



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

ADERLON DOS SANTOS GERONIMO

**O PROTAGONISMO DOS APRESENTADORES NO CONTRATO DE
COMUNICAÇÃO DE PROGRAMAS POLICIAIS NA PARAÍBA**

JOÃO PESSOA
2019

ADERLON DOS SANTOS GERONIMO

**O PROTAGONISMO DOS APRESENTADORES NO CONTRATO DE
COMUNICAÇÃO DE PROGRAMAS POLICIAIS NA PARAÍBA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Jornalismo, área de concentração em “Produção Jornalística”, linha de pesquisa “Processos, Práticas e Produtos.

Orientadora: Prof. Dr^a. Paula de Souza Paes

JOÃO PESSOA

2019

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

G377p Geronimo, Aderlon Dos Santos.

O protagonismo dos apresentadores no contrato de comunicação de programas policiais na Paraíba / Aderlon Dos Santos Geronimo. - João Pessoa, 2019.
210 f. : il.

Orientação: Paula de Souza Paes.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.

1. jornalismo policial. 2. apresentadores. 3. performance. 4. contrato de comunicação. 5. ethos. 6. logos. 7. pathos. I. Paes, Paula de Souza. II. Título.

UFPB/BC



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES | CCTA



MESTRADO PROFISSIONAL EM JORNALISMO | PPJ

Endereço: Cidade Universitária - João Pessoa - PB - Brasil - CEP: 58051-900
Telefone: +55 (83)3209-8704

ATA DE DEFESA DE MESTRADO

Aos 11 dias do mês de novembro de dois mil e dezenove, às 13h30 horas, foi realizado, na sala de reuniões, na Universidade Federal da Paraíba, a Banca de Mestrado) da (o) discente ADERLON DOS SANTOS GERONIMO, matrícula 20171017951, para obtenção do Título de Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba.

Título : **O PROTAGONISMO DOS APRESENTADORES NO CONTRATO DE COMUNICAÇÃO DE PROGRAMAS POLICIAIS NA PARAÍBA**

AVALIAÇÃO

☒ Aprovado () Reprovado () Insuficiente

As observações sobre o referido trabalho acadêmico encontram-se no verso desta Ata.

BANCA EXAMINADORA :

Paula de Souza Paes

Prof.ª Dr.ª - Paula Souza Paes - Orientador (PPJ/UFPB)

Carmem Virginia Sá Barreto
Prof.ª Dr.ª - Carmem Virginia Sá Barreto - Membro Titular Externo (UFPB)

Fabiana Cardoso de Siqueira
Prof.ª Dr.ª - Fabiana Cardoso de Siqueira - Membro Titular Interno (UFPB)

A Deus. A minha mãe Roseane, a minha tia Michelly por todo apoio e incentivo na minha jornada acadêmica.

AGRADECIMENTOS

A música *tempos modernos* de Lulu Santos, interpretada por Rogério Flausino me fez acreditar em um tempo melhor. Os versos: “*Eu vejo a vida melhor no futuro / Eu vejo isso por cima de um muro*” faziam parte da minha rotina diária enquanto escrevia esta dissertação. Algumas vezes eu pensei em desistir, mas eu sabia que uma nova era estava por vir. Aquele era o meu momento. Os dias foram passando rapidamente “*mesmo sem se sentir*” e eu sabia que tinha uma escolha. A minha decisão foi se entregar de corpo e alma a esta pesquisa. Me permitir. Agradeço a todos os meus familiares, amigos e professores que me ajudaram direta ou indiretamente durante esse processo. Agradeço a Deus por permitir que vivesse essa aventura; a minha mãe *Roseane*, pelo exemplo de força, coragem e por ter me incentivado em todos os momentos da minha vida; a minha tia *Michelly* por todo apoio moral, afeto e carinho; a minha amiga *Débora Freire*; aos professores e colegas do Mestrado Profissional em Jornalismo do PPJ – UFPB, pela amizade, cumplicidade, em especial as professoras *Zulmira Nóbrega*, *Sandra Moura*, *Glória Rabay*, *Suelly Maux*; agradeço a secretária do PPJ, *Mary Echeveste* por todo o carinho, atenção e profissionalismo; a minha orientadora *Paula Paes* pela paciência, sensibilidade e prontidão para me fazer evoluir intelectualmente; as professoras *Fabiana Siqueira* e *Virgínia Barreto* por terem me guiado nesta pesquisa. Que eu possa, a partir de agora, iniciar um novo ciclo na minha vida acadêmica, inspirado em tudo aquilo que aprendi com os meus professores.

*“Renda-se, como eu me rendi. Mergulhe no que
você não conhece como eu mergulhei. Não se
preocupe em entender, viver ultrapassa
qualquer entendimento”.*

(Clarice Lispector)

GERONIMO, Aderlon dos Santos. **O protagonismo dos apresentadores no contrato de comunicação de programas policiais na Paraíba.** 210 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019.

RESUMO

A pesquisa visa compreender como os apresentadores de programas policiais da Paraíba elaboram estratégias de comunicabilidade para estabelecerem um contrato de comunicação. Ou seja, como eles atuam na construção da narrativas das notícias reportadas no programas policiais na televisão. A análise parte de quatro jornais – e dos seus respectivos apresentadores – que são transmitidos no horário do meio-dia, no estado paraibano: *Correio Verdade*, *Cidade em Ação*, *Fala Cidade* e *Tambaú da Gente*. O estudo se fundamenta a partir dos conceitos de contrato de comunicação, performance, credibilidade, *ethos*, *logos* e *pathos*. A nossa abordagem metodológica se ancora na observação participante, entrevistas com os apresentadores e análise dos sete componentes de dramatização identificados na estrutura básica dos programas policiais (*encenação dramática; diversas notícias; superficialidades; violência, dor, sofrimento, tragédia; figuras de linguagem; repetição, fragmentação e velocidade; construção da proximidade*). Buscamos categorizar as estratégias de dramatização dos apresentadores a fim de compreendermos como nasce e se mantém o contrato de comunicação nesses programas. Os resultados indicam que os apresentadores assumem o protagonismo da notícia cujo conteúdo perde relevância para uma performance dramática.

Palavras-Chave: jornalismo policial; apresentadores; performance; contrato de comunicação; *ethos*; *logos*; *pathos*.

GERONIMO, Aderlon dos Santos. **The protagonism of presenters in the policy communication communication agreement in Paraíba.** 210 f. Dissertation (Master in Journalism) – Postgraduate Program in Journalism, Federal University of Paraíba, João Pessoa, 2019.

ABSTRACT

The research aims to understand how Paraíba police presenters develop communication strategies to establish a communication contract. That is, how they act in constructing the narratives of the news reported on police television programs. The analysis comes from four newspapers - and their respective presenters - which are broadcast at noon time in the state of Paraíba: *Correio Verdade*, *Cidade em Ação*, *Fala Cidade* and *Tambaú da Gente*. The study is based on the concepts of communication contract, performance, credibility, ethos, logos and pathos. Our methodological approach is anchored in participant observation, interviews with presenters, and analysis of the seven drama components identified in the basic structure of police programs (*dramatic staging; various news; superficialities; violence, pain, suffering, tragedy; language figures; repetition, fragmentation and speed; construction of proximity*). We seek to categorize the role play strategies of the presenters in order to understand how the communication contract is born and maintained in these programs. The results indicate that the presenters take the lead in the news whose content loses relevance to a dramatic performance.

Keywords: police journalism; presenters; performance; communication contract; *ethos*; *logos*; *pathos*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Contrato de comunicação: legitimidade, credibilidade e captação.....	43
Figura 2 – Esquema exemplificando a relação do emissor, discurso e vice-versa.....	46
Figura 3 – <i>Ethos, pathos e logos</i> em um contrato de comunicação.....	50
Figura 4 – Metodologia adotada para a identificação do <i>ethos, logos e pathos</i>	53
Figura 5 – Processo de construção da pesquisa.....	55
Figura 6 – Estruturação das análises das entrevistas.....	61
Figura 7 – Estúdio do programa <i>Correio Verdade</i> com o apresentador <i>Samuka Duarte</i> , repórteres e produção. O apresentador aponta para a câmera antes de anunciar a matéria.....	90
Figura 8 – Estatística das notícias exibidas no <i>Correio Verdade</i>	91
Figura 9 – Estúdio do programa <i>Cidade em Ação</i> com o apresentador <i>Sikêra Júnior</i>	92
Figura 10 – Estatística das notícias exibidas no <i>Cidade em Ação</i>	93
Figura 11 – Estatística de notícias exibidas no <i>Fala Cidade</i>	94
Figura 12 – Estúdio do programa <i>Fala Cidade</i> apresentado por <i>Victor Freitas</i>	95
Figura 13 – Estatística de notícias exibidas no <i>Tambaú da Gente</i>	96
Figura 14 – Estúdio do programa <i>Tambaú da Gente</i> apresentado por <i>Karine Tenório</i>	97
Figura 15 – Imagens do assalto e fuga dos assaltantes exibidas pelo <i>Cidade em Ação</i>	102
Figura 16 – <i>Karine Tenório</i> sorri enquanto divide tela com o apresentador <i>Fábio Araújo</i> e logo em seguida ela vai ficando gradativamente séria.....	103
Figura 17 – <i>Sikêra Júnior</i> do lado esquerdo da imagem faz o gesto de uma arma com as mãos. <i>Samuka Duarte</i> do lado direito gesticula descrevendo um caso de espancamento.....	108
Figura 18 – <i>Sikêra Júnior</i> faz caretas, inclina o seu corpo para frente e coloca os braços para trás enquanto dança ao som de uma música durante o programa <i>Cidade em Ação</i>	109
Figura 19 – Na sequência da esquerda para a direita: <i>Magally Mel</i> ; <i>Samuka Duarte</i> ao lado do seu fantoche; uma mulher vestida de palhaça no programa <i>Fala Cidade</i>	110
Figura 20 – Apresentadora <i>Karine Tenório</i> comentando com a repórter <i>Magally Mel</i> sobre o visual da cantora <i>Marília Mendonça</i> no programa <i>Tambaú da Gente</i>	111
Figura 21 – Mulher chora ao conhecer entrevista.....	119
Figura 22 – Momento da batida e logo em seguida o aglomeramento de pessoas.....	121
Figura 23 – O corpo da vítima e os seus chinelos.....	121
Figura 24 – A esquerda temos a reação do apresentador ao ouvir o comentário do telespectador por telefone. A direita <i>Sikêra</i> ler as postagens na <i>live</i> do <i>facebook</i>	128
Figura 25 – Porcentagem de notícias exibidas no <i>Correio Verdade</i>	132
Figura 26 – Porcentagem de notícias exibidas no <i>Tambaú da Gente</i>	134

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Período de observações e entrevistas.....	56
Quadro 2 – Estrutura básica dos programas policiais.....	57
Quadro 3 – Observação participante: método e análises.....	59
Quadro 4 – Um panorama sobre a carreira profissional dos apresentadores.....	61
Quadro 5 – Conteúdos identificados nos programas policiais.....	62
Quadro 6 – Programa jornalístico televisivo: corpo, voz e performance.....	75
Quadro 7 – Número de notícias veiculadas nos programas policiais da Paraíba.....	87
Quadro 8 – Estrutura básica dos programas policiais.....	98
Quadro 9 – Protagonismo de apresentadores no jornalismo policial.....	133
Quadro 10 – Protagonismo de apresentadores no jornalismo policial.....	134
Quadro 11 – Semelhanças e diferenças entre programas analisados.....	135
Quadro 12 – Semelhanças e diferenças entre os apresentadores.....	137
Quadro 13 – Uma retomada nas características gerais de cada apresentador.....	138

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	12
1	JORNALISMO POPULAR E CONTRATO DE COMUNICAÇÃO.....	18
1.1	As primeiras folhas: a emergência da imprensa popular.....	19
1.2	Lógica econômica e jornalismo policial.....	24
1.3	Dramaturgia no jornalismo.....	30
1.4	Jornalismo policial: um panorama da TV brasileira.....	37
1.5	Contrato de comunicação: legitimidade, credibilidade e captação.....	41
1.5.1	<i>Três componentes comunicacionais: ethos, pathos e logos.....</i>	<i>44</i>
2	ABORDAGEM METODOLÓGICA.....	52
2.1	Desenho da investigação.....	53
2.2	Trabalho de campo e observação participante.....	58
2.3	Estruturação das entrevistas realizadas.....	60
2.4	Estrutura básica dos programas policiais.....	62
3	APRESENTADOR, PERFORMANCE E CREDIBILIDADE.....	64
3.1	Jornalismo televisivo: apresentador e performance.....	64
3.2	Corpo, voz e imagem do apresentador.....	74
3.3	Credibilidade no jornalismo de TV.....	81
4	ANÁLISES DOS PROGRAMAS POLICIAIS DA PARAÍBA.....	87
4.1	Correio Verdade.....	88
4.2	Cidade em Ação.....	91
4.3	Fala Cidade.....	94
4.4	Tambaú da Gente.....	95
4.5	Sensacionalismo: luta pela captura da atenção.....	98
4.5.1	<i>Encenação dramática.....</i>	<i>98</i>
4.5.2	<i>Diversas notícias.....</i>	<i>109</i>
4.5.3	<i>Superficialidade.....</i>	<i>113</i>
4.5.4	<i>Violência, dor, sofrimento e tragédia.....</i>	<i>116</i>
4.5.5	<i>Figuras de linguagem.....</i>	<i>122</i>
4.5.6	<i>Repetição, fragmentação e velocidade.....</i>	<i>124</i>
4.5.7	<i>Construção da proximidade.....</i>	<i>127</i>
4.6	Resultados das análises sobre os programas policiais e seus apresentadores..	132
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	141

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	146
APÊNDICE A – Roteiro de entrevista.....	152
APÊNDICE B – Entrevista com <i>Sikêra Júnior</i>	154
APÊNDICE C – Entrevista com <i>Victor Freitas</i>	160
APÊNDICE D – Entrevista com <i>Samuka Duarte</i>	168
APÊNDICE E – Entrevista com <i>Karine Tenório</i>	175
APÊNDICE F – Assinatura de <i>Samuel de Paiva Henrique</i>	182
APÊNDICE G – Assinatura de <i>José Siqueira B. Júnior</i>	183
APÊNDICE H – Assinatura de <i>Victor De Freitas Alves</i>	184
APÊNDICE I – Assinatura de <i>Ana Karine G. Tenório</i>	185
APÊNDICE J – Observação participante na TV <i>Correio</i>	186
APÊNDICE K – Observação participante na TV <i>Arapuan</i>	187
APÊNDICE L – Observação participante na TV <i>Tambaú</i>	188
APÊNDICE M – Observação participante na TV <i>Manaíra</i>	190
APÊNDICE N – Análise das notícias do programa <i>Correio Verdade</i>	192
APÊNDICE O – Análise das notícias do programa <i>Cidade em Ação</i>	196
APÊNDICE P – Análise das notícias do programa <i>Fala Cidade</i>	201
APÊNDICE Q – Análise das notícias do programa <i>Tambaú da Gente</i>	205

INTRODUÇÃO

Os programas policiais na Paraíba se destacam por uma temática principal: a tragédia, conhecida também como *fait divers*. Os apresentadores desses jornais são figuras que chamam a atenção pela forma como conduzem o noticiário. Durante a programação, as notícias não são apenas narradas, como em jornais tradicionais – por exemplo, o Jornal Nacional (TV Globo) – elas tornam-se histórias dramáticas quando apresentadas pelos jornalistas. Compreendendo que essas figuras públicas conduzem a narrativa das notícias, o apresentador *Sikêra Júnior* responde da seguinte forma quando questionado se ele se considera um ator:

O povo quer ver o povo. Ele não quer ver nenhum cara em uma cúpula de vidro fechada, sabe aquela coisa intocável? Não! O povo quer se ver. Como é que ele se vê? Se identificando com o apresentador. O que é que eu ouço mais nas ruas? Você diz o que que gostaria de dizer. Você fala o que eu gostaria de falar. Você tem a coragem que eu não tenho. E eu não tenho coragem de nada, eu sou atrevido, corajoso não, eu sou atrevido (APÊNDICE B).

A busca pela audiência nos programas policiais do meio dia fez com que mudanças editoriais alterassem princípios do jornalismo como: apuração dos fatos, imparcialidade no discurso, investigação profunda em alguns casos, etc. Além de produzirem um jornal que se confunde com programa de entretenimento, os apresentadores buscam através das notícias jornalísticas mascararem uma credibilidade. Para isso, eles reproduzem um tipo de performance com o objetivo de dramatizar os fatos e buscam em uma performance sensacionalista uma forma de sensibilizar emocionalmente os seus telespectadores para garantirem a construção do contrato de comunicação.

