



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS

ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO GRADUAÇÃO

EM JORNALISMO

**PODCAST - A ÚLTIMA PALAVRA: A ESPETACULARIZAÇÃO DA
MORTE NO JORNALISMO**

HENRIQUE ALMEIDA CHIARELI BARROS SANT'ANNA

Goiânia

2025

HENRIQUE ALMEIDA CHIARELI BARROS SANT'ANNA

**PODCAST - A ÚLTIMA PALAVRA: A ESPETACULARIZAÇÃO DA
MORTE NO JORNALISMO**

Trabalho de Conclusão apresentado como
requisito para obtenção do título de
Bacharel em Jornalismo, sob orientação do
Professor Doutor Rogério Pereira Borges.

GOIÂNIA

2025

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha família, por todo o apoio, carinho e incentivo para sempre buscar ser melhor naquilo que faço. Agradeço não só aos meus pais, mas também a meus avós, tios e primos que, mesmo distantes, sempre fizeram questão de estarem presentes.

Agradeço a meu orientador, professor Rogério Borges, por toda a orientação, paciência, mentoria e debates que tivemos durante essa longa jornada juntos, que começou na iniciação científica no primeiro semestre de 2024 e continuou até ser concluída agora em 2025. Algo que certamente jamais seria possível sem ele.

Agradeço a toda a turma de alunos do jornalismo pelos bons momentos, risadas, elogios, incentivos e debates, em especial meus dois grandes amigos, Yan e Diego, que me ajudaram e me acolheram quando estava nas primeiras semanas do curso, após entrar com quase um mês de atraso. Esses momentos foram essenciais para me identificar com o curso e ter a grande vontade de continuar fazendo parte da turma.

Agradeço a toda a equipe de jornalistas do TCM-GO, em especial o meu chefe durante o estágio, Sr. Sílvio José, e os profissionais Luiz Luz e Luciana Brites, pois suas orientações, lições e convivências durante o meu período de estágio foram essenciais para moldar quem sou hoje, e este trabalho jamais seria possível sem isso.

Agradeço a meu grupo de amigos do ensino médio, que apesar de não nos encontrarmos mais com tanta frequência, sempre estiveram presentes em minha vida e proporcionaram inúmeros momentos de leveza e diversão que combatiam o estresse e pressão da vida acadêmica.

“Que a força esteja com você. Sempre”

Leia e Luke Skywalker (Star Wars)

RESUMO

O jornalismo contemporâneo tem o dever de informar com ética e precisão, sejam as informações de interesse público, o inédito ou o que causa choque e impacto. Entretanto, a abordagem adotada pelos veículos noticiosos e pela mídia em geral sobre mortes, tema central deste trabalho, revela-se, muitas vezes, tendenciosa e vinculada a alguns padrões problemáticos, sendo, não raramente, antiética. Este trabalho, um podcast de 4 episódios intitulado *A Última Palavra: A Espetacularização da Morte no Jornalismo*, propõe-se a investigar e debater sobre como a morte é tratada pela mídia e veículos de notícias, contando com entrevistas de professores e profissionais da área. Além disso, este trabalho foi originado a partir da pesquisa de iniciação científica “Além da Tragédia: Explorando a morte no jornalismo”, desenvolvida na PUC Goiás, que analisou essa disparidade, focando em três categorias: violência, morte íntima e celebridades. O estudo recorreu a teóricos sobre o jornalismo, sobretudo em relação a critérios de noticiabilidade e a tendência à espetacularização, mostrando que essa prática não é recente, mas intrínseca ao jornalismo desde suas origens. A pesquisa busca reflexões sobre ética jornalística e melhoria na cobertura de temas sensíveis.

Palavras-chave: podcast, morte; ética; sensacionalismo; celebridades

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
REFERENCIAL TEÓRICO	14
1.1. Critérios de Noticiabilidade.....	14
1.2. Figuras Públicas vs. Pessoas Comuns	21
1.3. Sensacionalismo e <i>Fait Diver</i>	24
1.4. Espetacularização	27
1.5. Mídias e redes sociais digitais	31
1.6. Linguagem Radiofônica e Podcast	39
DESCRIÇÃO DO PRODUTO	45
1.7. Episódios	45
DIÁRIO DE PRODUÇÃO	51
1.8. Confeção dos Roteiros.....	51
1.9. Escolha do BG.....	52
1.10. Entrevistas	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56
ANEXOS	59

INTRODUÇÃO

A morte sempre foi uma das maiores pautas do jornalismo, tanto por sua dimensão universal – afinal, é a única certeza que todos os seres vivos compartilhamos –, quanto por sua carga emocional, capaz de mobilizar famílias, grupos e sociedades inteiras. No entanto, a forma como o jornalismo narra a morte varia conforme os critérios de noticiabilidade, o interesse público e, sobretudo, a posição social de quem morre. Algumas mortes são transformadas em grandes homenagens e ganham retrospectivas extensas, já outras tornam-se apenas estatísticas em notas rápidas, e há ainda aquelas que se convertem em espetáculos sensacionalistas, explorando a dor como ferramenta de audiência.

A espetacularização da morte é um fenômeno que se intensifica com a lógica do jornalismo contemporâneo, marcado pela disputa de cliques, curtidas e pela necessidade de impacto imediato. Essa prática coloca em evidência dilemas éticos e morais sobre os limites da cobertura jornalística: até onde vai o dever de informar e onde começa a exploração da tragédia?

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como objetivo analisar a cobertura da morte no jornalismo, observando as diferenças entre tratamento e tendências dessas coberturas em notícias sobre figuras públicas e pessoas comuns, além de refletir sobre como o sensacionalismo e os critérios de noticiabilidade moldam a narrativa. Para tanto, foi realizado um levantamento bibliográfico, com autores como Gislene Silva (2005), Roland Barthes (1999) e Tobias Peucer (2004), além de uma pesquisa de Iniciação científica da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GO) com análise de matérias de veículos nacionais como G1, CNN Brasil e Metrôpoles.

Como produto final, este trabalho foi adaptado para um Podcast dividido em quatro episódios, explorando a linguagem radiofônica e os recursos de *storytelling* como forma de levar o debate para além da academia e alcançar diferentes públicos. Os episódios do Podcast foram pensados, desenvolvidos e roteirizados com o objetivo de cada um abordar um aspecto diferente, e igualmente importante sobre a cobertura de mortes sensacionalistas no jornalismo. O primeiro episódio, centrado em dimensionar e introduzir o tema do podcast, explicando, também, porque a morte é um tema tão interessante e notório. O segundo, o mais teórico e conteudista dentre os quatro, traz uma visão mais técnica e aprofundada sobre critérios de noticiabilidade e como isso aparece em notícias mórbidas.

O terceiro episódio, o mais “cinemático” dos quatro, explora afundo as coberturas de mortes de celebridades que mais marcaram o Brasil e o mundo, como Sílvio Santos, Ayrton Senna e entre outros, debatendo sobre como essas notícias foram feitas e comparando com as que abordam pessoas anônimas. O quarto e último episódio explora detalhadamente o sensacionalismo nas redações e como isso fere diretamente a ética jornalista, além de trazer uma conclusão ao tema do podcast apontando caminhos sobre como mitigar esse cenário.

A morte é um fenômeno social, simbólico e comunicacional, um evento que mobiliza sentimentos, desperta curiosidades e molda narrativas. No jornalismo, ela adquire dimensões próprias: é construída, interpretada e transmitida segundo critérios de noticiabilidade, interesses editoriais, valores de audiência e, muitas vezes, sob a pressão do tempo e do impacto. Assim, investigar como a morte é tratada pela mídia é, na verdade, investigar como a sociedade lida com a própria finitude, com a dor e com o espetáculo.

A proposta deste trabalho é justamente analisar as diferentes formas de abordagem que o jornalismo confere à morte, especialmente quando ela atinge figuras públicas, celebridades, artistas, políticos e pessoas de notoriedade, em contraste com a cobertura de casos envolvendo cidadãos comuns. Essa comparação revela como o valor-notícia se transforma de acordo com quem morre, e não necessariamente pelo acontecimento em si. A morte de uma figura famosa, por exemplo, é quase sempre transformada em narrativa de comoção nacional, repleta de lembranças, homenagens, reconstituições e memórias afetivas. Já a morte de uma pessoa anônima tende a ser relatada com frieza, sensacionalismo e com a única intenção de atrair cliques, frequentemente reduzida a uma notícia de consumo rápido que logo é esquecida. A diferença de tratamento, portanto, expõe as dinâmicas do poder simbólico e midiático: quem tem visibilidade em vida continua a ter até mesmo após a morte.

O trabalho também se propõe a refletir sobre como o sensacionalismo, os critérios de noticiabilidade e a economia da atenção influenciam essas coberturas. Em um cenário em que a informação se mistura com o entretenimento, e em que a audiência dita as regras do jogo, a morte passa a ser explorada como um espetáculo midiático, um recurso narrativo que prende o olhar, provoca emoções intensas e, inevitavelmente, gera cliques, curtidas e compartilhamentos. Nesse contexto, surgem dilemas éticos profundos, como até que ponto é legítimo explorar a dor humana em nome do interesse público? Onde

termina o direito à informação e começa a invasão da privacidade? O que distingue a reportagem informativa da exploração sensacionalista da tragédia?

Ao abordar essas questões, o trabalho cumpre um papel social fundamental de promover uma reflexão ética e crítica sobre o fazer jornalístico contemporâneo. Num mundo saturado de imagens, vídeos e manchetes chocantes, a cobertura da morte se torna um espelho da própria sociedade, que consome o sofrimento com curiosidade e empatia em doses desiguais, dependendo de quem é a vítima. Refletir sobre isso é, portanto, refletir sobre o modo como a comunicação molda nossas percepções da vida, da dor e do outro.

Entre os objetivos centrais da pesquisa estão analisar as diferenças de tratamento nas coberturas jornalísticas sobre mortes de figuras públicas e pessoas comuns; identificar as estratégias narrativas utilizadas para gerar comoção e audiência; compreender a influência dos critérios de noticiabilidade e das práticas sensacionalistas na forma de narrar a morte; e discutir os limites éticos do jornalismo ao tratar de temas que envolvem sofrimento, privacidade e dignidade humana. Além disso, a pesquisa busca contribuir para o fortalecimento de um jornalismo mais responsável, consciente e comprometido com o respeito às vítimas e às suas famílias, sem deixar de lado a relevância pública da informação.

Um dos pontos mais significativos deste trabalho foi o esforço de incorporar diferentes perspectivas, por meio de entrevistas com profissionais experientes e pesquisadores da área da comunicação e do jornalismo. Essas entrevistas, como a realizada com o professor dos cursos de Jornalismo da PUC Goiás e da UFG e doutor em comunicação, Luiz Signates, e a jornalista experiente em coberturas de casos policiais e redação, Luciana Brites, proporcionaram um panorama amplo e realista sobre os bastidores das redações, revelando as tensões entre o dever de informar e as pressões do mercado, entre o compromisso ético e o apelo comercial. As falas dos entrevistados trouxeram riqueza e profundidade à análise, evidenciando como o jornalista, em meio à dinâmica acelerada das redações e à competição por audiência, precisa constantemente negociar com seus próprios valores e princípios.

Socialmente, a relevância deste trabalho se sustenta na possibilidade de fomentar uma cultura jornalística mais crítica, sensível e, principalmente, ética e empática. Ao questionar as práticas de cobertura da morte e os limites do sensacionalismo, o estudo contribui para o amadurecimento da profissão e para o fortalecimento da credibilidade do jornalismo. Ele também convida o público, leitores, ouvintes, espectadores, a refletirem

sobre seu próprio papel como consumidores de notícias. Afinal, o sensacionalismo só sobrevive enquanto houver demanda por ele.

Por fim, vale destacar o caráter humano deste estudo. Ao longo da pesquisa, percebeu-se que tratar da morte é, inevitavelmente, tratar da vida, de sentimentos, de sonhos interrompidos e de pessoas sofrendo, e de como nos relacionamos com o outro, com a dor e com a empatia (Sontag, 2003; Butler, 2019; Han, 2020). A proposta não é apenas criticar a espetacularização, mas compreender as engrenagens que a produzem e apontar caminhos possíveis para um jornalismo mais consciente, que informe sem ferir, que emocione sem explorar, que compreenda a morte não como mercadoria, mas como um fenômeno que merece ser tratado com profundidade, respeito e humanidade.

O desenvolvimento teórico deste trabalho irá aprofundar as principais discussões que sustentam a análise sobre a espetacularização da morte no jornalismo, explorando as dimensões éticas, narrativas e comunicacionais que moldam a forma como o tema é abordado pela mídia. O objetivo é construir um arcabouço sólido que permita compreender não apenas como as notícias sobre morte são produzidas, mas porque são construídas de determinadas maneiras, e quais valores, sejam eles simbólicos, sociais e mercadológicos, estão por trás dessas escolhas.

Para isso, o desenvolvimento teórico se estrutura a partir de seis tópicos: critérios de noticiabilidade, cobertura da morte de figuras públicas versus pessoas comuns, sensacionalismo e *fait divers*, espetacularização, mídia e redes sociais digitais, e linguagem radiofônica e podcast.

O primeiro tópico, os critérios de noticiabilidade, busca compreender as razões pelas quais certos acontecimentos são transformados em notícia enquanto outros permanecem à margem. Baseando-se em autores como Gislene Silva (2005), Traquina (2005) e Pena (2010), a discussão parte do princípio de que o valor-notícia é um construto social, e que a escolha do que se publica não é neutra, mas carregada de significados, interesses e expectativas de audiência. A morte, dentro dessa lógica, adquire valor não apenas pela sua gravidade, mas pelo contexto, pela identidade da vítima e pelo potencial de comoção que ela carrega. O modo como esses critérios são aplicados revela, portanto, a hierarquização simbólica da vida na mídia, uma vida de maior “valor-notícia” em relação a outras. O aprofundamento desse tema permitirá compreender como o jornalismo lida com o limite entre o interesse público e o interesse do público, um dilema constante nas redações e especialmente sensível quando o assunto é a morte.

O segundo tópico teórico se volta à comparação entre as coberturas de mortes de figuras públicas e de pessoas comuns. Essa parte do trabalho busca analisar como a notoriedade altera a forma como o jornalismo constrói a narrativa sobre a morte (Borges, 2025). Quando uma figura pública morre, o acontecimento transcende o fato e se torna uma celebração de memória, tributo e emoção coletiva. São retomados marcos biográficos, cenas de carreira, reações e declarações de fãs, numa tentativa de transformar a perda em narrativa histórica. Já no caso das pessoas comuns, as mortes tendem a ser apresentadas de modo mais factual, impessoal e até desumanizado, muitas vezes restritas à editoria policial. Essa diferença de tratamento será explorada à luz das noções de capital simbólico (Bourdieu, 2007) e de visibilidade midiática, discutindo como a imprensa reafirma, ainda que inconscientemente, as desigualdades de valor e reconhecimento entre os indivíduos.

No terceiro tópico, a pesquisa aprofunda o debate sobre sensacionalismo e *fait divers*, conceitos fundamentais para compreender a cultura jornalística contemporânea. O *fait divers*, originado na imprensa francesa, como afirma Barthes (1999), refere-se àqueles acontecimentos cotidianos, curiosos ou trágicos, que não têm grande relevância social, mas despertam enorme interesse público. Já o sensacionalismo (Amaral, 2005) é a estratégia que intensifica esses fatos, ampliando sua carga emocional e estética para capturar a atenção do público por meio de “sensações”. Nesse ponto, o estudo analisa como o jornalismo, ao longo das décadas, tem recorrido ao impacto e ao grotesco (Sodré e Paiva, 2014) como forma de garantir audiência, um fenômeno que se intensificou na era digital, com manchetes cada vez mais chamativas e descrições gráficas que ameaçam o limite ético. A discussão parte de exemplos concretos e de reflexões sobre a responsabilidade do jornalista diante da dor alheia, questionando até que ponto a busca por atenção se sobrepõe ao dever de informar com sensibilidade e respeito.

O quarto tópico, a espetacularização da morte, dialoga diretamente com os anteriores e se configura como o núcleo central do trabalho. Aqui, a análise se volta à transformação da tragédia em espetáculo, um processo em que o sofrimento humano é convertido em produto midiático (Morin, 1997; Debord, 2003; Sibilia, 2008). A morte, nesse contexto, deixa de ser apenas um acontecimento e passa a ser um “evento”, algo que precisa ser narrado, ilustrado e consumido. A espetacularização é abordada como um fenômeno que combina elementos estéticos, emocionais e comerciais, encontrando na mídia contemporânea um terreno fértil, especialmente nas plataformas digitais. O desenvolvimento teórico busca compreender de que maneira esse processo molda a

percepção pública da morte, banaliza o sofrimento e reforça a cultura do grotesco e da curiosidade mórbida, traços já observados por teóricos da comunicação (Sodré e Paiva, 2014).

O quinto tópico traz para o debate a influência das mídias e das redes sociais digitais nesse cenário (Levy, 1999; Martino, 2014; Jenkins, 2006). A internet não apenas acelerou o fluxo de informações, mas transformou o modo como o público consome e interage com a morte (Martins et al., 2017; Martins, et al., 2016). Hoje, qualquer pessoa pode registrar, comentar e compartilhar tragédias em tempo real, dissolvendo as fronteiras entre o jornalismo profissional e o amadorismo informacional. As redes sociais criam um novo tipo de espetáculo, onde a morte circula como conteúdo viral, e onde o luto coletivo é, muitas vezes, performado em curtidas e postagens. Este trecho do desenvolvimento teórico analisará a relação entre engajamento e morbidez, refletindo sobre a “economia da atenção” e a forma como o sofrimento se converte em capital simbólico e midiático.

Por fim, o sexto tópico teórico trata da linguagem radiofônica e do formato podcast adotado como o produto prático final desse Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), essenciais para sua compreensão. Essa parte do desenvolvimento busca explorar como a narrativa sonora, baseada na voz, na ambientação e no ritmo, oferece uma experiência mais próxima, sensível e reflexiva sobre o tema da morte. O podcast, enquanto meio jornalístico contemporâneo, permite um diálogo mais humano e intimista com o público, resgatando a essência da oralidade e a escuta como forma de reflexão. Essa linguagem, menos imediatista e mais analítica, é ideal para discutir temas densos como o sensacionalismo e a ética na cobertura jornalística. O trabalho analisará também como o formato de podcast se insere na lógica do jornalismo por demanda, cada vez mais valorizado em tempos de convergência midiática, e como ele representa uma alternativa às narrativas apressadas e espetaculares das mídias tradicionais.

O formato de podcast tem se tornado cada vez mais popular não só no jornalismo, mas na mídia e no entretenimento em geral, sendo um eixo que acumulou um público extenso e fiel. Além disso, o podcast deste trabalho, intitulado como *A Última Palavra*, por mais que o tema atual seja centralizado na Espetacularização da Morte no Jornalismo, há ainda uma forte pretensão de dar continuidade ao trabalho e ao podcast abordando outros temas investigativos no futuro.

A escolha do tema para o podcast veio muito antes de começar o TCC. Ele surgiu a partir da minha pesquisa de Iniciação científica, que fiz sob orientação do professor Rogério Borges, derivado de seu projeto com o tema "O Jornalismo diante da morte". A

pesquisa teve como enfoque "A diferença da cobertura jornalística de mortes de celebridades se comparado a pessoas anônimas", e como resultado, observamos que as notícias de mortes de pessoas anônimas são usadas como um espetáculo midiático para atrair cliques por meio de sensacionalismo e foco em detalhes chocantes e grotescos, enquanto as notícias de mortes de celebridades são tratadas com muito mais respeito, reverência e cheias de homenagens.

A partir disso, foi decidido levar o tema adiante para o TCC, que agora pôde ser abordado de forma muito mais ampla. O tema em si já despertou o meu interesse desde quando me juntei a Iniciação Científica, mas quanto mais tempo trabalhei nele, mais me interessei e vi o quanto ele é importante de se debater, principalmente para nós, jornalistas, que em breve estaremos no mercado de trabalho, onde acontece inúmeros casos de sensacionalismo e jornalismo sem ética. Acredito que trabalhar esse tema no TCC é contribuir para um combate cada vez maior contra essa prática que, na minha opinião, não é jornalismo de verdade.

A escolha pelo podcast como formato para apresentar os resultados deste trabalho está diretamente ligada à natureza do objeto de estudo e ao desejo de aproximar a análise acadêmica de um público mais amplo assim como a capacidade da linguagem radiofônica de criar uma experiência afetiva e de proximidade.

Ao ouvir uma voz, o receptor não apenas recebe informação, mas sente um tom, um ritmo e uma intenção. Portanto, a escolha do formato de podcast foi uma grande oportunidade de explorar mais a fundo essas características do rádio com o objetivo de produzir um material envolvente, teórico, farto de conteúdo e que ao mesmo tempo transporte o ouvinte para aquele universo que está sendo construído.

A escolha do nome para o podcast, *A Última Palavra*, dialoga diretamente com a ideia de morte, tema central do trabalho, pois representa o fim de um ciclo. Além disso, também está diretamente ligada à função do jornalista em ser um guardião da verdade e levar a informação verdadeira, bem apurada e de forma clara para a sociedade.

REFERENCIAL TEÓRICO

1.1. Critérios de Noticiabilidade

O conceito de critérios de noticiabilidade é fundamental para compreender por que certas mortes se tornam notícia e outras não. Conforme aponta Gislene Silva (2005), esses critérios não são regras universais, mas construções sociais e culturais que orientam as redações. Entre eles, destacam-se impacto, notoriedade, proximidade, curiosidade e ineditismo. Essas definições são reforçadas por Nelson Traquina (2005, p.21), que define o próprio jornalismo como “um conjunto de ‘estórias’, ‘estórias’ da vida, ‘estórias’ das estrelas e ‘estórias’ de triunfo e tragédia”.

De acordo com Gislene Silva (2005),

os valores-notícia funcionam como parâmetros que orientam a análise e a produção jornalística, permitindo observar semelhanças e diferenças na escolha e na hierarquização dos acontecimentos pelos diversos veículos de comunicação, além de possibilitar uma leitura histórica e cultural do próprio processo de construção da notícia. (Silva, 2005, p. 6).

