

A POPULARIZAÇÃO DA NARRAÇÃO DE CASOS CRIMINAIS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS POR INDIVÍDUOS SEM FORMAÇÃO JORNALÍSTICA

Luana Di Giacomo Levasier (IC) e Patrícia Sheila Monteiro Paixão Marcos (Orientadora)

Apoio: PIBIC Mackenzie

RESUMO

O presente artigo discute a exploração de crimes reais nas mídias sociais por indivíduos sem formação acadêmica em jornalismo e as problemáticas envolvidas nessa questão, a partir da análise de três vídeos produzidos por influenciadores que possuem canais no *YouTube*, com número significativo de inscritos e visualizações. Fazendo uso da pesquisa bibliográfica, com consulta a livros que debatem a ética no jornalismo, apuração e técnicas de reportagem e a importância da formação profissional do jornalista, o artigo, a partir de uma abordagem qualitativa, analisa os vídeos selecionados, levantando algumas características em comum, na busca por audiência, e deslizes que costumam ser cometidos e que entram em choque com o que prega o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, o qual também é usado como referência documental. Autores como Eugênio Bucci, Francisco José Karam e Paula Melani Rocha aparecem como nortes teóricos da pesquisa. O estudo mostra como alguns dos vídeos em análise acabam desrespeitando os personagens envolvidos no fato, não publicizando informações sobre as fontes utilizadas na sua produção e fazendo uso de estratégias sensacionalistas. O artigo levanta a discussão sobre a necessidade de a narração de casos criminais ser feita com responsabilidade, uma vez que, a depender de sua abordagem, ela pode incitar ao ódio ou acabar estimulando comportamentos descontrolados da audiência, como linchamentos virtuais. O texto ainda destaca a importância do jornalismo como curador de conteúdo e a formação acadêmica como oferecedora de princípios éticos e de todo um ferramental essencial para a checagem e a apuração das informações.

Palavras-chave: Casos criminais. Mídias sociais. Ética jornalística.

ABSTRACT

This article discusses the exploitation of true crimes in social media by individuals without academic training in journalism and the issues involved in this context, based on the analysis of three videos produced by influencers who have *YouTube* channels with a significant number of subscribers and views. Using bibliographical research, with books that discuss ethics in journalism, verification of information and reporting techniques and the importance of professional training for journalists, the article, from a qualitative approach, analyzes the selected videos, that have some mutual characteristics. In the search for audience and slips that are usually committed and that don't match with the Code of Ethics of Brazilian Journalists preaches, which is also used as a documentary reference. Authors such as Eugênio Bucci, Francisco José Karam and Paula Melani Rocha are shown as theoretical guides for the research. The study shows how some videos under analysis end up disrespecting the characters involved in the criminal case, not sharing information about the sources used in the production of their videos and making use of sensationalist strategies. The article raises the discussion about the need for the narration of criminal cases to be done responsibly, because depending on its approach, it can incite hatred or end up stimulating uncontrolled behavior by the audience, such as virtual lynchings. The article also highlights the importance of journalism

as a curator of content and academic training as a provider of ethical principles and a whole essential tool for checking and verifying information.

Keywords: Criminal cases. Social medias. Journalistic ethics.

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo é um campo profissional que cumpre um papel importante na divulgação de informações sobre atos criminosos, o que vem sendo, de forma geral, benéfico para a sociedade brasileira ao longo dos anos em um país marcado por altos índices de violência e pela impunidade, onde a imprensa é muitas vezes o último porto seguro dos cidadãos para pressionar o Estado a fim de que ele exerça seu papel de ofertar segurança e garantir justiça.

A cobertura de atos criminosos ocorre (ou pelo menos deveria ocorrer, tendo em vista a natureza social da profissão, presente no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros¹), com os objetivos de prestar serviço às vítimas, para que sejam protegidas e que os culpados sejam submetidos à lei, e de alertar a população sobre determinados perigos que podem ser evitados.

Em programas de grande alcance nacional, como o “Fantástico”, da TV Globo, as investigações e a exposição dos fatos de natureza criminal são feitas por profissionais da área da comunicação, em sua maioria graduados em Jornalismo, e até mesmo indivíduos que não possuem formação acadêmica, porém, devido à sua experiência profissional (por atuarem muitos anos no campo jornalístico, aprendendo, na prática, suas técnicas, normas e preceitos), são considerados jornalistas. Por esta razão, a apuração e a divulgação das notícias, de maneira geral (claro que há sempre exceções), são feitas da forma mais acurada possível, com cuidados ao noticiar crimes, principalmente os que envolvem assassinatos ou pessoas desaparecidas.

O profissionalismo na cobertura jornalística é indispensável, pois evita o sensacionalismo, a divulgação de conteúdos falsos ou distorcidos, investigações feitas de maneira superficial, uso de termos inadequados, a criminalização antecipada e irresponsável de pessoas suspeitas, a estigmatização de determinados segmentos sociais, como os moradores das periferias (muitas vezes associados à criminalidade de maneira preconceituosa), entre outros problemas.

Nas duas últimas décadas com a internet e o avanço das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs), a narração de casos criminais em mídias sociais, como o *YouTube* e, mais recentemente, o *TikTok*, vem sendo explorada. Influenciadores, que muitas vezes não são formados em jornalismo e contam com milhares de seguidores publicam vídeos, nos quais falam sobre assassinatos, estupros, sequestros, dentre outros atos criminosos. Bruno Villas, Mila Prado e Luiza Akemi, responsáveis pelos canais no *YouTube* “Bruno Villas”, “Fatos Sinistros - Por Mirla Prado” e “Cafezinho Investigativo”, respectivamente, cujos vídeos são analisados neste artigo, são algumas das personalidades digitais que narram casos criminais, sem terem formação na área.