Esta pesquisa se propõe analisar as estratégias de comunicabilidade adotadas pelos apresentadores nos programas policiais paraibanos que revelam o contrato de comunicação que visam estabelecer com o telespectador. Para isso tomamos como base os conceitos de Patrick Charaudeau (2015), reflexões de Adélia Barros Fernandes (2012), Anota Holfmann & Nincia Cecília Ribas Borges Teixeira (2011) sobre o contrato de comunicação. Propomos lançar um olhar sobre o caminho que leva os apresentadores a adotarem performances dramáticas nesses programas e refletir como essas atuações podem influenciar na construção do contrato de comunicação. Mas o que é o contrato afinal? Podemos defini-lo como um conjunto de regras presentes no discurso jornalístico com o objetivo de envolver o produtor da informação com o receptor do produto. A partir

dessas estratégias discursivas os apresentadores tentam um tipo de comunicação com seus telespectadores e buscam por meio do contrato de comunicação estabelecer vínculos com esse público. Patrick Charaudeau (2015) explica que existem dois componentes primordiais dentro do contrato de comunicação que atuam em conjunto como forma de estratégia no discurso: o ato de informar como meio de fazer saber; e a forma de captar como maneira de fazer sentir. A partir desses dois componentes podemos explicar como o *ethos*, *logos* e o *pathos* se revelam na prática jornalística. Como defini-los? Sena (2013) explica que o *ethos* jornalístico pode ser entendido como a maneira pela qual o orador consegue levar um determinado público a acreditar naquilo que ele está falando. Nesse sentido o sujeito falante pode utilizar-se da sua imagem para tentar agradar o receptor da informação – fazer saber –. O *logos* diz respeito ao ato de informar/convencer por meio de um raciocínio lógico – fazer saber –. É por meio dele que se convence o receptor sobre a autenticidade do discurso (SOUSA, 2000). O *pathos* pode ser definido como o componente que desperta a emoção – fazer sentir –, pois ele faz com que o telespectador esteja preso a narrativa mesmo sabendo como será o seu fim (FERNANDES 2012). O fato em si não tem tanta relevância. O que importa é como ele é contado.

Para isso analisamos os programas *Correio Verdade*, *Cidade em Ação*, *Fala Cidade*, *Tambaú da Gente* dos dias 17 a 21 de dezembro de 2018 e seus respectivos apresentadores: *Samuka Duarte*, *Sikêra Júnior*, *Victor Freitas* e *Karine Tenório* através de entrevistas realizadas no mesmo período de tempo.

Esse tipo de jornalismo surge na TV aberta brasileira na década de 1990. O programa *Aqui Agora*, do SBT pode ser considerado pioneiro na televisão e ao mesmo tempo resultado de um formato radiofônico sensacionalista que fez sucesso na década de 70 no Brasil (RIBEIRO, 2016).

O problema que se pretendeu responder ao longo da dissertação – com as análises dos programas; assim como a observação participante; e as entrevistas feitas –, foi o de analisar como os apresentadores atuam na construção da narrativa das notícias reportadas nos programas policiais na televisão. Partimos da perspectiva de que essa atuação é primordial para o contrato de comunicação que cada programa analisado busca estabelecer com seu telespectador. Portanto, nos perguntamos: de que maneira a figura do apresentador é relevante na produção da notícia? Essa curiosidade nasceu tendo em vista que no impresso o jornalismo policial apresenta características marcantes. Nas primeiras folhas noticiosas que circulavam na Europa e na América do Norte no século XV, elementos fundadores do jornalismo policial, tais como a dramatização, a linguagem

informal, o sensacionalismo, o uso da emoção, foram determinantes para que se estabelecesse um contrato de comunicação entre os jornais e seus leitores. Contrato esse que tentava fidelizar os leitores e aumentar a venda de jornais. Esses mesmos elementos podem ser considerados fundamentais para que os programas televisivos contemporâneos tenham altos índices de audiência? Ou seja, o **problema** através do qual essa pesquisa foi construída é: como são elaboradas as estratégias de comunicabilidade dos apresentadores de programas policiais para que haja um contrato de comunicação entre eles e o seus telespectadores? Entendemos por estratégias comunicacionais um conjunto de procedimentos definidos pelo programa com o objetivo de atrair a atenção do telespectador. Nos procedimentos elaborados para captar a audiência estão inclusas as características próprias de cada jornalista (vestimenta, carisma, trejeitos, etc.) que pode ser definida através do *ethos* (HOFFMANN & TEIXEIRA, 2011); o tipo de linguagem, conteúdo e discurso adotado caracterizamos como o *logos* (MARTINS, 2006); e por fim, a maneira pela qual os apresentadores tentam provocar as emoções no seu público através de suas estratégias discursivas – *pathos* – (FERNANDES, 2012).

Este problema ele é construído porque os programas televisivos são baseados na imagem e no som propagado; nos conteúdos que são transmitidos e na performance de seus apresentadores. Entendendo que esses jornalistas buscam provocar a opinião pública a partir de enredos aparentemente improvisados; nos preocupamos em analisar os tipos de estratégias adotadas para que pudéssemos entender como eles conseguem alcançar números elevados na audiência e manterem o contrato de comunicação. Desse problema decorreram as seguintes perguntas:

1. Como os componentes fundadores do jornalismo policial, tais como a dramatização, o sensacionalismo, a linguagem informal que aparecem nos programas policiais contemporâneos são primordiais para que exista um “acordo” entre as partes?
2. Como a performance dos apresentadores contribui para o estabelecimento do contrato de comunicação e a espetacularização da informação nesses programas?
3. Como os apresentadores veem o seu papel no programa na sociedade e tentam construir um *ethos* jornalístico, ou seja, uma identidade baseada na credibilidade e na proximidade com as classes populares?

A resposta do problema colocado, bem como as questões que surgiram a partir dele, foram investigadas através da observação participante¹, análise dos programas² transmitidos entre os dias 17 e 21 de dezembro de 2018, e das entrevistas³ realizadas com quatro apresentadores dos programas policiais analisados na mesma semana. A análise das entrevistas serviu para confrontar os resultados das análises dos programas, como veremos nos capítulos a seguir. A visão que os apresentadores têm do telespectador nos ajuda a caracterizar e compreender as estratégias de comunicabilidade a partir das quais cada programa constrói a atualidade e define quais notícias são “importantes” ou não. Ou seja, essas estratégias revelam o fazer jornalístico na contemporaneidade e a própria definição do que é jornalismo para os apresentadores de programas policiais.

Partindo do pressuposto de que existe um contrato de comunicação entre o apresentador de cada programa analisado e seus telespectadores, trabalhamos então os mecanismos utilizados pelos jornalistas para narrar as notícias, “histórias de vida” de pessoas reais. Analisar esses mecanismos significa analisar os elementos que compõem a relação que os programas buscam estabelecer com sua audiência.

Nosso **objetivo geral** visa compreender e caracterizar as estratégias de comunicabilidade utilizadas pelos apresentadores de programas policiais para o estabelecimento do contrato de comunicação com os telespectadores e do *ethos* jornalístico.

Os **objetivos específicos** foram constituídos em três etapas: contextualizar historicamente os componentes fundadores do jornalismo policial com os programas policiais paraibanos; compreender e caracterizar estratégias de dramatização presentes na performance e fala dos apresentadores a fim de revelar as condições de um contrato de comunicação; identificar por meio das entrevistas como os apresentadores constroem na prática o *ethos*, *logos* e o *pathos* jornalístico.

Levando em conta as questões de investigação formuladas anteriormente, e os objetivos estabelecidos, indicamos os seguintes pressupostos correspondentes aos quatro capítulos que compõem esta dissertação:

¹ A observação participante abordaremos nos capítulos 2 e 3. O objetivo foi acompanhar a rotina dos apresentadores no exercício da profissão para identificarmos estratégias que contribuíram para a construção do contrato de comunicação.

² A análise dos programas será abordada no capítulo 4. Trabalhamos com o pressuposto de que os apresentadores são responsáveis pela espetacularização das notícias ao assumirem um protagonismo no jornal.

³ As entrevistas serão mobilizadas no capítulo 3. Para acompanhar a íntegra das entrevistas, ver APÊNDICES.

P1: O *ethos* dos apresentadores dos programas policiais paraibanos revela as condições estabelecidas pelo contrato de comunicação entre os jornalistas e seus telespectadores.

P2: Os componentes fundadores do jornalismo policial nos ajudam a entender as estratégias editoriais adotadas pelos programas policiais da atualidade. Essas práticas seguidas pelos apresentadores tentam garantir a construção do contrato de comunicação;

P3: As performances dos apresentadores contribuem para a espetacularização das notícias sobre crimes e tragédias que acontecem no estado paraibano. Eles dissimulam a realidade quando assumem um papel de ator diante das câmeras;

P4: A construção de um discurso patêmico visando a dramatização dos fatos coloca o apresentador em uma posição de destaque chegando a ofuscar as notícias. Assim, eles preenchem o espaço que poderia ser de uma apuração mais detalhada com dados, estatísticas e debates.

O primeiro capítulo, intitulado **Jornalismo popular e contrato de comunicação**, se propõe a explorar a contextualização histórica do nascimento do jornalismo popular e como seus componentes fundadores, tais como a dramatização, o sensacionalismo, o apelo emocional que se apresentavam nas primeiras folhas e circulavam na Europa entre os séculos XV e XVI e América do Norte no século XIX. O interesse público pelas notícias sensacionalistas (os chamados *faits divers*⁴) fez com que o mercado jornalístico passasse por modificações estruturais e linguísticas. Surge então uma nova maneira de atrair o leitor para as notícias. Essas estratégias de comunicabilidade podem ser compreendidas através da criação de um contrato de comunicação elaborado com regras e objetivos.

O capítulo dois mostra a **Abordagem Metodológica** feita para que os nossos objetivos fossem alcançados. Detalhamos a escolha dos programas e apresentadores, assim como o caminho elaborado para que pudéssemos fazer as análises da observação participante, entrevistas e programas.

No terceiro capítulo, **Apresentador, Performance e Credibilidade** explicamos de que forma a performance dos apresentadores de programas policiais banalizam as

⁴ Para um protótipo dos *faits divers*, ver: PAES, 2018.

notícias reportadas. Tomamos como exemplo o conceito de Maurício Rebellato & Fabiana Iser (2013) sobre o papel do apresentador de televisão para confrontarmos por meio das entrevistas as falas dos jornalistas. Da mesma maneira buscamos definições sobre a credibilidade jornalística a fim de compreendermos como os apresentadores elaboram suas estratégias de comunicabilidade para se manterem “aceitáveis” no mercado. Acreditamos que dessa forma revelamos como eles constroem na prática o *ethos*, o *logos* e o *pathos* jornalístico. Trabalhamos com autores como: Sousa (2000); Ferreira & Sampaio (2011); Serra (2006); Fernandes (2012) e Sena (2013). Nesse capítulo mobilizamos as entrevistas (com 4 apresentadores) e a observação participante realizada nas TVs *Correio*, *Arapuan*, *Manaíra* e *Tambaú*.

No quarto capítulo com o título: **Análise dos programas policiais da Paraíba** abordamos as análises dos programas. Identificamos na estrutura de um jornal policial sete componentes⁵ básicos que são utilizados pelos jornalistas para a dramatização dos fatos. Nesse capítulo, descrevemos como cada apresentador se comporta nos programas em cada categoria e reforçamos o pressuposto que eles assumem um protagonismo no jornal que inviabiliza o aprofundamento de uma discussão sobre os problemas sociais do estado, como a violência, a desigualdade social, o desemprego, entre outros. Assim, os jornalistas criam uma encenação dramática dos fatos que visa provocar emoções no seu telespectador a fim de criar uma identidade própria, fidelizando-o e definindo o contrato de comunicação.

⁵ Encenação dramática; diversas notícias; superficialidade; violência, dor, sofrimento e tragédia; figuras de linguagem; repetição, fragmentação e velocidade; construção da proximidade.

1 JORNALISMO POPULAR E CONTRATO DE COMUNICAÇÃO

Este capítulo busca contextualizar historicamente os programas policiais paraibanos com elementos fundadores do jornalismo policial na imprensa, que é caracterizado por um tipo de jornalismo que se dedica a narrar fatos criminais, jurídicos, de segurança pública, investigação policial e do sistema penitenciário (SANTIAGO; FILGUEIRA & MARTINS, 2018).

Segundo Periago (2004), esse formato⁶ jornalístico permite ao profissional da comunicação, uma certa liberdade opinativa na narração da realidade, fazendo com que sua participação possa interferir em determinados momentos da notícia. Dessa maneira, “criam-se situações que aumentam o potencial de um fato para que ele se torne mais fluente aos olhos em um espetáculo de ficção” (p. 11).

Ainda segundo o autor, o jornalismo policial abre caminho para a inserção de elementos da dramaturgia, tais como: a “tensão dramática”, “a identificação com heróis ou com vilões” e “expressões oral e facial” a fim de causar emoções no telespectador (p. 11). Esses componentes nos ajudam a entender as estratégias de comunicabilidade utilizadas pelos programas policiais contemporâneos na TV aberta.

O jornalismo popular nasceu com o objetivo de estabelecer vínculo e proximidade com os leitores (AMARAL, 2011). O *fait divers* é definido pela noção de proximidade (PAES, 2018). O objetivo é demonstrar que notícias sobre crimes violentos não são atuais, ou seja, elas acompanham a história do jornalismo. Buscamos entender como o jornalismo estabelece o que é chamado de “contrato de comunicação” com seu público. Sobre o conceito de contrato de comunicação, nos baseamos em Patrick Charaudeau (2015) que define como uma relação entre o receptor e o emissor “por uma espécie de acordo prévio” descrito por restrições “linguageiras” (p. 68). O autor explica que essas restrições perpassam por dados externos que podem ser resumidos com as seguintes perguntas: “quem fala a quem?” ou “quem se dirige a quem?” ; “estamos aqui para dizer o quê?; “do que se trata” e, por fim, em que ambiente se inscreve o ato de comunicação, que lugares físicos são ocupados pelos parceiros, “que canal de transmissão é utilizado?” e internos do discurso (‘como dizer?’; “em nome de quê” ;). Esses elementos abordaremos mais profundamente neste capítulo no tópico 1.5.

⁶ Utilizamos o termo formato em referência a Barreto (2013).

O conceito de “contrato de comunicação”, e seus dados externos e internos, vai nos dar suporte para entendermos como os programas televisivos analisados constroem suas estratégias comunicacionais – através de seus apresentadores – e as marcas discursivas.

1.1 As primeiras folhas: a emergência da imprensa popular

A chamada imprensa popular é reconhecida por abordar crimes, tragédias, acidentes, curiosidades, bizarrices, entre outros assuntos que causem sensacionalismo (DEJAVITE, 2001). As folhas – os primeiros jornais – se destacam majoritariamente por temáticas trágicas, contos fantasiosos, feitos extraordinários e exploraram “especialmente aos relatos de crimes, nos quais o *pliego* lança as bases daquilo que mais tarde seria o jornal popular” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 156).

Na percepção de Martín-Barbero (2009, p. 151) a origem da imprensa pode ser compreendida no momento de transição estabelecida no século XVI quando a literatura de cordel passava pela mudança do oral para o escrito, transformando o folclórico em popular. Desde então, a forma escolhida do que noticiar, narrar e do modelo aplicado nesses meios de comunicação tem uma forte ligação com as características da construção sensacionalista. De acordo com Thompson (2012), na segunda metade do século XV, as indústrias gráficas europeias começaram a se desenvolver nos centros urbanos. “Montadas em sua maioria como empresas comerciais. Seu sucesso e sua sobrevivência dependeram da capacidade de mercantilizar formas simbólicas efetivamente” (p. 83-84). Embora as empresas fossem vistas como elementos rudimentares, o lucro já fazia parte desse contexto. “Livros populares, almanaques e outras publicações eram levados a todas as regiões do campo por vendedores ambulantes, que carregavam suas mercadorias de aldeia em aldeia e as ofereciam a bom preço” (THOMPSON, 2012, p. 92). Nesta perspectiva Martín-Barbero (2009, p. 51) explica peculiaridades desses “primeiros jornais”:

Temos assim um *meio* que, à diferença do livro e *semelhança do periódico*, vai buscar os leitores na rua. E que apresenta uma feitura na qual o *título* é reclame e motivação, publicidade; segue-se ao título um *resumo* que proporciona ao leitor as chaves do argumento ou as utilidades a que se presta, e uma gravura que explora já a “magia” da imagem.

É importante destacar a relevância das primeiras notícias impressas na Europa entre os séculos XV e XVI, *colportage* na França e *pliegos* na Espanha. Martín-Barbero (2009) explica que esses folhetos eram feitos para serem lidos em alta voz nos espaços públicos, em virtude do reduzido número de pessoas letradas. Deste modo, era considerado como peça de grande importância na mediação entre o noticiário e as pessoas daquela sociedade.

Por outro lado, é fundamental compreendermos o conteúdo predominante nessas notícias. A estratégia de comunicabilidade utilizada para que o folhetim atingisse o maior número de pessoas foi a inserção de elementos dramáticos e do sensacionalismo em suas páginas. Deste modo, a procura pela informação crescia e os folhetins “eram impressos aos milhares e vendidos nas ruas por vendedores ambulantes e forneciam uma valiosa fonte de informações sobre acontecimentos correntes e distantes” (THOMPSON, 2012, p. 98).

Nesse contexto, Martín-Barbero destaca a influência do melodrama presente no discurso da tragédia como estratégia de comunicabilidade para despertar no leitor o sentimentalismo. O autor comenta que:

Nesse protojornalismo popular – que será escrito em grande parte visando à difusão oral, para ser ‘lido, declamado, cantado’ em lugares públicos como o mercado, a estação de trem ou mesmo pelas ruas –, já se encontram as chaves do jornal sensacionalista. Estão lá os grandes títulos chamando a atenção para o principal fato narrado em versos, importância assumida pela parte gráfica, com desenhos ilustrando o texto, a melodramatização de um discurso que parece fascinado pelo sangrento e o macabro, o exagero e até a atração pelos ídolos de massa dos esportes ou dos espetáculos (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 248).

O autor explica que a melodramatização poderia ser identificada nas páginas policiais que traziam versos comentando notícias, nas reconstrução ilustrativas dos acontecimentos, em uma vinheta customizada ou na “nota de dicionário *lunfard*⁷”. Essa melodramatização corresponde ao que denominamos aqui de estratégia patêmica que iremos abordar mais à frente.