Em outras palavras, esses valores-notícia, como impacto, relevância, ineditismo, notoriedade, proximidade e curiosidade, não apenas definem o que será publicado, mas também revelam muito sobre a cultura e o momento histórico em que o jornalismo é produzido. Eles são como lentes pelas quais os profissionais filtram a realidade, selecionando o que é considerado importante ou interessante o suficiente para se tornar público.

Nesse sentido, as reflexões de Nelson Traquina (2005) tornam-se essenciais para expandir a análise. O autor afirma que

[...] os jornalistas interagem silenciosamente com a sociedade, por via dos limites com que os valores sociais marcam as fronteiras entre normal e anormal, legítimo e ilegítimo, aceitável e desviante. As notícias têm uma estrutura profunda de valores que os jornalistas partilham, como membros da sociedade, com a sociedade. Como um todo. Como seus membros. (Traquina, 2005, p. 29).

Em outras palavras, a notícia não é apenas o reflexo do acontecimento, mas o reflexo dos valores de uma sociedade, valores estes que operam de forma tácita e profunda. A observação de Traquina (2005) destaca que os critérios de noticiabilidade não são apenas técnicas profissionais, mas sim práticas impregnadas de moralidades, expectativas coletivas e regimes simbólicos.

Isso significa que notícias sobre morte, violência, tragédia e ruptura, especialmente quando possuem caráter extraordinário ou grotesco, são valorizadas não apenas por seu impacto emocional ou pelo potencial de audiência, mas porque se alinham a valores culturais que definem o que é concebido como perigo, exceção, ruptura ou ameaça. Ou seja, o que se torna notícia também revela limites sociais, ansiedades coletivas e fantasias compartilhadas.

Essa lógica se relaciona diretamente com a afirmação de Pena (2010), que observa que

[...] os fatos podem surgir em qualquer lugar, em qualquer hora. Entretanto, por mais paradoxal que pareça, é preciso colocar ordem para a imprevisibilidade. É nesse momento que os critérios de noticiabilidade, usados como um conjunto de instrumentos e operações que possibilitam ao jornalista escolher os fatos que vão se transformar em notícias, evidenciam-se nos valores-notícia". (Pena, 2010, p. 73).

É justamente nessa tentativa de ordenar o caos dos acontecimentos cotidianos que entram em cena os critérios de noticiabilidade. Para Pena (2010), esses critérios funcionam como um "conjunto de instrumentos e operações" que permitem ao jornalista selecionar, filtrar e hierarquizar o que se converterá em notícia. São, portanto, um mecanismo de racionalização da imprevisibilidade do mundo.

Outro ponto fundamental observado por Traquina (2005, p. 130) é o papel quase institucional do jornalista. Para ele, "o jornalista é claramente definido como o guardião da democracia". Essa compreensão reforça a responsabilidade ética do profissional diante da sociedade, uma vez que cabe ao jornalista escolher, dentre a imensidão de acontecimentos cotidianos, aqueles que devem integrar a vida pública, influenciando percepções, debates e decisões coletivas. Porém, mesmo sendo guardiões da democracia, jornalistas estão sujeitos às pressões do campo jornalístico, que não é homogêneo nem isento de tensões internas.

Quando analisamos o papel dos valores na cobertura da morte, percebemos como eles influenciam diretamente a maneira como diferentes vidas são representadas pela mídia. A morte de uma figura pública, por exemplo, tende a ser amplamente noticiada, justamente porque cumpre múltiplos critérios de noticiabilidade: possui impacto coletivo, desperta identificação emocional e resgata uma trajetória de relevância social. A morte de celebridades como Sílvio Santos ou Pelé, por exemplo, preenche todos esses requisitos: notoriedade (pois são figuras reconhecidas mundialmente), impacto (causam comoção

coletiva), proximidade (integram a memória cultural do público) e curiosidade (geram interesse por detalhes e bastidores).

Já as mortes de pessoas comuns, que não carregam capital simbólico ou midiático, muitas vezes só ganham visibilidade se houver um elemento de excepcionalidade, um crime brutal, uma tragédia comovente ou um detalhe grotesco. “O grotesco implica um compromisso do riso e de suas eventuais categorizações estéticas com tudo aquilo que normalmente se classifica como cruel, vulgar ou grosseiro.” (Sodré, Paiva, 2014, p. 58). Algo que se expande para o trabalho diário do jornalismo. “A morte mais rotineira, por sua vez, alimenta noticiários em todo o mundo, explorada com graus diversos de sensacionalismo, de dramaticidade ou de morbidez.” (Borges, 2025, p. 295). Assim, ao analisar os valores-notícia dentro da perspectiva da morte no jornalismo, é possível compreender como o processo de escolha do que se torna notícia está profundamente enraizado em construções culturais, éticas e mercadológicas.

O jornalismo não apenas informa sobre a morte, ele a enquadra, hierarquiza e transforma em narrativa, muitas vezes reforçando desigualdades simbólicas sobre quem merece ser lembrado e quem é esquecido. Martins et al. (2016, 2017) fazem, nas duas obras, um amplo panorama de como essas lógicas funcionam, demonstrando várias formas de se realizar essa inscrição discursiva.

Nuns casos, a morte é tematizada como ausência. Noutros, é estetizada como desaparecimento. Noutros ainda, a morte é enunciada em termos metafísicos. Um outro tipo de narrativas tematiza a morte pelas suas consequências, ou seja, pelo abandono ou pela desolação que provocam. E, finalmente, vemos a morte enunciada como a catástrofe do humano. (Martins In: Martins et. al, 2017, p. 18).

É nesse ponto que a espetacularização se manifesta com maior intensidade, a dor de famílias comuns é explorada a partir de detalhes chocantes, da ênfase em elementos violentos ou de títulos apelativos que buscam maximizar o impacto imediato. Casos como os de Isabela Nardoni, uma criança assassinada pelo pai e madrasta em 2008, Eliza Samúdio, assassinada em junho de 2010 pelo ex-namorado, o goleiro Bruno Fernandes, ou Suzane Von Richthofen, brasileira condenada pelo assassinato dos próprios pais em 31 de outubro de 2002, por exemplo, foram cobertos sob uma ótica que muitas vezes ultrapassou o relato factual, transformando a tragédia em uma narrativa de longa duração, alimentada por reconstituições, entrevistas dramáticas e exploração midiática. Silva (2005) também chama atenção para o fato de que

[...] os critérios de noticiabilidade são, em última instância, escolhas editoriais influenciadas por valores sociais e pela lógica de mercado. A proximidade com o público, por exemplo, não é apenas geográfica, mas também cultural. Uma tragédia em uma cidade pequena pode receber pouca atenção nacional, enquanto a morte de uma personalidade no exterior pode ocupar as manchetes durante dias. Esse viés mostra que os critérios são, ao mesmo tempo, instrumentos de seleção e também de exclusão, determinando quais vidas são dignas de memória jornalística e quais são rapidamente esquecidas. (Silva, 2005, p. 96)

Outro ponto relevante na análise da autora é a ênfase no caráter histórico dos critérios. Eles não nasceram prontos, mas foram se consolidando com a própria evolução do jornalismo. Desde Tobias Peucer (2004), em 1690, já se observava que fatos extraordinários, guerras e catástrofes tinham mais chances de serem relatados. Essa herança atravessa séculos e se mantém presente no jornalismo atual, que continua a privilegiar aquilo que foge da rotina e causa impacto, mesmo que isso signifique explorar a dor como espetáculo.

Assim, ao aplicar as reflexões de Gislene Silva (2005) ao tema da espetacularização da morte, percebemos que o problema não está apenas em uma prática isolada de alguns veículos, mas em uma estrutura jornalística consolidada que valoriza determinados acontecimentos em detrimento de outros. O jornalismo, ao organizar a morte em categorias distintas, íntima, violenta e de celebridades, revela como os critérios de noticiabilidade operam para transformar a dor em informação, a tragédia em narrativa e, muitas vezes, o sofrimento em mercadoria. Existe até mesmo um contraponto a essa visão que estabelece uma certa hierarquia dos critérios de noticiabilidade, quando o tema é a morte que vem ao conhecimento público via veículos de comunicação.

Ao contrário da percepção de que a morte seria um valor-notícia fundamental (como advoga, por exemplo, Traquina, 2001), estando presente em diferentes narrativas jornalístico-midiáticas, estudos recentes apresentam indícios que essa ‘presença’ é bem mais ambígua. Aqueles que afirmam a visibilidade da morte nos eventos midiáticos têm referência, por um lado, os grandes eventos, que se produzem a partir de catástrofes naturais, incidentes político-sociais, falecimentos de celebridades, além de ocorrências cotidianas que adquirem, por diferentes razões, poder de comoção e mobilização social em larga escala. Por outro lado, tem-se em vista também os acontecimentos rotineiros, ‘pequenos’, típicos dos crimes e assuntos de polícia. Em todos os casos, a morte surgiria como um elemento disruptor do cotidiano e, portanto, adequado à sua captura pelas redes midiáticas. [...] É possível narrar o morrer, é possível reconstituir a vida de quem morre, mas a morte é, nela mesma, um acontecimento desconhecido e inenarrável. (Leal In: Martins et al., 2016, p, 21).

Esse é um debate que envolve ética e também rotinas produtivas. Ainda que o autor supracitado tenha razão em afirmar que a morte é o fato mais previsível e inevitável que existe, é necessário reconhecer, por outro lado, que ele move uma série de elementos

que afetam audiências e pautam a seleção de temas noticiáveis que profissionais do jornalismo realizam em seu cotidiano de trabalho. Pena (2010) aprofunda essa discussão ao afirmar que “a espetacularização da vida toma o lugar das tradicionais formas de entretenimento. Cada acontecimento em torno de um indivíduo é superdimensionado, transformado em capítulo e consumido como um filme” (p. 88). Borges, por sua vez, acrescenta que “quando se faz um inventário de como o Jornalismo agiu para se consolidar em suas diferentes fases, em seus variados espaços, com suas diversas tecnologias, lá está a morte como uma participante onipresente” (2025, p. 19).

Isso significa que a própria vida cotidiana é transformada em narrativa dramatizada, e acontecimentos que deveriam ser informativos se convertem em episódios narrativos voltados ao consumo. A morte, quando inserida nessa lógica, torna-se mais do que um fato, ela se torna um espetáculo. O acontecimento é “romantizado”, expandido, repetido exaustivamente e transformado em entretenimento emocional para o público.

Traquina (2005) descreve o campo jornalístico como dividido entre dois polos:

[...] o pólo negativo do campo jornalístico é o pólo econômico, que associa o jornalismo ao cheiro do dinheiro e a práticas como o sensacionalismo, em que o principal intuito é vender o jornal ou telejornal como um produto que agarra os leitores e ouvintes à audiência, esquecendo valores associados à ideologia profissional." (Traquina, 2005, p. 27-28).

Essa tensão é extremamente relevante quando se discute o tratamento da morte na mídia. O sensacionalismo, frequentemente alimentado por crises econômicas, disputas por audiência e pela lógica do mercado, pode atropelar e ignorar princípios éticos, explorar tragédias humanas e fomentar a espetacularização. Assim, o jornalista, ao mesmo tempo guardião da democracia e trabalhador inserido em uma indústria cultural competitiva, precisa navegar entre a ética e a pressão pelo retorno econômico.

A seleção daquilo que se tornará notícia passa então por um processo complexo que envolve valores, tensões, disputas e filtros. Para explicar esse movimento, Traquina (2005) retoma a teoria do *gatekeeper*, que compreende a produção da notícia como uma cadeia de decisões. Ele afirma que

[...] o processo de produção dessas informações é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, ‘portões’ que não são mais do que áreas de decisões em relação às quais o jornalista, o *Gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não." (Traquina, 2005, p. 150).

Cada *gate* é um filtro, e cada filtro é condicionado por critérios de noticiabilidade que envolvem relevância, impacto, novidade, proximidade, conflito, excepcionalidade, e, no caso da morte, elementos como tragédia, violência e ruptura.

Portanto, os critérios de noticiabilidade funcionam como uma chave interpretativa para compreender as diferenças de cobertura entre a morte de figuras públicas e a morte de pessoas comuns. Enquanto as primeiras se tornam símbolos de memória coletiva, as segundas frequentemente são exploradas de forma sensacionalista ou esquecidas rapidamente. A contribuição de Silva (2005), portanto, é essencial para fundamentar este TCC, pois ajuda a entender que a espetacularização da morte não é um desvio ocasional do jornalismo, mas uma consequência direta da lógica estrutural que organiza a notícia e a transforma em produto de consumo.

É interessante observar que, já em 1690, Tobias Peucer (2004) antecipava essa lógica em *Os Relatos Jornalísticos*. Ele identificava que apenas fatos curiosos, trágicos ou extraordinários eram selecionados para circulação impressa. Ou seja, o jornalismo sempre teve como essência narrar aquilo que causa impacto e desperta interesse, mesmo que isso implique priorizar a espetacularização.

Peucer (2004) observava que nem tudo que acontece vira relato impresso, ou seja, a seleção das informações já era guiada por critérios que antecipavam o que hoje chamamos de critérios de noticiabilidade. Ele entendia que os relatos mais chocantes, curiosos ou impactantes, como por exemplo as guerras ou grandes catástrofes, tinham maior probabilidade de circular mais e chamar atenção, uma lógica que ainda define muitas manchetes de veículos jornalísticos atuais, como o site Metrôpoles, especialmente quando se trata de tragédias ou mortes.

Ou seja, o que Peucer (2004) viu em 1690, a tendência de valorizar o extraordinário e o dramático, é exatamente o que vemos hoje no jornalismo, quando tragédias pessoais ganham contornos sensacionalistas, principalmente quando envolvem pessoas comuns. Assim, o pensamento de Tobias Peucer (2004) ajuda a entender que a estrutura da notícia como produto de interesse e consumo social sempre esteve ligada a escolhas narrativas e editoriais, que nem sempre priorizam o respeito à dor alheia. Ele antecipou, com clareza surpreendente, as tensões éticas que ainda marcam o jornalismo: entre informar e atrair atenção, entre relatar com sobriedade e explorar o impacto. Como afirma Miquel Rodrigo Alsina (2009),

um acontecimento passa a ter valor informativo quando alguém o utiliza, em um momento específico, para dar sentido à própria vivência. De modo mais

amplo, podem ser considerados eventos públicos aqueles fatos que ajudam a organizar a vida coletiva e pelos quais uma sociedade constrói e compartilha, de forma simbólica, a compreensão de seu passado, de seu presente e de seu futuro. Já um tema pode ser entendido como uma informação que pode ser empregada de maneiras diversas, e até contraditórias, dependendo do contexto e da intenção de quem o aborda. (Alsina, 2009, p.2).

Essa frase do autor sintetiza um dos pontos mais importantes da teoria da notícia: a notícia não nasce do fato em si, mas do uso que se faz dele. Um acontecimento só se torna informação quando alguém, no caso, o jornalista, o veículo ou o público, atribui sentido a ele dentro de um contexto social. Essa transformação não é automática nem objetiva, ela depende de uma série de filtros culturais, simbólicos e editoriais. Assim, a notícia é menos o reflexo da realidade e mais uma forma de organizá-la, de estruturar a experiência social através de narrativas compartilhadas.

Ao falar em eventos públicos, Alsina (2009) amplia essa ideia ao destacar que certos acontecimentos extrapolam o âmbito individual e passam a exercer uma função simbólica na sociedade. São eventos que unem a coletividade em torno de um sentimento ou de uma memória comum, como o falecimento de uma grande personalidade pública, uma tragédia nacional ou uma conquista histórica. Nesse sentido, esses acontecimentos ajudam a construir o imaginário coletivo, servindo como marcos que definem o que uma sociedade escolhe lembrar, comemorar ou lamentar.

Por exemplo, a morte de Ayrton Senna, de Pelé, da Rainha Elizabeth ou de Silvio Santos são episódios que ultrapassam o noticiário e se tornam parte do patrimônio emocional de um povo. A imprensa, ao narrar esses eventos, não apenas informa, ela atua como mediadora da memória social, dando forma e significado ao modo como um país se percebe diante da perda.

A partir dessa reflexão, compreende-se que os critérios de noticiabilidade não são regras fixas, mas mecanismos culturais que determinam o que merece ser contado, o que pode ser silenciado e de que maneira as histórias serão contadas. Miquel Rodrigo Alsina (2009) propõe que a informação jornalística se constrói no cruzamento entre o acontecimento, o contexto e o uso simbólico que a sociedade faz dele. Isso significa que, ao selecionar e enquadrar uma notícia, o jornalista participa ativamente da construção da experiência coletiva, pois decide quais fatos representarão o presente e quais se tornarão lembranças futuras.

Quando se analisa o tema da morte no jornalismo sob essa perspectiva, percebe-se que ela é um dos acontecimentos mais emblemáticos dessa relação entre experiência individual e narrativa coletiva. A morte, inevitável e universal, adquire valor de notícia

na medida em que é transformada em um “evento público”, carregado de significados sociais, morais e emocionais. O falecimento de uma celebridade, por exemplo, é tratado como uma oportunidade de revisitar trajetórias, discutir legados e reforçar identidades culturais. Já a morte de uma pessoa comum, geralmente, só ganha destaque quando associada ao inusitado, ao grotesco ou à violência, o que revela a hierarquia de valores que rege o campo jornalístico.

Portanto, ao analisar as coberturas de morte, é possível observar como o jornalismo estrutura a experiência da finitude dentro da lógica dos critérios de noticiabilidade. O que Alsina (2009) aponta é que o jornalismo não apenas relata o mundo, ele o reorganiza simbolicamente, atribuindo relevância e sentido a certos fatos e relegando outros à invisibilidade. A morte, nesse contexto, torna-se uma ferramenta narrativa para pensar a coletividade, para reafirmar identidades e para expressar os limites da condição humana.

Por outro lado, ao classificar o “tema” como algo que pode ser usado de formas diferentes ou até opostas, Gislene Silva (2005) destaca a maleabilidade da informação dentro das práticas jornalísticas. Isso significa que o mesmo acontecimento pode ser abordado sob perspectivas distintas, dependendo dos valores, da linha editorial e das intenções comunicativas de quem o narra. Uma morte pode ser apresentada como tragédia, homenagem, escândalo ou símbolo, tudo depende do uso discursivo que o jornalista e o veículo de comunicação fazem dela.

Essa pluralidade de usos demonstra que os critérios de noticiabilidade estão sempre em disputa. Eles não são apenas uma ferramenta técnica, mas também um campo de poder e interpretação, onde se definem quais vidas são dignas de manchete e quais permanecem invisíveis. Assim, compreender o pensamento de Miquel Rodrigo Alsina (2009) é essencial para analisar o papel do jornalismo na espetacularização da morte, pois ele não apenas transforma o fim da vida em notícia, mas seleciona, hierarquiza e dramatiza esse acontecimento de acordo com os valores simbólicos de uma época.

1.2. Figuras Públicas vs. Pessoas Comuns

A cobertura jornalística da morte revela uma profunda desigualdade de tratamento entre figuras públicas e pessoas comuns. Enquanto celebridades, artistas, políticos e esportistas consagrados são retratados de maneira reverente, com homenagens, retrospectivas e narrativas que reforçam seus legados, pessoas anônimas muitas vezes aparecem apenas como números em estatísticas ou como protagonistas involuntários de

tragédias, exploradas sob o viés do sensacionalismo. Essa assimetria não é casual, mas resultado direto dos critérios de noticiabilidade que orientam as escolhas editoriais nas redações.

De acordo com Gislene Silva (2005),

os critérios de noticiabilidade funcionam como filtros invisíveis que definem o que é digno de virar notícia. Elementos como impacto, notoriedade, proximidade, curiosidade e ineditismo determinam quais fatos ganham destaque e como serão narrados. (Silva, 2005, p. 4).

Nesse sentido, a morte de uma celebridade já nasce “noticiável”, pois carrega notoriedade, tem forte impacto coletivo e desperta curiosidade e comoção. “A morte de famosos, de ídolos do esporte ou da cultura, de líderes políticos ou indivíduos que se destacaram em seus ramos de atuação é algo que impacta (a sociedade e os meios de comunicação), muitas vezes, mais que uma tragédia coletiva.” (Borges, 2025, p. 551). Assim, a imprensa cobre essas perdas como eventos históricos. Foi o caso da morte de Silvio Santos, aos 93 por broncopneumonia, decorrente de uma infecção pelo vírus H1N1. Sua morte paralisou o país e mobilizou até rivais históricos do SBT, como a Globo, que dedicou longos minutos de seus programas para homenagear o ícone que atravessou gerações. O mesmo ocorreu com a despedida de Ayrton Senna, aos 34 anos, vítima de um acidente grave durante uma corrida, cuja morte em 1994 gerou uma comoção nacional e foi transmitida ao vivo para milhões de brasileiros, tornando-se um dos momentos mais marcantes da televisão no país. Da mesma forma, a morte da Rainha Elizabeth II mobilizou semanas de cobertura internacional, transformando o evento em um espetáculo midiático de memória coletiva, que transcendia a monarquia e alcançava dimensões culturais e simbólicas globais.

Mortes de figuras públicas são narradas como atos de reverência. Glória Maria, ao falecer, não foi apenas lembrada como jornalista, mas como um símbolo da televisão e da representatividade. Nelson Mandela, ao morrer, foi tratado como patrimônio da humanidade, e sua trajetória de luta contra o *apartheid* foi recontada em retrospectivas que reafirmaram seu lugar na história humana. Em alguns casos, a morte de celebridades tragicamente precoces, como os Mamonas Assassinas, mobilizou não apenas a mídia, mas o imaginário coletivo de toda uma geração, transformando-os em mitos e lendas. Essas coberturas deixam claro que, no jornalismo, a morte de uma figura pública não é apenas a perda de uma vida, mas a oportunidade de reconstruir e reafirmar memórias, legados e símbolos sociais.

