

Resenha

O Sensacionalismo entre Barthes e Morin

Frederico de Mello Brandão Tavares¹

RAMOS, Roberto. *Os sensacionalismos do sensacionalismo*. Porto Alegre: Sulina, 2012. 166 p.

Tomar o Sensacionalismo² como ponto de partida para olhar o mundo e não como algo do mundo a ser visto. Mais que confrontar a “existência” do Sensacionalismo em dimensões empíricas das mais diversas, o livro de Roberto Ramos categoriza e aprofunda uma instigante discussão, já antiga, sobre este conceito. Deixa evidente, nesse sentido, o jogo entre o que se toma pela caracterização e materialização do termo e como pensá-lo em termos teóricos. É nesse lugar epistemológico, construído pelo autor a partir de um adensamento entre correntes de pensamento específicas, mas cruzadas, que o livro fundamenta suas bases e traz, também, sua novidade.

A obra tem como eixos principais os contributos da Semiologia de Roland Barthes e do Paradigma da Complexidade de Edgar Morin. A partir de uma revisão dos fundamentos das ideias de ambos os autores e do tensionamento deles a outros estudos sobre o Sensacionalismo, que é conceito e objeto do livro, Ramos constrói uma chave de leitura que permite pensar o Sensacionalismo para além da ótica do “Sensacionalismo dado”, aquele reconhecível por recursos estilísticos e discursivos explícitos em materiais que se pretendem assumidamente “sensacionalistas”³. Tomando as formulações de Morin como “método” e as reflexões de Barthes como técnica, aspectos históricos do Sensacionalismo são revistos e repensados; reconhecidos, segundo o autor, a partir de sua pluralidade e, ao mesmo tempo, pela natureza dos códigos que ele abarca no “todo midiático”. Como aponta na introdução, “o Sensacionalismo parece-nos uma produção discursiva, com uma diversidade discursiva. Caracteriza-se, em sua singularidade, por uma pluralidade. Podem existir alguns Sensacionalismos dentro do Sensacionalismo” (p. 12).

A partir desses pressupostos, a pesquisa tem um *corpus* heterogêneo, composto por produtos de natureza impressa e eletrônica e, mais que isso, constitui-

¹ Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Jornalista e Mestre pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP-PR).

² A grafia do termo em maiúsculo segue o padrão utilizado no livro.

³ No final do livro o autor chama a atenção dois tipos básicos de Sensacionalismo. “Um é o Sensacionalismo Óbvio, explícito, nos níveis da Comunicação, do Significado e do Significante. O outro, o Sensacionalismo Obtuso, aparentemente não sensacionalista nos níveis da Comunicação e do Significado, porém sensacionalista no nível do Significante” (p. 159).

se como um *corpus* de produtos não apenas “populares” segundo os enquadramentos habituais que cercam o termo – no que diz respeito a uma estética (em sentido amplo) prevista. Dos cinco capítulos da obra, os quatro últimos se dedicam a análises de produtos específicos: a revista *Seleções*, um *reality show* exibido pelo SBT em 2002 – *Casa dos Artistas*, o telejornal *Aqui, Agora* também exibido pelo SBT e o *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão. São análises que buscam fugir, segundo Ramos, de um olhar linear sobre o Sensacionalismo, bem como de um olhar maniqueísta ou excludente, que oporia “práticas sensacionalistas” a outras “não sensacionalistas”. Essa perspectiva, defende o autor, “tem inviabilizado uma teoria madura do Sensacionalismo que possa ensejar a dialogicidade. É preciso colocá-lo em diálogo, inclusive, com o não sensacionalismo. Contemplá-lo na Mídia impressa e eletrônica na diversidade de gêneros e de discursos. Há necessidade de vê-lo não somente pela abordagem do *o quê*, como primado do significado, mas, também, do *como*, ou seja do *significante*” (p. 38).

Tal proposição, que justifica o estudo, encaminha e está encaminhada pelo primeiro capítulo do livro, “As Cores do Sensacionalismo”, onde Ramos elabora os pilares da reflexão e explicita seu lugar teórico, sua percepção metodológica e os procedimentos analíticos que se refletem nos capítulos seguintes, nos quais se dedica a estudar os produtos e programas apontados acima. Nessa primeira parte do livro, o eixo teórico escolhido joga luz sobre conceitos trabalhados por Morin e Barthes e elabora, pelo arranjo entre os preceitos de tais autores, uma consistente revisão bibliográfica singularizada pelo que dela se serve para refletir sobre o Sensacionalismo. Entre os muitos conceitos articulados – Discurso, Cultura, Imagem, Linguagem, Complexidade – dois se destacam. O primeiro, o conceito de “sujeito”, articula aspectos principalmente psicanalíticos e lingüísticos para compreensão dos processos interativos acionados pela mídia e que remetem à natureza interpelativa do Sensacionalismo. O segundo, o conceito de *Fait Divers*, casa-se ao primeiro e é apresentado de maneira criteriosa e sistemática. Uma revisão que tem como base o pensamento de Roland Barthes, mas que é acrescida pelo debate entre as contribuições de outros autores como Jean Baudrillard, Michel Maffesoli e o próprio Edgar Morin – que ao lado de Barthes sustenta a trama teórica da pesquisa.