Por não possuírem conhecimento sobre a ética jornalística e sobre técnicas de apuração, reportagem e relacionamento com as fontes, conteúdos ensinados em diferentes disciplinas da matriz dos cursos de graduação de jornalismo, é natural que cometam alguns deslizes em suas narrações e pesquisas, e por serem seguidos por um número grande de pessoas, em sua maioria jovens (pesquisa da plataforma *Hootsuíte* mostra que o *YouTube* é considerado a segunda melhor plataforma de vídeos por pessoas entre 18 e 34 anos, perdendo apenas para a Netflix¹), alguns desses deslizes podem se tornar um grande problema. Por conta de alguma opinião infundada, uma abordagem inadequada ou o uso de um linguajar inapropriado ao se referir a determinado indivíduo, e até mesmo por insinuar algo que não foi comprovado por autoridades, o desrespeito contra os envolvidos no caso pode ficar nítido e o público pode se sentir estimulado a praticar linchamento virtual e até mesmo não-virtual. Basta lembrar do caso emblemático de Fabiane Maria de Jesus, que foi espancada e morta em maio de 2014 no Guarujá, no litoral de São Paulo, após divulgação de um boato em uma página do *Facebook* sobre uma mulher que sequestrava e praticava rituais de bruxaria com crianças².

Uma pesquisa do Núcleo de Estudos da Violência da Universidade de São Paulo (NEV/USP) divulgada no ano de 2007³ mostrou que o Brasil está entre os países onde mais acontece linchamento no mundo, e com a enorme popularização das redes sociais, linchamentos virtuais ocorrem com frequência. A maneira como as notícias são produzidas e apresentadas é um fator importante na reação do público, podendo estimular atitudes violentas, principalmente quando o comunicador age como um “justiceiro”, saindo do papel que lhe cabe de apenas noticiar o crime.

Há também o fato de que alguns criminosos agem esperando serem reconhecidos na mídia, o que levanta mais um ponto de atenção na divulgação de crimes, mostrando que ela deve ser feita com determinados cuidados. Em abril de 2023, após o ataque a uma creche de Blumenau (SC), que deixou quatro crianças mortas e outras quatro feridas, grandes grupos de mídia como Globo, Estadão e CNN Brasil decidiram que a partir daquele momento não divulgariam mais o nome e as imagens de autores de eventuais massacres, o que demonstra uma responsabilidade social por parte desses veículos, nem sempre vista na divulgação de crimes feita por influenciadores.

A cobertura de crimes feita de forma inadequada pode ainda levar o público a não compreender a complexidade que envolve a área de segurança pública e que determinadas

¹Um levantamento de 2023 do Banco Internacional de dados Statista mostra que o Brasil aparece em terceiro lugar do ranking de países com o maior número de usuários do *YouTube*; cerca de 142 milhões de brasileiros assistiram ao conteúdo dessa mídia social somente no primeiro mês do ano.

²Relembre o caso nesta reportagem do G1, de 6 de maio de 2014, disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-morta-apos-boato-em-rede-social-e-enterrada-nao-vou-aguentar.html>>. Acesso em: 10 maio 2023.

³O estudo registrou 1179 casos de linchamento ocorridos no Brasil entre 1980 e 2006.

questões como a redução da maioridade penal ou as saídas que os detentos possuem o direito de fazer em determinadas datas (as chamadas “saidinhas”) não podem ser tratadas de maneira simplista e ancorada apenas em “achismos” e preconceitos.

Não que o jornalismo profissional não erre em suas coberturas de casos criminais. No livro “Sobre ética e imprensa”, Eugênio Bucci, jornalista e doutor em Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), ao apresentar uma reflexão acerca do verdadeiro papel da imprensa, mostra como grandes meios de comunicação costumam cometer diversos deslizos do ponto de vista ético, mesmo sendo compostos por grande quantidade de jornalistas formados em universidades e que possuem, em suas redações, manuais de ética e conduta a serem seguidos. Ainda assim, um profissional que tenha passado pela faculdade de jornalismo tende a realizar uma cobertura pautada em princípios e técnicas que podem evitar os problemas anteriormente apontados.

A partir do contexto apresentado, esse projeto visa responder à seguinte pergunta-problema: o que caracteriza a divulgação de crimes feita por influenciadores digitais não formados em jornalismo e que problemáticas estão envolvidas nessa divulgação?

O objetivo é, a partir da análise de alguns vídeos selecionados por esta pesquisa, detectar alguns traços que marcam a divulgação dos crimes nas redes sociais e as questões éticas relacionadas.

Para isso, esse artigo fez uso da pesquisa bibliográfica, com consulta a livros e artigos que falam sobre ética no jornalismo, apuração e técnicas de reportagem, a importância da formação profissional do jornalista e problemas que norteiam o jornalismo digital na atualidade. O estudo também faz uso da pesquisa documental, com a leitura e análise atenta do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

A análise qualitativa, proposta por Maria Cecília de Souza Minayo, ancora este estudo.

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo dos significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. (MINAYO, 2002, p. 21).

Portanto, a pesquisa qualitativa possibilita fazer interpretações e associações como as de cruzar os pensamentos dos autores das bibliografias trabalhadas e o Código de Ética da profissão de jornalista com os aspectos detectados na análise dos vídeos selecionados. Assim será possível mostrar, de maneira fundamentada, em que pontos a divulgação de casos criminais por influenciadores pode gerar conflitos com a ética e os métodos de produção jornalística.