O mesmo, contudo, não acontece quando a vítima é uma pessoa comum. Aqui, os critérios de noticiabilidade funcionam de outra maneira: a morte só se torna notícia se houver um fator extraordinário. Em muitos casos, isso significa associar a cobertura ao choque e ao impacto, o que abre espaço para o sensacionalismo. Exemplos emblemáticos são os casos de Isabela Nardoni e Eliza Samúdio. Em ambos, o jornalismo ultrapassou a função de informar e mergulhou em detalhes trágicos, alimentando semanas, ou até meses, de narrativas que beiravam o melodrama. Os pais de Suzane von Richthofen, assassinados brutalmente pela filha, também foram transformados em personagens de uma dramaturgia midiática que alimentou programas de TV, capas de revistas e séries documentais anos depois.

Nesses casos, a morte de anônimos se torna visível apenas quando associada a crimes violentos, situações chocantes e grotescas. A vítima, muitas vezes, desaparece como sujeito ou pessoa, reduzida a um número ou a um elemento de espetáculo. O foco recai sobre os agressores, sobre a violência em si ou sobre o detalhe mórbido, como quando o portal Metrôpoles destacou em manchete que duas mulheres haviam sido “partidas ao meio” em um acidente de moto ocorrido em Valparaíso de Goiás, em 13 de novembro de 2024¹. Esse tipo de escolha narrativa revela o quanto a mídia, diante da morte de pessoas comuns, aposta na lógica do *fait divers*, conceito de Roland Barthes (1999) que descreve fatos de pequena relevância social, mas capazes de despertar curiosidade momentânea. Tais notícias não têm desdobramentos estruturais: vivem da emoção imediata e desaparecem no dia seguinte, cumprindo apenas a função de atrair audiência.

Essa diferença de tratamento também se manifesta em tragédias coletivas. Quando envolve figuras públicas, como no caso da Chapecoense, time de futebol vítima de um acidente aéreo em 2016, a cobertura se transforma em um grande espetáculo de luto nacional, com homenagens transmitidas ao vivo, entrevistas emocionadas e retrospectivas que reforcem a dimensão simbólica da perda. Já tragédias que atingem pessoas comuns, embora possam ter repercussão inicial, tendem a ser esquecidas rapidamente. São mortes que não se transformam em memória coletiva, mas apenas em estatísticas do cotidiano.

Esse cenário coloca em evidência não apenas os critérios de noticiabilidade, mas também os dilemas éticos do jornalismo. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros

¹ Disponível em: <https://www.metropoles.com/distrito-federal/duas-mulheres-sao-partidas-ao-meio-e-morrem-em-grave-acidente-na-040>

(FENAJ, 2004) reforça que o compromisso da profissão é com a verdade, o interesse público e, sobretudo, o respeito à dignidade da pessoa humana. Ele proíbe a publicação de conteúdos de caráter mórbido ou sensacionalista, além de exigir que o jornalista preserve a privacidade e a honra dos envolvidos. Entretanto, a prática cotidiana mostra que esses limites são frequentemente desrespeitados, principalmente quando a morte envolve pessoas comuns. A dor de famílias é explorada como espetáculo, e a intimidade das vítimas é exposta como recurso para prender a atenção do público.

O que ninguém contesta é o desafio que se coloca para o jornalismo na cobertura de qualquer tipo de evento que inclui a perda de vidas. Algo que não é exclusivo da comunicação, mas de todas as áreas de conhecimento humano. Não há como contorná-la em razão de sua natureza impositiva. Encará-la não é uma opção.

A morte que é experimentada na luta pelo reconhecimento não é uma necessidade biológica. Ela está situada em uma esfera inter-pessoal. O outro está inscrito nela. Essa morte corresponde, por assim dizer, ao entre, que é, ao mesmo tempo, o campo de jogo do reconhecimento. Não se pode decidir pela morte natural. Ela é necessária, não permite nenhuma liberdade. (Han, 2020, p. 13).

Nesse embate com o inevitável, o Jornalismo costuma se apresentar no momento em que a morte se coloca como um fato objetivo. E é exatamente neste momento que outros dilemas recorrentes se mostram. Como lidar com um momento tão delicado? Como narrar o que, no final das contas, é desconhecido? Como abordar a dor que a morte causa aos entes que ficam? “Mas a que custo estabeleço o familiar como o critério pelo qual uma vida humana é passível de ser enlutada?”, pergunta-se Butler (2019, p. 60). Na visão da autora, há diferenciações entre “mortos”, célebres ou anônimos, de quem é de nações de elite ou marginalizadas. Ao mesmo tempo, insere-se o elemento do sensacionalismo. “Captar uma morte no momento em que ocorre e embalsamá-la para sempre é algo que só as câmeras podem fazer, e fotos tiradas em campanha no momento (ou imediatamente antes) da morte estão entre as fotos de guerras mais festejadas e mais frequentemente reproduzidas.” (Sontag, 2003, p. 52). Nesse ponto, a questão deixa de ser a inevitabilidade da morte, mas a forma sensacionalista com que ela é retratada.

1.3. Sensacionalismo e *Fait Diver*

O sensacionalismo é uma das práticas mais discutidas e criticadas no jornalismo, especialmente quando se trata da cobertura da morte. Ele se manifesta na escolha de títulos apelativos, na exploração de detalhes mórbidos e no uso de recursos narrativos que

ampliam o impacto emocional da notícia, muitas vezes em detrimento do respeito à vítima e à dignidade humana. Quando associado ao conceito de *fait divers*, formulado por Roland Barthes (1999), o sensacionalismo ganha contornos ainda mais claros, uma vez que se trata da transformação de fatos de pequena ou nula relevância política e social em grandes acontecimentos midiáticos, sustentados apenas pela curiosidade momentânea e pela capacidade de prender a atenção do público.

Segundo Barthes (1999), o *fait divers* é uma “história que termina em si mesma”, como um acidente, um crime violento, uma tragédia doméstica. Esses fatos não têm continuidade ou impacto estrutural na sociedade, mas são narrados de modo a despertar emoção, choque ou curiosidade. No jornalismo contemporâneo, o *fait divers* é combustível para o sensacionalismo. São exemplos de títulos que exploram o caráter trágico e chocante da notícia, como o caso em que o portal Metrôpoles destacou que duas mulheres haviam sido “partidas ao meio” em um acidente de moto. Esse tipo de formulação não acrescenta informação relevante, mas busca chocar o leitor, explorando a dor como mercadoria e a morte como espetáculo.

O sensacionalismo, nesse sentido, não está restrito ao jornalismo popular ou a programas policiais televisivos, ele também atravessa veículos considerados de prestígio, sobretudo em ambientes digitais, onde a lógica do clique dita grande parte da produção. Notícias que exploram crimes brutais, acidentes sangrentos e tragédias familiares circulam amplamente nas redes sociais, não pelo interesse público que carregam, mas pela curiosidade que despertam. Nesse processo, vítimas são reduzidas a números, detalhes violentos ganham destaque desproporcional, e a morte se transforma em entretenimento de consumo rápido.

Esse fenômeno é ainda mais visível quando contrastamos a cobertura da morte de celebridades e a de pessoas comuns. Enquanto a primeira é tratada com reverência, em narrativas de memória coletiva, a segunda frequentemente é explorada sob a ótica do *fait divers*. A morte de Lady Di, por exemplo, embora cercada de elementos trágicos, foi narrada com profundidade histórica e política, envolvendo debates sobre a monarquia, a imprensa e a invasão de privacidade. Já a morte de pessoas anônimas em circunstâncias similares, perseguições, acidentes de carro, crimes passionais, dificilmente passa de uma nota ou, quando ganha destaque, é retratada de forma crua, alimentando o sensacionalismo.

No Brasil, a tradição do jornalismo sensacionalista é antiga. Desde os tempos da imprensa popular, como o *Notícias Populares*, até os programas televisivos dos anos 1990

e 2000, como o *Aqui Agora* ou o *Linha Direta*, a exploração da violência e da tragédia se tornou parte da cultura midiática. Esses formatos, com narrativas dramatizadas, reconstituições de crimes e âncoras em tom de juízes ou justiceiros, consolidaram no imaginário popular a ideia de que tragédias podem ser consumidas como espetáculo. O mesmo foi retratado no documentário da Netflix *Bandidos na TV* (2019), que mostrou o caso de um apresentador do Amazonas que encomendava assassinatos para depois “noticiar” os crimes em primeira mão. Casos como esse evidenciam o quanto o sensacionalismo pode ultrapassar o campo do exagero narrativo e se confundir com a própria lógica do crime e da violência

Entretanto, é preciso destacar que o sensacionalismo e o *fait divers* não são apenas desvios éticos de alguns veículos, mas expressões de uma lógica estrutural do jornalismo. Como lembra Gislene Silva (2005), os critérios de noticiabilidade privilegiam aquilo que é extraordinário, impactante e inusitado. Isso cria um terreno fértil para o sensacionalismo, mortes e tragédias que não teriam relevância social passam a ser exploradas por sua capacidade de despertar emoção e garantir audiência. A dor humana, nesse processo, se converte em um produto de consumo rápido. Conforme explica Miquel Rodrigo Alsina (2009),

os acontecimentos que ganham relevância na mídia são aqueles que rompem com a normalidade, os que se distanciam da continuidade do cotidiano. Em outras palavras, são os chamados fatos-ruptura que se transformam em notícia, justamente por quebrarem a rotina e despertarem o interesse coletivo.” (2009, p. 9).

Essa observação de Alsina dialoga diretamente com o conceito de sensacionalismo e com o fenômeno dos *fait divers*, notícias curtas, de caráter curioso ou trágico, que atraem a atenção do público pela força do inusitado. No jornalismo contemporâneo, especialmente no ambiente digital, o que rompe com o cotidiano se torna altamente valioso, pois prende o olhar, gera cliques e mobiliza emoções. É o inesperado, o grotesco e o trágico que mais facilmente capturam a atenção do leitor, transformando a dor e o espanto em mercadoria simbólica.

Quando Alsina fala em “notícia-ruptura”, ele está, de certa forma, apontando para o mesmo mecanismo que sustenta o sensacionalismo moderno. A lógica é simples, mas poderosa: quanto maior a ruptura, maior o impacto. Um assassinato brutal, um desastre aéreo, uma morte súbita de uma celebridade, todos esses eventos funcionam como interrupções violentas da normalidade, e por isso são reproduzidos em larga escala pelos meios de comunicação.

Essa busca pelo extraordinário é o que também relembra sobre os *fait divers*, a que não tem necessariamente grande relevância social, mas que se sustenta pelo apelo emocional, pela surpresa e pelo choque. São matérias que “vivem e morrem” no instante do consumo, que não geram desdobramentos, mas que despertam curiosidade imediata.

Do ponto de vista ético, esse cenário entra em conflito direto com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2004), que proíbe conteúdos de caráter mórbido, sensacionalista ou que atentem contra a dignidade humana. O código reforça que o compromisso do jornalismo deve ser com a verdade, o interesse público e o respeito às vítimas. No entanto, quando a lógica do clique e da audiência prevalece, esses princípios são frequentemente deixados de lado. A exploração da dor como espetáculo não apenas viola a ética profissional, mas também contribui para a banalização da violência e para a desumanização da notícia.

Assim, o sensacionalismo e o *fait divers* se tornam chaves para compreender a espetacularização da morte no jornalismo. Eles revelam como a mídia seleciona, enquadra e amplifica certos acontecimentos, transformando tragédias privadas em narrativas públicas de consumo imediato. A morte, nesse contexto, deixa de ser apenas um fato a ser informado e passa a ser tratada como espetáculo, uma mercadoria que, embora efêmera, cumpre o papel de prender a atenção e gerar engajamento. No entanto, essa prática cobra um preço, que é a perda da dimensão ética e a redução da dignidade humana a um recurso narrativo.

1.4. Espetacularização

O sensacionalismo ocupa um lugar central no debate sobre a espetacularização da morte no jornalismo, funcionando como um eixo que costura práticas, valores-notícia, disputas por atenção e a própria condição midiática contemporânea. Ao longo do desenvolvimento deste trabalho e especialmente na análise das coberturas jornalísticas, no estudo das categorias de seleção, na observação das narrativas sobre figuras públicas e pessoas comuns e nas reflexões construídas em entrevistas com profissionais experientes, torna-se evidente que o sensacionalismo não é um elemento acidental ou periférico da mídia, mas sim uma estratégia adotada e um produto estrutural de um sistema que opera pela lógica do impacto, da visibilidade e da competição. Ele nasce do encontro entre economia da atenção, processos midiáticos e uma sociedade que, como observa Guy Debord (2003), vive sob o império do espetáculo.

Debord (2003, p. 13) afirma que “toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos”. A mídia, nesse contexto, não apenas mostra o mundo; ela o reorganiza sob a forma de imagens, narrativas, performances e emoções que precisam ser constantemente renovadas para se manterem relevantes. O sensacionalismo, portanto, não é apenas uma técnica para atrair olhares, mas um modo de ser da própria sociedade do espetáculo. A morte, por sua carga emocional, seu caráter inevitável e seu poder simbólico, transforma-se em matéria-prima perfeita para esse sistema, especialmente quando combinada ao grotesco, ao inesperado e ao trágico, que são elementos centrais na atenção pública.

Debord aprofunda essa lógica ao afirmar que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens” (2003, p.14). No jornalismo, isso significa que a cobertura sensacionalista não apenas transmite informação, mas reorganiza as relações sociais que os públicos estabelecem com a morte, com as vítimas e com os acontecimentos. A imagem, seja ela do acidente, da celebridade falecida, do corpo coberto por um lençol, ou mesmo de uma frase de impacto na manchete, é responsável por mediar essa relação, atribuindo sentidos e emoções específicas ao que é narrado. As pessoas passam a interpretar o mundo por meio dessas imagens estilizadas, intensificadas e estrategicamente enquadradas.

Essa dinâmica gera o que Debord chama de “caráter tautológico do espetáculo”, já que “ele é o sol que não tem poente no império da passividade moderna. Recobre toda a superfície do mundo e banha-se indefinidamente na sua própria glória” (2003, p.17). A mídia sensacionalista, nesse sentido, alimenta a si mesma: quanto mais impacto causa, mais audiência recebe; quanto mais audiência recebe, mais é impulsionada a produzir novos conteúdos de impacto. A morte, quando dramatizada, explorada e transformada em manchetes chocantes ou reduzida ao bizarro, como a expressão “vítimas partidas ao meio”, alimenta esse ciclo, no qual a comoção e o horror se transformam em capital simbólico, engajamento e lucro.

Debord também aponta que

[...] é pelo princípio do fetichismo da mercadoria, a sociedade sendo dominada por 'coisas suprasensíveis embora sensíveis' que o espetáculo se realiza absolutamente. O mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, ao mesmo tempo em que se faz reconhecer como o sensível por excelência". (Debord, 2003, p. 29)

No jornalismo, isso significa que a morte deixa de ser tratada como evento humano, trágico e singular e passa a ser trabalhada como produto. A cobertura sensacionalista, ao destacar detalhes grotescos ou reconstruir narrativas de maneira melodramática, transforma vidas e mortes em mercadorias simbólicas. É o que Edgar Morin (1997 {1960}) já afirmava em 1960, ao observar que a indústria cultural vive em tensão entre padronização e originalidade, pois precisa oferecer novidades todos os dias, mas dentro de moldes reconhecíveis e vendáveis. Assim, percebe-se que o autor já antecipava a força da espetacularização e do sensacionalismo como ferramenta de diferenciação dentro da competição midiática.

Morin também afirma que

“a informação, a grande imprensa pesca cada dia o novo, o contingente, o ‘acontecimento’, isto é, o individual. Fazem o acontecimento passar nos seus moldes para restituí-lo em sua unicidade. A indústria cultural deve, pois, superar constantemente uma contradição fundamental entre suas estruturas burocratizadas-padronizadas e a originalidade (individualidade e novidade) do produto que ela deve fornecer. (Morin, 1997, p. 25).

Isso significa que a espetacularização emerge como tentativa de transformar acontecimentos ordinários em produtos midiáticos extraordinários, especialmente quando o acontecimento é a morte. A narrativa precisa ser construída de modo a destacar aquilo que escapa à normalidade, como o detalhe grotesco, o drama emocional, a violência extrema, a ruptura no cotidiano. A morte, enquanto fenômeno universal, só é noticiada quando se apresenta como diferença, e essa diferença, muitas vezes, é exagerada ou dramatizada para atender à demanda por impacto.

Morin (1997) destaca que “no setor da informação, é muito procurado o sensacionalismo, esse espaço do real em que o inesperado, o bizarro, o homicídio, o acidente e a aventura irrompem na vida quotidiana”. Ou seja, o jornalismo volta-se de modo quase inevitável para aquilo que rompe com a rotina: o trágico, o chocante, o extraordinário. A morte, especialmente quando violenta ou inesperada, torna-se matéria privilegiada porque ativa esse rompimento dramático da normalidade que a mídia sabe explorar tão bem. Essa ruptura, quando transformada em produto simbólico, alimenta não apenas a curiosidade, mas também a demanda por narrativas mais impactantes, próximas do terreno do inacreditável ou do cinematográfico.

O autor lembra ainda que as vedetes, as figuras públicas transformadas pela mídia em personagens icônicas, “parecem viver abaixo da realidade quotidiana”. Ou seja, suas vidas são tratadas como se fossem narrativas estéticas, roteiros épicos que os veículos

acompanham com atenção dedicada, e suas mortes, portanto, são rapidamente convertidas em eventos midiáticos amplificados. Isso reforça a ideia de que a celebridade, quando morre, não é apenas uma pessoa que chega ao fim de sua vida, mas sim uma personagem cujo último capítulo precisa ser narrado com intensidade dramática.

Morin (1997) afirma que “a informação se reveste de elementos romanescos, frequentemente inventados ou imaginados pelos jornalistas”. Aqui vemos a gênese da espetacularização, com o jornalismo, pressionado por engajamento, audiência e competição, incorpora elementos ficcionais na maneira de narrar a realidade, sejam eles detalhes melodramáticos, ênfases exageradas, títulos sugestivos, insinuações e recortes que transformam fatos em quase-ficção. Essa dramatização não surge necessariamente da mentira, mas da estetização da realidade, isto é, da transformação do acontecimento bruto em narrativa sedutora.

E o mesmo ocorre no sentido inverso. Morin (1997) aponta que, “no setor imaginário, o realismo domina”, pois filmes, novelas e séries tornam-se tão verossímeis que parecem retratar a vida tal como ela é. Esse duplo movimento, o imaginário imitando o real e o real assumindo formas do imaginário, cria um cenário híbrido em que a morte real é narrada como ficção e a ficção dramatiza a morte como verdade plausível. Esse círculo interminável é, segundo Morin (1997), um dos “caracteres fundamentais da cultura de massa”.

Paula Sibília (2008, p.10) amplia essa reflexão ao argumentar que vivemos numa cultura onde “a capacidade de criação é sistematicamente capturada pelos tentáculos do mercado e transformada em mercadoria”. A espetacularização da morte, especialmente com o advento das redes sociais, torna-se duplamente mercantilizada, tanto pelos veículos jornalísticos que intensificam títulos e coberturas, quanto pelos usuários que compartilham, comentam e consomem tragédias como forma de entretenimento inquietante. A morte, outrora acontecimento íntimo, restrito ao espaço familiar, agora circula nas telas como peça de conteúdo viral, objeto de discussões públicas, memes sombrios e voyeurismo digital.

Assim, o sensacionalismo e a espetacularização é não apenas um estilo narrativo, mas uma estrutura de funcionamento da mídia contemporânea. Ele opera com base em três pilares: a necessidade de impacto, para se destacar num ambiente saturado de informações; a lógica mercadológica, que exige alto engajamento e retorno financeiro; e a predisposição humana ao fascínio pelo trágico.

A espetacularização da morte, portanto, não surge apenas de escolhas éticas ou editoriais questionáveis, embora essas decisões façam parte do processo. Ela emerge de um sistema mais profundo, em que o acontecimento precisa ser transformado em experiência compartilhável, consumível e memorável. A mídia, ao operar como indústria cultural e como espetáculo, cria molduras narrativas que podem desumanizar vítimas, amplificar o grotesco e transformar tragédias em objetos de consumo massivo.

1.5. Mídias e redes sociais digitais

Vivemos em uma era em que o tempo real se tornou a medida da informação. A notícia não espera mais a edição do jornal do dia seguinte e nem a vinheta de abertura do telejornal. Ela nasce, circula e morre em questão de minutos e, nesse ciclo vertiginoso, as redes sociais digitais assumiram o papel central na construção, mediação e amplificação das narrativas jornalísticas, inclusive, e talvez principalmente, quando o assunto é a morte.

As plataformas digitais, como Instagram, X (antigo Twitter), TikTok e Facebook, transformaram profundamente a forma como a morte é comunicada, consumida e debatida. Se antes o jornalismo era o principal mediador entre o acontecimento e o público, hoje ele disputa espaço com influenciadores, perfis anônimos, blogueiros e usuários comuns, que, munidos de um smartphone, tornam-se também produtores e distribuidores de conteúdo. Essa descentralização da informação criou um novo cenário: o da morte narrada em múltiplas vozes, em que o fato jornalístico se mistura à comoção, ao espetáculo e principalmente ao imediatismo.

Martino (2014) lembra que

Cada pessoa com acesso à internet faz parte do ciberespaço quando troca informações, compartilha dados, publica alguma informação, enfim, usa essa infraestrutura técnica. Embora seja possível estabelecer algumas distinções mais sutis, pode-se dizer que, ao se conectar à internet, o indivíduo está presente no ciberespaço". (p. 30).

Dessa forma, ao entrar na internet, o indivíduo se torna ator e produtor dentro desse ambiente. Não é apenas espectador, é participante ativo. Essa percepção é central para entender como a morte se torna espetáculo na era digital: a audiência não apenas consome; ela produz, recorta, edita, comenta, replica. A fronteira entre receptor e emissor desaparece.

Pierre Lévy (1999), em sua obra *Cibercultura*, ajuda a compreender esse fenômeno ao apresentar o conceito de ciberespaço, definido como “a rede mundial de

computadores, um espaço de comunicação que engloba não apenas a infraestrutura física, mas também o conteúdo e os seres humanos que nele interagem”. As redes sociais são, portanto, um componente essencial desse ciberespaço, um território simbólico e interconectado onde ideias, imagens e emoções circulam em velocidade e escala inéditas. Nesse contexto, a morte se converte em um acontecimento midiático dentro desse grande espaço virtual, atravessado por disputas narrativas, afetos e interesses.