Sousa (2008, p. 80), compreende que a origem da imprensa periódica e moderna, acontece no século XVII, mais precisamente no ano de 1604 com a popularização do *La Gazette Français*. Ainda segundo o autor, o conteúdo desse jornal pode ser entendido como uma adaptação dos cordéis sensacionalistas dos séculos XV e XVI. Entre os anos de 1560 e 1631 circulavam na França os periódicos *Gazette de France* e *Nouvelles*

⁷ Martín-Barbero (2009, p.246) define como gíria popular e boêmia na Argentina.

Ordinaires, trazendo consigo características marcantes do sensacionalismo com destaque para “o *fait divers*⁸ fantástico e notícias sensacionais” (ANGRIMANI, 1995, p. 19). Ele também destaca os *Canards* como sendo:

Jornais populares de apenas uma página, impressos na parte frontal e que comportavam título, ilustração e texto. Os mais procurados eram os que relatavam *fait divers* criminais: crianças martirizadas ou violadas, parricídios, cadáveres cortados aos pedaços, queimados, enterrados. Os vendedores de *Canards* saíam às ruas aos gritos chamando atenção do público para suas manchetes (ANGRIMANI, 1995, p. 19).

Mesmo compreendendo os recursos rudimentares dos jornais como, por exemplo, a folha única, o que nos chama a atenção é a forma como o vendedor tenta atrair o seu público (oralmente) para aquilo que está noticiando. Esse método de captação⁹ adotado pelo emissor que ao gritar – aponta nas manchetes dos jornais os seus respectivos acontecimentos – desperta em algumas pessoas um tipo de curiosidade pelos fatos narrados. Essa identificação se concretiza quando o receptor faz a compra do produto (notícia). No papel, uma das coisas que chamava mais a atenção do leitor era a tipografia, com isso os responsáveis pelas impressões dos noticiários precisavam de recursos financeiros para atualizarem esse sistema, como explica Thompson (2012, p. 87): “alguns desses primeiros impressores tinham fundos suficientes para tocar o negócio por conta própria e operavam efetivamente como editores, selecionando o material a ser impresso e assumindo os riscos desta atividade”. O autor também explica que grande parte desses “impressores” eram financiados por empresas externas. Com isso, conseguiam montar redes de circulação comercial para venda desse material em diversos países da Europa.

Com o avanço e o crescimento das cidades europeias, ocasionando mudanças econômicas e sociais, esse tipo de material noticioso – folhetim – foi se tornando cada vez mais numeroso e competitivo. Segundo Muniz Sodré (2006), o jornalismo utiliza-se do *pathos* – emoção – como sendo uma condição necessária para sua composição narrativa. Dessa forma, o ato do emissor de se comunicar busca provocar no receptor um vínculo emocional, harmonioso e afetivo. Compreendemos que essa ligação se torna possível como estratégia jornalística, entre outras razões, pelo fato de suas páginas mesclarem um tipo de discurso que se aproxima de determinadas comunidades, partindo do que Charaudeau (2002) define como competência semântica. Esse termo serve para

⁸ Fatos diversos. BARTHES, R. **Essais Critiques**. Paris: Editions de Seuil, 1966.

⁹ Tocar afetivamente nas emoções do receptor (FERNANDES, 2012).

identificar recursos linguísticos capazes de reconhecer as trocas de estratégias em um texto, como, por exemplo, as relações sociais em que os indivíduos estão inseridos, sua identidade, suas representações e seus papéis sociais.

Desse modo, retomamos o contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2015) que nos permite entender o funcionamento do jornalismo que envolve os produtores, receptores e o próprio produto, ou seja, a notícia. O autor afirma que esse contrato comunicacional fundamenta a legitimidade, credibilidade e captação de cada veículo jornalístico. Esses conceitos serão trabalhados com maior intensidade no subcapítulo 1.5. Mas antes de avançarmos compreendemos por meio da leitura desse conceito que a legitimidade é utilizada no jornalismo para que o sujeito tenha o direito de dizer algo; já a credibilidade se apresenta como estratégia de confiabilidade adotada ao longo dos anos pelo apresentador a fim de conquistar o seu telespectador; a captação consiste em tocar afetivamente o telespectador por meio da emoção (FERNANDES, 2012). Esses componentes são importantes para este trabalho pois a partir deles vamos aprofundar as estratégias de comunicabilidade entre o apresentador e seu público.

As técnicas de aprimoramento, transformações nos formatos impressos, logísticas e estratégias comerciais se tornaram essenciais visando ampliar o número de leitores que consomem esse tipo de notícia. Em suma, a estratégia estabelecida buscava noticiar fatos que atraíssem o leitor com manchetes curtas, ilustrativas e impactantes nas primeiras páginas; fortalecer acontecimentos do cotidiano com histórias dramáticas para comercializar os jornais nas ruas. Nesta dissertação consideramos que o contrato serve para estabelecer uma relação de proximidade e confiabilidade entre o emissor e o receptor da comunicação. Dessa forma, a dramatização inserida no contexto narrativo tenta despertar no interlocutor uma certa afeição pelo apresentador, pelo canal e pelos personagens das notícias.

Destacamos também as estratégias atrativas feitas pelos jornais franceses do século XVIII que buscavam no meio político formas de cativar o seu público através da folhas noticiosas. O jornalismo sensacionalista desenvolvido neste século foi um dos responsáveis pela queda da monarquia. Baecque (1996, p. 231) explica que houve uma forte elaboração de folhetins e panfletos criados para trabalhar a representação social naquela época e “a literatura obscena dos primeiros anos da Revolução usava dois temas para ridicularizar a aristocracia: impotência e homossexualismo”.

Mesmo tendo destaque político em suas páginas, os panfletos eram moldados por uma visão empresarial lucrativa, ou seja, eles eram produzidos periodicamente para a

comercialização, visando competir em um mercado concorrencial. “Na verdade, os jornais revolucionários bem-sucedidos precisavam de gráficas grandes e bem capitalizadas, particularmente seu objetivo era editar jornais diários com uma circulação significativa” (BAECQUE, 1996, p. 201). Destacamos dois exemplos descritos pelo autor: o primeiro está entre os principais jornais revolucionários da França, o “maior empreendimento editorial privado” era do Charles-Joseph, com 91 trabalhadores e 27 prensas. A produção tinha uma média de 11 mil tiragens por dia. O segundo, o *Journal du soir*, contava com “cinco prensas, sessenta empregados com diversas funções gráficas”. O jornal conseguiu imprimir cerca de 10 mil exemplares diariamente e direcionava 200 funcionários para vender essas cópias nas ruas (BAECQUE, 1996, p. 201).

Valéria Guimarães (2014, p. 106-107) explica que em meados do século XIX e o início do século XX os jornais americanos *New York World* e o *New York Journal* viveram um momento denominado de “era de ouro”. A inserção de um personagem de cartum, chamado de *Yellow Kid* nas páginas que ilustravam fatos do cotidiano provocaram um aumento significativo nas vendas o que chamou a atenção da concorrência. O francês *Le Petit Journal*, após veiculação da morte de toda uma família, com exceção de um dos filhos, em seu lançamento vendeu 38 mil exemplares, dois anos depois 259 mil e com o caso Troppmann, as tiragens ultrapassaram os 467 mil¹⁰. A autora explica que todo esse processo teve interferência no mercado editorial brasileiro, e dessa forma, começaram as primeiras *faits divers* nos jornais nacionais.

Enquanto o Jornal do Comércio, publicado no Rio de Janeiro desde 1827, permanecera bem sóbrio até o século XX, com seções tímidas como “Várias Notícias” e “Variedades”, que traziam vez por outra um *fait divers* mais animado, seus congêneres não pouparam esforços em conquistar o público não só pelos preços, tanto menores quanto fossem as subvenções oficiais, como pela publicação crescente de notas sensacionais (GUIMARÃES, 2014, p. 107).

Dessa maneira, os jornais brasileiros começaram a abrir espaço para fatos do cotidiano e ampliar suas folhas apresentando temas como “Ocorrências de Rua” e “Factos Diversos” que relatavam tragédias comunitárias. Guimarães (2014, p. 107) cita como exemplo o *Correio da Manhã*, o *Jornal do Brasil*, o *Estado de S. Paulo* e *A Gazeta*, mas segundo a autora foi *O Repórter*, publicado em 1879, que se destacou como sendo o pioneiro nesse formato noticioso.

¹⁰ Sobre a imprensa francesa e os *faits divers*, ler: Paes, 2018.

1.2 Lógica econômica e o jornalismo policial

De acordo com Schudson (2010), no final do século XVIII e início do século XIX, os folhetins noticiosos com elementos sensacionalistas foram reduzidos nos Estados Unidos e na Europa devido ao controle estabelecido pelo Clero e o Estado. Apesar dos avanços e melhorias nas impressões e tipografias, os modelos ainda se mantinham em torno de temas com predominância política. Parte dos jornais publicados periodicamente passavam por interferências diretas de seus editores ou partidos a quem representavam. O autor ainda explica que os jornais que circulavam nos Estados Unidos até os anos de 1830:

Davam maior ênfase às notícias da política nacional e eram financiados pelos partidos políticos, facções de partidos ou candidatos a cargos públicos, que ditavam a política editorial e, algumas vezes, escrevia pessoalmente os editoriais. Nada havia de enganoso nisso – tratava-se de prática padrão, e de conhecimento de todos. Os jornais partidários eram dependentes dos líderes políticos, não só pelo capital inicial e por seu ponto de vista, mas como forma de garantir a própria manutenção (SCHUDSON, 2010, p. 26).

Desta forma, o poder político conseguiu concentrar parte significativa dos jornais nas mãos de poucos – elite letrada e governamental – descentralizando sua circulação como explica Emery (1965, p. 232) “os jornais em geral eram comumente editados para pessoas de posses, o que em parte influía na predominância do conservadorismo na imprensa”. Por outro lado, o autor explica que esse modelo não se sustentaria em razão do desenvolvimento das capitais, do amplo crescimento imigratório, melhorias dos transportes, aumento do comércio, comunicação e maior letramento da população. O fenômeno da urbanização nas cidades americanas resultou no surgimento de um “novo homem”, em outras palavras, o mercado aumentou o seu poder de consumo, conseguiu atrair imigrantes com dinheiro para gastar, proporcionou mão de obra qualificada, criou pequenos e médios lojistas e deu origem a um novo formato de camada social. O autor ainda explica que esse “novo homem” não se sentia representado pelo modelo jornalístico que circulava na época e por isso Emery (1965, p. 231) explica que “toda vez que uma massa de povo foi negligenciada por muito tempo por órgãos de comunicação existentes acabaram surgindo iniciativas para suprir essa lacuna”. Tomando como base a perspectiva da representatividade das camadas sociais trabalhadoras, compreendemos que essas “iniciativas” rompem com as estratégias tradicionais de se fazer jornalismo e abrem caminho para produções com teor dramático e sensacionalista.

Emery (1965) compreende que este movimento que acontece nos Estados Unidos não pode ser apenas observado como uma negação aos padrões elitistas do jornalismo político-econômico ou até mesmo ao surgimento de um produto destinado a um determinado público com um custo mais acessível que os dos meios tradicionais. O autor explica que o jornal popular comercial surge como sendo os primeiros passos de uma organização jornalística para implantação de uma empresa, ou seja, a produção da notícia moldada pelas técnicas mercadológicas buscando um enfrentamento com a concorrência e consequentemente a liderança de mercado. Deste modo, a notícia passa a ser enxergada como um produto necessário para consumo em uma sociedade, percepção que remeterá diretamente no modo de se fazer jornalismo. Mais uma vez destacamos o formato sensacionalista adotado pelo jornal popular desenvolvido para tentar atrair audiência e garantir um espaço privilegiado no mercado. Sendo assim, “a notícia adquire o direito de penetrar em qualquer esfera, ampliando progressivamente a definição do público, absorvendo e atenuando as diferenças e contradições de classe” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 200). Por outro lado, não podemos pensar que esse processo mercadológico visa apenas a comercialização da notícia. No contrato de comunicação, Charaudeau (2015) destaca a captação – fazendo referência ao *pathos* – como sendo um argumento estratégico para provocar um certo estado emocional favorável a visão do sujeito falante. Ou seja, existe uma preocupação com o material que é feito para que ele seja visto por um determinado público e busque fazer com que esse receptor crie um vínculo afetivo com o emissor. Além disso, as histórias eram compostas por suspense, sofriam influências literárias com uma sequência estrutural de começo, meio e fim. Retomaremos essa dinâmica mais adiante neste capítulo.

Schudson (2010) ao explicar o surgimento da imprensa popular norte-americana aponta mudanças no seu formato editorial. O autor explica que “pela primeira vez, o jornal considerava não apenas o comércio ou a política, mas a vida social” (p. 34) das pessoas. Ele afirma que nos anos de 1830 os jornais começaram a expandir seus conteúdos, atingindo camadas sociais diferenciadas (não só elitista) como a classe média e suas variáveis. Assim os interesses das classes trabalhadoras ligadas à indústria, comércio e transporte eram reportados.

Nesse cenário surge os *penny papers*. Schudson (2010) explica que elas trouxeram consigo “os ideais igualitários na política e na vida econômica e social, por meio de sua organização de vendas [...] de sua ênfase sobre a notícia, dos serviços prestados a um grande público e de redução de interesse pelo editorial” (p. 75). Esse formato surge como

uma alternativa para as pessoas que “abandonaram” os meios tradicionais por não se sentirem representadas por eles.

Tomando como base os estudos de Schudson (2010, p. 48) podemos compreender que os “*penny papers*” que circulavam nos Estados Unidos a partir de 1830 se justificam pela ascensão do jornalismo popular caracterizado pelo uso do sensacionalismo como base de seu conteúdo. Desta maneira, esses jornais conseguiam espaço para se desenvolverem em um cenário mercadológico favorável. O autor explica que o jornalismo estava ancorado no processo empresarial e se torna resultado de mudanças sociais, políticas, econômicas e tecnológicas que perpassam pela América do Norte no século XIX.

Pensando nesta perspectiva que relaciona o sensacionalismo com o mercado lucrativo, o jornal *New York Sun*, do ano 1833 exemplifica esse momento histórico do jornalismo:

A ênfase era dada aos acontecimentos locais e ao noticiário de violência. Dentro de seis meses o *Sun* tinha uma circulação de cerca de 8000 exemplares, que representava quase duas vezes a se seus rivais mais próximos. Notícias de “interesse humano” era a especialidade do *Sun*. Em 1837 o *Sun* tinha uma tiragem de 30.000 exemplares diários, o que representava mais do total de todos os diários de Nova York juntos quando o *Sun* apareceu pela primeira vez (EMERY, 1965, p. 232-233).

A popularidade do jornal *Sun* pode ser compreendida por meio de uma série de combinações provenientes daquele momento, como por exemplo o baixo preço, a utilização das novas tecnologias e o elemento-chave denominado sensacionalismo como estratégia de venda (EMERY, 1965). Esse componente pode ser interpretado não só pela forma de comercialização, mas de captação do leitor. Retomando aquilo que estamos trabalhando nesta dissertação, compreendemos que o sensacionalismo, um dos elementos fundadores do jornalismo policial, também pode ser apontado como o caminho pelo qual o emissor utiliza-se para tocar emocionalmente seu leitor (FERNANDES, 2012).

As folhas do *Sun* romperam com os modelos tradicionais daquele período “oferecendo em suas páginas: crimes, assassinatos, mortes, curiosidades, bizarrices, dentre outros assuntos que causavam sensacionalismo e eram fantásticos” (DEJAVITE, 2001, p. 5). Mesmo com o alcance significativo de vendas e popularidade em ascensão, os jornais sensacionalistas abriram mão de critérios fundamentais e imprescindíveis no jornalismo, como a veracidade dos fatos para atingirem amplos públicos.

O modelo de negócio estabelecido entre o jornal *Sun* e a estratégia patêmica alavancava um grande número de tiragens diárias. Com isso, ele conquistou espaço no

mercado de vendas devido ao baixo custo de produção e comercialização e cativou o público através dos seus enredos. Emery (1965) continua explicando que a notícia era vista como um dos elementos fundamentais para a venda e cabia aos jornalistas a tarefa de dramatizar os acontecimentos e atrair diversas pessoas para a leitura. Os negócios se tornaram mais sólidos quando os jornais começaram a receber anúncios pagos em suas capas. “Os anunciantes se impressionavam com a admirável circulação desse novo modelo de comunicação. A grande circulação dos jornais populares tornava exequível anunciar artigos para a venda” (EMERY, 1965, p. 236). O autor complementa que existia uma fórmula específica para o negócio: quanto maior o número de notícias com dramaticidade nos jornais, mais relevantes eram as suas vendas e mais anunciantes procuravam às empresas. Deste modo, os editores compreenderam que deveriam investir na qualidade da impressão e distribuição dos jornais e ao mesmo tempo buscar histórias interessantes e transformar em contos dramáticos para a circulação desses materiais em suas páginas. Podemos fazer uma relação com a definição do termo “dramatização” elaborado por Patrick Charaudeau (2015) quando o autor explica essa estratégia na televisão. Segundo ele, a mídia só proporciona aos seus telespectadores dois tipos de olhares: o de *transparência* “quando pretende desvelar, descobrir o oculto, mostrar o outro lado do espelho” (p. 112) e o de *opacidade* quando estabelece sua própria dramatização. O autor acredita por meio da “opacidade” que a dramatização, um dos componentes do jornalismo policial, se apresenta como estratégia televisiva capaz de desdobrar conflitos pessoais e despertar emoções nos telespectadores. Em outro momento, Charaudeau (2015) chama a atenção para os mecanismos de dramatização utilizados pelas emissoras de TV. O autor pontua que esse método muitas vezes serve para esconder sua parcialidade.