2.DESENVOLVIMENTO DO ARGUMENTO

2.1 Sobre a ética jornalística, seus princípios e normativas

No livro “Sobre ética e imprensa”, Eugênio Bucci, jornalista e professor da Escola de Comunicações de Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), define a ética jornalística como indicador daquilo que é mais justo ou menos injusto diante de possíveis escolhas que podem afetar uma sociedade. Ele defende que a ética está na essência da profissão de jornalista. Não pode ser encarada meramente como uma técnica, mas “uma relação de credibilidade pela qual os profissionais são autorizados a informar o cidadão de forma equilibrada, voltada para a verdade dos fatos” (BUCCI, 2000, p. 203).

Dada sua essencialidade, Bucci argumenta que a ética deve estar presente de maneira veemente e transversal desde a formação do jornalista, nas universidades. “Nas escolas, isso se traduz por currículos que contemplem não apenas a existência de uma disciplina sobre ética, mas o compromisso ético como fundamento de cada uma das disciplinas” (BUCCI, 2000, p. 204).

O professor, pesquisador e jornalista Francisco José Karam, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), é outro estudioso da ética no jornalismo. Ele defende a importância de uma teoria da ética jornalística com objetivo de

responder a questões complexas e irresolvidas sobre a atividade (...). A constituição de um campo ético no jornalismo deve reconhecê-lo como uma atividade imprescindível contemporaneamente para o conhecimento global e imediato da realidade, em sua aparência de relatos de fatos e nas concepções que embalam as versões. (KARAM, 1997, 44).

Karam alerta sobre como os princípios éticos estão sendo impactados pelas tecnologias que surgem a cada dia no ambiente digital e a necessidade de defesa e reafirmação da profissão e seus valores essenciais nesse cenário. A internet e as novas plataformas de comunicação fragilizaram o monopólio dos formadores de opinião tradicionais, contribuindo para a mudança do paradigma comunicacional - de uma relação “um-todos” para um modelo “todos-todos”, com muitas pessoas que antes eram mero receptores tornando-se produtores de conteúdo, o que levou a um aumento grande das informações disponíveis sobre diferentes assuntos.

O conjunto de informações produzido hoje é maior do que há 10 anos, bem maior do que há 30 anos, infinitamente maior do que há 200 anos. A circulação das informações permitida de forma imediata pelos suportes tecnológicos cada vez mais sofisticados, além de ter volume maior, dá-se de forma mais intensa e rápida (KARAM, 2005, p. 77).

Por outro lado, nem todo conteúdo circulante tem credibilidade, isso sem contar o cenário atualmente preocupante da desinformação. Uma pesquisa feita com pessoas de diferentes países, produzida em 2022 pelo *Poynter Institute*, com o apoio do *Google*, mostrou que 62% dos entrevistados acreditam receber informações enganosas toda semana pela internet e as plataformas das mídias sociais.

Para Karam, o jornalista, nesse contexto:

(...) não pode abrir mão dos princípios ético-deontológicos que o alicerçaram como um interrogador público contemporâneo que se impõe um mandato sem fim a favor da representação controversa do espaço público normativo, seja macro, médio ou micro. Por isso, os valores clássicos do jornalismo significam defender a própria atividade como específica e incontornável; que o jornalismo é mais do que aventura ou acaso; é a razão de ser da controvérsia pela qual se valora e decide sobre o mundo imediato da forma mais lúcida possível e que está na base da vitalidade democrática. (KARAM, 2009, p. 26).

Ou seja, sem o jornalismo e seus princípios éticos os valores democráticos e a informação de qualidade, checada e recheada, ficam comprometidos, dando margem ao questionamento dos direitos humanos e dificultando para os cidadãos o julgamento sobre qual dado pode ser considerado crível diante da “enxurrada” de conteúdos disponíveis na rede mundial dos computadores.

O pesquisador gaúcho também defende o ensino da ética desde a universidade e que esse ensino deve se dar de maneira ampla, incluindo “história, valores e ethos profissional”. (KARAM, 2004, p. 120).

No livro “Jornalismo Policial: Histórias de quem faz”, organizado pela jornalista e professora de Jornalismo Patrícia Paixão, produzido por alunos de jornalismo da extinta Uniban Brasil e que conta com entrevistas com diversos repórteres policiais brasileiros, a prestigiada jornalista policial Fátima Souza, que descobriu a existência da facção PCC (Primeiro Comando da Capital) em 1997, aponta como um dos principais desafios da cobertura criminal na atualidade o fato de as matérias serem feitas de forma rápida e instantânea. “Para fazer uma matéria policial é preciso investigação, um tempo exclusivo para executar a reportagem. (...) Esse é o nosso maior desafio. Conseguir tempo para correr atrás dessas matérias e ter cuidado com o conteúdo” (PAIXÃO, 2010, p. 93).

Portanto, a instantaneidade do jornalismo na contemporaneidade, em especial no ambiente das plataformas digitais, não pode prescindir da apuração bem feita, que a ética jornalística exige.

A normativa que melhor dispõe sobre a ética da profissão no Brasil é o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, produzido e disponibilizado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj)⁴. Em seu Capítulo 1, nos Artigos 1º e 2º, o código destaca que o acesso à informação é um direito fundamental do cidadão e que os jornalistas não podem admitir que esse direito seja impedido por nenhum tipo de interesse. Inclui-se nesse acesso, obviamente, informações de diferentes naturezas, incluindo aquelas relacionadas a casos criminais.

O mesmo código, também no Capítulo 1, assevera que:

(...) II - a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público; III - a liberdade

⁴Elaborado em 1987 e revisado em 2007.

de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão; (FENAJ, 2007, online).