Para Lévy (1999), o ciberespaço é também o ambiente em que se manifesta a inteligência coletiva, entendida como a capacidade de compartilhar informações, refletir e se coordenar. Trata-se de um poder colaborativo da humanidade, potencializado pela interconexão digital. No entanto, o autor alerta que essa mesma capacidade pode gerar tanto conhecimento quanto ruído. Assim, as redes sociais podem potencializar a inteligência coletiva, quando permitem o compartilhamento responsável de informações, a mobilização por causas e a solidariedade em momentos de tragédia, mas também podem fomentar o que Lévy chama, de forma crítica, de “besteira coletiva”, um fenômeno em que a desinformação, o sensacionalismo e o impulso emocional substituem a reflexão crítica e o compromisso ético. Contudo, o autor faz um alerta crucial, ao afirmar que:

A inteligência coletiva que favorece a cibercultura é ao mesmo tempo um veneno para aqueles que dela não participam (e ninguém pode participar completamente dela, de tão vasta e multiforme que é) e um remédio para aqueles que mergulham em seus turbilhões e conseguem controlar a própria deriva no meio de suas correntes. (Levy, 1999, p. 30).

Essa reflexão de Lévy é especialmente relevante quando pensamos na forma como as redes sociais digitais tratam a morte e a tragédia. A inteligência coletiva, que poderia ser um espaço de empatia, reflexão e construção de memória, muitas vezes se converte em um espaço de ruído, uma arena de imediatismo dominada pela “besteira coletiva”, onde a pressa, a desinformação e o sensacionalismo predominam. As mesmas redes que permitem unir pessoas em torno de uma causa ou homenagem são também as que impulsionam manchetes grotescas, vazamentos de imagens de vítimas e discursos de ódio travestidos de curiosidade.

Essa distinção é fundamental para pensar o jornalismo contemporâneo. Enquanto o ideal da inteligência coletiva se aproxima da função pública da imprensa, informar, educar e promover o diálogo social, a “besteira coletiva” se assemelha ao jornalismo de espetáculo, que explora o sofrimento humano e transforma a tragédia em produto de consumo. Nesse sentido, o ciberespaço pode ser tanto um território de cidadania informacional quanto um campo fértil para a desumanização da notícia.

Martino (2014) aprofunda essa discussão ao afirmar que

O fato de as tecnologias digitais estarem presentes no cotidiano facilita o trabalho de criação (ou recriação) por indivíduos fora do circuito da indústria cultural. Esses produtos assumem uma enorme quantidade de formas, desde a edição de um trecho de algum filme Hollywoodiano com outra trilha sonora, até a criação autônoma de vídeos, áudios e textos". (p. 37-38).

Isso significa que qualquer acontecimento, inclusive trágico, pode ser imediatamente transformado em conteúdo por usuários comuns, independentemente de técnicas profissionais ou cuidados éticos. Ele explica que esses produtos assumem formas variadas: edições de vídeos, áudios, montagens, textos, comentários, memes, gravações amadoras ou transmissões ao vivo. Essa multiplicidade tem impacto direto na forma como se noticia a morte, pois quanto mais pessoas produzem, maior a chance de que a tragédia seja explorada, distorcida ou exagerada, reforçando práticas sensacionalistas que antes estavam restritas a certos veículos de comunicação.

Outra contribuição essencial de Martino (2014) aparece quando ele define as redes como ambientes movidos por interesses comuns, espaços onde se formam agrupamentos para troca de informações, mobilização política, debates culturais e circulação de materiais diversos.

Na medida em que as redes se caracterizam pela existência de laços firmados a partir de interesses comuns, é possível verificar a formação de todo tipo de agrupamento para troca de informações, ideias e materiais, gerando não apenas uma interação entre os participantes no sentido de compartilhar conhecimentos, mas também o engajamento em questões políticas, sociais e culturais. O poder de mobilização exponencial das redes sociais as torna um fator relevante para se pensar elementos da vida fora da internet. (Martino, 2014, p. 58).

Esse movimento explica como trágicos acontecimentos envolvendo mortes ganham uma força viral, onde grupos se formam espontaneamente para comentar crimes, acidentes, desaparecimentos e coberturas jornalísticas. A comoção compartilhada se transforma em engajamento, e o engajamento impulsiona ainda mais o conteúdo.

É aqui que a espetacularização da morte encontra seu ambiente perfeito. Quanto mais chocante o acontecimento, maior o engajamento. Quanto maior o engajamento, mais a plataforma distribui. Quanto maior a distribuição, mais conteúdo é criado. Um ciclo que se retroalimenta e que transforma vidas reais em matéria-prima para consumo emocional e simbólico.

Nesse cenário, torna-se indispensável compreender a economia da atenção, conceito central para entender a lógica de funcionamento das redes digitais. Como

afirmam Pereira e Hecksher (2008, p. 2), essa economia corresponde ao modo como o espectador dedica sua atenção a uma narrativa, seja um filme, uma novela ou uma reportagem, e à forma como permanece disponível para ser afetado por mensagens publicitárias. Em outras palavras, atenção é capital. E, por isso mesmo, é disputada ferozmente por plataformas, algoritmos e criadores de conteúdo.

Faria (2023, p. 10) reforça essa ideia ao afirmar que “atrair e manter a atenção dos indivíduos é o pré-requisito máximo para se atingir qualquer objetivo nos campos político, cultural ou econômico”. É nessa disputa que a morte, especialmente quando apresentada de forma súbita, violenta ou dramatizada, torna-se um produto de interesse inegável. Ela interrompe o fluxo do cotidiano, gera estranhamento, ativa gatilhos de curiosidade e provoca afetos imediatos. Esse poder de ruptura faz com que tragédias e fatalidades se tornem, rapidamente, conteúdos de alto desempenho nas redes.

O funcionamento psicológico desse sistema é alimentado por outro ponto destacado por Faria (2023), afirmando que:

[...] os indivíduos sofrem naturalmente de volatilidade de atenção, o que quer dizer que eles serão atraídos por outros itens de informação que o cercam e a atenção deles se voltará a estas novas informações. Da mesma forma, devido à escassez de atenção, eles podem sofrer de sobrecarga de informação, caso fiquem com sua atenção focada por muito tempo em um item específico” (Faria, 2023. p. 10).

Dessa forma, percebe-se que em ambientes saturados de estímulos, mudamos rapidamente de foco sempre que outro item de informação se apresenta, criando um ciclo interminável de dispersão. Por outro lado, quando permanecemos tempo demais em um único estímulo, como acompanhar obsessivamente um caso policial nas redes, somos levados à sobrecarga informacional. Esse ambiente instável e hiperestimulante favorece a circulação de conteúdos intensos e impactantes, como mortes violentas, tragédias inesperadas e casos de grande comoção pública.

Outro elemento essencial que intensifica a espetacularização da morte é o modo como a economia da atenção moldou o estilo de vida das redes, criando a impressão de que a presença constante em plataformas, a vigilância de celebridades e o consumo de narrativas dramáticas são condições naturais da existência contemporânea. Faria (2023) observa que:

Indivíduos se tornam tão imersos nos mais diversos tipos de produtos que vendem este estilo de vida, que se torna apenas natural imaginar que é algo para todos, que é algo que sempre esteve ali, que este é o status quo da vida de todos os indivíduos. (Faria, 2023. p. 33).

Isso significa que quanto mais profundamente imersos estamos no ambiente digital, mais normalizado se torna o ato de acompanhar a tragédia alheia como parte da rotina. Esse fenômeno se torna ainda mais visível quando consideramos a forma como a cultura de celebridades se expandiu no ambiente digital. Antes, o contato com figuras públicas se dava sobretudo por meios tradicionais, como televisão, rádio, cinema.

Este mundo das celebridades da internet expande o contato que outrora possuíamos com famosos. Se antes eles só viviam em Hollywood, exportando sua cultura para o resto do mundo, agora, podemos ter uma interação mais próxima ao nosso famoso favorito. Áreas de comentário em redes sociais, grupos em aplicativos de comunicação e até mesmo um contato simultâneo através de lives produzidas pelo próprio artista. Além disso, as constantes postagens em redes sociais criam uma falsa sensação de proximidade onde os espectadores até mesmo têm a sensação de conhecer toda a vida do artista, incluindo o que ele faz diariamente. Esta proximidade torna mais fácil para que marcas que patrocinem estes famosos vendam seus produtos.” (Faria, 2023. p. 34-35).

Essa falsa intimidade faz o público sentir que realmente conhece a vida privada de artistas, influenciadores e figuras públicas, aumentando o interesse por suas tragédias pessoais, seus sofrimentos, suas crises e, inevitavelmente, suas mortes. Marcas e plataformas sabem muito bem disso e utilizam essa proximidade para amplificar ainda mais o alcance e o impacto desse tipo de conteúdo, explorando emocionalmente as narrativas associadas a figuras públicas.

Mas mesmo quem não está conectado diretamente às redes digitais ainda está, de alguma forma, influenciado por elas. Como lembra Faria (2023, p. 40), “qualquer indivíduo com acesso a um dispositivo conectado está submetido, sabendo ou não, às dinâmicas da economia da atenção”, e mesmo sem acesso direto à internet, a circulação boca a boca faz com que os efeitos desse ecossistema cheguem a praticamente todos os grupos sociais. A economia da atenção, portanto, não é apenas um modelo publicitário, é uma estrutura social que molda comportamentos, conversas, expectativas e sensibilidades.

A consequência disso é um ambiente de estímulos contínuos, no qual a atenção dos indivíduos permanece permanentemente capturada.

Ao estar inseridos a maior parte do tempo de suas vidas em uma mídia que não conhece barreiras, os indivíduos passam a ter sua atenção focada em todos os estímulos que saem a todo momento, sendo impossível de se desligar e escolher não acompanhar o que está sendo exibido no momento. (Faria, 2023. p. 41).

A morte, em especial aquela narrada de maneira sensacionalista, se aproveita dessa condição. Ela interrompe, mas ao mesmo tempo alimenta o fluxo. Ela choca, mas

mantém o olhar preso. Ela contraria o desejo, mas o satisfaz na dimensão do estranhamento e do grotesco. Por isso, cada tragédia se torna, quase que instantaneamente em um evento amplificado por milhões de telas, notificações e algoritmos programados para recompensar exatamente esse tipo de engajamento.

Nesse cenário, plataformas digitais funcionam como aceleradores do ciclo de espetacularização, uma vez que o que choca, engaja, o que engaja, alimenta o algoritmo, o que alimenta o algoritmo, ganha mais alcance e, com mais alcance, estimula mais produção, seja por jornalistas, influenciadores, páginas de notícias ou usuários comuns. Assim, a morte deixa de ser apenas um acontecimento social para se tornar um produto midiático, moldado de acordo com as exigências de um mercado que lucra com atenção.

Nesse contexto, a lógica da audiência cedeu lugar à lógica do engajamento, e a relevância de um acontecimento passou a ser medida em curtidas, compartilhamentos e visualizações. Quando uma tragédia ocorre, o primeiro impulso do público não é mais buscar a reportagem completa, mas sim compartilhar o vídeo, a imagem ou o relato mais impactante e grotesco. O acontecimento é convertido em um fragmento visual, em uma “cena viral”, e a morte, que antes era velada, distante, solene, se torna pública, acessível, e muitas vezes banalizada.

O jornalismo, por sua vez, precisou se adaptar a esse novo ambiente. As redações incorporaram as redes sociais como fontes de apuração, termômetros de relevância e canais de distribuição, mas também enfrentam dilemas éticos inéditos. A velocidade das redes, aliada à pressão por cliques e visibilidade, incentiva práticas que frequentemente ultrapassam o limite entre informar e explorar a dor alheia. Manchetes que destacam o grotesco, “vítima foi partida ao meio”, “família descobre tragédia ao vivo”, são reproduzidas em sites, reels e stories, alimentando o ciclo de consumo emocional da tragédia.

Ao mesmo tempo, o ciberespaço oferece oportunidades inéditas de democratização da fala. Hoje, qualquer pessoa pode relatar um acontecimento, reagir a ele e participar da construção coletiva de sentidos. Quando uma figura pública morre, por exemplo, a despedida acontece não apenas na televisão ou no rádio, mas também nas redes, nos comentários, nas hashtags e nos vídeos de homenagem. O luto torna-se um fenômeno interativo e coletivo, em que milhares de pessoas compartilham memórias, emoções e opiniões. A morte de nomes como Pelé, Marília Mendonça, Rainha Elizabeth II ou Glória Maria mostrou como a comoção pública migra para o ambiente digital, transformando o ciberespaço em um grande memorial simbólico global.

Contudo, há uma ambiguidade nesse fenômeno. Se, por um lado, as redes sociais democratizam o discurso sobre a morte, permitindo que vozes comuns participem do debate público, por outro elas potencializam o sensacionalismo, amplificando boatos, desinformação e a espetacularização da tragédia. A rapidez com que se compartilha um vídeo de acidente, um áudio de desespero ou uma foto de luto coletivo muitas vezes ignora o impacto psicológico e ético desse ato. A morte se torna um produto midiático ainda mais intenso, embalado pelo algoritmo e consumido em massa, uma mercadoria simbólica (Bourdieu, 2007) que alimenta a economia da atenção. “O sistema de produção e circulação de bens simbólicos define-se como o sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho de produção, de reprodução e de difusão de bens simbólicos.” (Bourdieu, 2007, p. 105.)

Henry Jenkins, cuja obra *Cultura da Convergência* (2009 {2006}) aprofunda ainda mais a forma como o fluxo de conteúdos e a participação das audiências remodelam profundamente a experiência midiática, traz uma reflexão que ajuda a complementar este trabalho. Ele trabalha a compreensão sobre como a morte, enquanto acontecimento social e midiático, circula, é reinterpretada e ganha novos sentidos no ambiente digital. “No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia”. (Jenkins, 2006, p. 29).

Dessa forma, vivemos em um ambiente onde nenhuma narrativa existe isoladamente, porque tudo que é relevante, inclusive a morte, atravessa plataformas diversas, multiplicando suas versões, suas interpretações e seus públicos. Isso significa que a cobertura jornalística de uma morte não se encerra mais no telejornal ou no portal de notícias, ela migra para o X (antigo Twitter), é reelaborada no TikTok, discutida no Reddit, comentada no YouTube, remixada em Reels e transformada em memes, teorias, homenagens ou especulações.

Jenkins (2006) define convergência como:

O fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando”. (p. 29).

Portanto, quando ocorre um falecimento de grande repercussão, como o de celebridades, ou vítimas de tragédias amplamente midiáticas, o público não se contenta com uma única versão do fato. Ele procura o vídeo original do momento do anúncio, os comentários de jornalistas e especialistas, os tweets emocionados de fãs, as especulações em fóruns, os cortes de podcasts, os memes, as recordações antigas, e até reconstruções amadoras feitas por criadores de conteúdo.

Essa migração constante em busca de narrativas mais emocionais, mais chocantes ou mais afetivas contribui diretamente para o reforço da espetacularização, pois cada plataforma tende a privilegiar aquilo que gera maior engajamento. Assim, o acontecimento se fragmenta, se multiplica, se intensifica, e, muitas vezes, se distorce.

Essa dinâmica dialoga diretamente com o conceito de *fait divers*, amplamente explorado por Roland Barthes (1999), em que pequenos acontecimentos, curiosos ou trágicos, são transformados em entretenimento. Nas redes, esse tipo de conteúdo encontra terreno fértil, pois os *fait divers* digitais são o vídeo viral, o post de curiosidade mórbida, o áudio sensacionalista que desperta espanto. Como destacam Sodré e Paiva (2014), o grotesco e o extraordinário são combustíveis para o jornalismo popular e, nas redes, eles se tornaram moeda de visibilidade.

Além disso, as redes introduzem uma nova camada de complexidade na relação entre jornalistas e público. A audiência, antes receptora passiva, tornou-se também fiscal e protagonista. A morte de uma celebridade, por exemplo, é agora narrada simultaneamente por veículos oficiais, fãs, amigos e até por perfis falsos, que misturam informação, homenagem e especulação. Isso cria um ambiente onde a verdade jornalística precisa disputar espaço com a viralização emocional, o que desafia os critérios tradicionais de noticiabilidade e exige do profissional de imprensa uma postura mais crítica e ética diante da pressão digital.

No caso das pessoas comuns, a situação é ainda mais delicada. Mortes violentas, crimes e tragédias domésticas são frequentemente expostos nas redes antes mesmo que a família tenha sido informada. O que antes ficava restrito às páginas policiais agora circula em grupos de WhatsApp e vídeos de TikTok, muitas vezes sem apuração, sem contexto e sem qualquer preocupação com o impacto humano. A morte vira conteúdo, e o jornalismo sendo pressionado a acompanhar o ritmo das redes corre o risco de perder sua função mediadora, tornando-se apenas mais um elo no ciclo do espetáculo.

O ciberespaço, esse ambiente definido por Pierre Lévy (1999) como a extensão comunicacional da humanidade, abriga tanto o potencial emancipador da inteligência

coletiva quanto os riscos da banalização da vida e da morte. As redes sociais digitais não são apenas ferramentas, mas sim novos espaços simbólicos, onde o jornalismo precisa reafirmar seus valores éticos e humanos.

Refletir sobre o papel do jornalismo nesse cenário é, portanto, refletir sobre o próprio sentido da comunicação na era da hipervisibilidade. O desafio não é apenas produzir notícias com rapidez, mas construir narrativas que respeitem a dignidade humana, que transcendam o mero clique e que cultivem o senso de responsabilidade coletiva. Afinal, se o ciberespaço é o novo palco da vida social, é nele também que devemos aprender a respeitar a morte, não como espetáculo, mas como experiência humana universal.

1.6. Linguagem Sonora e Podcast

A escolha pelo podcast como formato para apresentar este trabalho não foi aleatória. Ela está diretamente ligada à natureza do objeto de estudo e ao desejo de aproximar a análise acadêmica de um público mais amplo. Para compreender essa decisão, é preciso refletir sobre as especificidades da linguagem radiofônica, que é a base do podcast. Diferente da linguagem escrita, que é linear, analítica e densa, a comunicação radiofônica é essencialmente oral, sonora e imediata. Ela se constrói a partir da voz, da entonação, da pausa, da música, dos efeitos e, sobretudo, da relação íntima que estabelece com o ouvinte.

Mesmo diante das transformações tecnológicas que remodelaram o consumo midiático, o rádio permanece como um dos formatos mais populares e resilientes atualmente. Um estudo recente da Kantar IBOPE Media, feito em 2023, confirma essa solidez ao revelar que 90% dos brasileiros consomem algum formato de áudio, seja rádio, streaming ou podcast, dedicando, em média, 3h55 por dia ao rádio. Além disso, o consumo ocorre majoritariamente em casa (58%), durante atividades cotidianas, no carro ou moto particular (27%) e no ambiente de trabalho presencial (12%)². Esses dados demonstram que, embora os meios mudem, o som continua sendo uma presença estruturante no cotidiano, acompanhando o ouvinte em movimento, preenchendo silêncios, auxiliando a imaginar o mundo por meio de notícias e funcionando como companhia subjetiva.

Santos (2022) define o podcast como

² Disponível em: <https://kantariibopemedia.com/conteudo/inside-audio-2023/>

Adaptação da linguagem contemporânea radiofônica (essencialmente sonora) na internet, a partir de tecnologia ligada diretamente ao modelo RSS, capaz de atualizar os modelos de radiodifusão a partir de sua veiculação assíncrona e sob demanda na internet". (2022, p. 7).

Dessa forma, o podcast representa não apenas uma modernização técnica, mas uma reconfiguração da própria lógica do rádio, pois ele rompe com a programação rígida, permite ao ouvinte escolher quando, onde e como ouvir, e favorece conteúdos aprofundados, reflexivos e narrativos.

Além disso, rádio sempre teve a capacidade de criar uma experiência afetiva e de proximidade. Ao ouvir uma voz, o receptor não apenas recebe informação, mas sente um tom, um ritmo e uma intenção, como pondera Meditsch (2005), ao descrever os predicados deste versátil meio de comunicação. Esse traço, chamado de intimidade radiofônica, foi herdado pelo podcast, que hoje se consolida como uma das formas mais dinâmicas e acessíveis de comunicação. O podcast, portanto, não é apenas uma transposição do rádio para o ambiente digital, ele é uma evolução, que alia a oralidade e a afetividade da linguagem radiofônica com a flexibilidade da escuta sob demanda.

Como afirma Santos (2022, p. 3), o termo podcast já se consolidou no cotidiano acadêmico e no consumo midiático, o que demonstra a força e a popularização do formato, refletida inclusive no crescente número de pesquisas registradas na CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) sobre o tema.

A autora acrescenta que

Podcast é uma palavra que tem se popularizado e consagrado a partir do uso. Ela já faz parte de um cotidiano de consumo midiático e acadêmico. Se considerarmos o número de trabalhos no repositório de teses e dissertações da CAPES tendo o podcast como temática central dos trabalhos, fica ainda mais evidente o crescente interesse acadêmico". (Santos, 2022, p. 3).

No contexto deste trabalho, o podcast sobre a espetacularização da morte no jornalismo ganha força justamente por explorar esses recursos. A discussão sobre um tema sensível, como a cobertura da morte, exige mais do que dados e análises técnicas, exige também narrativas capazes de sensibilizar e tocar o ouvinte, aproximando-o da realidade analisada. Nesse sentido, a linguagem radiofônica contribui de forma decisiva com a narração envolvente, o uso de trilhas sonoras que criam atmosferas de suspense ou de reverência, a inserção de sonoras de entrevistas que dão credibilidade e emoção, e o ritmo das pausas e entonações ajudam a transformar a pesquisa acadêmica em uma experiência comunicativa que combina informação e emoção.