A democracia nasce de várias contradições: é preciso que o maior número de cidadãos tenha acesso à informação, mas nem todos os cidadãos se encontram nas mesmas condições de acesso; é preciso que a informação em questão seja digna de fé, mas suas fontes são diversas e podem ser suspeitas de tomada de posição parcial, sem contar que a maneira de relatá-la pode satisfazer a um princípio de dramatização deformante; é preciso que os cidadãos possam expressar-se, dar sua opinião, é preciso ainda que essa palavra se torne pública por intermédio das mídias, mas as mídias só se interessam pelo anonimato se puderem integrar a palavra anônima numa encenação dramatizante. A informação midiática está, pois, minada por essas contradições, o que pode ser resumido na seguinte fórmula: gozar da maior credibilidade possível com o maior número possível de receptores (CHARAUDEAU, 2015, p. 86).

Desse modo, a visão mercadológica de cativar o maior público possível se torna primordial em uma empresa jornalística. Para que o seu viés partidário não esteja nitidamente na fala do emissor, ele utiliza-se dos métodos de dramatização “deformando” a informação narrada e alcançando seu objetivo narrativo. Charaudeau (2015) explica que essa é uma das estratégias das mídias para se tornarem anônimas em um contrato de comunicação.

Sodré (1977, p. 4) fazendo referência ao jornal *Sun* declara que o jornal explorava os “interesses individuais [...] ao fundo das paixões humanas. Em quatro anos estava com tiragem no nível de 30.000 exemplares diários, tendo que dobrar o tamanho das páginas para poder acomodar os anúncios cujo fluxo crescia sempre”. Com o exemplo citado acima pelo autor, podemos compreender que a busca pela emoção esteve presente no jornalismo desde o seu nascimento. O *New York Morning Herald*, de James Gordon Bennett, pode ser considerado um outro jornal relevante nessa fase americana de ascensão das estratégias sensacionalistas nas notícias. Emery (1965, p. 238) explica que:

O Herald era uma imitação do Sun quanto ao uso da matéria sensacional. Na reportagem de um crime o Herald não tinha rival. A edição de 4 de junho de 1836, um ano após a publicação regular do jornal, é uma demonstração do modo típico do Herald tratar assuntos dessa categoria. Toda a primeira página, sem outras manchetes, é dedicada ao caso de Robinson-Jewett. Esse caso envolvia o assassinato de uma prostituta num bordel por um importante homem da sociedade.

Esse fenômeno populearesco dos jornais baratos com histórias sensacionalistas não se restringia apenas aos Estados Unidos, mas perpassava pela Inglaterra – *Daily Telegraph* e *Standard* – jornais mais populares do país da época; na França – *Petit Journal* – e na Europa que assim como na América, as instituições “apelaram para a emoção e para o prazer. O jornalista passou a assumir o papel de agente de socializador e educador das massas para a vida urbana; ele se tornou um vendedor de jornais a qualquer preço, mesmo à custa de adulteração dos fatos” (RIBEIRO, 1994, p. 22). Por outro lado, Sodré (1977, p. 5) entende que “o segredo da imprensa consistia, à medida que o capitalismo avançava, na rapidez com que chegava aos leitores e na possibilidade de contá-los aos milhões”.

Emery (1965) explica que os jornais como o *Sun* e o *Herald* (e outros tantos) com conteúdo sensacionalistas, alavancavam audiências arrebatadoras e, por sua vez, garantiam cada vez mais anunciantes, que os ditos jornais “sérios” tiveram que elaborar uma campanha moral contra os jornais populares na tentativa de barrar esse mecanismo,

assinalando-os de notícias de “mau gosto, impostura e sensacionalismo”. O autor descreve que na década de 1830 foram criados 35 jornais na cidade de Nova York. Em 1840, as quatro maiores cidades dos Estados Unidos já tinham diversos jornais com nesse estilo. “Os prósperos jornais de um *penny* concentravam-se diretamente nas notícias, enquanto os rivais, uma vez ricos e poderosos, morriam à míngua de circulação numa dieta de editoriais doutrinários” (EMERY, 1965, p. 264). Em síntese, Schudson (2010, p. 25) define a década de 1830, como a época que “levou ao triunfo da ‘notícia’ sobre o editorial e dos ‘fatos’ sobre a opinião”.

Com foco nos acontecimentos locais; histórias sensacionalistas, dramáticas; e até mesmo a contratação regular de jornalistas, as empresas acabaram desenvolvendo um papel fundamental para o crescimento da indústria gráfica:

Nos Estados Unidos, os *penny papers* eram sempre os primeiros a instalar as mais recentes máquinas de impressão. Na verdade, pode ser mais correto afirmar que a imprensa *penny* introduzia a impressão a vapor no jornalismo norte-americano do que dizer que o vapor tenha impulsionado a imprensa *penny*. (...) O telégrafo começou a ser usado nos anos de 1884, depois de a própria imprensa *penny* tê-lo experimentado. Os jornais encorajaram seu desenvolvimento (SCHUDSON, 2010, p. 46).

Outro fator determinante para o sucesso dos jornais populares nos Estados Unidos por volta de 1830 a 1840 era a baixa escolarização. Esses jornais sabiam disso e ofereciam uma linguagem alternativa com o uso de palavras informais. “Isso não apenas explicaria o crescimento de circulação de jornais, como também a ênfase da imprensa *penny* sobre a notícia local de interesse humano” (SCHUDSON, 2010, p. 48). Nessa perspectiva, podemos fazer ponte com o pensamento de Correia (2003) quando o autor explica que as notícias espetaculares ganharam ascensão a partir do século XIX por meio da necessidade de atendimento das demandas diversas de classes operárias da época. “Estavam reunidas as condições que tornam o crime, o baile da sociedade, os *fait divers*, o desporto e o combate de rua como noticiáveis” (CORREIA, 2003, p. 8). Por outro lado, a questão econômica e industrial se tornou essencial para o desenvolvimento do jornalismo sensacionalista no século XIX, como explica Thompson (2012, p. 111). “Isso se deu, em parte, às inovações técnicas da indústria, da imprensa, e parte a transformação gradual da base de financiamento da indústria da mídia e seus métodos de valorização econômica”.

Essa perspectiva histórica nos permite perceber que a dramatização, o sensacionalismo, a emoção, a linguagem informal contribuíram de forma significativa para a disseminação do jornalismo policial. Esses componentes perpassam pela

construção jornalística desde os seus primórdios e a partir deles podemos justificá-los e caracterizando-os nas estratégias de comunicabilidade adotadas pelos apresentadores de programas policiais contemporâneos.

Demonstramos, através de diferentes pesquisadores, que o jornalismo é marcado pelo nascimento de uma imprensa chamada popular. A fim de apontarmos como os componentes identificados no jornalismo policial se apresentam na literatura, cinema e no jornalismo nacional, trabalharemos no próximo subcapítulo a evolução cultural dessas esferas no cenário brasileiro.

1.3 Dramaturgia no jornalismo

Abordamos neste momento da pesquisa uma continuação da retomada histórica para que possamos compreender como a dramaturgia perpassa as esferas socioculturais e se encontra nas histórias jornalísticas. Coutinho (2005) compreende que a dramaturgia no jornalismo pode ser evidenciada pela presença de conflitos narrados a partir de uma história a fim de construir uma reportagem de texto, som ou imagem. A autora acredita que toda estratégia jornalística está envolvida pela dramaturgia.

Figueiredo (2013) define o formato policial televisivo como uma apropriação do: “esquema de investigação de crimes instituído pela modernidade, para transformá-lo numa espécie de modelo gerador de narrativas”. Segundo o autor, esse formato “caracteriza-se pelo amplo potencial de reprodução a partir de pequenas variações, adaptando-se bem ao princípio da serialidade e à transposição para diferentes mídias (p. 13-14).

Nesse sentido, definir o formato policial dentro desse contexto se torna um desafio complexo (ALMEIDA, 2002). O autor ainda explica que isso acontece porque as produções demonstram historicamente que ele representa “um espaço relativamente aberto e flexível, onde muitas vezes as fronteiras não estão claramente delimitadas” (ALMEIDA, 2002, p.127).

As histórias envolvendo crimes policiais, desde o campo literário até o cinema, foram construídas sob diversos estilos e estabeleceram fortes ligações com as práticas jornalísticas, revelando as relações possíveis do cotidiano a sua realidade, e das tramas até as histórias ficcionais. Marco Antônio de Almeida (2002), descreve em suas pesquisas

que as histórias policiais na literatura e no cinema brasileiro oscilam entre os polos francês e anglo-saxão, por volta do século XIX. Segundo o autor, alguns elementos se destacam por serem considerados os principais influentes nessas produções primárias: o modelo iluminista do raciocínio lógico-dedutivo; as problemáticas e complexidades dos ambientes urbanos caracterizados pela criminalidade e pobreza; adaptação ao crime como saída para as desavenças (ALMEIDA, 2002, p.82).

Esteticamente, as histórias policiais traziam em sua construção traços de romances populares. Porém, essa linguagem foi modificada com o olhar do escritor norte americano Edgar Allan Poe, em 1841, quando ele lançou o conto *The Murders in the Rue Morgue* (Os Assassínatos na Rua Morgue).

Edgar Allan Poe (1809-1848), o criador do policial, é também, além de criador do gênero, o exemplo mais expressivo da narrativa de enigma. Estes atributos são possíveis porque se, ao criar o gênero policial, Poe dá margem a vários tipos de narrativas policiais que surgirão depois, ele próprio, em seus contos, escreve uma narrativa policial de enigma ou romance de detetive. Poe é a narrativa-enigma por excelência e, além disso, abriu a possibilidade do surgimento de outros tipos de narrativa policial (REIMÃO, 1983, p.8-9)

Ainda segundo a autora, de forma inovadora, Poe coloca a imagem do detetive como principal personagem do enredo e constrói uma história a partir de uma estrutura lógica que, em seguida, ressurgiria como tendência: hipótese inicial, dificuldades, problemática, período confuso, as primeiras soluções e a elucidação. Esse modelo de Allan Poe fez com que intelectuais passassem a reconhecer a partir de relatos ficcionais, o formato policial na literatura que envolviam crime e polícia.

Enquanto na França, Inglaterra e nos Estados Unidos desenvolviam-se a novela de folhetins, com seus policiais, ex-condenados com métodos totalmente empíricos de investigação, em abril de 1941, um americano educado na Europa, com textos já anteriormente publicados, lança na *Graham's Magazine*, aquele que é considerada a primeira narrativa policial, a fundadora do gênero: “Assassinatos na Rua Morgue” (REIMÃO, 1983, p.15-16).

Antes mesmo do reconhecimento de sua obra, Allan Poe publicava em jornais, sob o formato de folhetins, contos que abordavam a figura de justiceiros nas cidades urbanas. As obras eram construídas em uma lógica sequencial, nas quais o eixo central estava no mistério e no detetive. Barbero (2009) explica que o folhetim pode ser definido como uma narrativa ficcional publicada em jornais mais acessíveis e mais baratos. Ainda de acordo com o autor, o folhetim estabeleceu um novo modelo na literatura, quando

através do jornal, possibilitou uma relação maior do leitor com os meios de comunicação de massa. Barbero classifica o folhetim como sendo um enredo de letras grandes e textos curtos; uma linguagem que transcende as práticas rotineiras de leitura e passa aderir a cultura factual voltada às classes trabalhadoras. Para o autor, ele se destaca como um fato que “conforma um espaço privilegiado para estudar a emergência não só de um meio de comunicação dirigido às massas, mas também um novo modo de comunicação entre as classes” (BARBERO, 2009, p.176).

Segundo Martín-Barbero, existem quatro elementos no folhetim que se aproximam da cultura popular, são eles: sua tipografia; a leitura fragmentada; técnicas de sedução e formas de reconhecimento.

O primeiro item se destaca pela escolha das letras grandes, que além de chamar a atenção para a comercialização do produto, nos oferece particularidades da cultura oral. Em seguida, a fragmentação mostra cortes, caracterizando uma leitura popular diferente dos padrões profissionais. As técnicas de sedução mostram como o leitor consegue aproximar sua experiência de vida com as estratégias discursivas presentes no texto. O suspense se destaca neste ponto por ele fazer um apelo contínuo e redundante ao leitor permitindo com que ele entenda a história completa, mas que se torne refém das cenas. Nesse sentido, entendemos por meio do autor que “é justamente um efeito não da escritura, e sim da narração, isto é, de uma linguagem voltada para fora de si própria – para sua capacidade de comunicar” (BARBERO, 2009, p. 188). Por fim, as formas de reconhecimentos descritas pelo autor fazem referência ao momento em que o leitor identifica na sua vida traços dos personagens narrados pelo escritor. Uma vez que, o folhetim apresenta ao leitor uma realidade em que ele consegue “aceitar ou modificar superficialmente, mas não pode recusar” o enredo (BARBERO, 2009, p. 189). Essa técnica adotada no folhetim, que insere a problemática social de personagens fictícios para trazer uma identificação com o real, contribuiu para que ele se tornasse um dos textos favoritos entre os leitores.

Martín-Barbero (2009) explica que é a partir dessas identificações culturais dramáticas do folhetim com o formato policial que o jornalismo ganha força nos jornais populares através do sensacionalismo. Na América Latina, esse tipo de estratégia ganha força no início do século XX, quando já eram bastante conhecidos em países como Estados Unidos, França e Inglaterra. As notícias de tragédias e crimes estampadas nas capas dos jornais traziam histórias que pareciam retiradas de trechos ficcionais teatrais, encenações dramáticas na busca pelo reconhecimento.

Muitos analistas interpretam que a forma utilizada na organização dos jornais populares pode ser compreendida como uma eficiente estratégia de marketing para segurar grande parte do público leitor. Com base neste argumento, os jornais norte-americanos, *Journal* e *World*, eram considerados protagonistas na disputa pela atenção do público. Os jornais eram vendidos a baixo preço e exploravam notícias quentes, ou seja, as factuais (ANGRIMANI, 1995). Ainda segundo o autor, utilizavam-se em textos jornalísticos toda uma retórica estratégica de adjetivos para descrever de forma sensacional os fatos do cotidiano. Segundo Martín-Barbero (2009), na América Latina, esse tipo de estratégia se destaca mais na oralidade, pois é por meio da fala que os traços da comunicação popular ganhavam espaço na sociedade. O *pathos*, colocado em cena pelo orador, estabelece sempre uma relação de afeto com o receptor; ou seja, o receptor se torna parte daquele acontecimento (SODRÉ, 2006, p. 29). Dessa maneira podemos compreender como acontece esse vínculo do público nas ruas com as notícias que estão sendo narradas. O que chama a atenção, busca despertar a emoção.

No Brasil, o jornalismo policial começou a ganhar força no início do século XX e ao mesmo tempo em que se multiplicava, sua reputação era extremamente negativa nas classes sociais elitistas. De acordo com Almeida (2002) essas histórias também ganhavam espaço na literatura brasileira. O autor relata que o crescimento dos centros urbanos impulsionava as histórias ficcionais que retratavam o aumento da criminalidade. Ainda segundo Almeida, esses textos ficcionais se tornaram mais presentes na época da Ditadura Militar na década de 1960, quando as pessoas estavam com o imaginário acrescido pela repressão causada pela polícia e o Estado.

Segundo Almeida (2002), o ambiente presente no Brasil na época da Ditadura Militar não permitia que as histórias policiais fossem construídas de forma explícitas e por isso, os autores da época recorriam ao humor e utilizavam o super-realismo para justificar a falta de clima. Ainda segundo o autor, no cinema, esses elementos eram construídos a partir da criação de um modelo padrão “tupiniquim” para trazer o formato policial nos seus trabalhos. Com base nesta teoria, Almeida (2002) identifica o *thriller* como uma categoria padrão para a compreensão cinematográfica brasileira pelo intenso uso das perseguições, enigmas e intrigas. Ele utiliza o termo “*Thriller tropical*”, expressão atribuída por Sérgio Augusto, que segundo Almeida (2007, p.145) faz referência a “filmes com elementos do universo do gênero policial, mas que incorporam signos culturais brasileiros, como a migração, a música popular, a umbanda, o carnaval, etc”.

Ramos (2004) afirma que a década de 1970 a 1980, foi considerada a mais propícia do formato policial no cinema brasileiro. O autor explica que o naturalismo se torna importante nesse momento, pois a partir dele, as produções cinematográficas revelavam as mazelas presentes nos centros urbanos de forma mais realista.

O romance-reportagem obedece aos princípios jornalísticos da novidade, clareza, contenção e desficcionalização. Normalmente o que se fez nos anos 70 foi retomar casos policiais que obtiveram sucesso na imprensa e tratá-los numa reportagem mais extensa que a do jornal. E através de um caso específico, singular, pretendia se revelar uma realidade mais ampla, recalçada pelas dificuldades da circulação de informações nos anos 70 (RAMOS, 2004, p. 158).