Em seu Artigo 6º, no Capítulo II (que versa sobre a conduta profissional), o texto pontua que é dever do jornalista “defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos”⁵. A Declaração Universal, por sua vez, ressalta (dentre seus artigos) que: “todo ser humano tem direito à vida, à liberdade e à segurança pessoal” (Artigo 3º); “ninguém será submetido à tortura, nem a tratamento ou castigo cruel, desumano ou degradante” (Artigo 5º); “ninguém será arbitrariamente preso, detido ou exilado” (Artigo 9º); e que “todo ser humano acusado de um ato delituoso tem o direito de ser presumido inocente até que a sua culpabilidade tenha sido provada de acordo com a lei, em julgamento público no qual lhe tenham sido asseguradas todas as garantias necessárias à sua defesa” (Artigo 11º). Portanto, o profissional de jornalismo que faz jus ao código deve (ou pelo menos deveria) respeitar e defender todos esses artigos na cobertura de casos criminais.

Também no Artigo 6º do Código de Ética dos Jornalistas está expresso que é dever do profissional da área “respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão”; “defender os princípios constitucionais e legais, base do estado democrático de direito” (isso inclui não acusar um suspeito antes de haver provas contra ele); e “combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza”. Ainda de acordo com o código, o jornalista não pode expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de morte, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência ou usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime. E é da responsabilidade profissional do jornalista “evitar a divulgação de informações de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes”; “ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas”; além de “tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar”.

O profissional que passa pelo bacharelado de jornalismo em uma universidade e cursa disciplinas como Ética Jornalística, terá conhecimento adequado dos preceitos do Código de Ética (afora todas as técnicas de apuração e reportagem) e, portanto, entrará no mercado

⁵ A declaração foi aprovada em 10 de dezembro de 1948 durante a Assembleia Geral das Nações Unidas (ONU), envolvendo a aprovação de 48 países, incluindo o Brasil. Ela pode ser conferida em: < <https://brasil.un.org/pt-br/91601-declara%C3%A7%C3%A3o-universal-dos-direitos-humanos> >. Acesso em: 3 maio 2023.

apto a realizar uma cobertura criminal respeitosa e adequada de acordo com o interesse público.

Como destaca a pesquisadora Paula Melani Rocha, no artigo “A importância da formação do profissional jornalista e sua relação com o meio ambiente social no século XXI”, o jornalismo é uma ciência com domínio de conhecimento próprio para o exercício da profissão. Por isso a formação na área é tão importante.

Não tem como praticar jornalismo sem considerar o contexto social e seus agentes. Estas especificidades, entre outras, tornam o jornalismo uma ciência (...). O fazer jornalismo não se restringe a um dom pessoal, ele envolve uma metodologia na prática profissional. O exercício diário do profissional, desde apuração da pauta até a ida a campo, exige um procedimento metodológico, que será mais valorizado se for fruto de uma reflexão lógica. (ROCHA, 2008, online).

Bucci (2000) pontua que essa formação do jornalista do ponto de vista ético, iniciada no ambiente universitário, se completa nas empresas jornalísticas, em especial nas redações, muitas das quais também possuem seus manuais de redação, com normas de conduta para o jornalista, embora, para o autor, essas normas, apesar de serem educativas e proporem um patamar comum para problemas recorrentes e que podem ser evitados, por si só não são capazes de garantir profissionais éticos. E tanto que, ancorando-se na análise que o jornalista britânico Paul Johnson fez de erros éticos do jornalismo, Bucci aponta em seu livro sete “pecados capitais” cometidos por veículos da grande mídia, muitos dos quais gostam de ostentar seus manuais de redação com preceitos éticos.

O primeiro pecado, segundo Bucci, é dividido em dois modos de distorção: a distorção deliberada, quando acontece a distorção dos fatos de maneira consciente e constante; e a distorção inadvertida, ou seja, aquela que ocorre por um equívoco; publica-se algo somente para ter o furo, sem checar a informação a fundo. O tempo é importante no jornalismo, mas mais importante é o compromisso com a verdade, ressalta o autor. O segundo pecado é o culto das falsas imagens. Nele, pessoas comuns e celebridades têm histórias tratadas como “realities shows”, tudo se transforma em uma narrativa “vendável”. Também se criam imagens para emocionar o público, causar choque. Dessa forma, a intenção da divulgação da matéria (no caso, informar), se perde, o que pode até se tornar sensacionalismo. O terceiro pecado refere-se à invasão da privacidade, quando se expõe a vida de outra pessoa apenas para se fazer manchete. O quarto pecado refere-se ao assassinato de reputações. O quinto diz respeito à superexploração do sexo, tanto para lucro de novelas como para séries e publicidades. O sexto estaria relacionado ao envenenamento das mentes das crianças, destacando o visual, a estética e os apelos em detrimento do bom conteúdo e, por fim, o último pecado cometido pela imprensa seria o abuso de poder. A mídia exerce muito influência sobre as pessoas, sobre suas opiniões. Oligopólios midiáticos transmitem uma visão que nem sempre é a certa ou que mostra todos os lados de uma história.

Para Bucci, a receita para um jornalismo responsável, que evite cair nesses pecados, está na formação ética permanente dos jornalistas, mesmo após o ambiente universitário; ponto de vista também avalizado por Karam e Rocha.

2.2 O crime como valor-notícia e a exploração da temática por influenciadores digitais

O estudo das teorias do jornalismo, em especial a chamada teoria do *newsmaking*, que revela os mecanismos que contribuem na geração do material jornalístico, nos mostra que a “notícia” é uma construção, “resultado de um processo de produção definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (notícia)” (TRAQUINA, 2005, p. 180). Diversos fatores influenciam na decisão do que vai ser transformado em notícia, dentre eles os chamados “valores-notícia” ou “critérios de noticiabilidade”

Os critérios de noticiabilidade estabelecem uma rotina produtiva que busca realizar o tratamento de fatos reais e transformá-los em notícias. Nesse sentido, a noticiabilidade pode ser entendida como a base da produção jornalística. É nessa linha que os valores-notícia surgem, para responder sobre quais são os fatos realmente importantes a ponto de serem transformados em notícia (WOLF, 1995, apud LAZZARETTI, 2012, p.17).