A linguagem radiofônica, por sua vez, potencializa o impacto das discussões com o uso de trilhas sonoras sutis, de ambientes sonoros marcantes e de pausas estrategicamente posicionadas que ajudam a evidenciar a gravidade do tema, reforçando a dimensão humana das narrativas que abordam a morte. A oralidade torna tudo mais próximo, pois é a voz que conforta, que provoca, que emociona, que questiona. A voz, nesse sentido, é uma forma de presença que cria intimidade com o ouvinte, transformando a discussão sobre jornalismo e morte em algo acessível, envolvente e, ao mesmo tempo, rigoroso.

Um ponto central da linguagem radiofônica é a oralidade planejada. Diferente da fala espontânea, o texto radiofônico é escrito para ser falado e ouvido, com frases curtas, linguagem acessível e ritmo adequado. Essa característica foi incorporada no podcast desenvolvido a partir da pesquisa, garantindo que conceitos teóricos, como os de critérios de noticiabilidade (Silva, 2005) ou *fait divers* (Barthes, 1999), fossem traduzidos em explicações claras, sem perder a profundidade, mas em tom conversado, próximo e humano.

Outro recurso explorado foi a sonoplastia, que não apenas ilustra o conteúdo, mas guia a emoção do ouvinte. Segundo Viana (2018), é através do som direto que um ambiente pode ganhar complexidade, identidade e emoção. Ruídos, respirações, passos, carros passando, vozes ao fundo, tudo isso não apenas ambienta o ouvinte como também produz profundidade e autenticidade, permitindo que ele mergulhe na situação narrada. Esses elementos sonoros fortalecem a sensação de presença, algo que o texto escrito não alcança com igual potência.

Trechos sobre coberturas de mortes de figuras públicas, como a de Silvio Santos ou Ayrton Senna, foram acompanhados de vinhetas ou trilhas que remetem ao universo televisivo e esportivo, ajudando o público a se situar emocionalmente naquele momento. Já nas discussões sobre sensacionalismo, efeitos de suspense ou sons de manchetes jornalísticas ajudaram a criar uma atmosfera de crítica, mostrando como a própria mídia dramatiza os fatos.

Além disso, a linguagem radiofônica contribui para um aspecto que é central nesta pesquisa: a reflexão crítica. Ao ouvir, o público se envolve em um ritmo que não é apenas racional, mas também sensorial.

Esse aprofundamento é destacado por Dutra (2020), ao afirmar que

[...] o formato podcast possibilita, por sua natureza e lógica de consumo, uma expressão mais visível e tangível da mediação qualificada, em comparação a

outros formatos de jornalismo em áudio. Sua característica de aprofundamento e explicação dos temas tratados, de debate, além da possibilidade de contextualização a partir da cristalização de pontos importantes dentro do acontecimento rizomático parecem estar em sintonia com o agir cartográfico e a mediação." (2020, p. 29).

Portanto, natureza do formato, mais extensa, mais analítica, mais imersiva e menos sujeita à temporalidade imediatista do jornalismo tradicional, permite o desenvolvimento de uma narrativa mais complexa, com debates, contextualizações, explicações e entrelaçamento de vozes.

A voz do narrador pode carregar indignação ao citar coberturas sensacionalistas, pode expressar reverência ao falar de grandes personalidades ou pode transmitir sobriedade ao tratar de casos de vítimas anônimas. Essa riqueza de nuances não seria possível no mesmo grau em um relatório apenas escrito.

A escolha do podcast também responde a uma tendência contemporânea de consumo de informação. Segundo uma pesquisa feita pela Statista Consumer Insights, entre julho de 2023 e junho de 2024³, o Brasil lidera o consumo de podcasts no mundo, com 51% de brasileiros ouvindo podcasts ocasionalmente, destacando que a maioria dos ouvintes consome podcasts até 10 horas por semana.

O público atual busca formatos flexíveis, que possam ser consumidos em diferentes contextos: no transporte público, em casa, no trabalho. O podcast, nesse sentido, democratiza o acesso ao conteúdo acadêmico, tornando-o mais próximo e integrado ao cotidiano das pessoas. Essa dimensão social da linguagem radiofônica reforça o papel do projeto de não apenas analisar criticamente a espetacularização da morte no jornalismo, mas também disseminar essa reflexão para além dos muros da universidade.

Dessa forma, pode-se ver que o podcast se consolidou, nos últimos anos, como uma das formas mais versáteis e potentes de produção jornalística e narrativa. Uma de suas maiores forças é justamente a possibilidade de dividir conteúdos em episódios, permitindo que cada capítulo aprofunde um aspecto específico do tema geral. Essa fragmentação não é uma limitação. Na verdade, é muito pelo contrário, pois ela constitui um recurso estruturante que possibilita ao produtor explorar nuances, diferentes vozes, contextos históricos e análises temáticas de forma mais detalhada do que em outros meios mais rígidos ou instantâneos. Em vez de apresentar tudo de uma vez, o podcast cria uma

³ Disponível em: <https://www.castnews.com.br/brasil-lidera-consumo-de-podcasts-no-mundo-aponta-pesquisa/>

jornada de escuta, conduzindo o público por etapas, investigações e camadas de sentido, e o que possibilita isso é justamente a divisão em episódios.

Essa característica de aprofundamento episódico é um dos motivos pelos quais o formato se tornou tão adequado para podcasts documentais, que se destacam por seu rigor narrativo, pesquisa profunda e linguagem imersiva. Entre os exemplos mais emblemáticos do cenário brasileiro estão os projetos da Rádio Novelo, produtora que redefiniu o padrão de qualidade do áudio narrativo no país. O podcast *Praia dos Ossos* (2020), por exemplo, é um marco do jornalismo investigativo em áudio. Reconstruindo a história do assassinato de Ângela Diniz, a série explora documentos, entrevistas, arquivos e análises, revelando como um caso do passado continua moldando debates contemporâneos sobre violência, gênero e mídia. Projetos como esse mostram como o podcast se tornou um território fértil para narrativas de mais longas, aprofundadas e envolventes, que dialogam com a memória coletiva e com a crítica social.

Outro aspecto importante do panorama atual é que muitos podcasts já extrapolaram o som e se tornaram produtos audiovisuais, combinando estética radiofônica com elementos visuais. Entre os exemplos estão "Modus Operandi" (2021), que virou uma série no Globoplay, "Song Exploder" (2020), que virou um programa da Netflix, e "Arquivo 81" (2022), que inspirou uma série de terror na Netflix. Plataformas como YouTube e TikTok ampliaram esse movimento, permitindo que podcasts ganhem videocasts, gravações em estúdio, entrevistas presenciais e até mesmo séries híbridas que misturam documentário sonoro com linguagem cinematográfica. Essa expansão audiovisual não anula o valor da sonoridade, pelo contrário, ela amplia o alcance do conteúdo e facilita a circulação em múltiplos ambientes digitais. Assim, o podcast passa a existir simultaneamente como áudio e como vídeo, adaptando-se ao comportamento do público e às novas tendências de consumo.

Mas apesar dessa expansão multi-midiática, ainda existem podcasts que reforçam a força da narração monotemática, priorizando a clareza e a objetividade de um único assunto por episódio. O exemplo mais conhecido é "O Assunto", do G1, que se consolidou como um dos maiores podcasts jornalísticos do país justamente por trazer, diariamente, uma conversa aprofundada e direta sobre um único tema da atualidade. Diferente dos podcasts seriados em que cada episódio é parte de um arco narrativo, "O Assunto" funciona como um recorte temático autônomo, onde cada episódio é independente, mas todos se conectam pela missão de explicar e contextualizar o que está acontecendo no país e no mundo.

Esse modelo se aproxima do formato utilizado neste trabalho no podcast sobre a espetacularização da morte no jornalismo, que também se organiza de maneira monotemática. Cada episódio aprofunda um aspecto específico do fenômeno, noticiabilidade, celebridades, sensacionalismo, *fait divers*, mas todos fazem parte de um mesmo eixo central. Essa estrutura permite mergulhar no tema com densidade teórica, depoimentos profissionais e análises críticas, sem dispersão e sem perda de foco. Assim como nos podcasts jornalísticos que inspiram o formato, a intenção é que cada episódio seja uma peça que, de forma autônoma, explica um recorte importante, mas que, reunidos, construam uma visão completa e articulada do problema.

Portanto, a linguagem radiofônica adotada no podcast não é apenas um recurso estético, mas uma estratégia metodológica e comunicativa. Ela permitiu transformar um trabalho de análise crítica em uma narrativa acessível, sensível e impactante. Ao unir conteúdo acadêmico e recursos sonoros, o podcast mostrou-se uma ferramenta eficaz para tratar de um tema delicado como a morte no jornalismo, respeitando sua complexidade, mas também dialogando com a emoção e a experiência do ouvinte.

Assim, ao adotar o modelo de podcast estruturado em quatro episódios, o presente TCC não apenas analisa a espetacularização da morte, mas também demonstra, na prática, como a linguagem radiofônica pode ser utilizada para construir outros modos de narrar a realidade, modos mais humanos, reflexivos e críticos, que se opõem ao sensacionalismo e à exploração da dor.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O podcast *A Última Palavra* tem um total de 4 episódios, cada um feito com o objetivo de abordar e explorar aspectos centrais sobre a espetacularização da morte no jornalismo, indo desde as explicações filosóficas e reflexivas sobre o porquê da morte ser tão interessante e tão consumida nas mídias, até discussões teóricas sobre critérios de noticiabilidade, sensacionalismo e *fait diver*.

1.7. Episódios

O episódio 1 do podcast *A Última Palavra* funciona como uma introdução profunda e detalhada ao tema central do trabalho, a espetacularização da morte no jornalismo. O roteiro foi feito com o objetivo de conduzir o ouvinte por meio da emoção, reflexão filosófica e análise crítica sobre como a mídia lida com o fim da vida.

Logo no início, o episódio é apresentado como parte de um trabalho de conclusão de curso em Jornalismo da PUC Goiás, mostrando que a proposta vai além de um simples podcast, é uma investigação científica transformada em narrativa sonora. É explicado que o objetivo é entender por que a morte fascina tanto a sociedade e como o jornalismo se apropria desse fascínio para transformar tragédias em narrativas.

O episódio conta com entrevistas, como a da jornalista Luciana Brites, que fala sobre a curiosidade humana diante da morte e como o tema ganhou espaço nas mídias desde programas como *Aqui Agora* e *Cidade Alerta* até os portais e redes sociais atuais. Ela reflete sobre o papel da televisão e da internet em ampliar o alcance das notícias trágicas, destacando que “as notícias de morte engajam, repercutem e prendem o público”, revelando o poder do tema na lógica do engajamento digital.

Outro ponto forte do episódio é a participação do professor do curso de jornalismo da PUC Goiás e UFG e doutor em comunicação, Luiz Antônio Signates, que traz uma visão mais filosófica e sociológica sobre o tema. Ele discute o fascínio humano pela finitude, descrevendo a morte como o “momento máximo da existência” e uma “ameaça do nada” que, paradoxalmente, dá sentido à vida. Suas falas aprofundam o debate sobre como o grotesco e o estranhamento se tornam motores do interesse midiático, explicando que o público é atraído não apenas pelo que deseja, mas também pelo que rejeita, e é justamente essa tensão entre repulsa e curiosidade que torna o sensacionalismo tão eficaz.

O episódio também introduziu a pesquisa de iniciação científica realizada na PUC Goiás desenvolvida pelo mesmo autor deste trabalho, que analisou mais de cem notícias sobre mortes em grandes portais como G1, CNN e Metrôpoles. O estudo dividiu as coberturas em três categorias: morte íntima, morte violenta e morte de celebridades, e identificou como cada uma delas revela desigualdades na forma como a mídia trata a morte. Enquanto as celebridades são lembradas com homenagens e reverência, as pessoas anônimas são frequentemente retratadas apenas como números ou detalhes de uma tragédia, reduzidas ao impacto momentâneo.

O episódio, portanto, equilibra emoção e crítica, misturando falas poéticas e reflexivas com análises acadêmicas e exemplos práticos. A trilha sonora e o ritmo dos *offs* ajudam a criar uma atmosfera introspectiva, que convida o ouvinte a pensar não apenas sobre a morte e a finitude do ser humano, mas sobre o papel do jornalismo em lidar com ela.

O episódio 2 do podcast aprofunda a discussão sobre critérios de noticiabilidade, o papel da ética jornalística e as diferenças entre a cobertura de mortes de figuras públicas e de pessoas anônimas, trazendo uma abordagem crítica e reflexiva sobre como a imprensa decide o que é notícia. Dentre todos os episódios, é o que avança mais sobre questões teóricas ligadas ao jornalismo.

O episódio começa com uma introdução que retoma o tema geral da série, a espetacularização da morte, e apresenta o foco do debate: entender por que certas mortes ganham espaço na mídia enquanto outras são ignoradas. A partir dessa provocação, buscamos conduzir o ouvinte por um caminho que une teoria e prática, com base nas reflexões de Gislene Silva (2005), no livro *Crítérios de Noticiabilidade*, e de Tobias Peucer (2004), precursor dos estudos jornalísticos.

A jornalista Luciana Brites, convidada do episódio, comenta sobre a diferença na apuração de mortes violentas, destacando como a linha editorial e o papel do editor são determinantes na forma como a tragédia é relatada. Ela observa que o sensacionalismo surge, muitas vezes, quando falta apuração cuidadosa, e reforça a importância de respeitar os limites éticos diante da dor alheia.

Já o professor do curso de jornalismo da PUC Goiás e jornalista, Antônio Carlos Borges Cunha, contribui com uma análise mais conceitual, relacionando o interesse público e o interesse do público, apontando que, no caso de celebridades, essas duas dimensões se confundem, o que explica por que a morte de figuras notórias é amplamente noticiada. Ele também comenta o impacto das redes sociais e dos algoritmos na

amplificação da espetacularização, lembrando que a busca por audiência molda o comportamento editorial contemporâneo.

O roteiro do episódio 2 apresenta exemplos marcantes, como os casos do fotógrafo Sebastião Salgado, do ex-presidente uruguaio José Mujica e do Papa Francisco, cujas mortes foram cobertas com reverência e enfoque histórico, contrastando com a cobertura de pessoas comuns, como Isabela Nardoni, Eliza Samúdio e os pais de Suzane von Richthofen, cujas tragédias foram exploradas pelo viés do choque e da curiosidade. Essa contraposição ajuda o ouvinte a entender que, na imprensa, a notoriedade e o impacto social continuam sendo fatores decisivos para definir o valor-notícia.

Ao longo do episódio, há também uma reflexão sobre o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2004), lembrando que ele proíbe a exploração da dor humana e o sensacionalismo. Entretanto, o episódio aponta como essas diretrizes são frequentemente desrespeitadas em coberturas ao vivo, como nos exemplos citados por Luciana Brites, de transmissões nas quais famílias receberam a notícia da morte de entes queridos diante das câmeras, numa crítica contundente à pressa e à falta de empatia no jornalismo atual.

Por fim, o episódio fecha com a discussão sobre Tobias Peucer (2004), mostrando como suas observações, feitas ainda no século XVII, sobre a seleção e hierarquização de fatos continuam atuais. O texto conclui que, embora a tecnologia e os formatos tenham evoluído, a essência do jornalismo, de escolher o que será noticiado e como, ainda carrega o mesmo dilema entre informar com responsabilidade e atrair atenção por meio do extraordinário.

O episódio 2, portanto, serve como um eixo teórico e reflexivo da série, funcionando como um elo entre o episódio de introdução e as análises posteriores sobre coberturas reais. Ele combina entrevistas, exemplos e fundamentos acadêmicos para evidenciar que, por trás de cada manchete sobre a morte, há uma disputa simbólica entre ética e espetáculo, entre respeito e audiência, uma tensão que define o jornalismo desde seus primórdios.

O episódio 3 aprofunda a reflexão sobre como o jornalismo lida com a morte de figuras públicas e o impacto dessas coberturas na construção da memória coletiva. Nesse episódio, o foco é o modo como a imprensa transforma a despedida de grandes nomes em eventos midiáticos de homenagem e reconhecimento, contrastando com o tratamento mais discreto ou inexistente que pessoas anônimas recebem. Esse é o mais “épico” e imersivo dentre todos os episódios graças aos áudios utilizados para representar as

celebridades que estão sendo faladas no episódio, transportando o ouvinte diretamente para aquele momento por meio do som e edição.

Logo no início, o episódio relembra a morte de Silvio Santos, destacando como o país inteiro parou diante da notícia. O roteiro ressalta que a comoção não se limitou ao público do SBT, canal do qual era proprietário, pois emissoras concorrentes como Globo, Record e Band também abriram espaço generoso para homenagens, algo raro no ambiente competitivo da televisão. Essa cobertura foi interpretada como um momento histórico, em que o jornalismo ultrapassa a lógica da concorrência e reconhece o papel de um ícone cultural que moldou gerações.

Os depoimentos dos entrevistados reforçam essa análise. O professor do curso de jornalismo da PUC Goiás e UFG e doutor em comunicação, Luiz Antônio Signates, observa que a celebridade administra sua própria visibilidade e que, mesmo após a morte, esse controle persiste, transformando o falecimento em um evento midiático cuidadosamente moldado. Já o jornalista e professor da PUC Goiás, Antônio Carlos Borges Cunha, comenta que o interesse do público vai além do simples fato da morte, ele envolve também o desejo de revisitar a trajetória e os feitos dessas figuras, um processo que reafirma sua importância simbólica para a sociedade.

A jornalista Luciana Brites traz uma contribuição reveladora ao explicar que, no caso de personalidades muito conhecidas, as redações preparam obituários e homenagens antecipadamente, reunindo arquivos, entrevistas antigas e detalhes biográficos para publicar rapidamente quando o falecimento ocorrer. Esse preparo prévio é apresentado como um contraste direto com o tratamento dado a pessoas comuns, cujas mortes dificilmente contam com esse tipo de atenção e estrutura narrativa.

O episódio também amplia o escopo para outras coberturas de grande impacto, como as mortes de Pelé, Ayrton Senna, Rainha Elizabeth II, Nelson Mandela, Glória Maria, do grupo musical Mamonas Assassinas e o acidente com o time de futebol da Chapecoense. Cada um desses casos é citado para mostrar como o jornalismo, em momentos de luto coletivo, atua não apenas como transmissor de informação, mas como mediador de emoções e construtor de memória social. O relato de Signates sobre a morte de Ayrton Senna é particularmente marcante, pois ele descreve a comoção nacional, o luto coletivo e a sensação de que todo o país havia parado para acompanhar o velório televisionado, um retrato próximo, genuíno e vívido da força simbólica que a mídia tem na hora da despedida.

O roteiro discute ainda o aspecto ético dessas coberturas. Há uma linha tênue entre o respeito e a espetacularização, e o episódio convida o ouvinte a refletir sobre até que ponto a homenagem se transforma em consumo da tragédia. Essa discussão aparece com mais força quando se compara o impacto de mortes em diferentes contextos, como o de Senna, ocorrido no auge carreira, na frente das câmeras e de forma totalmente inesperada, e o de Pelé, já afastado dos holofotes. Signates aponta que, para a lógica midiática, “a melhor hora de morrer é no auge”, quando a morte se converte em celebração.

Por fim, o episódio conclui que o jornalismo, ao retratar a morte de grandes nomes, atua como um agente de imortalização simbólica, reforçando legados e construindo narrativas de despedida que se entrelaçam com a identidade cultural de um povo. O jornalismo é muito mais do que apenas informar, ele participa ativamente do processo de transformar o fim em memória, mostrando que a cobertura da morte, quando feita com respeito e sensibilidade, é também um ato de reconhecimento histórico.

O episódio 4 é o último episódio do podcast *A Última Palavra*, que encerra a série com uma abordagem contundente sobre o sensacionalismo e os *fait divers*, elementos que transformam a dor em espetáculo e que, infelizmente, continuam muito presentes na cobertura jornalística contemporânea.

O episódio inicia com uma introdução impactante, lembrando que, enquanto os episódios anteriores analisaram a morte de figuras públicas e a forma como elas são reverenciadas, este mergulha no lado mais sombrio da mídia, aquele em que a tragédia é usada como entretenimento. O caso do portal Metrôpoles, que noticiou um acidente afirmando que as vítimas haviam sido “partidas ao meio”, é usado como exemplo de como manchetes apelativas buscam o choque em detrimento da sensibilidade. Esse caso serve como fio condutor para discutir o papel da audiência e a responsabilidade ética dos profissionais da comunicação.

Logo no início, os OFFs introduzem conceitos centrais como o sensacionalismo, definido como o uso do choque e da dor humana como ferramenta de engajamento. O roteiro faz referência ao Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, destacando que esse tipo de prática é expressamente condenado, mas ainda recorrente, seja em programas policiais de televisão, em portais de notícia ou nas redes sociais.

As falas das entrevistadas, Rosana Melo e Maria José Silva, jornalistas experientes na cobertura policial, reforçam esse debate com exemplos práticos. Rosana discute a busca incessante por audiência e como essa lógica de mercado incentiva o uso de títulos apelativos e imagens fortes. Ela reflete que, muitas vezes, repórteres são enviados a

campo com o objetivo de capturar o sofrimento humano, o que ela considera “uma coisa absurda”. Já Maria José aponta para a repetição de dramas pessoais, que transforma tragédias em narrativas de consumo, muitas vezes explorando detalhes íntimos e desnecessários apenas para prender o leitor.

Essas sonoras ajudam o episódio a ganhar autenticidade e realismo, pois trazem o olhar de quem vive diariamente a tensão entre informar e respeitar. Entre uma fala e outra, os OFFs costuram o raciocínio com análises teóricas sobre os *fait divers*, conceito francês que se refere às pequenas notícias do cotidiano muitas vezes banais, mas que capturam o interesse do público por seu caráter inusitado ou trágico. O roteiro explica que, embora os *fait divers* tenha um papel legítimo no jornalismo, seu uso excessivo para relatar mortes e violências acaba banalizando o sofrimento humano e desumanizando as vítimas.

O episódio também se destaca por propor reflexões críticas e caminhos possíveis. Nos OFFs finais, há um apelo para que as redações invistam em formação ética contínua, adotem políticas editoriais que limitem o uso de termos gráficos e retomem o foco no interesse público, em vez de perseguirem apenas engajamento. Sugere-se que a cobertura da morte pode e deve ir além da tragédia, oferecendo contexto social, análise das causas estruturais e valorização das histórias das vítimas.