O autor chega a essa conclusão a partir de uma análise de dados feita com os filmes brasileiros desta época. Ramos consegue estabelecer uma ligação da produção cinematográfica com variações de linguagens e preferências textuais da população no contexto sociocultural do país. Ele explica que neste período o Brasil passava por um processo de abertura política e modernização industrial, logo após vinte anos da Ditadura Militar. O autor verifica também elementos que exploram o sexo e a violência presentes no formato policial como estratégia que pretende estabelecer “muito mais o impacto e a aproximação com um público que se supõe popular, do que a denúncia” (RAMOS, 2004, p. 179). Neste contexto, ainda segundo o autor, os diretores de cinema argumentavam que queriam aproximar as histórias audiovisuais do cotidiano das classes populares, para isso, o melodrama e os apelos sensacionais eram utilizados dentro do formato policial. Deste modo, transparece “tanto uma mutação interna, seguindo influxos da vida cultural brasileira, como uma complexidade em termos das locuções ideológicas que estabeleceu com o telespectador” (RAMOS, 2004, p. 192).

Observando o que dizem Ramos (2004) e Almeida (2007), podemos compreender que o jornalismo esteve ligado de forma intensa com o contexto literário e cinematográfico, passando a ter grande influência na criação do formato policial. De acordo com Almeida (2002), as produções literárias policiais passaram de folhetins narrativos para se tornarem relatos jornalísticos. Com isso, a literatura policial se converte em “cartografia simbólica dos dilemas sociais e existenciais do homem contemporâneo. Uma mitologia moderna, urbana, problemática e violenta” (ALMEIDA, 2002, p.102). Para descrever o cinema policial brasileiro, Ramos (2004) destaca que na década de 1970, o formato conquista sofisticação por meio de contornos documentais que fortalecem essa tendência reconhecida na época.

por exemplo, às “moças virginais e puras”, anacrônicas personagens ainda presente nesse cinema policial masculino e conservador do final dos anos 70. A utilização dessas tinturas melodramáticas, dos ingredientes românticos, dos diálogos às vezes melosos seria uma estratégia ancorada no sonho de incorporação de parcelas do público feminino? [...] A combinação de todos esses ingredientes, somada à falta de uma especialização e de tradição no trabalho de roteirização e direção, enfim, a problemática construção de um padrão cinematográfico, conduziam alguns filmes a uma extrema fragmentação (RAMOS, 2004, p.190).

Nesse contexto, a cobertura dos casos policiais no jornalismo passa por uma modificação. Como destacamos anteriormente, o folhetim, caracterizado pela estética “simbólico-dramática”, que era utilizada nas primeiras publicações do formato em estudo, vai aos poucos sendo moldada pela base da imparcialidade e objetividade presentes na imprensa moderna. Marco Roxo e Igor Sacramento (2013) explicam esse momento de transição no fazer jornalismo. Segundo os autores, essa ‘modernização’ começou a ocorrer na década de 1950 quando alguns jornais queriam continuar seguindo o modelo “ético-discursivo da objetividade jornalística” enquanto outros optavam em se manter nos padrões dos folhetins e melodramas. Ainda de acordo com os autores, alguns jornais funcionavam como instrumento para favorecer ou dar visibilidade política a determinados grupos de esquerda ou direita. Entretanto, o primeiro modelo se tornou mais presente quando em 1969 foi instaurada a obrigatoriedade do diploma para exercer a profissão de jornalista.

A integração do jornalismo brasileiro à indústria cultural significou a sua aproximação com a clivagem desta prática social similar à existente nos países com maior tradição liberal-democrática. De um lado, estão os meios de noticiosos de elite, cuja audiência principal é formada pelo mainstream político-partidário e sociocultural. De outro, os jornais populares que mesclam de forma intensa e variada informação e entretenimento. Um tende tratar de temas “sérios” como política e economia, e o outro foco os temas sensacionalistas e personalistas, ao gosto do público de massa (ROXO & SACRAMENTO, 2013, p. 7).

Mello (2006), explica que embora não se saiba exatamente quando a editoria “policial” passou a fazer parte oficialmente dos jornais tradicionais, o jornalismo policial constitui-se em análises de ocorrências noticiosas nas delegacias de polícia, em que práticas sensacionalistas devem ser evitadas. Neste sentido, o autor nos leva a uma reflexão sobre a maneira pela qual o programa policial deve ser produzido. Podemos entender que os relatos dos crimes e ocorrências policiais na visão do autor, precisam ser contextualizados de forma objetiva e menos dramática ou romantizada. Essa concepção nos leva a um distanciamento dos padrões de oralidade e dramatização que são utilizados para recriar cenas em prol de um enredo policial.

Dessa forma, Fortes (2005) explica que o jornalismo dito “sério” foi somado aos valores das práticas jornalísticas modernas identificadas como “jornalismo investigativo”. O autor define como uma prática de investigação profunda, comprometida e impessoal, ou melhor, “uma evolução da velha reportagem policial” (FORTES, 2005, p.68). Neste sentido, caberia então, ao jornalismo investigativo, grandes reportagens sobre operações policiais e crimes contra a vida.

Esse tipo de cobertura, a policial, não deve ser feita de forma empírica, tanto que é um dos setores mais especializados da imprensa no mundo todo. Sua excelência advém da convivência com boas fontes policiais, promotores, procuradores e magistrados, o que tende a criar uma relação positiva do repórter com os meandros desse tipo de notícia (FORTES, 2005, p. 33).

Na década de 1960, o jornalista *Nelson Rodrigues* foi um dos grandes críticos da “modernização” do discurso policial jornalístico. O dramaturgo começou sua carreira escrevendo sobre ocorrências e crimes policiais em jornais, relatando ideias como “o ficcionista que não foi repórter policial tem um desfalque porque em três meses de reportagem policial diária, ele adquire a experiência de um Balzac” (RODRIGUES, 2012, p.35). Para Nelson, um bom jornalismo policial era aquele que conseguia mostrar sua afinidade com a história literária ficcional.

O nariz de cera, que a imprensa atual não usa, era inevitável. O leitor babava na gravata de satisfação literária e estilística, porque o sujeito caprichava no nariz de cera, em seguida saía galopando a fantasia. Ninguém era preto, nunca uma adúltera era preta ou mulata; tinha olhos azul, era loura. O pessoal retocava a realidade (RODRIGUES, 2012, p.32).

Podemos compreender, por meio do relato de Nelson Rodrigues que o jornalismo estava passando por um processo de modernização nas suas práticas e abandonando técnicas que ao longo dos anos foram adotadas pelo ofício da profissão. Nesse contexto, ele faz referência ao que de fato seria um relato policial jornalístico, apresentando seus paradigmas éticos, e por outro lado, aquilo que seria sensacionalismo, movimento que estava adquirindo força nos jornais. Inevitavelmente a dramaturgia fez com que seus enredos se tornassem parte de um espaço “elevado” no jornalismo.

A maldição da reportagem policial era justamente essa capacidade de dar cores melodramáticas e mais intensas e tornar interessantes temas e ocorrências capazes de pôr em desfile pessoas classificadas como ‘mendigos, indigentes, loucos, viciados, casais desajustados, ladrões (MENDONÇA, 2010, P. 178).

Nessa perspectiva, a televisão também entra na disputa daquilo que é correto ou não em seguir no programa policial e começa a ser moldada por meio de experiências do cinema e da literatura. É por meio da televisão como mídia com suas lógicas que as temáticas sobre crimes policiais são abordadas nesta pesquisa, colocando a figura do repórter, apresentador ou comentarista em teste para que a sociedade possa compreender os relatos do cotidiano e ações policiais presentes nos centros urbanos. Por este motivo, analisamos na próxima etapa desta dissertação programas da TV brasileira que reconhecem o “policial” enquanto parte integrante dos formatos jornalísticos.

1.4 Jornalismo policial: um panorama da TV brasileira

O programa policial na televisão brasileira tem passado por modificações diversas à medida em que o próprio jornalismo vai evoluindo. Ao mesmo tempo em que sofre uma antipatia crítica por parte da sociedade elitizada e intelectuais, revela programações que alcançam índices elevados de audiência.

Deste modo, os formatos televisivos adaptados para o programa policial passam a ser estudados pela comunidade científica como exemplifica Souza (2004), em *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira*, com uma proposta sistemática para que possamos entender como podemos classificá-los.

A “fórmula” básica destes tipos de programas seria a de levar à tela casos de pessoas com doenças graves e deformações, brigas, crimes e abusos policiais. A lista de programa de variedades que aderiram à fórmula é grande, sempre associada a um nome de apresentador, que estimula a reação de espanto do público: Márcia Goldschmidt, João Kléber, José Luís Datena e outros transitam por programas que se autodenominam jornalísticos, de serviço ou de debate, a maioria com auditório. São de variedades, mas nem tanto (SOUZA, 2004, p. 140).

A partir deste pensamento, podemos dizer que programas como *Cidade em Ação* não seria reconhecido oficialmente como jornalístico, pois segundo o autor que citamos acima, essa “fórmula” adaptada serve apenas para que eles se auto intitulem de jornalismo. Por outro lado, Campello (2008), entende por meio da definição de programas jornalísticos, adaptada de Souza (2004), que o termo “telejornalismo policial” caberia em programas como *Cidade em Ação*, *Correio Verdade*, *Fala Cidade* e *Tambaú da Gente* pelo formato que lhes são atribuídos. Campello (2008, p.17) explica que esses programas

são resultados de “narrativas do cotidiano que, na nossa avaliação, se não fundam um novo gênero na televisão brasileira, criam um novo formato de telejornalismo”.

Comparando o programa policial com o jornalismo tradicional, Periago (2004) ressalta uma diferença de qualidade entre ambos. O autor destaca que ao contrário do programa jornalístico que foi influenciado pelo modelo americano, como já vimos anteriormente, que é exigida uma postura mais séria do repórter e apresentador, o programa policial entrega uma missão aos profissionais de deixarem a notícia mais interessante para seus telespectadores. Ainda segundo o autor, os repórteres e apresentadores são os responsáveis por deixar a notícia mais dinâmica. Eles precisam estimular os telespectadores a continuar acompanhando o fato, mesmo que não seja tão relevante. O movimento da câmera, de acordo com Periago também contribui para esse momento - “A câmera parece estar nervosa” (PERIAGO, 2004, p.89) – e o editor privilegia momentos dramáticos e apelativos. A improvisação se torna determinante em programas policiais para que se tenha uma impressão de que tudo aquilo que está sendo transmitido pode ser considerado “verdade”:

O repórter de telejornal policial se torna um integrante ativo. Sua participação é parcial e pode, em determinados casos, interferir com a realidade daquele fato. Em determinados casos, a interferência do repórter também serve para manipular momentos que não estão correspondendo com a expectativa de uma determinada situação. Nesse sentido, criam-se situações que aumentam o potencial de um fato para que ele se torne mais fluente aos olhos do telespectador. Esse processo pode transformar a tele notícia em um espetáculo de ficção, pois, em determinadas situações até elementos da dramaturgia como a tensão dramática, a identificação com o herói ou com vilões, as expressões oral e facial são utilizadas para sensibilizar o telespectador (PERIAGO, 2004, p.11).

Segundo Periago (2004), o tempo do jornalismo televisivo pode ser considerado mais acelerado. As informações chegam a todo momento e com isso, a apuração passa a ser quase que instantânea. O autor destaca que o tempo é um dos fatores principais na TV e que as notícias precisam ser sintetizadas de maneira objetiva, pontual e simples. Ainda de acordo com o autor, a disputa pela audiência é um fator determinante na quebra de protocolo jornalístico. Os repórteres e apresentadores abrem mão de critérios éticos para que os programas possam ter apelos emocionais e sensacionalistas. Deste modo, Periago (2004) aponta que a briga pela audiência acaba forçando os programas televisivos a assumirem uma condição de dinamismo superficial, deixando de lado outros temas que poderiam ser abordados ou uma discussão mais aprofundada sobre a notícia.

O autor destaca também como o discurso excessivo em determinados momentos dos programas acaba tomando o lugar de possíveis investigações mais precisas sobre o fato. Periago (2004) afirma que as várias versões ditas em uma reportagem policial fortalecem a intenção de que se trata de uma história verdadeira e ao fazer uso da voz de diversos entrevistados, o repórter passa a responsabilidade da apuração para a fonte “pois declarações só comprometem quem as faz” (PERIAGO, 2004, p.12).

Além disso, o autor destaca que a linguagem do programa policial difere do jornalismo padrão tradicional por apresentar em sua essência elementos como linguagem informal, expressões coloquiais, gírias ou até mesmo palavrões, que combinados como estratégia discursiva, passam uma ideia de conversa “sincera” com o telespectador.

Acreditamos que esse é um dos motivos que distingue o programa policial do tradicional. Nesse contexto, ele pode ser observado como um formato menor no campo jornalístico de qualidade questionável e menos sério. Entendemos que o programa policial no jornalismo se destaca pelo apelo emocional sem espaço para a promoção de novas reflexões ou aprofundamento das temáticas noticiadas. Podemos destacar aqui o formato definido por Souza (2004, p.139) quando afirma que:

A reclassificação do gênero variedade, antes denominado auditório, é um artifício criado pelas emissoras para não dar ao programa a imagem de popular. Rebatizados, os programas de variedades são os programas de auditório pós-modernos na TV, que promovem uma guerra de audiência com prejuízo para o telespectador, que vê, ri, chora e se espanta com tudo que é apresentado.

Acreditamos que essas variáveis podem ser consideradas como fatores essenciais para que os programas policiais possam ser vistos como um jornalismo discutível.

Viu-se ao longo das últimas duas décadas um crescimento significativo do programa policial na televisão brasileira. Programas como *Aqui Agora* (SBT), *Cidade Alerta* (RECORDTV) e *Brasil Urgente* (BAND) mostram-se como ferramentas importantes para o engajamento da audiência nacional na grade horária da televisão aberta. De acordo com Borges (2002), havia vinte programas policiais transmitidos diariamente pela televisão, no Brasil, no ano de 2002.

Borges (2002) destaca o programa *Aqui Agora* como aquele que consolidou o estilo do repórter Gil Gomes como um dos principais pioneiros¹¹ do programa policial na

¹¹ O programa O Homem do Sapato Branco, apresentado por Jacinto Figueiredo Júnior e criado em 1966 também pode ser considerado um dos primeiros programas do formato que noticiaram problemas populares com viés sensacionalista no Brasil.

televisão. Segundo o autor, até então esse tipo de abordagem era restrito em programas jornalísticos e “o *Aqui Agora* veio definitivamente garantir no meio televisivo o espaço do jornalismo-verdade” (BORGES, 2002, p.55). O programa teve sua estreia no SBT em 1991. A transmissão acontecia nos fins de tarde e trazia *slogan* com frases do tipo: “um jornal independente que mostra na TV a vida como ela é”¹² ou “um jornal vibrante que mostra na TV a vida como ela é”¹³. O movimento da câmera de mão produzido pelo cinegrafista que acompanhava o repórter Gil Gomes provocava uma narrativa dramática composta pela voz e os gestos¹⁴ marcantes do jornalista que construía a notícia. “Gil Gomes era a atração e a notícia, um produto secundário” (PERIAGO, 2004, p.20).

O programa também abordava temas como curiosidades, cotidiano das celebridades, mas o seu foco principal era a temática policial, ressaltando aspectos bizarros e crimes espalhafatosos. Desse modo, o *Aqui Agora* conseguia atingir um formato diferenciado na TV brasileira, desenvolvendo novos caminhos a serem explorados na televisão. Com esse formato sensacionalista e agitado, visando conquistar as classes C, D e E da sociedade, o programa atingiu uma audiência considerada alta no IBOPE chegando a variar entre 16 e 29 pontos (PERIAGO, 2004).

De acordo com Periago (2004), no ano de 1997, o programa *Aqui Agora* chegava ao fim devido à queda de popularidade. Estrategicamente as emissoras privadas de televisão lançaram uma série de programas com características semelhantes ao extinto, na busca de encontrar esse público que acompanhava o *Aqui Agora*. Foram lançados: *Cadeia Alborgheti* e *190 Urgente* (Rede Gazeta), *Repórter Cidadão* (Rede TV), *Na Rota do Crime* (Rede Manchete), *Tempo Quente* (Rede Bandeirantes), *Cidade Alerta* (Rede Record), *Linha Direta* (Rede Globo) e *Brasil Urgente* (Rede Bandeirantes).

Periago (2004) explica que em 1995, o formato padrão do programa policial na televisão brasileira começava a se consolidar com a criação do programa *Cidade Alerta*, apresentado por Ney Gonçalves Dias, adotando a estrutura utilizada por Afanásio Jazadji nos programas de rádio:

Uma reportagem é mostrada em três etapas: a primeira é a apresentação da reportagem no estúdio, logo em seguida vem a reportagem externa e, para finalizar, volta para o apresentador disparar um comentário inflamado e repleto de exclamações hora para criticar ou ironizar determinada circunstância (PERIAGO, 2004, p.17).

¹² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bo5mZ8cUkiI&feature=related>> Acesso em 03 de jan de 2019.

¹³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=B7hA2iu0ARw>> Acesso em 03 de jan de 2019.

¹⁴ Ver exemplo: <<https://www.youtube.com/watch?v=Jfkbpcx3cVI>> Acesso em 03 de jan de 2019.

O modelo de baixo custo de produção e alto índice de audiência foi se espalhando pelo país e ocupando lugares significativos na grade de programação dos principais canais de televisão no Brasil.