Nilson Lage (2001, p.85) pontua seis valores-notícia comumente trabalhados pelos veículos jornalísticos: a proximidade (quanto mais próximo do público é o fato, mais noticiável ele é); a atualidade (fatos recentes e ligados ao momento em que vivemos são mais noticiáveis); a identificação social (fatos com os quais a sociedade consegue se identificar têm mais potencial para serem transformados em notícia); a intensidade (quanto mais forte é o fato, mais noticiável ele é); o ineditismo (só é notícia, se é algo ainda não noticiado); e a identificação humana (fatos que abordem aspectos humanos comumente vivenciados) .

O crime costuma ser um valor-notícia bastante considerado pelas redações, seja pela necessidade de alertar o cidadão para cuidados que ele deve tomar, seja para pressionar o Estado a ofertar mais segurança, seja porque chama a atenção do público, gerando maior audiência. Quando os casos criminais envolvem mortes, eles são ainda mais “noticiáveis”.

(...) onde há morte, há jornalistas. A morte é um valor-notícia fundamental para esta comunidade interpretativa e uma razão que explica o negativismo do mundo. As tragédias no geral atraem o público pelos mais diversos motivos, dentre eles, o alerta, a curiosidade, a informação e o medo. (TRAQUINA, 2005, p.79).

Antenados a esse interesse da audiência, a indústria de entretenimento e produtores de conteúdo digital, de forma geral, vêm apostando no filão de casos criminais. O chamado “*true crime*” (crime real) vêm sendo cada dia mais explorado em documentários, livros, programas de TV, séries no *streaming*, filmes, *podcasts* e canais no *YouTube*, *Instagram* e *TikTok*. De acordo com levantamento feito pela *Kantar Ibope Media*, em 2020 o gênero foi o

segundo mais consumido no formato *podcast*. *Podcasts* como “Praia dos Ossos”, que conta a história por trás do assassinato da socialite Ângela Diniz, produzido pela Rádio Novelo, e “Caso Evandro”, que trata do desaparecimento do menino Evandro Ramos Caetano, no início dos anos 1990, em Guaratuba, no litoral do Paraná, produzido por Ivan Mizanzuk, no Projeto Humanos, tornaram-se verdadeiros sucessos, com milhões de ouvintes e downloads. Os dois casos são representativos de um *true crime* feito com rigor e ética jornalística (eles envolvem profissionais de jornalismo e outras áreas da comunicação em suas produções e foram feitos com base em muitas pesquisas, fontes e cruzamento de informações; muito trabalho de apuração dos fatos).

Mas nem todas as divulgações de casos criminais hoje são produzidas desta forma. Muitos casos criminais narrados no *YouTube* e em outras mídias sociais por indivíduos sem formação ou conhecimento das técnicas e princípios jornalísticos acabam por oferecer um conteúdo frágil, com inconsistências e marcado pelo desrespeito aos envolvidos.

A busca por um “clique” do público faz com que títulos desses vídeos sejam escritos de forma sensacionalista, irresponsável ou com falta de contexto. Não é incomum encontrarmos títulos como: “Modelo do OnlyFans MATOU o próprio namorado?”, do canal do *YouTube* “Horror das Minas”; “UM EX DA MÃE DELA FEZ ALGO HORRÍVEL COM ELA”, do canal “Scarlett Marcondes”; e “Sua MÃE e PADRASTO ESCONDIAM um TERRÍVEL SEGREDO”, do canal “Casos Criminais”.

Isso se dá, pois os influenciadores sabem que usar frases mais curtas e com palavras impactantes ajuda a chamar a atenção do público, muito mais do que um título mais preciso e responsável, como ensinado nas faculdades de jornalismo.

Assim, esta é uma questão não apenas de provável falta de conhecimento das técnicas de redação jornalística (por não escrever um título de forma adequada), mas de ignorar os preceitos da ética jornalística, que explicitamos anteriormente no Código da Profissão, propositalmente, com o objetivo de obter audiência.

Além disso, há o atropelo da objetividade jornalística. Muitos vídeos de narração de casos criminais são repletos da emissão de opiniões irresponsáveis em relação ao caso. Ao longo da narração, adjetivos ancorados em juízo de valor e posicionamentos parciais, sem fundamentação em provas e documentos, são utilizados para descrever o caso e seus personagens, o que quebra toda a expectativa por um pouco de profissionalismo.

Assumir acontecimentos e diálogos entre pessoas, sem checagem, também é uma prática comum nesses vídeos. Por exemplo, dizer que o crime foi cometido, porque uma certa pessoa tomou uma certa atitude ou teve uma certa fala. Algumas vezes familiares, amigos e o suspeito do crime são acusados por alguns destes influenciadores antes que as autoridades competentes tenham se manifestado.

Na obra “A apuração na notícia: métodos de investigação na imprensa”, Luiz Costa Pereira Júnior (2006) assevera que faz parte da produção jornalística selecionar fatos, avaliá-los e somente comunicá-los, quando eles tiverem todas as suas facetas preenchidas e verificadas.

Apresentar apenas uma versão da situação ou metade dos fatos significa manipular os dados. Se a apuração dos fatos, por alguma razão, não pôde ser feita de maneira adequada e, mesmo assim, o veículo opta por noticiar o acontecimento, sem deixar registrado para o público que não foi possível apurá-lo bem, ele deixa de fazer um jornalismo ético. (PEREIRA JÚNIOR, 2006). Trazendo essa observação para o campo das divulgações criminais feitas por influenciadores, é possível notar que muitas vezes os vídeos trazem apenas parte das informações sobre um fato, normalmente a parte que interessa para chamar a atenção do público e ganhar em visualizações.