Por fim, o episódio fecha o ciclo da série com uma conclusão emocional e reflexiva, lembrando que a responsabilidade pelo sensacionalismo não é apenas da imprensa, mas também do público, que precisa repensar seus hábitos de consumo. A voz do narrador reforça que “a mudança depende de uma consciência coletiva: exigir da imprensa responsabilidade e não consumir a dor como espetáculo”.

Com um tom crítico, ético e humano, o episódio 4 conclui e sintetiza os principais eixos do TCC e da pesquisa que originou o podcast. Ele não apenas denuncia a espetacularização da morte, mas também propõe uma autocrítica ao jornalismo contemporâneo, um chamado à responsabilidade e à empatia, em um cenário onde o clique, infelizmente, ainda vale mais que a verdade.

DIÁRIO DE PRODUÇÃO

A etapa prática deste trabalho resultou na produção, gravação e edição de uma série de quatro episódios de podcast, intitulada *A Última Palavra*, que teve como objetivo ampliar a reflexão acadêmica proposta pela pesquisa de Iniciação Científica realizada entre o ano de 2024 e 2025 e o presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), transformando o conteúdo teórico em uma experiência sonora acessível e envolvente. A proposta de desenvolver o produto em formato de podcast surgiu da intenção de unir o rigor investigativo da pesquisa com o dinamismo e a linguagem contemporânea do jornalismo digital. Os episódios foram gravados, roteirizados e desenvolvidos por mim, o autor deste trabalho, enquanto o apoio técnico e processo de edição ficaram por conta de Nilson Filho, técnico do laboratório de rádio do curso de jornalismo da PUC Goiás, local onde foram realizadas as gravações.

O podcast foi pensado como uma ferramenta de difusão científica e jornalística, buscando aproximar o público das discussões sobre a espetacularização da morte na mídia, os critérios de noticiabilidade, o sensacionalismo, e os dilemas éticos da cobertura jornalística. A escolha do formato também se deve ao crescimento expressivo do consumo de áudio sob demanda, especialmente entre jovens adultos e profissionais da comunicação, que encontram nos podcasts um meio acessível, reflexivo e flexível de aprendizado e debate.

1.8. Confecção dos Roteiros

A elaboração dos roteiros do podcast *A Última Palavra* foi um processo cuidadoso e profundamente enraizado na pesquisa de Iniciação Científica, realizada ao longo do trabalho e guiado pela intenção de transformar um tema complexo em uma narrativa acessível, envolvente e responsável. Para construir cada episódio, partiu-se primeiro da organização temática geral do projeto, definindo quais aspectos precisavam ser debatidos, desde os critérios de noticiabilidade e a atração histórica da mídia pela morte, até o sensacionalismo, os *fait divers*, as coberturas de grandes tragédias e o papel das redes sociais. A partir dessa estrutura inicial, iniciou-se um trabalho de levantamento e seleção dos conceitos teóricos essenciais, recuperando autores como Gislene Silva (2005) e Tobias Peucer (2004), transformando suas contribuições em explicações claras para o público leigo, sem perder a precisão acadêmica.

Em seguida, os roteiros foram sendo montados em blocos, intercalando reflexões, análises, narrações e momentos sonoros. Cada episódio exigiu um cuidado especial para

equilibrar dois pilares: o rigor conceitual e a linguagem radiofônica. Assim, os OFFs foram escritos para criar ritmo, emoção e dinamismo, ao mesmo tempo em que sustentavam o fio teórico do conteúdo. As entrevistas com jornalistas, e professores tiveram papel central neste processo. Suas falas foram transcritas, analisadas e depois encaixadas nos pontos mais estratégicos dos episódios, sempre com chamadas de contextualização, garantindo que suas experiências reais complementassem e aprofundassem os temas discutidos. Esse trabalho de encaixe exigiu atenção à autenticidade das falas, à coerência com a narrativa e ao impacto emocional sobre o ouvinte.

Também houve uma preocupação constante em construir transições naturais entre os assuntos, criando uma narrativa fluida que conduzisse o ouvinte do ponto A ao ponto B sem rupturas bruscas. Para isso, utilizou-se recursos da linguagem radiofônica, como ambientações sonoras, pausas dramáticas, vinhetas, subidas e quedas de BG, além de estratégias de storytelling que reforçam o caráter reflexivo do podcast. Após a escrita de cada roteiro, realizou-se uma revisão integral, ajustando o tom, aperfeiçoando a clareza, reforçando trechos analíticos e garantindo a coesão interna do episódio.

1.9. Escolha do BG

A escolha dos BGs foi feita, de forma geral, buscando sons harmônicos e que consigam dialogar com o que está sendo discutido, de forma a complementar e não atrapalhar a narrativa. O BG neutro, usado na maior parte do podcast, que foi coletado na biblioteca de áudios do Youtube, representa a natureza imparcial e investigativa do podcast, trazendo atenção e seriedade para o debate. Por outro lado, no episódio 4, que se mostra o mais sombrio e trágico do podcast ao trazer coberturas sensacionalistas e casos sensíveis, utiliza um BG direcionado para a melancolia e suspense, reforçando a intenção do episódio de levar o ouvinte para uma reflexão crítica a respeito dos cenários revelados e demonstrar a gravidade da exploração da morte e da dor como espetáculo.

A vinheta do podcast foi feita com a ajuda da aluna Andressa Silva Vasco, que emprestou sua voz para a gravação. A vinheta consiste na frase “*A Última Palavra*: quando a notícia ultrapassa o limite do luto, nasce o debate sobre a espetacularização da morte” e foi feita com o intuito de já transmitir o objetivo do podcast logo no início do episódio, familiarizando o ouvinte com o que será debatido a seguir.

1.10. Entrevistas

As entrevistas para este trabalho começaram a ser coletadas a partir de maio de 2025 e a produção das perguntas para as entrevistas podem ser conferidas no apêndice do trabalho. As entrevistas, 5 no total, foram realizadas de maneira híbrida. Enquanto três foram realizadas presencialmente, as outras duas foram realizadas por meio do aplicativo de mensagens *Whats App*. A primeira entrevistada foi a jornalista Luciana Brites, profissional experiente em coberturas de casos policiais e redação jornalística e que atualmente compõe a equipe de jornalistas assessores de comunicação social do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado de Goiás (TCMGO), local onde foi realizada a conversa. A profissional trouxe declarações e opiniões que foram decisivas para o entendimento teórico e o aprofundamento de dilemas éticos discutidos no trabalho e nos episódios do podcast.

O segundo entrevistado foi o professor e ex-coordenador do curso de jornalismo da PUC Goiás, Antônio Carlos Borges Cunha, realizada presencialmente no Campus V da universidade. A entrevista foi esclarecedora e enriquecedora a respeito do papel do jornalista em informar e em como levar a notícia para o público, além de aprofundar os debates sobre a cobertura de mortes de anônimos se comparado a figuras públicas.

A terceira entrevista, seguindo o mesmo padrão da anterior, foi com o doutor em comunicação e professor do curso de jornalismo da Universidade Federal de Goiás (UFG) e da PUC Goiás, Luiz Antônio Signates, feita presencialmente na Universidade, e foi de suma importância para a compreensão da morte como tema de extrema atração e interesse pelo público. O professor trouxe reflexões filosóficas e intrigantes a respeito da própria existência e curiosidade sobre a morte de forma geral, contribuindo para a ideia e tom a ser abordado nos episódios do podcast.

A quarta e quinta entrevistas, ambas realizadas de forma online por meio do aplicativo *Whats App*, trouxe as jornalistas Maria José Silva e Rosana Melo, ambas profissionais experientes em coberturas policiais e casos sensíveis. Nas duas entrevistas, as jornalistas trouxeram uma visão mais aprofundada e direta de dentro das redações, ressaltando e salientando como funciona o pensamento e os deveres de um redator, assim como trouxeram exemplos de casos sensíveis que evidenciam a espetacularização da morte e a exploração da dor dentro das redações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, buscou-se compreender como a morte é representada e consumida no jornalismo contemporâneo, especialmente em um cenário marcado pela expansão das mídias digitais, pela disputa pela atenção e pelo fortalecimento do sensacionalismo. A partir de análises teóricas, entrevistas com profissionais experientes e observações da prática jornalística atual, tornou-se possível visualizar como critérios de noticiabilidade, pressões mercadológicas, expectativas do público e condicionamentos históricos moldam a forma como vidas e tragédias são transformadas em narrativas midiáticas.

Foi possível perceber que a espetacularização da morte não é um fenômeno isolado, mas um reflexo de uma sociedade que vive sob o impacto da economia da atenção, na qual tudo que provoca choque, espanto ou emoção intensa tende a ser amplificado. Paralelamente, conceitos como grotesco, ruptura e diferença, ajudam a entender por que acontecimentos violentos ou inesperados ganham tamanha visibilidade. A lógica das plataformas intensifica esse movimento ao privilegiar conteúdo que gera engajamento, muitas vezes à custa do aprofundamento, do contexto e, sobretudo, da sensibilidade diante da dor do outro.

Os dilemas éticos revelados ao longo da pesquisa mostram que o jornalismo enfrenta uma tensão estrutural, onde de um lado, a responsabilidade de informar com rigor, respeito e humanidade, e de outro, a pressão por audiência, cliques e visualizações. Entre a necessidade de reportar fatos de interesse público e o risco de explorar vidas e sofrimentos, o jornalismo precisa constantemente revisitar seus métodos, refletir sobre suas escolhas e reafirmar seus princípios éticos.

Além disso, a comparação entre coberturas de mortes de figuras públicas e de pessoas comuns evidencia desigualdades simbólicas na valoração da vida e na construção de relevância. Enquanto celebridades geram grandes mobilizações e narrativas extensas, indivíduos anônimos muitas vezes são reduzidos a breves notas, a não ser quando o grotesco ou o extraordinário surge como elemento de interesse. Essa assimetria mostra o quanto a mídia não apenas reflete a sociedade, mas também reforça hierarquias, expectativas e sensibilidades coletivas.

As redes sociais, por sua vez, tornam tudo ainda mais intenso. O compartilhamento contínuo, a viralização e a participação ativa do público transformam tragédias privadas em eventos públicos instantâneos. Nesse contexto, o jornalista não é apenas mediador, mas também responsável por construir freios éticos em meio a um ambiente profundamente acelerado.

Dessa forma, percebe-se que o jornalismo, diante das adversidades apresentadas neste trabalho, precisa encontrar um equilíbrio entre dar a notícia e respeitar a dor do outro, informar sem desrespeitar e narrar a morte sem explorá-la. Isso pode ser feito contando as histórias de vida dessas pessoas nas notícias de suas mortes, falando de suas conquistas, seus sonhos e suas vivências. Essa é uma forma de humanizar a notícia e devolver às vítimas a dignidade que merecem.

Além disso, mortes como acidentes de trânsito ou vítimas de feminicídio podem ser noticiadas com o objetivo de alertar a população sobre possíveis falhas de políticas públicas, protocolos ou meios de se obter segurança e o impacto social de determinada tragédia. Dessa forma, o jornalista cumpre com o seu papel como um guardião da verdade e uma ponte entre a sociedade e o mundo, ao mesmo tempo que trata a morte com respeito e responsabilidade.

Diante desse panorama, as reflexões desenvolvidas ao longo do trabalho reforçam a importância de repensar práticas e de fortalecer uma cultura jornalística mais consciente e responsável. A morte é parte inevitável da existência humana, mas a forma como a narramos diz muito sobre quem somos enquanto sociedade.

Portanto, não basta apenas apontar os problemas, é preciso pensar caminhos e alternativas. O jornalismo pode e deve noticiar a morte com respeito e responsabilidade. Independentemente de quem seja, há uma história, há dor, há pessoas que ficam. E o papel do jornalismo não é explorar isso, mas sim narrar com empatia, humanidade e ética. Pois o jornalismo são histórias de humanos contadas por outros humanos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- AMARAL, Márcia Franz. Sensacionalismo, um conceito errante. In: **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 13, p. 1-13, julho/dezembro 2005.
- BARTHES, Roland. **Crítica e verdade**. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- BORGES, Rogério. **Morrer em público**: sensacionalismo, fetichização e sadismos em coberturas jornalísticas de tragédias e falecimentos de pessoas notórias em Portugal e no Brasil. Florianópolis: Insular, 2025.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BUTLER, Judith. **Vida precária**: os poderes do luto e da violência. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: Projeto Periferia, 2003.
- DUTRA, Vinícius Rodrigues da Rosa. **O ASSUNTO HOJE É: A CRISE DO JORNALISMO. Podcast jornalístico e mediação qualificada como estratégia de enfrentamento**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo. Porto Alegre, 2020
- MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997
- FARIA, Augusto Ricardo Siqueira. **Nos divertindo até a morte**: como a economia da atenção influencia a cultura e as decisões econômicas individuais. PONTÍFICA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais – Escola de Negócios Curso de Ciências Econômicas. Belo Horizonte, 2023. Disponível em: <https://bib.pucminas.br/pergamumweb/vinculos/000025/000025b8.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2025.
- FENAJ. **Código de ética dos jornalistas brasileiros**. Brasília: Fenaj, 2007. Disponível em https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em 20 abr, 2025.
- HAN, Byung-Chul. **Morte e alteridade**. Petrópolis: Vozes, 2020.
- JENKINS, Henry. **Cultura de Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- LEAL, Bruno Souza. Crimes de proximidade e modos de aproximação: fronteiras narrativas. In: MARTINS, Moisés de Lemos; CORREIA, Maria da Luz; VAZ, Paulo Bernardo; ANTUNES, Elton (orgs.). **Figurações da morte nos mídia e na cultura**: entre o estranho e o familiar. Braga: CECS, 2016. (p. 19-32).

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**. Petrópolis: Vozes, 2014.

MARTINS, Moisés de Lemos; CORREIA, Maria da Luz; VAZ, Paulo Bernardo; ANTUNES, Elton (orgs.). **Figurações da morte nos média e na cultura: entre o estranho e o familiar**. Braga: CECS, 2016.

MARTINS, Moisés de Lemos; CORREIA, Maria da Luz; VAZ, Paulo Bernardo; ANTUNES, Elton (orgs.). **Sentidos da morte na vida da mídia**. Curitiba: Appris, 2017.

MARTINS, Moisés de Lemos. In: MARTINS, Moisés de Lemos; CORREIA, Maria da Luz; VAZ, Paulo Bernardo; ANTUNES, Elton (orgs.). **Sentidos da morte na vida da mídia**. Curitiba: Appris, 2017. (p. 11-22).

MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do rádio (vol. 1): textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2010.

PEREIRA, Vinícius. HECKSHER, Andrea. **Economia da Atenção e Mensagens Publicitárias na Cultura Digital Trash**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008 Disponível em: <https://culturaderede.pbworks.com/f/Economia+da+atencao+e+publicidade.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2025.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. 1, n. 2. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2004. (p. 13-29).

SANTOS, Luan Correia. **Podcast e hibridização: a historicidade do conceito de podcast em trabalhos de pós-graduação no campo da comunicação no Brasil**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UFPB – 5 a 9/9/2022. Universidade do Vale do Rio dos Sinos: São Leopoldo, RS. 2022.

SIBILIA, Paula. **O Show do Eu: A intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, n. 1, p. 95-107, 1º semestre de 2005.

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

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2014.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, Volume 1: Porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Editora Insular, 2005.

VIANA, Hugo. **A Importância do som no cinema.** Folha de Pernambuco, 2018

ANEXOS

ROTEIRO – EP 1

OFF1: Olá! Meu nome é Henrique Chiareli, estudante de jornalismo da PUC Goiás. Seja bem-vindo ao *Podcast A Última Palavra*, uma série de episódios que mergulha nas fronteiras entre o jornalismo, a ética e o espetáculo, resultado do meu Trabalho de Conclusão de Curso // Este é o primeiro episódio da série, e aqui, vamos dar início à nossa jornada para entender como a mídia transforma o fim da vida em notícia, e por que isso nos fascina tanto.

OFF2: Vivemos em um mundo onde a notícia chega rápido, e o tempo do luto é substituído pelo tempo da manchete // Quando uma figura pública morre, o país para. Mas quando um anônimo perde a vida, a história se apaga tão rápido quanto surge // Por que isso acontece? // É sobre essa diferença, e tudo o que ela revela sobre a mídia e a sociedade, que este podcast fala

OFF3: A morte sempre foi um tema que desperta fascínio e desconforto. Desde a antiguidade, o ser humano tenta compreender o que há depois dela, buscando sentido para o inevitável // A arte, a religião e, mais recentemente, o jornalismo, encontraram na morte um espelho da própria existência, uma maneira de falar da vida através daquilo que a encerra.

OFF de Chamada: Vamos conversar agora com a jornalista Luciana Brites, profissional experiente em redações e coberturas policiais // Ela comenta sobre o que faz a morte despertar tanta curiosidade e emoção, mesmo nos tempos atuais.

[Entra Sonora 1 (Luciana) - A morte ela gera um frisson maior sim, ela gera um envolvimento maior sim. Porque como diz Ariano Suassuna, é o único mal irremediável, é o destino de tudo que vive. O destino de tudo que é vivo é morrer. É um mistério, a gente se agarra na fé, quem tem fé, em explicação, mas a verdade é que ninguém sabe como é morrer nem o que vem depois da morte, até passar por isso, e é uma experiência que a gente não compartilha, ela é única.]

OFF4: Desde as tragédias gregas até os noticiários da TV, a morte desperta curiosidade, medo e empatia // No jornalismo, a morte é mais do que um fato, é uma narrativa que diz muito sobre quem somos e o que valorizamos // E quando essa narrativa é repetida, exagerada ou dramatizada, entramos no território do sensacionalismo e a espetacularização.

OFF5: Desde os primórdios do jornalismo moderno, noticiar a morte é também contar histórias sobre a vida, sobre quem fomos, o que deixamos e como a sociedade escolhe

lembrar // Só que, ao longo do tempo, algo mudou // o respeito pelo fim deu lugar à curiosidade pelo trágico // A dor virou espetáculo, e a informação, mercadoria.

OFF6: Mas por que isso nos atrai tanto? Por que o sofrimento do outro desperta tanto interesse? Segundo o professor do curso de jornalismo da PUC Goiás e UFG, e doutor em comunicação, Luiz Signates, nós choramos a morte do outro porque, no fundo, reconhecemos nela o reflexo da nossa própria finitude // A morte nos fascina porque ela é o limite, e nós, humanos, somos obcecados por entender o que está além.

[Entra Sonora 2 (Signates) - A morte é um fenômeno que todos nós vamos enfrentar, quer a gente queira, quer não. Quer a gente goste, quer não. Quer a gente o tema, quer não tema. Qualquer que seja a posição que qualquer pessoa assuma diante da morte, ela é inevitável. Então, a inevitabilidade da morte a torna um momento crucial. Por quê? Porque ela é um ponto de interrogação, ela é ao mesmo tempo que inevitável, uma espécie de situação ou de vivência máxima dentro da vida. É o momento em que a vida se extingue enquanto tal. E a possibilidade da extinção da vida, ela é aterradora. Ela é... a morte é, ao mesmo tempo, a ameaça do nada .E ela é, ao mesmo tempo, a ideia mais plena e mais concreta que nós temos do desconhecido. Então, o homem diante do desconhecido, ele é o homem diante do infinito. Ou é o homem diante do infinito. Ou é o homem diante do nada. E essa ideia, ela é aterrorizante ao mesmo tempo em que ela é plena e máxima em todos os sentidos.]

OFF de Chamada: A morte é, portanto, o ponto final que todos compartilhamos, mas o jornalismo insiste em narrá-la de maneiras distintas // No século XXI, essa narrativa ganhou novas formas, impulsionada pela tecnologia e pela busca incessante por audiência // A jornalista Luciana Brites explica como esse fenômeno se intensificou com o surgimento da internet e das redes sociais.

[Entra Sonora 3 (Luciana) - É um nicho que teve uma expansão muito grande, principalmente na TV com programas como Aqui e Agora, Cidade Alerta, Brasil Urgente e tantos outros derivados regionais. Depois dessa expansão houve uma certa retração, mas nunca saiu de fato, nem da Tv, nem do rádio, nem da internet, inclusive é muito presente na internet e nas redes sociais. Nas redes sociais, principalmente em apps de troca de mensagens, são notícias que engajam, repercutem.]

OFF7: O jornalista, nesse contexto, se torna uma espécie de narrador do inevitável // Ele tenta dar sentido ao absurdo e transformar o silêncio da morte em palavras // Mas nem sempre esse papel é exercido com ética // E é aí que o tema central do nosso podcast começa a se revelar: a espetacularização da morte, quando a notícia deixa de informar e passa a explorar.

OFF8: É nesse cenário que entra uma pesquisa de iniciação científica realizada na PUC Goiás, que deu origem a este podcast // O estudo analisou mais de 100 notícias sobre mortes publicadas em grandes veículos jornalísticos, como o G1, CNN e Metrôpoles, para entender como o jornalismo seleciona, narra e hierarquiza a morte

OFF9: A pesquisa dividiu as coberturas em três categorias: Morte íntima, ligada ao cotidiano e à vida privada; Morte violenta, centrada em crimes, acidentes e tragédias e Morte de celebridades, marcada por homenagens e memória afetiva // Essas três formas de noticiar revelam o abismo entre quem é lembrado e quem é esquecido

OFF10: Nas mortes de pessoas anônimas, o jornalismo tende a se apoiar na dor, na violência e no detalhe chocante // Já nas mortes de celebridades, o tom muda // a notícia vira reverência e o foco é o legado, enquanto o discurso ganha uma aura quase poética

OFF de Chamada: Sobre essa questão, o professor Luiz Signates explica como a curiosidade humana em relação a morte se conecta à ideia de diferença e estranhamento, conceitos que moldam até hoje o modo como a imprensa escolhe o que vira notícia.