Este primeiro capítulo é, acima de tudo, um capítulo denso, que cruza termos muito elaborados e que, por isso, tem, em alguns momentos, sua leitura dificultada.

Também, pela riqueza e profundidade conceitual, acaba adquirindo um caráter muito especializado, que pode prejudicar os leitores menos familiarizados com o “elenco” epistemológico tratado. Além disso, nele parece residir um paradoxo. Dedicar-se ao Sensacionalismo, abordando-o de uma maneira erudita e pouco usual e, simultaneamente, faz com que este conceito principal fique perdido em alguns instantes, tamanha a investida em outros “conceitos paralelos” buscados para com ele dialogar.

De qualquer maneira, há que se elogiar a busca pela compreensão das “duas dimensões de sentido” do Sensacionalismo, configuradas pelo “plano do conteúdo e da forma”, fazendo enxergar a possibilidade de se perceber que a “Mídia massiva carrega uma carga de apelo sensacional nas suas diferentes produções de sentido”. Algo que se reflete nas opções metodológicas do autor e nas análises realizadas sobre o *corpus* escolhido. Justificado pelo “Princípio de Pertinência” de Roland Barthes, o material empírico investigado é problematizado por uma questão central – “Como podem se particularizar as práticas discursivas do Sensacionalismo?” (p. 67) – e cercado por dois grandes objetivos de pesquisa. Um geral, que busca “estudar os significantes dos discursos sensacionalistas na Mídia impressa e eletrônica” (p. 67) no Brasil; e um particular, que pretende “compreender, explicar e categorizar os Códigos dos discursos dos Sensacionalismos, através, especialmente, dos pressupostos de Morin e Barthes” (p. 67).

Nos capítulos 2, 4 e 5, que estudam, respectivamente, a revista *Seleções*, o telejornal *Aqui, Agora* (SBT) e o *Jornal Nacional* (Globo), Ramos analisa reportagens específicas a partir de categorias discursivas, buscando observar as partes e o todo (verbal e não verbal) que compõem as matérias. No capítulo 3, dedicado ao estudo do programa *Casa dos Artistas 3*, a análise tenta perceber a dinâmica do gênero *Reality Show*, observando, também pelo viés dos sentidos, confluências entre realidade e ficção.

Deve-se ressaltar desse percurso alguns aspectos que dizem respeito, por um lado, a uma questão conceitual e de coerência metodológica e, por outro, ao desenvolvimento da análise propriamente dita. Assim como faz com a construção do conceito de Sensacionalismo, buscando-o tomar de maneira não linear, o autor desenha um quadro interpretativo que vislumbra evitar, já desde a heterogeneidade do *corpus* escolhido, uma simplificação e um reducionismo. No entanto, ao fazê-lo, acaba por priorizar certos elementos contextuais que envolvem os programas e

produtos analisados, levando a análise, em muitos momentos, para um lugar teórico mais especificamente de uma Economia Política do que de uma “leitura significativa”. Isso faz com que Ramos construa bons panoramas histórico-criticos de seus objetos mas, ao enveredar-se por seus códigos e tramas discursivas, não realize grandes diálogos com esta dimensão conjuntural, criando um certo descompasso. Algo que talvez pudesse ser resolvido no primeiro capítulo do livro, com a inferência a contribuições relativas a este último viés analítico e seu cruzamento com aquelas outras trabalhadas exaustivamente para pensar o Sensacionalismo.

Todas as características do livro, seus acertos e incompletudes, são, entretanto, condizentes com sua inserção acadêmica e suas pretensões. Resultado de uma pesquisa de pós-doutoramento supervisionada por um estudioso da Economia Política da Comunicação, o professor Valério Brittos, a obra contempla esse universo, aliando-o a outros eixos teóricos e ganhando destaque justamente pela “boa mistura” que ela realiza e elabora teórica e analiticamente. Advém daí, como qualidade, uma “vontade qualitativa” que perpassa suas páginas e que cria para seus leitores uma interessante condição: a de que para reconhecer “os” Sensacionalismos, no plural, deve-se ler todo “o” livro, no singular, percebendo seu significado e sua complexa unidade.