Para Pereira Júnior, o jornalismo só obtém o equilíbrio entre o pró e o contra, quando apresenta os diferentes ângulos da notícia, quando faz apresentação das partes ou das possibilidades em conflito.

2.3 Análise de vídeos dos canais “Bruno Villas”, “Fatos Sinistros - Por Mirla Prado” e “Cafezinho Investigativo”

Dada a grande quantidade de canais de conteúdo e perfis nas mídias sociais que se dedicam a abordar crimes reais, esta pesquisa selecionou, para análise, três vídeos produzidos por diferentes influenciadores digitais na plataforma *YouTube*. São eles: “O CASO DE “AMOR” MAIS BIZARRO QUE VOCÊ VAI OUVIR | O FINAL É SURPREENDENTE”⁶, do canal “Fatos Sinistros - Por Mirla Prado”, que tem à frente a influenciadora Mirla Prado; “HOMEM NÃO ACEITA A TRAIÇÃO E FAZ ALGO HORRÍVEL | CASO ALEJANDRA ICO CHUBB”⁷, do canal “Bruno Villas”, que tem à frente o influenciador Bruno Villas; e, finalmente, o vídeo de título “MATOU OS PAIS, CORTOU E COZINHOU COMO CHURRASQUINHO | Caso Henry Chau”⁸, do canal “Cafezinho Investigativo”, que tem à frente a influenciadora Luiza Akemi.

Mirla possui 405 mil inscritos, Bruno conta com 202 mil pessoas em seu canal e Luiza possui 280 mil inscritos. Ao todo, Mirla possui 38.9 milhões de visualizações em seu canal, Bruno possui 27.7 milhões e Luiza, 17.9 milhões. Os três não têm formação acadêmica em jornalismo.

⁶Disponível em:< <https://www.youtube.com/watch?v=LEiTVaecnQ>>. Acesso em: 22 nov. 2022.

⁷Disponível em:< https://www.youtube.com/watch?v=Nfxi_S0fNPc> Acesso em: 15 fev. 2023.

⁸Disponível em:< <https://www.youtube.com/watch?v=Q8JL5nYnO0c>> Acesso em: 22 mar. 2023.

O vídeo “O CASO DE “AMOR” MAIS BIZARRO QUE VOCÊ VAI OUVIR | O FINAL É SURPREENDENTE”, do canal “Fatos Sinistros - Por Mirla Prado”, trata do assassinato de uma mulher, Cari Farver, ocorrido em 2012, motivado por ciúmes de Shanna Golyar de Farver por conta de seu envolvimento sexual com Dave Kroupa, nos Estados Unidos. Logo no título, há uma tentativa de chamar a atenção do internauta, usando termos como “mais bizarro” e “surpreendente” para atrair cliques. A partir de 1 minuto e 2 segundos, a fala da influenciadora aparece carregada de estratégias para chamar a atenção do público, também na linha do sensacionalismo:

Gente, hoje vou contar uma história de amor que, sinceramente, é uma das histórias mais bizarras, senão a história mais bizarra, que você vai ouvir na sua vida. Para mim, ela está juntamente com “sequestrada a luz do dia” (...) uma trama que parece que foi feita por um roteirista de Hollywood de tão bizarra que é. (...) escuta esse caso, que vocês vão ficar assim, ó (enquanto faz expressão facial de queixo caído) (PRADO, 2023, online).

O título, somado a essa postura, conflita com o que diz o Artº 11, do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, que destaca que o jornalista não pode divulgar informações de caráter sensacionalista, “especialmente em cobertura de crimes e acidentes”.

Mirla divide o vídeo em subtemas, para ajuda o público a entender o acontecimento. Eles são: “QUEM ERA CARI FERRER”, aos 5 minutos e 56 segundos; “DE VOLTA A 2012”, aos 21 minutos e 38 segundos; e “O JULGAMENTO”, aos 37 minutos e 56 segundos.

O longo de todas essas subpartes do vídeo, conforme vai apresentando informações sobre o caso, a influenciadora segue no tom sensacionalista. Além disso, não comenta sobre de onde vieram os dados que utiliza em sua produção, ou seja, as fontes. De acordo com ela, pesquisas sobre o caso são realizadas para a produção de seus vídeos, porém, o telespectador fica refém da palavra de Mirla, tendo em vista que não se sabe se as informações foram tiradas de sites/vídeos/artigos de pessoas formadas em jornalismo ou em alguma área correlata.

No final do vídeo, aos 40 minutos e 54 segundos, Mirla faz um comentário que faz jus ao nome de seu canal: “Esse foi o fato sinistro de hoje” (PRADO, 2023, online).

O segundo vídeo que destacamos para análise é o do canal Bruno Villas, do influenciador com o mesmo nome, intitulado “HOMEM NÃO ACEITA A TRAIÇÃO E FAZ ALGO HORRÍVEL | CASO ALEJANDRA ICO CHUBB”.

Alejandra Ico Chubb foi uma mulher, moradora da Nicarágua, que foi torturada e morta por seu marido Mario Tut Ical em 2018. O título do vídeo dá a entender que a mulher sofreu uma grave consequência por trair seu marido. A palavra “horrível”, sem detalhamento do que ocorreu, é utilizada para chamar a atenção do internauta, para que, curioso, ele venha a clicar no vídeo.