[Entra Sonora 4 (Signates) - Mas, assim, o que é notícia é o grotesco. Não é a morte. É o modo como ela é relatada. É o modo como ela acontece. Ou aquele elemento que faz diferença. E aí a ideia de diferença, para mim, é que está no centro da noção de audiência. Tanto a de identidade, que é o que explica a sexualidade, quanto a ideia de diferença, que é o que explica o grotesco. Quanto mais...Estranho. Quanto mais extraordinário. Quanto mais grotesco. Quanto mais diferente do desejo do cotidiano. Ou da imagem que as pessoas fazem de si próprios, do próprio cotidiano. Quanto mais diferente isso for, mais a audiência tende a dar.]

OFF11: Essa diferença não é apenas estética /// Ela está profundamente ligada ao que chamamos de critérios de noticiabilidade, conceitos discutidos por autores como Gislene Silva, pesquisadora da Universidade Federal de Santa Catarina, que explicam como o valor-notícia é definido pela relevância, pela proximidade e pelo impacto que o fato pode gerar no público // E é justamente aí que entra a questão do grotesco, do estranhamento e da diferença, como atesta o professor Luiz Signates.

[Entra Sonora 5 (Signates) - A violência não chama a atenção por identidade, mas por diferença. Por estranhamento. Então, tudo aquilo que se parece muito com o meu desejo me chama a atenção. Mas tudo aquilo que é completamente diferente daquilo que eu vivo, também me chama a atenção. Então, boa parte dos critérios de noticiabilidade do jornalismo, estão ligados à ideia de estranhamento. A ideia de manifestação de emergência, de diferença. E o grotesco, a diferença violenta, é uma diferença que chama muito mais a atenção. Por quê? Porque ela leva a ideia do estranhamento à máxima atenção. Certo? Se o sexo me chama a atenção porque é o

que eu desejo, a violência me chama a atenção porque é tudo que eu não desejo. Então, quando acontece algo que é absolutamente indesejável, que chega ao nível do grotesco, eu quero ver.

OFF12: Quando um portal coloca no título algum detalhe chocante e grotesco, ou quando uma repórter entrevista uma mãe chorando em frente ao corpo do filho, o jornalismo ultrapassa seu papel informativo e entra no campo do espetáculo // O público olha, se choca e compartilha. Mas o que ele consome, no fim das contas, é a dor de alguém

[Entra Sonora 6 (Signates) - Então, por exemplo, se alguma pessoa for morta na calçada do edifício onde você mora, você pode ter certeza que o prédio inteiro vai descer para assistir. Certo? Por quê? Porque é a violência levada ao nível do grotesco, colocada no lugar onde ela não está, onde ela não deveria estar, e isso chama enormemente a atenção, galvaniza a atenção por diferença. É tudo que eu rejeito, é tudo que eu não quero, é tudo que me espanta, é tudo que faz diferença ao meu desejo, mas isso me atrai muito. Por quê? Porque ao estar em contato com isso, eu reafirmo o fato de que eu não sou daquele jeito, de que eu não sou assim. Aquilo é sempre o lugar do outro. Nunca é o meu lugar. Então o grotesco chama muita atenção, a violência chama atenção.]

OFF13: A morte não precisa ser manchete para ser respeitada // Mas quando ela é, cabe ao jornalismo escolher entre ser memória... ou espetáculo //

OFF14: Nos próximos episódios, vamos discutir essa trajetória // Como o jornalismo decide quem merece uma última manchete, como o sensacionalismo transforma tragédias em espetáculo e quais são os limites éticos que separam a informação da exploração

ROTEIRO – EP 2

[Vinheta] [sobe BG]

OFF1: Olá! No episódio passado, fizemos uma introdução ao tema do Podcast A Última Palavra, que trata de como a mídia realiza diferentes coberturas sobre a morte. Nele, mostramos dados da pesquisa que realizamos na PUC Goiás acerca da temática e refletimos sobre como a mídia transforma a morte em espetáculo // No episódio de hoje, vamos falar sobre critérios de noticiabilidade, explorar os primórdios do jornalismo em relação a esse assunto e refletir sobre a diferença entre a morte de figuras públicas e pessoas anônimas.

[sobe e desce BG]

OFF2: Quando falamos sobre porque certas mortes ganham espaço na mídia e outras não, a resposta muitas vezes está nos chamados *critérios de noticiabilidade* // Eles são como filtros invisíveis que definem o que é ou não digno de virar notícia // Mas afinal, quem define esses critérios? E com base em quê?

[Sobe e desce BG de suspense]

OFF3: Segundo a pesquisadora Gislene Silva, da Universidade Federal de Santa Catarina, em seu livro “Critérios de Noticiabilidade”, esses parâmetros não são regras fixas, mas sim construções culturais e profissionais // Não é só sobre o que acontece, mas sobre como a imprensa entende o mundo e o que ela acredita que o público vai querer ou precisar saber. // Essas decisões, portanto, integram uma cultura profissional no jornalismo, que se reproduz de geração para geração nas redações. // Isso pode ser averiguado em entrevistas com profissionais da área.//

OFF de chamada: Agora, vamos ouvir a jornalista Luciana Brites, profissional com experiência em coberturas policiais, área que lida diretamente com mortes violentas, por exemplo.

[Entra Sonora1 (Brites)]

[06:28 – 07:08 Essa questão da espetacularização vai muito do veículo, da linha editorial e do editor. Um bom editor ele faz toda a diferença na hora da apuração, uma coisa é a morte violenta, um acidente de trânsito, outra coisa é uma morte que é um suicídio, ou um assassinato, a qualidade da apuração é fundamental pra você explicar os detalhes, as circunstâncias, as motivações, pra que aquela violência, aquela brutalidade toda, não que ela venha a fazer algum sentido, mas que tenha alguma explicação, alguma justificativa.]

OFF4: Impacto, notoriedade, proximidade, ineditismo, curiosidade // Esses são alguns dos elementos que tornam um fato mais ‘noticiável’ // Por isso, quando uma figura pública morre, ela naturalmente se encaixa nesses critérios: tem relevância, memória coletiva, legado // Já a morte de uma pessoa comum precisa de algo a mais, como estar inserida numa tragédia, trazer um detalhe chocante, ou algo que a torne extraordinária // E é aí que mora o problema.

OFF de chamada: Para opinar sobre esse assunto, que traz essa questão ética, conversamos com o professor Antônio Carlos Borges Cunha, do curso de jornalismo da PUC Goiás [Entra Sonora2 (Antonio)]

[01:05 – 02:31 A espetacularização da morte não é novidade, mas tem um contexto atual dos algoritmos, redes sociais, plataformas, que acabam potencializando algo

que já existia. Eu fiz curso de jornalismo e já se discutia muito a questão da busca pela audiência na tv a qualquer preço. No jornalismo, em certa medida também, alguns programas passavam do ponto também, alguns programas policiais, que tinham formato jornalístico, a busca era por audiência. Da mesma forma os jornais e revistas volta e meia a gente se depara com matérias no jornal impresso, em que olhava e no mínimo se questionado se aquela matéria deveria ter saído daquela forma, com aquele enfoque, aquela abordagem.]

OFF5: Se pensarmos em alguém como Sebastião Salgado, considerado um dos maiores fotógrafos do mundo, sua morte não é tratada como uma simples notícia // Ela é abordada como a perda de um ícone que registrou, com sensibilidade e impacto, os dramas da humanidade, os refugiados, os esquecidos e as belezas do planeta // O mesmo vale para líderes como José Mujica, ex-presidente do Uruguai, ou até para o próprio Papa Francisco, que carrega não apenas o peso de ser líder de milhões de católicos, mas também de representar valores, debates e transformações sociais dentro e fora da Igreja // Quando essas figuras partem, a imprensa não cobre apenas uma morte. Ela cobre o fim de uma era, o fechamento de um ciclo de contribuição histórica, social e cultural //

[Entra Sonora3 (Antonio)] [05:21 – 05:39 o próprio fato de uma pessoa ser uma celebridade já desperta um interesse muito grande, aquilo que falamos durante a graduação, a diferença entre interesse público e interesse do público, no caso de celebridades, muitas vezes os dois estão caminhando juntos.]

OFF6: Mas e quando quem morre não tem uma trajetória pública? A lógica muda // A morte de uma pessoa comum, para se tornar notícia, precisa carregar um elemento de choque, de mistério ou de comoção pública // E aqui é que entramos no lado mais sensível, e muitas vezes problemático, do jornalismo, como atesta Luciana Brites.

[Entra Sonora4 (Brites)]

[05:07 – 05:46 Uma espetacularização depende muito da linha editorial do veículo, nós jornalistas somos seres humanos, é óbvio, a gente se comove, a gente se estarrece, mas a gente tá sempre atento a questão dos limites que não devem ser ultrapassados, a gente tem que respeitar aquela dor daquela família, dos amigos e as vezes da própria sociedade. Alguns acontecimentos machucam a sociedade como um todo, não é uma coisa individual apenas.]

OFF7: Casos como o de Isabela Nardoni, uma menina de apenas cinco anos, ganharam repercussão nacional não pela vida dela, uma criança anônima até então, mas pela brutalidade do crime que tirou sua vida // A indignação coletiva, o fato de o crime ter sido cometido pelo próprio pai e pela madrasta, transformou o caso em um fenômeno midiático // Não se falava apenas da morte de uma criança, mas de um símbolo de

indignação, de repulsa e de medo social // Luciana Brites dá outro exemplo, o da menina Vitória, que foi sequestrada e assassinada no São Paulo, em fevereiro de 2025.

[Sonora 5(Brites)]

[00:26 – 01:10 o caso Vitória, em que o pai da menina soube pela Patrícia Poeta ao vivo diante do Brasil inteiro que o corpo da filha foi encontrado. Foi um descuido, foi imperdoável, depois a gente acompanha os bastidores e parece que houve uma ponderação da parte dela, se ela deveria tratar do assunto, se ele já foi informado com antecedência, mas o fato foi esse.]

OFF8: O mesmo ocorreu no caso de Eliza Samúdio, que só se tornou conhecida nacionalmente por ter sido vítima de um crime bárbaro cometido por seu excompanheiro, o goleiro Bruno, então jogador do Flamengo // Sua morte foi convertida em espetáculo, recheada de detalhes chocantes, especulações e cobertura que muitas vezes ultrapassou o limite do respeito, explorando sua imagem, sua vida e até aspectos pessoais que pouco tinham a ver com o crime em si //

OFF9: Talvez um dos casos mais emblemáticos dessa lógica tenha sido o dos pais da Suzane von Richthofen // Antes do crime, eram pessoas completamente anônimas, sem qualquer relevância pública // No entanto, a frieza do assassinato, o fato de ter sido cometido pela própria filha, chocou tanto a sociedade que o caso se tornou um dos mais explorados pela imprensa brasileira nas últimas décadas // E, assim como nos outros exemplos, eles não se tornaram notícia pela vida que levavam, mas pela forma trágica e impactante como morreram //

OFF10: É aqui que mora a grande questão // Quando falamos de critérios de noticiabilidade, percebemos que a morte, por si só, não basta para gerar interesse midiático // A morte de uma pessoa comum só se torna notícia quando está cercada de elementos que fazem dela uma mercadoria jornalística: o choque, a tragédia, o crime, o absurdo // Enquanto isso, as mortes de figuras públicas carregam automaticamente valor noticioso, pela história que essas pessoas construíram, pelos legados que deixaram e pela memória coletiva que representam //

OFF11: E é nesse contexto que entra o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, que deixa muito claro que o compromisso do jornalismo é, antes de tudo, com a verdade, o interesse público e o respeito à dignidade humana // O código proíbe expressamente a divulgação de conteúdos de caráter mórbido, sensacionalista ou que incentive a violência e a crueldade, além de reforçar que o jornalista deve respeitar o direito à intimidade, à honra, à imagem e à privacidade das pessoas, salvo quando houver real interesse público //

OFF12: Quando olhamos para coberturas de crimes e tragédias, percebemos o quanto esse código é, muitas vezes, colocado à prova // O limite entre informar e explorar nem sempre é respeitado // E, enquanto isso, a dor de famílias se transforma em manchete, e a morte vira produto, quando, na verdade, o jornalismo deveria ser, acima de tudo, um exercício de responsabilidade e empatia // Luciana Brites comenta outros exemplos que revelam como o Código de Ética é, muitas vezes, ignorado no dia-a-dia jornalístico.

[Entra Sonora 6 Brites]

[01:11 – 02:25 Aqui em Goiás tivemos um exemplo recente também terrível, um estudo de caso sobre o que não fazer, o sequestro de uma menina, ana, bairro de periferia, a tv tava ao vivo na casa dos pais da menina quando chega a notícia do corpo dela e a menina estava morta, a reação da mae foi de um desespero, foi de cortar o coração. Entra naquilo de ferir não so a família, mas a sociedade inteira, primeiro a morte violenta, a brutalidade do sequestro e a insensibilidade da tv em mostrar aquilo ao vivo]

OFF13: A tese de um pesquisador alemão chamado Tobias Peucer, escrito em 1690, chamado Os Relatos Jornalísticos, e defendida na Universidade de Leipzig (Laipsich), é considerado um dos primeiros registros teóricos sobre o jornalismo // Ele analisa com notável precisão aspectos que, ainda hoje, definem o jornalismo moderno / O mais impressionante é perceber como, ainda no século dezessete, ele já identificava elementos como a escolha dos fatos, o impacto da novidade, o valor do inusitado e o apelo ao interesse público como fatores que determinam o que se tornava notícia //

OFF14:Peucer observava que nem tudo que acontecia virava relato impresso, ou seja, a seleção das informações já era guiada por critérios que antecipavam o que hoje chamamos de critérios de noticiabilidade / Ele entendia que os relatos mais chocantes, curiosos ou impactantes, como por exemplo as Guerras ou grandes catástrofes, tinham maior probabilidade de circular mais e chamar atenção / Essa é uma lógica que ainda orienta muitas manchetes e veículos jornalísticos atuais, especialmente quando se trata de tragédias ou mortes /

OFF15:Essa análise histórica é reveladora, pois ela mostra que a espetacularização da notícia não é um fenômeno recente, mas uma prática que acompanha a história do jornalismo desde sua origem / O que Peucer viu em 1690, a tendência de valorizar o extraordinário e o dramático, é exatamente o que vemos hoje no jornalismo, quando tragédias pessoais ganham contornos sensacionalistas, principalmente quando envolvem pessoas comuns.

OFF16: Assim, o pensamento de Tobias Peucer ajuda a entender que a estrutura da notícia como produto de interesse e consumo social sempre esteve ligada a escolhas narrativas e editoriais / Nem sempre priorizam o respeito à dor alheia / Ele antecipou,

com clareza surpreendente, as tensões éticas que ainda marcam o jornalismo: entre informar e atrair atenção, entre relatar com sobriedade e explorar o impacto /

OFF17: Entretanto, explorar o impacto ou atrair a atenção não significa que devemos transformar a dor do outro em espetáculo ou ignorar os limites éticos, pois o jornalista, como um guardião da verdade, deve priorizar a ética, a empatia, e uma cobertura jornalística bem feita e digna de respeito, como também atesta a jornalista Luciana Brites.

[Entra Sonora 7 Brites]

[04:02 – 05:11 Em primeiro lugar, empatia. Se coloque no lugar do outro, no nosso caso, a gente que ta na linha de frente, tem que mudar essa coisa nas redações de instantaneidade, da primeira vez, do “vamos sair na frente”, calma, respira, o mundo não vai acabar. O que que é mais meritoso, dar em primeira mao uma noticia errada, sem cuidado, ou dar noticia correta, bem apurada, que la na frente não precisar publicar uma errata, ou ficar pedindo perdao por anos e anos, tem mais valor isso, a noticia bem dada, bem apurada, com respeito aos familiares, e depois não ter que se desculpar, quem se desculpa o tempo todo perde credibilidade, perde relevância, e em termos econômicos perde anunciante, perde engajamento, tem um custo ate financeiro.]

OFF18: Quando o jornalismo depende do extraordinário para contar a história de pessoas comuns, ele corre o risco de transformar a dor em espetáculo... e de esquecer que, por trás de qualquer morte, há uma vida que merece respeito.

[BG sobe e desce]

OFF19: Esse foi mais um episódio do Podcast A Última Palavra // no próximo episódio, vamos discutir sobre casos marcantes de mortes de figuras públicas e refletir sobre como a cobertura jornalística foi feita, explorando afundo as tendências e abordagens adotadas.

[Encerramento]

ROTEIRO – EP 3

[Vinheta]

[sobe BG]

OFF1: Olá! No episódio anterior do Podcast A Última Palavra, falamos sobre critérios de noticiabilidade, sobre o livro de Tobias Peucer, pioneiro nos estudos de jornalismo em nível acadêmico, sobre os primórdios do jornalismo e refletimos sobre a diferença entre a morte de figuras públicas e pessoas anônimas // Hoje, vamos explorar mais a fundo as coberturas de mortes mais marcantes no país.

[BG encerra por um momento, dando suspense]

OFF2: Pra começar... Vamos falar sobre um caso que todo mundo conhece?

[Entra a vinheta do Sílvio Santos]

OFF3: Quando Sílvio Santos morreu, o Brasil parou // E não foi apenas mais um caso de repercussão. Foi um momento histórico, o fim de uma era.

OFF4: Silvio Santos não era só apresentador, era ícone. Um símbolo da televisão popular, da comunicação, da figura que atravessou gerações com seu ‘quem quer dinheiro?’ // Sua morte gerou uma comoção que uniu vozes diferentes, inclusive aquelas que, por décadas, foram consideradas rivais //

[Vinheta SS sobe mais uma vez]

OFF5: Na cobertura, vimos algo raro: emissoras concorrentes como Globo, Record e Band abrindo espaço generoso para homenagens, lembrando sua trajetória, sua influência e até suas polêmicas // A Globo, por exemplo, que historicamente teve uma relação tensa com o SBT, dedicou longos minutos no Jornal Nacional e programas de entretenimento para falar do legado de Silvio. Um reconhecimento que transcendeu a concorrência //

OFF6: E nesse momento, ficou claro que o jornalismo também reconhece grandeza. Que existem figuras tão marcantes que sua despedida deixa de ser apenas uma notícia... e se transforma em memória coletiva //

OFF de Chamada: Vamos ouvir agora o professor do curso de jornalismo e doutor em comunicação, Luiz Antônio Signates.

[Sonora 1 (Signates)]

[0:59-1:48“A morte da celebridade é celebrada porque é a celebridade. Ela chama atenção em vida ou em morte. Se tropeçar em uma festa, é manchete; se morrer, qualquer que seja a morte, é manchete. Silvio Santos era assim: uma figura pública que controlava sua própria visibilidade, administrava isso como ninguém. Até sua morte foi marcada por esse controle.”]

[2:08-2:50 o Silvio Santos era uma figura pública que tinha um controle muito grande sobre a sua própria visibilidade ele era um expert nesse assunto ele era especialista nesse assunto ele administrava a própria visibilidade com muito cuidado a profissão dele era essa ganhou dinheiro e enriqueceu na vida comerciando a própria visibilidade então tinha um controle muito grande sobre isso eu acho que o episódio do controle público da morte dele é muito decorrente disso é muito decorrente disso ele era uma figura muito midiática e ser midiática era da natureza dele]

OFF de Chamada: Como reforça o professor e jornalista Antônio Carlos Borges Cunha, no momento da morte de uma celebridade, todo o percurso de vida volta com força // Não é só o fim que atrai a atenção, mas tudo o que aquela figura representou ao longo da carreira // Existe um interesse natural em saber o que aconteceu, como foi, e em revisitar a trajetória dessa pessoa.

[Sonora 2 (Antônio Carlos)]

[06:10 – 06:46 Que a gente vê que ao ter um interesse maior por parte da audiência por essas pessoas, no momento da morte dessas pessoas também há todo esse percurso que ela fez durante a vida dela, vem com força durante esse momento de morte. A gente vai ter sim o interesse de saber o que aconteceu, como que foi.]

[08:52 – 09:12 quando se é celebridade, tem uma busca maior sobre não só quem foi aquela pessoa, algumas informações, detalhes, coisas que só quando morre as pessoas ficam sabendo, quando é uma morte mais trágica há uma procura muito grande por essas informações.]

OFF7: Existe um detalhe pouco comentado, que mostra como o jornalismo se organiza diante da morte de figuras públicas: o planejamento prévio // A jornalista Luciana Brites explica que nomes muito relevantes como Silvio Santos, Cid Moreira ou Fernanda Montenegro têm seus obituários, homenagens e cenas de arquivo preparados antes mesmo do falecimento // Afinal, essas pessoas carregam uma história que precisa ser registrada com cuidado, trazendo a trajetória completa, desde os primeiros passos profissionais até os grandes marcos que marcaram o país // Algo que diferencia totalmente a cobertura de celebridades da de cidadãos comuns, que não contam com esse “dossiê da vida” pronto para ser narrado no último ato

[Sonora 3 (Luciana Brites)]

[11:32 – 12:44 olha, primeiro que essas pessoas que são muito relevantes naquilo que fazem, porque todo ser humano é relevante, só que no caso do Cid Moreira ele era relevante na apresentação, no telejornalista, o Silvio Santos na comunicação, no empresariado. O diferencial é que essas pessoas começam a morrer antes. A gente deixa todo o material pré-pronto pra quando de fato acontecer, uma pessoa com idade avançada, Fernanda Montenegro, sabemos que uma hora ela vai, já tem muita coisa pronta do obituário dela, aí tem as homenagens, cenas de arquivo como casa que nasceu, palco que estreou, Silvio Santos tem a primeira loja, primeira rua onde trabalhou como camelô. Então no caso dessas pessoas tem esse apanhado histórico que o cidadão comum normalmente não tem.]

OFF8: A cobertura da morte de Silvio Santos mostrou que, quando a história é grande demais, até os bastidores da mídia se rendem à importância de contar e homenagear quem fez parte da identidade de um país //

OFF9: E isso não é exclusivo do Silvio // O jornalismo tem uma capacidade única de construir memória coletiva a partir da morte de figuras públicas // Basta lembrar de como foi a cobertura da morte de Pelé, o Rei do Futebol //

[Som Pelé]

OFF10: Quando Pelé morreu, mundo inteiro parou // As homenagens vieram de todos os continentes // Não se falava apenas de um jogador, mas de um homem que se

tornou sinônimo de excelência, de história, de Brasil // Agora, em mais um caso semelhante, vamos falar sobre outra lenda?