Nesse cenário inserimos os programas policiais paraibanos que são analisados no capítulo 5. Em João Pessoa – Paraíba – existem atualmente quatro principais emissoras (*Tambaú, Correio, Arapuan, Manaíra*) que transmitem respectivamente os programas *Tambaú da Gente, Correio Verdade, Cidade em Ação* e o *Fala Cidade*. Eles são veiculados no horário do almoço e são considerados de grande audiência por institutos de pesquisa com, por exemplo, o IBOPE. A partir de Periago (2004) compreendemos que esses formatos de programas policiais da televisão brasileira serviram como base para o surgimento de outros jornais locais. A fim de caracterizarmos e identificarmos esses componentes fundadores do jornalismo policial analisaremos esses programas mais à frente.

Além das ocorrências policiais, os programas reportam notícias sobre celebridades e muitas vezes a presença de palhaços em estúdio para entreter o telespectador. O dinamismo adaptado pelos repórteres e apresentadores nos programas policiais com foco nos acidentes, perseguições, roubos, assassinatos, etc busca provocar no telespectador aquilo que Charaudeau (1996, p. 31) chama de sedução. O autor explica que esse fator faz com que as emoções despertem no emissor o imaginário mítico na utilização do discurso racional para provocar a verossimilhança com o ficcional.

1.5 Contrato de comunicação: legitimidade, credibilidade e captação

Como vimos anteriormente, as primeiras notícias populares que surgiram na Europa e nos Estados Unidos serviram como base para influenciar mudanças produtivas da mídia brasileira. Dessa forma, buscamos contextualizar historicamente esse surgimento para utilizarmos elementos fundadores do jornalismo policial ao longo da nossa dissertação. Tais como: a dramaturgia, o sensacionalismo e dentro desse universo o contrato de comunicação.

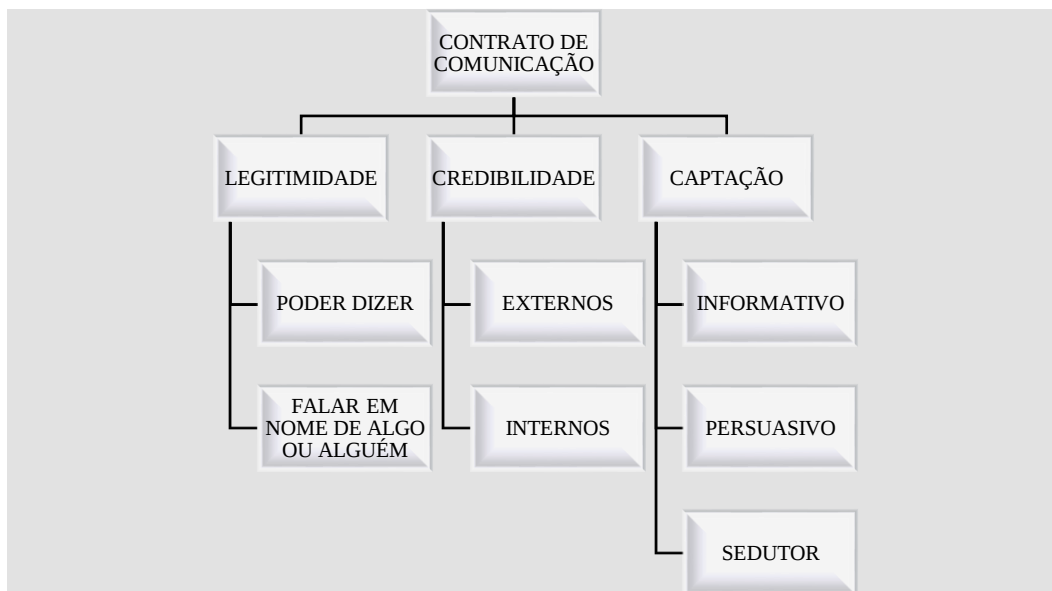
Fernandes (2012, p. 111) explica que “o jornalismo, assim como todo discurso, está inserido num contrato de comunicação que envolve os sujeitos produtores da notícia, os sujeitos receptores e o produto”. A autora toma como base Charaudeau (1995) para

explicar o contrato em três estratégias: “de legitimidade, de credibilidade e de captação” (p. 111). A partir dessa teoria a legitimidade assume um papel externo ao sujeito falante, ou seja, sua origem parte de um estatuto institucional do emissor. “É a legitimidade que dá o poder de dizer” (p. 111). É como se a figura do falante representasse a linha editorial do veículo de comunicação. Levando em consideração a imagem de um apresentador em um programa televisivo, a legitimidade pode ser compreendida como o espaço físico que ele está inserido. Sendo assim, esse lugar abre a possibilidade para que o sujeito fale, expresse suas opiniões em nome de algo ou alguém. “Já a credibilidade é uma estratégia que vai sendo adquirida ao longo do processo de trocas linguageiras” (p. 111). Nesse sentido, o emissor precisa demonstrar ao receptor que a sua fala é verdadeira. A autora destaca que essa estratégia faz com que o sujeito falante utilize a habilidade de “saber dizer” (p. 111). Com isso, o locutor, aos poucos vai construindo um vínculo credível com o seu público. A terceira estratégia segundo Fernandes (2012) é denominada de captação. Tanto a autora quanto Charaudeau (2015) associam esse componente ao *pathos*. Segundo Fernandes (2012) “a estratégia de captação consiste em tocar o afeto do auditório, em provocar nele certo estado emocional que seja favorável a uma visada de influência do sujeito falante” (p. 111). A autora explica que é na captação que as emoções são exploradas, porque ela consegue impressionar positiva ou negativamente o receptor da narrativa.

Como a nossa dissertação trabalha com o contrato de comunicação e suas estratégias para uma captura de atenção do público, nesse momento destacamos esse terceiro componente do contrato apresentado por Fernandes (2012) para que possamos compreender melhor a sua funcionalidade. Charaudeau (1996) explica que dentro da captação existem três objetivos básicos que validam o contrato de comunicação. O primeiro é o informativo “que tem como princípio da novidade, ou seja, o de transmitir fragmentos de saber que o leitor parece ignorar” (p. 31). O segundo denominado persuasivo equivale a uma estratégia comunicativa embasada em argumentos lógicos capazes de fazer com que o interlocutor acredite em algo, seja ele verossímil ou não. E por fim o sedutor “que prende o controle do outro, agradando-o, fazendo-o sentir prazer, emoções, usando discursos não racionais, da verossimilhança como o ficcional, do imaginário mítico, dos jogos das palavras” (CHARAUDEAU, 1996, p. 31). A partir das definições do autor, compreendemos que na sedução existe uma manifestação maior do *pathos*.

Para que pudéssemos explorar essas estratégias de comunicabilidade visualmente, elaboramos um esquema que pode ser observado abaixo a partir do método de Charaudeau (1996) e Fernandes (2012):

Figura 1 – Contrato de comunicação: legitimidade, credibilidade e captação



Fonte: Charaudeau (1996)

A **Figura 1** mostra como o contrato de comunicação se constitui como uma estratégia discursiva apresentando na sua estrutura os caminhos pelos quais o *pathos* se revela. Seguindo a linha de raciocínio de Fernandes (2012, p. 112), a captação se apresenta no jornalismo na dramatização e no ludismo. Como já abordamos anteriormente, a dramatização esteve presente como um dos componentes fundadores do jornalismo policial. Nesse sentido, a autora identifica esse recurso “nos relatos de tragédia, medos, grandes e pequenas histórias do cotidiano” (p. 112). A partir dessa definição podemos compreender que a dramatização muitas vezes se apresenta em performances negativas. Diferente do que acontece com o ludismo, Fernandes (2012) explica que o lúdico se manifesta nos “recursos jornalísticos misturados à poesia, à aventura, à ficção, ao cinema, etc” (p. 112).

Os programas policiais paraibanos que vamos analisar no capítulo 5 fazem uma relação com esses conceitos que estamos trabalhando neste momento. A legitimidade (FERNANDES, 2012) pode ser representada pelo sujeito falante que assume o papel de falar algo em nome de alguém. Quando um determinado apresentador de televisão se

utiliza de um espaço físico (vamos chamar de um estúdio) para transmitir a um público suas ideias a respeito de fatos do cotidiano, ele está legitimado pela empresa a falar em seu nome. Compreendemos, dessa forma, que os programas *Fala Cidade*, *Correio Verdade*, *Tambaú da Gente* e *Cidade em Ação* são os espaços físicos que abrem caminho para a legitimidade dos seus respectivos apresentadores. Por isso é importante entendermos como eles funcionam e de que forma cada espaço limita ou estende o poder de fala dessas figuras públicas. A credibilidade (FERNANDES, 2012) é outro componente que precisa ser trabalhado porque entendemos que ela se constrói por fatores externos (“quem fala o quê?” “quem se dirige a quem?” “estamos aqui para dizer o que?” “do que se trata”) e internos (“como dizer?” “em nome do quê?”) (CHARAUDEAU, 2015). A relação entre o emissor (apresentador) e o seu receptor (telespectador) pode ser compreendida através dessas respostas, pois a partir delas, um vínculo de confiabilidade entre ambas as partes é criado. A partir das análises dos programas e das entrevistas com os apresentadores poderemos compreender como funciona essas estratégias. E por fim o conceito de captação (FERNANDES, 2012) que se constitui em três tipos: informativo, persuasivo e sedutor. Na captação está concentrada a emoção (CHARAUDEAU, 2015) então identificaremos esses componentes por meio das estratégias discursivas adotadas pelos apresentadores nos programas policiais e através das entrevistas realizadas.

1.5.1 Três componentes comunicacionais: *ethos*, *pathos* e *logos*

Este tópico tem como objetivo mostrar que os três componentes da comunicação: *ethos*, *pathos* e *logos* atuam em conjunto como uma técnica argumentativa na construção persuasiva do emissor com o objetivo de apresentar uma imagem favorável de si. Dessa maneira, o contrato de comunicação age na visada de informar (fazer saber) e captar (fazer sentir) (CHARAUDEAU, 2015).

De acordo com Hoffmann e Teixeira (2011, p. 186) “num ato de comunicação, existem três elementos envolvidos: o orador, o auditório e o discurso, ou o *ethos*, o *pathos* e o *logos*, ou o enunciador, o enunciatário e o discurso”. Com base nesse argumento, compreendemos que existe um “círculo vicioso” (SENA, 2013, p. 9) na comunicação que permite um envolvimento do sujeito falante com o seu público através de uma mensagem – *logos* – que pode ser definida como uma “argumentação racional propriamente dita” (MARTINS, 2006, p. 17).

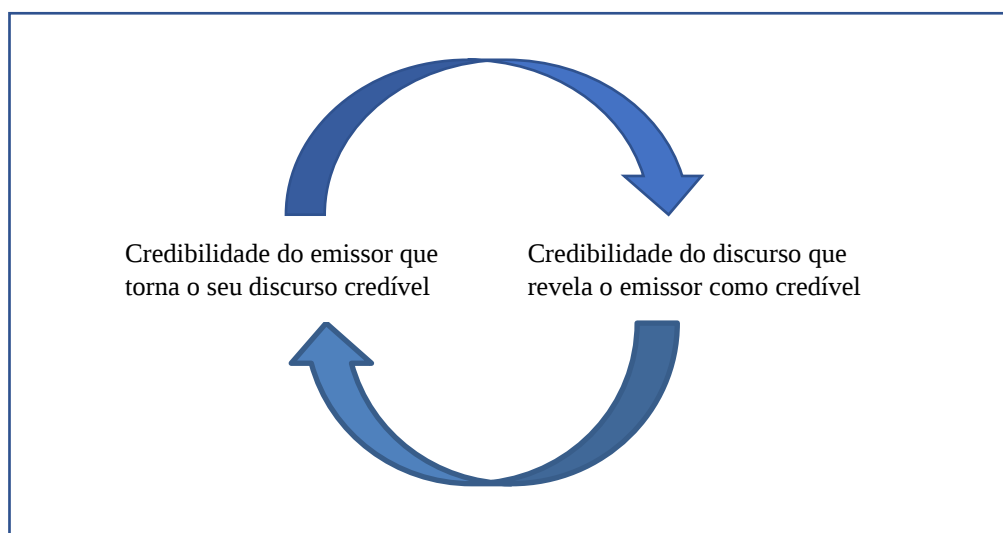
Quando nos remetemos a retórica Aristotélica compreendemos que a verdade não se encontra no objeto, mas se constrói no discurso. Fechine (2008) quando faz referência a Aristóteles explica que a argumentação central do filósofo se baseia na persuasão do emissor em um discurso público. A autora compreende que a função do orador em um discurso é fortalecer seus argumentos através de suas convicções para que o receptor acredite naquilo que está sendo dito. Dessa maneira, podemos considerar que existe um “manual” de procedimentos para que sujeito falante convença o ouvinte em cada situação. Por esse motivo, não existe uma preocupação ativa com a argumentação discursiva. Dessa maneira incorpora-se às emoções, crenças e paixões (FECHINE, 2008). Pois, “interessa-se não tanto pela construção da verdade, mas por tudo o que possa parecer verdadeiro ao ouvinte” (CRUZ JÚNIOR, 2006, p. 19-22). Em razão disso, há uma preocupação com o *ethos* do sujeito falante, ou seja, a maneira como ele se apresenta ao público. Esse componente faz referência direta ao caráter do emissor, por meio do qual ele conquista a confiança do receptor através da persuasão.

Sena (2013), por exemplo, fundamentando-se na sua leitura de Aristóteles, classifica três tipos de argumentações que estão presentes em um contrato de comunicação: a baseada no caráter do apresentador (*ethos*); a que faz referência ao estado emocional do telespectador (*pathos*); e a argumentação propriamente dita (*logos*). Esses componentes se tornam necessários para que exista uma boa comunicação em um programa jornalístico de TV, uma vez que os telespectadores precisam acreditar naquilo que está sendo dito para que a informação possa ser transmitida com êxito. Quando começamos a nossa pesquisa, identificamos que é no programa de TV que se inicia o processo de credibilidade. Em consequência disso o apresentador pode ser visto como um dos principais responsáveis pela construção da confiabilidade do seu público no jornal. Sena (2013) acrescenta que não basta apenas ser credível, o discurso precisa ser plausível, e assim compor um processo circular onde:

Por um lado, é a credibilidade do autor que torna seu discurso credível; mas, por outro lado, é o discurso credível que revela a credibilidade do orador. O círculo pode resolver-se dizendo que a relação entre a credibilidade do orador e a credibilidade do discurso é uma relação dialética, no duplo sentido em que é, por um lado, uma relação em que as qualidades de cada um dos elementos se vão repercutindo no outro – o orador vai se tornando credível à medida que seu discurso se torna credível, e reciprocamente – e é, por outro lado, uma relação dinâmica, que progride, pelo menos idealmente, do menos para o mais (SERRA, 2006a, p. 4).

Para exemplificar esse círculo de trocas entre o sujeito falante, o seu público e a sua mensagem elaboramos a **Figura 2** baseada na definição de Serra (2006a). Dessa maneira poderemos observar como essa imagem de si vem sendo construída pelos apresentadores diante do seu público.

Figura 2 – Esquema exemplificando a relação do emissor, discurso e vice-versa



Fonte: Serra (2006a); Sena (2013).

Hoffmann e Teixeira (2011) acreditam que o *ethos* faz referência a uma questão moral do sujeito falante. Eles compreendem que o “(enunciador) deve mostrar seus argumentos à plateia com convicção e firmeza” (p. 186) para adquirirem credibilidade diante do seu público. Essa credibilidade do emissor só pode ser construída por meio de um raciocínio lógico. Sendo assim, a maneira pela qual o telespectador recebe a informação torna-se essencial para que haja um contrato comunicativo. Quando o ouvinte acredita naquilo que está sendo transmitido desde o princípio da fala o emissor ganha confiança do receptor e o discurso tende a fluir “naturalmente”.

Para Sena (2013) “o *ethos* é a forma como o orador, com todas as suas capacidades, conhecimentos, e estado social, pode levar um auditório a acreditar no que está a dizer” (p. 13). Nesse sentido, o caráter – moral – se apresenta como uma peça chave para que o apresentador cativasse o seu público por meio da imagem que ele passa de si.

Sem dúvida que o caráter do orador é fundamental, pois uma pessoa íntegra ganha mais facilmente a confiança do auditório, despertando nele maior predisposição para ser persuasivo. Mas trata-se aqui da impressão que o orador

dá de si mesmo, mediante o seu público e não do seu caráter real ou a opinião que previamente sobre ele têm os ouvintes, pois estes dois últimos aspectos, não são técnicos (SOUSA, 2000, p. 11).

Quando retomamos a ideia circular da **Figura 2**, compreendemos que existe uma proporção equivalente tanto no falar, quanto no ouvir. Desse modo, não existe um componente mais importante que o outro. Ambos estão no mesmo patamar em um contrato de comunicação. Sendo assim, a construção do *ethos* como estratégia jornalística significa dizer que o sujeito falante, por meio do discurso, e na utilização de sua imagem, tenta criar laços de confiança entre ele e o seu público. A persuasão, segundo Sena (2013), não pode ser considerada apenas no sentido pejorativo de manipulação do apresentador com o seu telespectador, mas no “facto de o auditório acreditar” (p. 13) naquilo que está sendo transmitido.

O discurso pronuncia-se de forma que torna aquele que fala digno de crédito pois damos mais crédito e demoramos menos a fazê-lo, às pessoas moderadas, em qualquer tema e em geral, mas de maneira especial parece-nos totalmente convincentes nos assuntos em que não há exatidão mas sim dúvida (SOUSA, 2000, p. 21).