O influenciador Bruno expressa sua opinião sobre a aparência de Mario aos 4 minutos e 14 segundos, de forma desrespeitosa:

Na visão da mulher, ele era um homem alto, charmoso e cheiroso. E eu digo “na visão dela” porque eu discordo totalmente, tá, pessoal? Mas é aquilo, né. Gosto não se discute. Se ela achava tudo isso desse embuste, quem sou eu para julgar, né? (VILLAS, 2023, online).

Desnecessário para entender a história, o comentário entra em choque com o Art. 12º do Código de Ética dos Jornalistas que diz que o profissional da área “deve tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar”.

Ao longo de sua narração, Bruno se mostra pessoalmente envolvido com a história, prossequindo com declarações carregadas de opinião, sem se preocupar em expor suas emoções e julgamentos. Desta forma, deixa de ser uma narração objetiva, que se atém aos fatos. Apesar de que há muitas vezes em que o jornalismo visivelmente se posiciona ao lado da vítima, Bruno toma esta atitude de maneira bem mais explícita.

Aos 10 minutos e 59 segundos, ele comenta sobre um vídeo que vazou na internet que mostrava os últimos momentos de vida da mulher:

Nesse meio tempo eles gravaram os últimos momentos de vida da mulher, e essas imagens foram compartilhadas na internet. Eu vi essas imagens, e de verdade? Eu acho que nem vou dormir essa noite. Eu acho que foram as imagens mais horríveis e mais fortes que eu já vi. (VILLAS, 2023, online).

Ao fazer tal comentário, ele tenta despertar curiosidade em seus telespectadores para assistirem ao vídeo, o que, além de expor a vítima, em nada acrescenta em termos de informações importantes para entender o crime. Tal conduta vai de encontro ao trecho do Art. 6º do Código de Ética dos Jornalistas, no Capítulo II, que diz que o profissional da área precisa respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão.

Assim como Mirla, Bruno não expõe as fontes de onde tirou as informações do vídeo, de forma que o telespectador fica sem saber se os dados ali apresentados foram comprovados por jornalistas ou pessoas com autoridade de fala sobre o crime.

Bruno contextualiza a vida pessoal dos envolvidos no crime antes de começar a contar o caso, contando de qual país e cidade são, suas relações com suas famílias, se possuem filhos, suas situações financeiras e como terceiros os descreviam antes de o crime acontecer. Após as descrições, explica como eram as relações pessoais de cada um dos envolvidos e, a partir daí, conta a história de forma cronológica, até chegar à sentença dos culpados. De novo, o telespectador fica sem saber de onde ele retirou todas essas informações.

O terceiro vídeo analisado neste estudo é o do canal “Cafezinho Investigativo”, de Luiza Akemi, intitulado “MATOU OS PAIS, CORTOU E COZINHOU COMO “CHURRASQUINHO” | Caso Henry Chau”. O vídeo conta o caso de Cau Wing-Ki, 65 anos, e Siu Yuet Yee, 62 anos, mortos pelo filho Henry Chau. O título, claramente sensacionalista, se

diferencia por buscar chamar a atenção do público destacando o passo a passo da barbaridade envolvida no crime. Diferente dos títulos dos outros vídeos analisados, a influenciadora não tenta causar um suspense. Sua estratégia é chamar a atenção exatamente pela própria natureza cruel do crime.

Na altura de 1 minuto e 10 segundos, Luiza avisa aos seus telespectadores que aquele vídeo será "mais pesado do que o normal", para que pessoas mais sensíveis tenham ciência disso antes de começarem a assistir, pois poderiam se sentir perturbadas. O aviso poderia até parecer um cuidado com a audiência, se a influenciadora não tivesse usado antes mecanismos para chamar a atenção do leitor, chocando-o, como explicitar o passo a passo do crime no título.

Akemi comenta sobre sua hipótese em relação a como Henry se sustentava financeiramente. Nesse momento, diz que as fontes que usou como base para a produção de seu vídeo não deixam essa questão clara: "Eu imagino que eram os pais do Henry que o bancavam, porque ele nunca teve um trabalho fixo, então acredito que ele não tinha dinheiro o suficiente para ser financeiramente independente" (AKEMI, 2023, online).

Há mais um momento, aos 5 minutos e 5 segundos, em que ela menciona a falta de clareza das fontes sobre dados da história: "O que acontecia de verdade nesta casa provavelmente nunca saberemos, se os pais (do assassino) eram realmente muito exigentes ou se o Henry era meio preguiçoso e não se esforçava o suficiente" (AKEMI, 2023, online).

Ao longo do vídeo, Akemi evita dizer algumas palavras por conta das políticas do *YouTube* que desmonetizam vídeos que possuem termos de linguagem inadequado ou relacionados a questões como violência e incitação ao ódio. É possível perceber isso, por exemplo, a partir dos 6 minutos e 40 segundos:

Eu não sei como falar isso sem o *YouTube* bloquear o meu vídeo, mas no "blablabla-zismo (referindo-se ao nazismo) (...) Ele até chegou a usar a foto do Adolf, vocês sabem quem, como "icon" de perfil nas suas redes sociais (AKEMI, 2023, online).

Diferentemente dos outros influenciadores, Akemi não emite opiniões pessoais sobre o caso que desrespeitem os envolvidos e disponibiliza os links de suas fontes na descrição de seu vídeo, que somam 11 no total; elas variam entre uma página sobre o caso na *Wikipédia*, oito reportagens/notícias de jornais online, um vídeo no *YouTube* e um podcast no *Spotify*. Dessa forma, mesmo podendo-se questionar a credibilidade de algumas dessas fontes, o telespectador tende a ter mais confiança nos dados que ela passa.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Narrativas *true crime* são populares na internet, sendo assim, é possível ganhar renda e popularidade relatando-as nas mídias sociais, atingindo milhares de visualizações e compartilhamentos. Todavia, narrar casos criminais que envolvem pessoas e vítimas reais é algo que deveria ser feito com responsabilidade e, de fato, isso é exigido em se tratando de um profissional formado em jornalismo.