[Som Senna]

OFF11: Assim como Pelé, o impacto foi gigantesco quando Ayrton Senna morreu, em 1994 // A comoção não foi só nacional, foi mundial // E, mais do que um piloto, Senna se tornou um herói // A cobertura ultrapassou o esporte, foi tratada como uma tragédia nacional, com direito a transmissão ao vivo do velório, das homenagens e uma cobertura intensa durante dias // o professor Luiz Signates, que viveu esse momento, compartilha a sensação que foi testemunhar e sentir na pele a morte de Senna

[Sonora 4 (Signates)]

[3:13-5:02 O Senna morreu em público, a morte dele foi filmada, a morte dele foi vista em público, o acidente que ele teve, na Itália, na ilha do Porto, ele pereceu no carro, ele já estava morto, foi retirado do carro praticamente, mas por causa da gravidade do acidente, ele gerou a comoção nacional e parou o Brasil. Eu tinha na família uma mulher que trabalhava lá em casa, uma empregada, e ele morreu no domingo, né? Na segunda-feira foi dada a notícia, no próprio domingo mesmo a notícia foi dada e a gente amanheceu na segunda-feira com o país consternado. A minha empregada na época chegou chorando na casa. Ela amava o Senna. E ao longo de toda a experiência que a gente tinha tido com ela, nunca ela havia citado o Senna para coisa nenhuma. Mas foi um negócio que tomou conta, foi televisionado e tomou conta do meu mundo. Então quem não conhecia o Ayrton Senna passou a sofrer a morte dele no mesmo dia. E aí quando o corpo dele... aí não foi exposto o corpo do grande, o caixão fechado, mas... o enterro dele em São Paulo, o velório do enterro dele em São Paulo foram eventos públicos. A população parou e durante todo o trajeto até o cemitério, multidões em cima dos viadutos, na beirada das estradas. Assistindo, elas pararam para ver o caixão dele passar.]

OFF12: Se ampliarmos o olhar para fora do Brasil, a morte da Rainha Elizabeth II mobilizou não só o Reino Unido, mas o mundo inteiro // Foram dias e dias de cobertura ininterrupta, mostrando cada detalhe do velório, dos ritos reais e da sucessão // E quando pensamos em Nelson Mandela, a narrativa não foi apenas sobre sua morte, mas sobre sua luta, seu legado, sua capacidade de perdoar e de transformar a história de uma nação inteira //

OFF13: A morte da jornalista Glória Maria também gerou uma repercussão enorme // Não apenas por sua trajetória na TV, mas pelo simbolismo que ela carrega como uma mulher preta, pioneira, desbravadora, que abriu portas, que quebrou barreiras e que foi, por anos, sinônimo de jornalismo, aventura e representatividade na televisão brasileira // E agora, voltando a falar de nomes que marcaram a cultura do Brasil...

[entra música dos Mamonas Assassinas]

OFF14: E quem não se lembra da comoção com a morte dos Mamonas Assassinas? Um acidente aéreo que chocou o país inteiro, levando cinco jovens artistas que, apesar de uma carreira curta, deixaram uma marca profunda no humor, na cultura e na música brasileira // Foram dias de cobertura intensa, que misturava tristeza, perplexidade e uma tentativa coletiva de entender como aquele fenômeno poderia ter sido interrompido de forma tão abrupta //

[Sonora 5 (Antônio Carlos)]

[06:59 – 07:45 quando tem algumas outras questões a mais, por exemplo foi um acidente, aí o pessoal também começa a ter um interesse muito grande, o grande público, nem só os fãs, começa a ter algo que é da natureza humana, uma atração pelo grotesco, por aquilo que nós da aversão, tem aqueles que viram a cara e tem aqueles que vão atrás de ver aquilo, quanto mais melhor.]

OFF15: Da mesma forma, o acidente com o time da Chapecoense, em 2016, entrou para a história como uma das maiores tragédias do esporte mundial // A cobertura foi massiva, a dor de um país, a solidariedade internacional, os detalhes do acidente, as homenagens // tudo isso foi transmitido, analisado, compartilhado em tempo real, numa verdadeira onda de empatia e comoção global //

OFF16: Em todos esses casos, vemos como o jornalismo atua não apenas para informar, mas para construir narrativas de despedida, de memória e de legado // A morte, aqui, não é apenas um fim, ela se torna um evento social, um ritual midiático de despedida, de reverência e, muitas vezes, de imortalização da história dessas pessoas //

[Sonora 6 (Signates)]

[Normalmente, as celebridades são objetos de mídia exatamente porque são geradoras de atenção. E quando morrem no auge, como Ayrton Senna, a comoção é ainda maior. A morte de Senna parou o Brasil, foi televisionada, atravessou classes sociais. Já o Pelé, que morreu idoso e fora do auge, não gerou a mesma mobilização. A melhor hora de morrer, para a lógica midiática, é no auge, quando a morte vira celebração.”]

[BG de encerramento]

OFF17: Esse foi mais um episódio do Podcast A Última Palavra // No próximo episódio, vamos trazer mais depoimentos e visões de jornalistas da área sobre o sensacionalismo nas redações, e concluir o que deve ser feito para melhorar esse cenário.

[Encerramento]

ROTEIRO – EP 4

[Vinheta]

[sobe BG tenso e dramático]

OFF1: Olá! No episódio anterior do podcast *A Última Palavra*, discutimos como o jornalismo cobre a morte de figuras públicas // casos como os de Silvio Santos, Ayrton Senna, Rainha Elizabeth, Nelson Mandela, Glória Maria ou do grupo musical Mamonas Assassinas, todos tratados com reverência, memória e comoção coletiva. // Mas hoje, o assunto é outro: o lado sombrio da cobertura jornalística, quando a morte não é lembrança ou homenagem, mas se transforma em espetáculo.

[sobe BG sombrio, mais grave]

OFF2: Sensacionalismo. Essa palavra tão conhecida e tão criticada. // No jornalismo, ela significa usar da dor, da violência ou do choque como chamariz. // E, embora condenado pelo Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, ele ainda se repete, diariamente, nos portais de notícia, nos programas policiais da TV e até nas redes sociais.

[efeito de manchete de jornal]

OFF3: Talvez um dos exemplos mais ilustrativos seja o do portal *Metrópoles*, que estampou, em 2024, em título chamativo, que duas mulheres mortas em um acidente de moto haviam sido “partidas ao meio” // Enquanto outros veículos noticiaram o acidente com sobriedade, o *Metrópoles* escolheu o detalhe mais gráfico e mais chocante como principal // E o preço foi alto: Revolta das famílias, críticas públicas e um debate intenso sobre respeito, dignidade e os limites da informação.

OFF4: Esse infelizmente não é um caso isolado // Em muitas coberturas, especialmente de crimes, o foco recai sobre o criminoso // Sua vida, seus antecedentes, seus motivos

são esmiuçados, transformando-o em “personagem principal” // Enquanto isso, as vítimas viram números, estatísticas, coadjuvantes. // Basta lembrar o caso de Suzane von Richtofen, onde a narrativa midiática explorou sua frieza e personalidade, enquanto as vítimas, seus próprios pais, ficaram em segundo plano. //

OFF de Chamada: Agora vamos ouvir a jornalista Rosana Melo, profissional que trabalhou por anos em redações e coberturas policiais. Ela comenta porque o choque vira manchete e qual o papel da busca por audiência nesse sentido.

[Entra Sonora 1 – Rosana Melo - Sempre com esse viés de buscar mais audiência, no caso de site e rede social, de buscar mais... Cliques, é sempre nessa busca por audiência. E pensando assim, todo jornalista quer que o trabalho dele chegue no público-alvo. Então, a questão da audiência, no meu caso, é um fator natural do jornalista. Ele quer que a informação chegue lá. E com o aparecimento de sites e redes, De redes sociais, isso se intensificou, Porque aí também ganha mais quem tem mais audiência. Isso é uma lógica do mercado.]

OFF5: Para entender esse tipo de notícia, precisamos olhar para um conceito antigo: os *fait divers*. // Um termo francês que significa “fatos diversos” // No jornalismo, são aquelas notícias pequenas, banais, sem relevância política ou social, mas que atraem pelo inusitado, pelo trágico ou pelo curioso // Elas vivem da curiosidade momentânea e morrem com o clique.

OFF6: O problema é que, quando o jornalismo se apoia nesses *faits divers*, ele corre o risco de banalizar e reduzir vidas humanas a detalhes mórbidos // A morte deixa de ser noticiada por sua relevância social e passa a ser tratada como uma simples curiosidade de consumo rápido // É a lógica do “mundo cão”, que marcou jornais populares do século 20 e ainda hoje aparece em manchetes digitais

[efeito dramático, BG suspenso]

OFF8: A crítica a esse comportamento precisa ser firme // O sensacionalismo desumaniza as vítimas e, ao mesmo tempo, fragiliza o próprio jornalismo // Porque quando a imprensa escolhe chocar em vez de informar, ela perde credibilidade e abre espaço para a descrença no seu papel social e na sua função como Guardiã da Verdade. //

OFF de Chamada: Vamos agora ouvir outra jornalista com vasta experiência em redações e na cobertura de casos sensíveis. Seu nome é Maria José, que comenta sobre como a repetição do drama e a procura por detalhes pessoais viram rotina na cobertura.

[Entra Sonora 2 – Maria José - eu vejo que há nas coberturas uma repetição muito grande do drama das pessoas, e às vezes há uma abordagem por fatores mínimos, mas para chamar a atenção da leitura. Tipo assim, por exemplo, suponhamos, vou colocar

uma questão fictícia, uma pessoa sofreu um grave acidente, uma mulher sofreu um grave acidente, aí sai a matéria sobre o acidente e tal, aí no outro dia a vítima, fulana de tal, estava planejando viagem para os Estados Unidos. A vítima pretendia casar com o namorado em cerca de um mês. Então eu acho que esse tipo de coisa assim, repetidas vezes, de forma contínua, eu não acho isso muito bom não, eu como pessoa e mesmo como jornalista, sabe?

OFF7: E aqui entramos na questão ética. // O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros é claro: o repórter não pode usar do sensacionalismo nem explorar a dor humana para atrair público. // Mas o que vemos é justamente o contrário: manchetes apelativas, fotos estarrecedoras, entrevistas com familiares no auge do luto. // A dor vira mercadoria, e a morte, espetáculo.

[Entra Sonora 3 – Maria José – Uma outra situação que também uma pessoa chorou Foi uma criança, uma ou duas crianças, não me lembro bem, Que morreram queimadas. E o pai, muito humilde, o pai tinha saído, Os pais, não me lembro bem de detalhes, E as crianças tinham ficado em casa, houve um incêndio, Normalmente é por conta de velas acesas, E a criança foi morta. Então, quando eu entrevistei o pai, Ele virou as costas e chorou. Isso, assim, gente, eu não consigo esquecer, sabe? Mas, assim, é um dever do ofício, mas, quer dizer, A reportagem fez uma pessoa sofrer ainda mais.

OFF9: Mas não basta criticar. É preciso apontar caminhos. // Uma mudança possível começa dentro das próprias redações, com investimento em formação ética constante // Relembrar que audiência não pode justificar desrespeito // E que dignidade deve vir antes do clique

OFF10: Outra solução está em adotar políticas editoriais claras contra o sensacionalismo // Isso significa, por exemplo, proibir descrições gráficas desnecessárias, evitar termos desrespeitosos e dar atenção ao impacto que uma manchete pode ter para familiares e amigos das vítimas

OFF11: Também é preciso resgatar o foco no interesse público // Uma morte pode ser noticiada, mas deve ser contextualizada: quais fatores sociais, políticos ou estruturais estão envolvidos? // Ao invés de apenas explorar a violência, o jornalismo pode mostrar, por exemplo, problemas de segurança no trânsito, falhas em políticas públicas ou o impacto social de determinada tragédia

OFF12: Há bons exemplos nesse sentido. // Em vez de reduzir as vítimas de um desastre a números, alguns veículos dão espaço para contar suas histórias, suas

origens, seus sonhos interrompidos // Essa é uma forma de humanizar a notícia e devolver às vítimas a dignidade que merecem.

[Entra Sonora 4 – Rosana Melo - Você pode falar de um pobrecídio, por exemplo, Vai dar o quê? Um parágrafo, uma notinha. Você vai informar, você não vai entrar em muitos detalhes outros casos. Você vai fazer todo um apanhado e tal. E em alguns veículos, isso ganha, sim, uma exploração da dor. Você vê isso em reportagens de televisão, principalmente, Quando vai lá, entrevista pai ou mãe de alguém que morreu, E o repórter já sai da redação com o objetivo de mostrar a pessoa chorando, Para tocar a audiência, para impactar mesmo. Muitas vezes o repórter acaba a matéria já abraçando a pessoa que ele fez chorar. É uma coisa absurda isso, no meu entendimento.]

[efeito sonoro de digitação, simulando manchetes]

OFF13: Mas a responsabilidade não é só da imprensa // O público também participa desse ciclo // Cada clique em uma matéria sensacionalista reforça a lógica de que o choque vende // Por isso, a mudança depende de uma consciência coletiva: exigir da imprensa responsabilidade e não consumir a dor como espetáculo

OFF14: O sensacionalismo não é novidade // Desde os jornais do século 19 até os programas policiais da TV dos anos 1990, o “quanto mais sangue, mais audiência” sempre esteve presente. // Mas hoje, com as redes sociais e algoritmos, essa lógica é ainda mais perigosa, porque o conteúdo apelativo se espalha com velocidade nunca antes vista.

[Entra Sonora 5 – Rosana Melo - Vítimas partidas ao meio, isso impacta, né? Geralmente, o editor gosta de uma coisa que vai chamar... Você não vai querer ler, por exemplo, uma matéria que está lá, fulano morre no geotau. Agora, se o título for, batido no geotau, parte vítima ao meio, qual que você vai ler? Você vai ler essa, eu acho terrível, não gosto, acho que é exploração pura, mas entendo quem faça esse tipo de... de título, de manchete.]

OFF15: O desafio, então, é equilibrar // Mostrar a realidade, mas sem reduzi-la a espetáculo // Informar, sem invadir a dor // Relatar, sem desrespeitar // O jornalismo precisa ser, ao mesmo tempo, transparente e empático, como atesta a jornalista Maria José

[Entra Sonora 6 – Maria José - Eu acho que todos nós, jornalistas, A gente tem que ter a questão ética em primeiro lugar. A questão ética, assim, para não prejudicar uma pessoa, Para não passar a informação errada, Apurar com exatidão, Ser isento nisso daí, na divulgação. Então, a ética, eu acho que nós, como jornalistas, A gente sobrevive, Mas a ética é o que fica, na minha opinião, O que é mais importante, o que fica na carreira É quando você usa a ética como uma questão fundamental. E a ética não apenas na divulgação, Mas também no respeito às fontes, Inclusive a assuntos oficiais

também. A caso de pessoas, por exemplo, que roubam o inquérito, Por exemplo, eu acho que essa é uma questão que não deve acontecer.]

[BG]

OFF16: Esse foi o quarto e último episódio do Podcast *A Última Palavra* // A finalização do nosso tópico sobre a espetacularização da morte no jornalismo // Mas isso não significa que acabou por aqui // o jornalismo, a mídia e a sociedade em geral ainda tem um grande leque de assuntos que precisam ver a luz do dia, e essa, é a missão desse Podcast // Espero que tenha gostado de acompanhar tudo até aqui, e até a próxima!

Este podcast foi concebido, produzido e roteirizado por mim, Henrique Chiarelli. O apoio técnico ficou por conta de Nilson . Os episódios foram gravados no estúdio de rádio do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás)

[Encerramento]

Termo de autorização de uso de voz e para tratamento de dados, conforme previsto pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), lei nº 13.709/2018

Observação: O termo será entregue à coordenação do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, após a defesa do Trabalho de Conclusão de Curso, que ficará responsável pelos dados coletados, que não poderão ser utilizados para outros fins.

Neste ato, e para todos os fins de direito, autorizo o uso da minha voz para fins de divulgação e publicidade do trabalho artístico-cultural, em caráter definitivo e gratuito. O material poderá ser exibido parcial ou total, em apresentação audiovisual, publicações e divulgações em exposições e festivais com ou sem premiações remuneradas nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de Trabalho de Conclusão de Curso da PUC Goiás e em outras mídias futuras.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha voz ou qualquer outro.

Goianópolis 01 de dezembro de 2025

Maria Josi da Silva

Assinatura

Nome: Maria Josi da Silva

RG.: 1075.068 SSP GO CPF: 235075351 49

Telefone: 62) 99976-3532

Endereço de email: margosilvasilva@gmail.com

Cidade: Goianópolis Estado: GO

Termo de autorização de uso de voz e para tratamento de dados, conforme previsto pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), lei nº 13.709/2018

Observação: O termo será entregue à coordenação do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, após a defesa do Trabalho de Conclusão de Curso, que ficará responsável pelos dados coletados, que não poderão ser utilizados para outros fins.

Neste ato, e para todos os fins de direito, autorizo o uso da minha voz para fins de divulgação e publicidade do trabalho artístico-cultural, em caráter definitivo e gratuito. O material poderá ser exibido parcial ou total, em apresentação audiovisual, publicações e divulgações em exposições e festivais com ou sem premiações remuneradas nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de Trabalho de Conclusão de Curso da PUC Goiás e em outras mídias futuras.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha voz ou qualquer outro.

Goiânia _____, 01 _____ de dezembro _____ de 2025

Assinatura



Nome: Antônio Carlos Borges Cunha

RG.: 1983756

CPF: 500.339.801-87

Telefone: (62) 98419-9019

Endereço de email: antonio.c@pucgoias.edu.br

Cidade: Goiânia

Estado: GO

Termo de autorização de uso de voz e para tratamento de dados, conforme previsto pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), lei nº 13.709/2018

Observação: O termo será entregue à coordenação do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, após a defesa do Trabalho de Conclusão de Curso, que ficará responsável pelos dados coletados, que não poderão ser utilizados para outros fins.

Neste ato, e para todos os fins de direito, autorizo o uso da minha voz para fins de divulgação e publicidade do trabalho artístico-cultural, em caráter definitivo e gratuito. O material poderá ser exibido parcial ou total, em apresentação audiovisual, publicações e divulgações em exposições e festivais com ou sem premiações remuneradas nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de Trabalho de Conclusão de Curso da PUC Goiás e em outras mídias futuras.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha voz ou qualquer outro.

Goiânia _____, 1º de dezembro de 2025.



Assinatura

Nome: Rosana Melo Araújo _____

RG: 1.713.782 _____ CPF: 409.628.141-72 _____

Telefone: (62) 98189-4013 _____

Endereço de email: rosanajornal@yahoo.com.br _____

Cidade: Goiânia _____ Estado: Goiás _____

Termo de autorização de uso de voz e para tratamento de dados, conforme previsto pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), lei nº 13.709/2018

Observação: O termo será entregue à coordenação do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, após a defesa do Trabalho de Conclusão de Curso, que ficará responsável pelos dados coletados, que não poderão ser utilizados para outros fins.

Neste ato, e para todos os fins de direito, autorizo o uso da minha voz para fins de divulgação e publicidade do trabalho artístico-cultural, em caráter definitivo e gratuito.

O material poderá ser exibido parcial ou total, em apresentação audiovisual, publicações e divulgações em exposições e festivais com ou sem premiações remuneradas nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de Trabalho de Conclusão de Curso da PUC Goiás e em outras mídias futuras.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha voz ou qualquer outro.

Goiania 27 de novembro de 2025

Assinatura

Nome: Flaviana de Oliveira Brites
RG.: 3149811 CPF: 769182381-91
Telefone: (62) 98467-5493
Endereço de email: fbritespress@gmail.com
Cidade: Goiania Estado: GO

Termo de autorização de uso de voz e para tratamento de dados, conforme previsto pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), lei nº 13.709/2018

Observação: O termo será entregue à coordenação do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, após a defesa do Trabalho de Conclusão de Curso, que ficará responsável pelos dados coletados, que não poderão ser utilizados para outros fins.

Neste ato, e para todos os fins de direito, autorizo o uso da minha voz para fins de divulgação e publicidade do trabalho artístico-cultural, em caráter definitivo e gratuito. O material poderá ser exibido parcial ou total, em apresentação audiovisual, publicações e divulgações em exposições e festivais com ou sem premiações remuneradas nacionais e internacionais, assim como disponibilizadas no banco de Trabalho de Conclusão de Curso da PUC Goiás e em outras mídias futuras.

Por ser esta a expressão de minha vontade, nada terei a reclamar a título de direitos conexos a minha voz ou qualquer outro.

Goiânia, 30 de novembro de 2025

Documento assinado digitalmente
 LUIZ ANTONIO SIGNATES FREITAS
Data: 01/12/2025 01:37:49 -0300
Verifique em <https://validar.br.gov.br>

Assinatura

Nome: Luiz Antonio Signates Freitas
RG.:878.672-SSP/GO CPF: 252.432.501-63
Telefone: (62) 98630-3000
Endereço de email: signates@pucgoias.edu.br
Cidade: Goiânia Estado:Goiás



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DE GOIÁS
PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
INSTITUCIONAL
Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário
Caixa Postal 86 | CEP 74605-010
Goiânia | Goiás | Brasil
Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62)
3946.3080
www.pucgoias.edu.br |

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Henrique Almeida Chiareli Barros Sant'Anna do Curso de Jornalismo, matrícula 20221012700422, telefone: 62994430990 e-mail hacbsantanna@gmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado “Podcast - A Última Palavra”, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Video (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 29 de novembro de 2025.

Assinatura do(s) autor(es): *Henrique Almeida Chiareli Barros Sant'Anna*

Nome completo do autor: Henrique Almeida Chiareli Barros Sant'Anna

Assinatura do professor-orientador:  Documento assinado digitalmente
ROGÉRIO PEREIRA BORGES
Data: 13/12/2019 09:42:55 -0300
Verifique em https://portal.tri.gov.br

Nome completo do professor-orientador: Rogério Pereira Borges