No entanto, o *ethos* também foi considerado o resultado da imagem pública do emissor por Sócrates e Quintiliano. Eles atribuíam essa definição a fatores externos do discurso. Como por exemplo as qualidades morais – coragem, integridade, etc. – (FECHINE, 2008, p. 72). Nessa perspectiva, Sousa (2000) completa que se o emissor pretende persuadir o seu receptor, ele precisa passar a ideia de que possui um caráter íntegro para que o seu sucesso não dependa exclusivamente de sua fala, mas também da sua imagem projetada por ele mesmo ao seu público. “Quando o enunciador profere sua enunciação, ele necessita se adaptar ao seu auditório para tentar construir a sua imagem, ou seja, o seu *ethos* (HOFFMANN & TEIXEIRA, 2011, p. 187). Dessa maneira, um dos objetivos do emissor em sua fala é tocar emocionalmente o seu público por meio do discurso. Para que ele tenha êxito nesse contrato utiliza-se o *pathos*, ou emoção como uma condição necessária presente no discurso jornalístico para promover uma “ligação entre os interlocutores num contrato de comunicação” (FERNANDES, 2012, p. 109).

O apresentador precisa possuir a capacidade de entender com que tipo de público ele está falando desde o início de sua interlocução, dessa forma o discurso será trabalhado com maior fluidez, e assim, conseguirá “criar as emoções necessárias” (SERRA, 2013, p. 14) permitindo o repasse das informações ao receptor. Nesse sentido, o jogo de palavras

deve ser observado com cautela, pois elas poderão enfraquecer a posição do sujeito falante.

Tem que reconhecer que a emoção que o orador consiga produzir nos seus ouvintes pode ser determinante na decisão de serem a favor ou contra a causa defendida. Se o orador suscita nos juizes sentimentos de alegria ou tristeza, amor ou ódio, compaixão ou irritação, estes poderão decidir num sentido ou no outro (SOUSA, 2000, p. 11).

Sendo assim, as emoções (sejam elas boas ou más) interferem no discurso do apresentador. Isso pode ser observado em sua fala ao direcioná-la ao telespectador. Nesse sentido o sujeito falante tenta apelar para o sentimentalismo criando um discurso impactante, super-realista, não omitindo os fatos verídicos e todas as premissas racionais presentes na informação. Serra (2013) explica que “até os melhores oradores, com os melhores argumentos, necessitam de se apoiarem nas emoções para suscitar a adesão do auditório” (p. 14).

Quando Fernandes (2012) define *pathos*, ela faz referência ao uso da dramatização e do ludismo no jornalismo impresso como componentes essenciais para provocar no leitor um “certo estado emocional” (p. 109) que seja favorável a visão informativa do discurso. A autora destaca que na visão de Aristóteles “tudo nascia do *pathos*, da curiosidade, do medo ou da preocupação” (p. 110). É nesse sentido que as emoções despertam no telespectador uma certa vontade de continuar “preso” ao contrato de comunicação. A emoção pode ser compreendida como um movimento espiritual ou energético direcionado ao outro com a capacidade de transformar o estado orgânico do corpo humano (FERNANDES, 2012). A autora completa que a emoção não é um componente negativo em um discurso, pelo contrário, a partir dela, o emissor ganha força argumentativa e consegue levar o receptor mais perto das “histórias de vida” (p. 121) de pessoas reais.

O *pathos* não é a disposição real do auditório, mas a de uma imagem que o enunciador tem do enunciatário. Essa imagem estabelece coerções para o discurso: por exemplo, é diferente falar para um auditório de militantes políticos ou para um auditório que julga a política uma coisa aborrecida. Nesse sentido, o auditório, o enunciatário, o *target*, como dizem os publicitários, faz parte do sujeito da enunciação; é produto do discurso, na medida em que determina escolhas não são necessariamente conscientes (FIORIN, 2004a, p. 24).

Por isso que o apresentador precisa conhecer o seu público para que eles tenham uma certa afinidade naquilo que está sendo discursado. Quando o discurso é direcionado para uma plateia que partilha das mesmas convicções que o sujeito falante, ele se converte

em uma troca harmônica de ambas as partes e o contrato de comunicação acontece. Geralmente essas estratégias de comunicabilidade estão em comum acordo e dessa forma a linguagem trabalhada num contrato, adequada ao discurso, é aceita pela comunidade que faz parte daquele círculo.

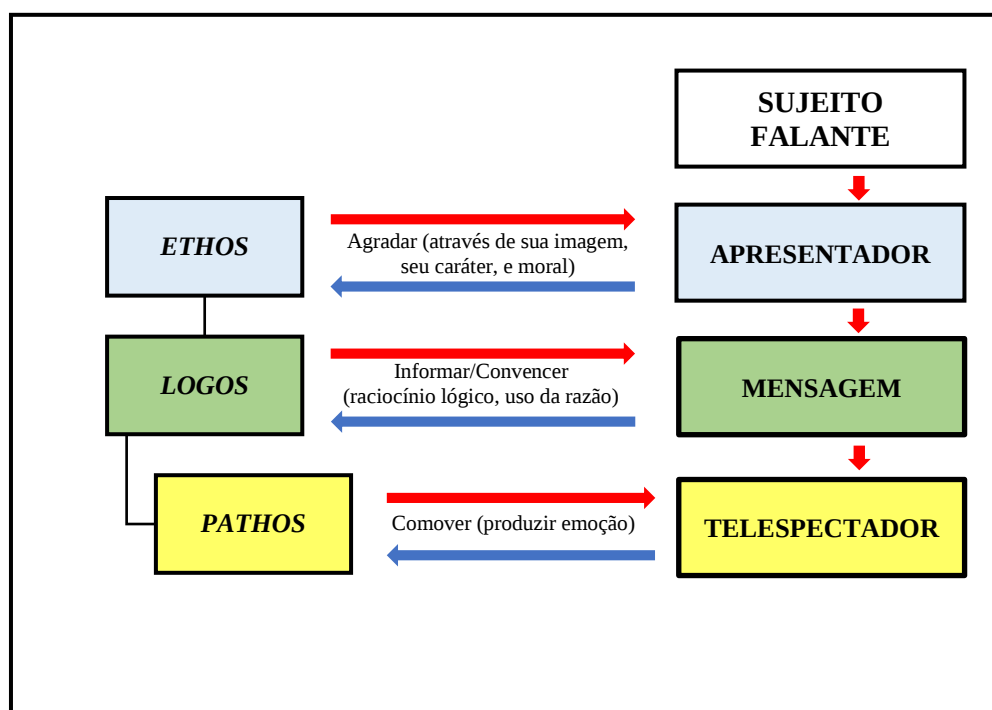
O *logos* pode ser definido como “a parte mais importante da oratória” (SOUSA, 2000, p. 11) pois nele acontece a construção argumentativa do discurso com a aplicação das principais regras da retórica. E por meio do *logos* que se convence o telespectador sobre a veracidade do discurso. Para isso, existe uma estruturação lógica e racional que ajuda a sustentar uma certa verdade no discurso. Como por exemplo: uma tese sobre um determinado fato, argumentos que sustentem essa teoria, objeções, possibilidades e conclusões (SENA, 2013). Dessa maneira, o sujeito falante conseguirá diminuir as refutações oriundas de indagações externas.

A utilização do *logos* em um discurso jornalístico pode ser reconhecida pela utilização de recursos estatísticos na fala do apresentador e por estratégias que sigam uma linha de raciocínio lógico. Sem esses componentes, toda a credibilidade construída pode ser comprometida (SENA, 2013). A autora ainda afirma que “a linguagem deve ser clara, compreensível e direta, de modo a não suscitar dúvidas ao auditório, deve possuir uma racionalidade lógica e possuir rigor” (p. 15). Dessa maneira, o *logos* é definido como um componente da comunicação que referencia a estratégia discursiva do sujeito falante ordenando os fatos, opiniões, teses e conclusões do emissor em um discurso (SOUSA, 2000).

Encerramos aqui a tríade persuasiva da retórica (ANTUNES & PAULIUKONIS, 2018) composta pelo *ethos*, *pathos* e o *logos*. Nessa perspectiva, Ferreira e Sampaio (2011) acreditam que a elaboração de um discurso jornalístico em um contrato de comunicação “se constitui enquanto um enunciador dotado de características próprias que tem como principal objetivo persuadir o seu público” (p. 168) obedece a ações informativas e sedutoras do contrato. Por entendermos que a tríade da comunicação está vinculada ao discurso desde os seus primórdios (SENA, 2013), ela acaba fazendo parte do universo da comunicação jornalística. Em outras palavras, a utilização do *ethos*, *pathos* e do *logos* em um contrato de comunicação objetiva unir o apresentador, o seu discurso, e o telespectador em si. Nessa perspectiva, o apresentador procura elaborar três resultados: “1. Agradar (através da imagem de si projetada através do seu discurso, o *ethos*); 2. Informar/Convencer (graças a construção coerente de uma lógica argumentativa e narrativa, o *logos*) e 3. Comover (produzir emoção, através do *pathos*)” (FERREIRA &

SAMPAIO, 2011, p. 168). Apesar da importância singular de cada componente do contrato de comunicação, o *ethos* se apresenta como um elemento chave, pois através dele o telespectador consegue fazer um julgamento prévio do sujeito falante: Ele tem credibilidade? É de confiança? Tem competência? Respondidas essas questões, as outras partes da tríade (*pathos* e *logos*) avançam e podem ser desenvolvidas num ato comunicacional. Na figura abaixo podemos observar ilustrativamente como o *ethos*, *pathos* e o *logos* se constroem em um contrato de comunicação.

Figura 3 – *Ethos, logos e pathos* em um contrato de comunicação



Fonte: Alexandre Júnior (2005); Ferreira & Sampaio (2011); Charaudeau (2015).

A partir da ilustração descrita na **Figura 3** podemos compreender como acontece o contrato de comunicação baseado na tríade da retórica (ANTUNES & PAULIUKONIS, 2018) iniciando com o sujeito falante, representado pelo apresentador de um programa de TV. Quem é esse? Será que é confiável? Essas perguntas são respondidas com o *ethos* do apresentador. Por meio dele, o jornalista tenta agradar o seu telespectador mostrando o seu caráter e moral; em seguida, a sua mensagem baseada em dados, estatísticas, fontes objetiva convencer e informar o seu público através de estratégias lógicas (*logos*); e por fim, provoca no telespectador a emoção por meio do *pathos*.

Apesar de destacarmos a importância do *ethos* como componente primordial do contrato, compreendemos que o *logos* também pode ser posto em causa. Segundo Serra

(2008) o poder de convencimento em um discurso se apresenta no sujeito falante durante sua narrativa. Nessa perspectiva, uma fonte credível pode ser mal interpretada pelo uso de palavras ou frases comprometendo todo o seu discurso. Dessa forma, os argumentos fracos podem “levar a uma menor persuasão do que uma fonte não credível que apresente argumentos fortes” (SERRA, 2008, p. 12), pois quanto mais persuasiva for a informação narrada mais aceitação e relevância portará. Nesse sentido, a verdade e a mentira em um discurso pouco importam, o que vai fazer a diferença é a utilização das palavras racionais e a construção de uma história bem fundamentada.

Este capítulo tem como objetivo contextualizar historicamente as primeiras folhas sensacionalistas entendendo que existe uma lógica econômica – mercadológica – e por trás disso, um contrato de comunicação que liga o público ao seu conteúdo. O panorama dos programas da TV brasileira nos permite entender como esses componentes precursores se apresentam nesse formato televisivo. Entender que existem estratégias no contrato de comunicação para que o telespectador se envolva emocionalmente com as histórias contadas pelo sujeito falante nos leva a uma nova etapa nesta pesquisa. A partir dos conceitos trabalhados nos três componentes da comunicação: *ethos*, *logos* e o *pathos* foi possível compreender como cada um deles se apresenta na prática jornalística. Entendemos que o *ethos* corresponde ao aspecto moral e ético do apresentador; o *logos* faz referência a um tipo de estratégia racional adotada pelo sujeito; e o *pathos* “concerne ao envolvimento e ao convencimento do interlocutor” (MARTINS, 2007, p. 17). Dessa maneira, identificamos – através das entrevistas e análises dos programas – como os apresentadores constroem o seu *ethos*, *logos* e o *pathos* e como esses componentes se revelam na prática jornalística.

2 ABORDAGEM METODOLÓGICA

Apresentamos neste capítulo o caminho metodológico feito para esta dissertação. Partimos do pressuposto que o *ethos* dos apresentadores revela as condições do contrato de comunicação entre os programas e os telespectadores. Acreditamos que a performance dos jornalistas contribui para o espetáculo dos fatos narrados. Assim, os apresentadores se destacam no jornal – por meio de uma performance patêmica (*pathos*) – visando a dramatização dos fatos e permanência como atores responsáveis pelos altos índices de audiência desses programas. Esse interesse popular pelo formato televisivo dos programas policiais nos leva às seguintes perguntas: de que forma os apresentadores constroem suas estratégias de comunicabilidade? Como eles tentam cativar esse público?

Para que possamos traduzir de que maneira o *ethos*, *pathos* e o *logos* se revelam na prática jornalística, construímos um caminho metodológico que se constitui em cinco momentos. No primeiro tópico, intitulado *desenho da investigação*, buscamos desenvolver como a nossa metodologia se apresenta. Para que pudéssemos identificar o *ethos*, *pathos* e o *logos* – em um contrato de comunicação estabelecido entre os apresentadores e seu público – utilizamos o método de: observação participante, entrevista semiestruturada (com os apresentadores de cada jornal), e análise de conteúdo do material audiovisual dos programas que compõem os dias de 17 a 21 de dezembro de 2018. Foram contabilizadas 58 notícias no Correio Verdade, 54 no *Tambaú da Gente*, 45 no *Fala Cidade* e 37 no *Cidade em Ação*. Essa semana foi escolhida para análise por integrar os dias em que visitamos as TVs *Correio*, *Arapuan*, *Tambaú* e *Manaíra*, ambas localizadas na cidade de João Pessoa na Paraíba.

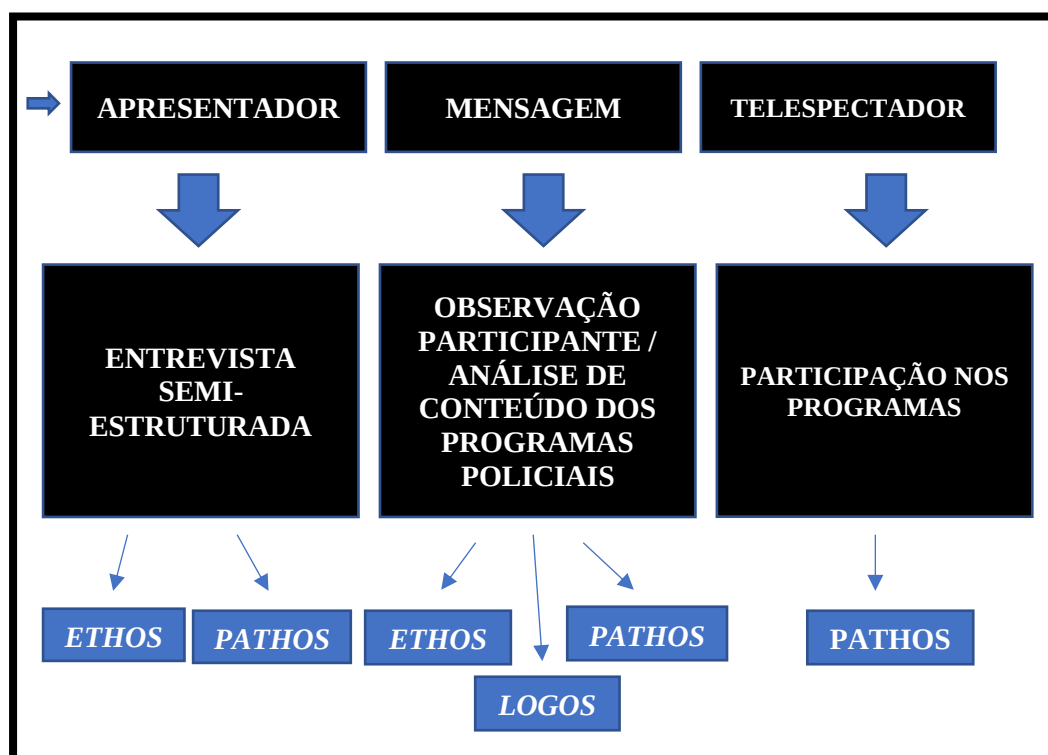
No segundo tópico, desenvolvemos relatos de como foi o nosso trabalho de campo. Detalhamos parte do processo observado nas TVs, nos estúdios e nos bastidores dos programas que não são visualizados rotineiramente pelos telespectadores. Ressaltamos que a observação participante descritiva feita neste capítulo é aplicada na nossa análise do capítulo 3 quando abordaremos a performance e credibilidade dos apresentadores. Esses comportamentos identificados fora das câmeras não são exibidos durante a programação e o método da observação participante nesta pesquisa se faz necessário para suprir essa lacuna. No terceiro tópico apresentamos a estruturação das entrevistas, como os blocos foram divididos e de que forma aplicamos a nossa análise. E por fim, destacamos a estrutura básica do programa policial a fim de apontarmos os

elementos de dramatização presentes nas falas dos apresentadores. Compreendemos que os programas policiais se apropriam de componentes fundadores do jornalismo policial. Ao identificarmos tais características, buscamos destacar a figura do apresentador nesse meio. Assim, apontamos sete componentes que fazem parte da estrutura básica dos programas policiais. Essa estrutura indica como cada apresentador utiliza esses elementos na prática jornalística para legitimar o contrato de comunicação com seu telespectador.

