso marcado pela tentativa sempre presente de esconder os interesses econômicos e as disputas de mercado enfrentadas diariamente pelas empresas da mídia.

É notório que existem múltiplas razões para balizar as escolhas de jornalistas e empresários no cotidiano do trabalho midiático, sejam elas de cunho prático, profissional, ético, moral, político, religioso, pessoal ou social. Esconder os critérios econômicos que, assim como os demais, também integram o rol de aspectos levados em conta para essas decisões editoriais é, por um lado uma operação arriscada, por outro, uma atitude maliciosa. O risco está na possibilidade de o leitor bem informado e atento conhecer, mesmo que superficialmente, as demandas financeiras dos meios de comunicação. Ignorar a existência dessas demandas perante esse público é como pronunciar uma mentira facilmente desvendável. Pode desmoralizar o trabalho e até provocar desconfianças outras na instância de recepção.

Mas a esperteza na atitude de ocultar as justificativas econômicas para as decisões editoriais está na possibilidade de convencer uma outra parte do público, menos atenta ou menos preparada para compreender a estrutura e o funcionamento dos meios de comunicação, de que apenas critérios sociais, éticos e morais regem o modo de operação jornalístico. Para esses leitores, um discurso como o do Portal UOL pode ser capaz de reforçar sua intencional aparência de credibilidade, construindo uma relação de mais confiança.

De toda forma, é sempre complexa a relação que as mídias estabelecem com o mundo social. A posição privilegiada de testemunha legítima e narradora autorizada divide espaço com o lugar de empresa competitiva situada em um mercado saturado. O desafio constante

dos meios de comunicação é estabilizar-se entre essas duas esferas de forças, cumprindo sua função pública, enquanto fortalecem sua dimensão econômica.

## Referências

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2010.

CHARAUDEAU, Patrick.; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do discurso*. São Paulo: Contexto, 2014.

MICHAUD, Yves. *A violência*. São Paulo: Ática, 1989.

RAMOS, Silvia; PAIVA, Anabela. *Mídia e violência: tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil*. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2007.

RONDELLI, Elizabeth. Imagens da violência: práticas discursivas. *Tempo Social; Rev. Sociol. USP*, S. Paulo, 10(2): 145-157, outubro de 1998.

SILVA, Luciana Soares da; DIAS, Ana Rosa Ferreira. Discurso e violência contra a mulher no contexto midiático: a representação metafórica de Dilma Rousseff no jornal Folha de São Paulo. In SILVA, Augusto Soares da et al (Orgs.). *Comunicação política e econômica: dimensões cognitivas e discursivas*. Braga, Portugal: Faculdade de Filosofia da Universidade Católica Portuguesa, 2013.

SONTAG, Susan. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SOUZA, Maria Laurinda Ribeiro de. *Violência*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2005.

## ABSTRACT

*This article is an analysis of an editorial discourse from UOL, published on September 2015, in which the exhibition of some pictures is justified. The photographs shows a child body, laying in the sand, after illegally attempting to immigrate. Under French Discourse Analysis approach, this work identifies in the editorial the explicit arguments as long as the implicit ones, by considering all its production conditions. The research concludes that journalistic discourse hides an incitement aim behind its informative goal.*

**Key words:** *Journalistic discourse. Incitement aim. Violence.*

**Envio: Junho/2016**  
**Aprovado para publicação: Julho/2016**

Anexo

noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2015/09/02/por-que-publicamos-a-imagem-do-menino-sirio-afogado.htm

**LICEU LUIZ DE CAMÕES 2016** de 21/08 : 08/11 **INSCREVA-SE**

**uol notícias Internacional**

Crise de imigração na Europa

**Por que publicamos a imagem do menino sírio afogado?**

De UOL, em São Paulo, 02/09/2015 - 17h07



As imagens são chocantes. Na primeira, um policial turco encontra o corpo de um menino sírio na costa de Bodrum, banhado por água no verão quente. De costas vermelha e branca, ele está de braços, com o corpo para baixo, próximo à linha da água. Na segunda foto, o policial é visto carregando o corpo da criança para fora de praia.

O garoto era um dos 12 pessoas que perderam a vida na travessia marítima em direção à ilha grega de Kos. Entre os mortos havia outros quatro crianças e uma mulher.

A Europa enfrenta uma das mais graves crises migratórias da sua história recente. Milhares de sírios buscam a perspectiva de uma melhor vida em território controlado pelo Estado Islâmico pela possibilidade de sobreviver no continente europeu. Em muitos casos, como o de hoje, a esperança termina em tragédia.


A notícia é relevante e merece destaque. Mas a imagem forte deveria estampar a primeira página do UOL, acessada por milhões de pessoas todos os dias? Nessas situações decisivas, sem qualquer aviso prévio, seu impacto pode ser fatal.

Não entendemos que sim.

Imagens influenciam o curso da história. Em 1972, a foto de uma menina vietnamita correndo nos após o lançamento de bombas nucleares pelo navio USS Tang Balmorais o movimento antigerra, que terminou três anos depois.

A decisão de hoje não foi fácil. Além de jornalistas, somos pais, mães, filhas, tios. E as fotos nos comovem profundamente. Provavelmente seremos acusados de sensacionalismo e de fazer por qualquer meio – quando o cenário mais provável é que a imagem estampar as pessoas, em vez de abraçá-las.

Mas o jornalismo existe para informar. E palavras não descrevem com a força necessária a dimensão da tragédia em curso na Europa e Oriente Médio. Não nos compete assustar o público, mas sim retratar o que aconteceu.



**Veja também**

- Que diferença faz morrer no Síria ou no mar? Sírio refugiado que tentou travessia a nado da Turquia à Grécia
- #EVietaoMundo: conheça iniciativas de pessoas para ajudar refugiados na Europa

**25 a 28 de novembro. Garanta já o seu.**  
www.sonar2015.uol.com.br

**Você manda**  
(11) 97500-1925  
Manda foto, vídeo e informação pelo UOL para melhorar a reportagem.

**Imagens do dia**

VERBUM - CP