Conforme apontamos no desenvolvimento deste artigo, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros apresenta diferentes normas e princípios que buscam garantir que a narrativa de casos policiais seja feita de forma adequada, respeitando as vítimas, familiares, amigos e até mesmo aqueles que são suspeitos ou já se tornaram acusados, evitando opiniões jocosas e irresponsáveis, julgamentos e criminalizações antecipadas, além de buscar o combate ao sensacionalismo. O ensino desse código é feito comumente na universidade nas disciplinas de Ética e Legislação, mas, como pontuam Bucci, Karam e Rocha, ele aparece de forma transversal (ou ao menos deveria aparecer) em todas as disciplinas da matriz do curso de Jornalismo. Além disso, quem atua profissionalmente na área, após ter se formado, continua a ter formação ética dentro das redações jornalísticas, que possuem manuais de com normas de conduta e diferentes princípios. Essas redações, como destaca Bucci e Karam, deveriam investir permanentemente no treinamento ético de seus profissionais, ainda mais em se tratando da cobertura da área criminal que, por si só, tende a chamar a atenção do público, em especial quando envolve mortes. Nesse caso, também como apontamos antes, atende diretamente a um valor-notícia.

O problema aqui enfocado, e que constatamos na análise dos três vídeos selecionados, é que há uma tendência de casos criminais narrados por indivíduos sem formação acadêmica no jornalismo, ou mesmo vivência dentro de uma grande redação. E, exatamente por isso, muitos desses conteúdos acaba por trazer uma série de problemas, dentre os quais o não apontamento das fontes de informação, o desrespeito aos envolvidos, opiniões sem embasamento e recursos sensacionalistas para se alcançar mais visualizações. E, justamente por não serem jornalistas, não é possível cobrar desses influenciadores digitais uma atitude no sentido de atender o Código da profissão.

Tal situação nos leva a pensar na necessidade de se discutir uma forma de controle desse conteúdo que, embora não se encaixe exatamente no quesito da desinformação (*fake news*), pode ser classificado, ao menos, como uma *junk news* (notícia de baixa qualidade), já que traz informações que não podem ser checadas ou com pouca credibilidade. É importante debater essa questão, já que esse tipo de conteúdo pode levar a linchamentos virtuais e até presenciais, quando incita, por exemplo, ao ódio

Na faculdade de jornalismo, também são ensinadas técnicas de apuração e checagem dos dados, fazendo com que o profissional seja capacitado a realizar este tipo de narrativa de maneira correta. Obviamente que muitos vídeos feitos por influenciadores não formados na

área não conseguem contemplar esse aspecto, justamente pelo desconhecimento dessas técnicas.

Por todos argumentos acima colocados, fica evidente o quanto o jornalismo, mesmo em tempos em que todos podem produzir e divulgar o conteúdo que desejam, continua exercendo um papel importante, como curador de dados, tratando casos criminais com mais responsabilidade e rigor ético. É claro que deslizos também são cometidos por profissionais formados na área e pelos veículos de imprensa (e não faltam exemplos deles na própria obra de Eugênio Bucci). É preciso destacar também que muitos influenciadores não formados no jornalismo produzem seus conteúdos consultando fontes de credibilidade, sem dar opiniões infundadas ou desrespeitar os envolvidos em um crime, ou, ainda, sem usar subterfúgios sensacionalistas. Nem todos produtores de conteúdo digitais agem de forma irresponsável.

No entanto, a formação acadêmica no jornalismo sempre se apresenta como oferecedora de um norte teórico e um ferramental importante para que a narração do *true crime* seja feita de maneira adequada, sem que se crie olhos negativos para a popularização do gênero.

4. REFERÊNCIAS

BUCCI, Eugênio. **Sobre a Ética e Imprensa**. São Paulo: Schwarcz, 2000.

FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas. 2007.

KARAM, Francisco José. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

_____. **A Ética Jornalística e o Interesse Público**. São Paulo: Summus, 2004

LAGE, N. **Ideologia e técnica de notícia**. 3ª ed. Florianópolis: Insular, 2001. Disponível em: <http://nilsonlage.com.br/wp-content/uploads/2015/04/Ideologia_comp_.pdf>. Acesso em: 10 out. 2022.

LAZZARETTI, V. **Blog Jornalismo B e a crítica da mídia**: Uma releitura dos fatos noticiados. 2012. 60 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo). Faculdade de Artes e Comunicação, Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo. Disponível em: <http://repositorio.upf.br/bitstream/riupf/190/1/PF2012Vanessa_Lazzaretti.pdf>. Acesso em: 10 out. 2022.

ONU. Declaração Universal dos Direitos Humanos. 1948. Disponível em: < <<https://brasil.un.org/pt-br/91601-declara%C3%A7%C3%A3o-universal-dos-direitos-humanos>>. Acesso em: 3 maio 2023.> . Acesso em: 3 maio 2023.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A Apuração da Notícia**. Métodos de Investigação na Imprensa. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

ROCHA, Paula Melani. **A importância da formação do profissional jornalistas e sua relação com o meio ambiente social no século XXI**. BOCC, 2008a. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rocha-paula-importancia-da-formacao-do-jornalista.pdf>> Acesso em: 18 nov. 2022.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: A tribo jornalística, uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005. Disponível em: <https://edisdisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537285/mod_resource/content/1/teorias-do-jornalismo-vol-2-nelson-traquina.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2022.

CONTATOS

luanadglevasier@gmail.com e patricia.marcos@mackenzie.br