2.1 Desenho da investigação

Como vimos anteriormente o contrato de comunicação se constitui em três tipos: a legitimidade, credibilidade e a captação. Esses componentes servem para que o apresentador consiga capturar a atenção do seu telespectador por meio de uma mensagem. Exemplificamos abaixo, através de um esquema visual, como a nossa metodologia foi estruturada.

Figura 4 – Metodologia adotada para a identificação do *ethos*, *logos* e do *pathos*



Fonte: elaboração própria.

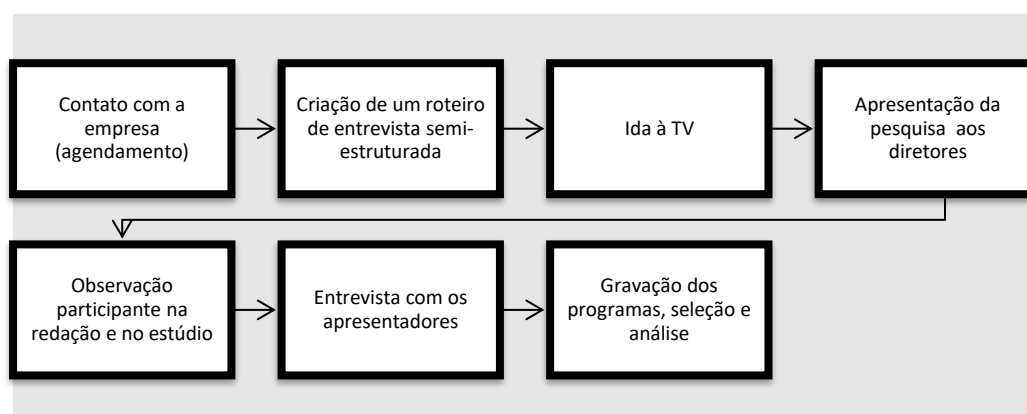
A **Figura 4** mostra que, através das entrevistas com os apresentadores, identificaremos o *ethos* e o *pathos*; assim como, por meio da observação participante e das análises dos programas gravados, encontramos, além dos dois componentes já citados, o *logos*. Esta pesquisa não trabalha com um estudo de recepção, mas entendemos que as participações dos telespectadores (nos programas analisados) através dos comentários exibido nas redes sociais digitais como forma de interatividade; as aparições ao vivo (sejam elas pelo telefone ou em uma entrevista de opinião sobre o programa); são componentes que podem ser trabalhados para que possamos traduzir como o *pathos* se revela na prática jornalística.

Tomando como base o método de observação participante, realizamos um estudo que exige do pesquisador uma sistematização prévia (roteiro) daquilo que se deve focar. Dessa maneira os objetos da investigação puderam ser documentados e retomados durante o estudo (QUEIROZ et al., 2007). Essa metodologia se torna pertinente quando se pretende investigar o fenômeno de maneira dinâmica (MINAYO; DESLANDES, 1998), além da possibilidade vantajosa de se obter informações únicas exatamente no momento do acontecimento espontâneo do fenômeno. Isso garante uma maior proximidade entre o pesquisador e o objeto de análise, fazendo com que sua vivência pessoal possibilite uma melhor compreensão do fato (LIMA, M; ALMEIDA; LIMA, C, 1999; PROENÇA, 2008).

Dessa maneira, seguimos o método exploratório adotado por Gil (2008), que segundo o autor, aproxima o pesquisador da investigação, tornando-a mais visível. Assim observamos discussões, decisões tomadas nas redações, nos bastidores durante os intervalos dos programas, bem como o papel do apresentador nesse processo de construção de um contrato de comunicação com o seu público e, sobretudo, como acontece a utilização do *pathos* como estratégia jornalística.

O trabalho de pesquisa de campo foi realizado antes do período de qualificação da dissertação, o que facilitou o nosso entendimento para abordarmos com mais precisão a problemática desta pesquisa.

Para alcançarmos o objetivo principal, elaboramos um roteiro estratégico na intenção de coletar dados bibliográficos e de campo. O esquema ilustrado abaixo mostra como o nosso plano foi produzido e executado.

Figura 5 – Processo de construção da pesquisa

Fonte: elaboração própria.

Os dados foram anotados em um diário de campo, em que os fatos, impressões e observações das rotinas produtivas dos apresentadores foram anexadas. Durante a pesquisa procurou-se compreender como o apresentador se comportava diante das câmeras e de que forma ele construía esse contrato de comunicação com o seu público, observando os movimentos, gestos e entonação, a fim de encontrarmos aspectos que revelem o *pathos*.

Dessa forma, nosso trabalho busca compreender como as rotinas de produção se conjugam com a apresentação dos jornalistas. Assim, este capítulo tem como finalidade responder a este grupo de perguntas: como as pautas são decididas? Como os apresentadores escolhem narrar os fatos? Como eles preparam a programação? Eles são controlados por algum fator externo? Existe uma atuação ou personagem que se utiliza de trejeitos para validar o contrato de comunicação?

Para isso, realizamos entrevistas com os apresentadores *Samuka Duarte*, *Sikêra Júnior*, *Victor Freitas* e *Karine Tenório* durante os dias 17 e 21 de dezembro de 2018. A escolha pela entrevista se deve ao fato de que ela nos ajuda a identificar como os apresentadores constroem seu *ethos* e *logos*, assim como o *pathos* na prática jornalística. Estes apresentadores foram escolhidos por terem um perfil de destaque no noticiário paraibano e por serem considerados comunicadores com grande poder de persuasão na mídia policaiesca. Tomamos como base os dados do IBOPE dos últimos anos que confirmam o número elevado de audiência desses programas no horário do meio dia.

Quadro 1 – Período de observações e entrevistas

CRONOGRAMA DE OBSERVAÇÕES E ENTREVISTAS		
Dias	Horários	TVs
Segunda-feira 17/12/2018	Observação Participante das 11:30h às 13:30h Entrevista no Camarim das 13:30 às 14:10	<i>CORREIO</i>
Quarta-feira 19/12/2018	Observação Participante das 09:40h às 13:40h Entrevista no Camarim das 13:40h às 14:08h	<i>ARAPUAN</i>
Quinta-feira 20/12/2018	Entrevista na redação das 10:30h às 11:30h Observação Participante das 11:30h às 13:15h	<i>TAMBAÚ</i>
Sexta-feira 21/12/2018	Observação Participante das 09:30h às 13:30h Entrevista no estúdio das 13:30 às 14:00h	<i>MANAÍRA</i>

Fonte: elaboração própria.

A entrevista se fez necessária para que pudéssemos compreender como esses jornalistas concebem seu papel enquanto profissionais da mídia e como imaginam o telespectador. Os apresentadores se dizem “neutros” e “objetivos”, apesar de assumirem que fazem um programa “sensacionalista”. Dessa forma, ser “sensacionalista” faz parte do *ethos* jornalístico na concepção desses apresentadores. Assim, as entrevistas serviram para complementar a análise que foi feita dos programas na medida em que fornecem elementos de compreensão sobre o funcionamento dos jornais, como: a rotina dos apresentadores, como acontece a narração das notícias, como eles são diante da câmera e fora dela, entre outros. As entrevistas são mobilizadas, principalmente, no capítulo 4, que trata da performance e credibilidade dos apresentadores.

Optamos por uma padronização no modelo de entrevista adotado, onde as mesmas perguntas pré-definidas foram feitas aos apresentadores pré-selecionados. Marconi e Lakatos (2007) apontam aspectos importantes nesse processo. Eles afirmam que:

O entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido; as perguntas feitas ao indivíduo são predeterminadas. Ela realiza de acordo com um formulário elaborado e é efetuada de preferência com pessoas selecionadas de acordo com um plano (MARCONI & LAKATOS, 2007, p. 93-94).

Além da observação participante, incluímos na metodologia as entrevistas e análises dos programas. Para que pudéssemos analisar as estratégias de comunicabilidade adotadas pelos apresentadores nos programas policiais, desenvolvemos um grupo intitulado “sensacionalismo: luta pela captura da atenção”. A partir de um levantamento da literatura estudada para esta pesquisa, identificamos componentes predominantes no formato dos jornais policiais que se repetem ao longo da programação. Chamamos de: estrutura básica dos programas policiais. Abaixo exemplificamos no **Quadro 2** como categorizamos essa análise:

Quadro 2 – Estrutura básica dos programas policiais

Sensacionalismo: luta pela captura da atenção
• Encenação dramática; • Diversas notícias; • Superficialidade; • Violência, dor, sofrimento, tragédia; • Figuras de linguagem; • Repetição, fragmentação e velocidade; • Construção da proximidade.

Fonte: elaborado pelo autor desta pesquisa.

Foi realizada análise de conteúdo dos programas policiais *Correio Verdade*, *Cidade em Ação*, *Fala Cidade* e *Tambaú da Gente* durante os dias 17 a 21 de dezembro de 2018. Por análise de conteúdo partimos da definição de Bardin (1997) que designa o termo como:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 1997, p. 47).

Para Bardin (1997), a análise de conteúdo representa um tipo de técnica metodológica que serve para aplicação em todas as formas de comunicação, seja qual for sua natureza. Dessa maneira foi possível identificar no contrato de comunicação o *ethos*, *logos* e o *pathos* construídos pelos apresentadores durante os programas.

Os resultados foram detalhados por uma abordagem qualitativa por apresentar “relevância ao estudo das relações sociais devido à pluralização das esferas de vida”

(FLICK, 2009, p. 20). Dessa maneira, a subjetividade identificada foi registrada e interpretada de acordo com o fenômeno observado.

2.2 Trabalho de campo e observação participante

Destacamos neste momento uma breve descrição da nossa pesquisa de campo (**Quadro 3**) realizada nas quatro emissoras (*Correio, Arapuan, Tambaú e Manaíra*) visitadas. As análises completas podem ser visualizadas nos **APÊNDICES J, K, L e M**. Escrevemos em primeira pessoa por se tratar de uma narração que envolve apenas o pesquisador. Lago (2015, p. 738) explica que “o poder simbólico não existe enquanto dado, deve ser aprendido a partir da vivência empírica de pesquisa”. Dessa maneira, buscamos relatar os fenômenos dominantes presenciados nas televisões. Essa descrição se faz necessária para que possamos compreender a atuação desses jornalistas nos programas policiais. Compreendemos que a figura do apresentador é uma das peças chave para o sucesso do contrato de comunicação e por isso utilizamos da observação participante para que pudéssemos identificar características desses jornalistas que não são notoriamente apresentadas. Assim confrontaremos tais peculiaridades com as entrevistas que serão analisadas no próximo capítulo.

Adotamos o método utilizado por Yin (2014) que responde a perguntas de “como” ou “por quê?” (p. 2) fenômenos ocorrem. O autor explica que essa escolha pode ser compreendida porque o lugar central da investigação não se trata de algo histórico, mas sim contemporâneo.

A relação que o telespectador tem com os apresentadores dos programas policiais em João Pessoa pode ser notada através dos dados de pesquisas, como por exemplo o IBOPE. No horário do meio-dia existe um público que gosta daquilo que assiste e quase que idolatra esses personagens. Pensando nisso, nos preocupamos em compreender como acontece esse fenômeno de proximidade do apresentador com o seu público, explicado aqui pelo contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2015).

Selecionamos os quatro programas policiais do meio-dia e seus respectivos apresentadores, como já identificamos anteriormente. Com isso, através das análises, identificamos como os apresentadores utilizam o *ethos*, o *pathos* e o *logos* – na prática jornalística – a fim de criar um vínculo com seu público. Os registros das atividades

também foram coletados através de fotografias ou capturas das imagens feitas a partir dos programas veiculados.

Quadro 3 – Observação participante: método e análises

PROCESSO	TVs VISITADAS			
	CORREIO	ARAPUAN	TAMBAÚ	MANAÍRA
CONTATO	Telefone da redação e e-mail. Agendamos com <i>Gilmara Dias</i> a nossa visita para o dia 17 de dezembro de 2018.	Conversa telefônica com o colega <i>Steniel Viera</i> . Além de ser amigo pessoal, ele trabalha como produtor do <i>Cidade em Ação</i> .	Segui todas as formas possíveis de contato: telefone, e-mail, ida à TV, mas parecia tudo em vão. Tive a sorte de contar com a ajuda de um amigo que estudou comigo na graduação: <i>Dennison Vasconcelos</i> . Através dele, consegui o contato da <i>Heloísa Amorim</i> (diretora geral) e marcamos o nosso encontro.	Agendei a minha visita com um amigo pessoal (<i>Wellington Fernandes</i>) através do <i>Instagram</i> e <i>Whatsapp</i> . Ele é editor de textos na emissora.
CHEGADA	Cheguei por volta das 11:30h do dia 17 de dezembro de 2018 e fiquei na sala de espera. Logo em seguida fui conduzido ao estúdio e recepcionado pelo apresentador <i>Samuka Duarte</i> . Assim pude fazer a minha observação participante enquanto o jornalista conduzia o programa <i>Correio Verdade</i> .	Entrei na recepção da TV por volta das 09:40h do dia 19 de dezembro de 2018. Fui recebido pelo <i>Steniel</i> e fiquei aguardando o diretor <i>Valdez</i> que estava em reunião. Ele me recebeu às 10:40h em sua sala. Apresentei o projeto e ele autorizou a minha pesquisa.	Cheguei às 10:30h do dia 20 de dezembro de 2018. Fui recebido pela diretora, apresentei o projeto e em seguida conheci a apresentadora <i>Karine Tenório</i> .	Nosso encontro aconteceu no dia 21 de dezembro de 2018 às 09:30h. Assim que cheguei, fui recebido pelo <i>Wellington</i> e conheci a parte interna da TV enquanto esperava pelo apresentador <i>Victor Freitas</i> .
TEMPO	Em média 2h40min	Em média 4h30min	Em média 2h45min	Em média 4h30min
CHAMOU ATENÇÃO	Um apresentador que desconstrói os padrões técnicos estabelecidos pela profissão. É como se ele trabalhasse sempre no improviso para legitimar uma imagem de homem do povo.	O apresentador interpreta um personagem caricato que se mostra apenas através das câmeras. <i>Sikera</i> busca através do entretenimento capturar a atenção do seu público.	Responsável pela produção e pauta do programa. A apresentadora não faz uso de movimentos bruscos e não interrompe uma linha de raciocínio para iniciar outra. <i>Karine</i> consegue iniciar e finalizar uma frase com um tipo de lógica jornalística. Seu comportamento muda ao longo do programa.	O apresentador faz uso da voz como ferramenta para tentar capturar a atenção do seu telespectador. Ele fala em voz alta constantemente durante o programa. Ele apresenta ideias de pauta e escolhe convidados para quadros do programa <i>Fala Cidade</i> . O jornalista recebe informações pelo celular e reporta quase que de forma imediata.

OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE COMPLETA	APÊNDICE J	APÊNDICE K	APÊNDICE L	APÊNDICE M
---	------------	------------	------------	------------

Fonte: elaboração própria.

2.3 Estruturação das entrevistas realizadas

Abordamos neste tópico a elaboração estrutural das entrevistas. O modelo adotado buscou identificar componentes do contrato de comunicação utilizado pelos apresentadores. Acreditamos que a utilização desses elementos serve para estabelecer uma relação de confiabilidade do jornalista com o seu público.

Categorizamos a entrevista em seis blocos temáticos que abordam os seguintes itens:

1. Identificação profissional e formação acadêmica;
2. Rotina de trabalho;
3. Corpo e gestos;
4. Atuação e improvisação;
5. Voz;
6. Discurso e fala.

Esses blocos foram escolhidos previamente pela nossa pesquisa por entendermos que a partir deles respondemos aos nossos objetivos: questionamentos sobre a performance, indagações sobre a construção da credibilidade e a relação dos apresentadores com seu público por meio de um contrato de comunicação. As entrevistas foram feitas entre os dias 17 e 21 de dezembro de 2018 com os apresentadores: *Samuka Duarte, Sikêra Júnior, Karine Tenório e Victor Freitas*.

De acordo com Bogdan & Biklen (2010), “uma entrevista é utilizada para recolher dados descritivos na linguagem do próprio sujeito, permitindo ao investigador desenvolver intuitivamente uma ideia sobre a maneira como os sujeitos interpretam aspectos do mundo” (p. 134). Anderson & Kanuka (2003) considera a entrevista como um método pelo qual o investigador consegue reunir dados comunicacionais entre indivíduos. Segundo Quivy e Campenhoudt (1998), o método é adequado para confrontar

às práticas dos atores “seus sistemas de valores, as suas referências normativas, as suas interpretações, [...] as leituras que fazem das próprias experiências, etc” (p. 193).

Abaixo apresentamos o **Quadro 4** que mostra particularidades da carreira profissional de cada apresentador. A partir dele, podemos identificar que *Sikêra Júnior* é o jornalista com maior tempo de profissão, por outro lado, como apresentador, fica em segundo lugar no tempo de atuação. *Victor Freitas* e *Samuka Duarte* dividem o primeiro lugar no quesito tempo como apresentador, mas são divergentes quando analisado o tempo de atuação na emissora. *Karine Tenório*, única mulher apresentadora desta pesquisa, também é a jornalista com menor tempo de profissão. Destacamos que o único apresentador nascido na Paraíba é o *Samuka Duarte*. Os demais são pernambucanos.

Quadro 4 – Um panorama sobre a carreira profissional dos apresentadores

NOME	SEXO	IDADE	TEMPO DE PROFISSÃO	TEMPO COMO APRESENTADOR	TEMPO NA EMISSORA	CIDADE NATAL
Samuka Duarte	M	59	24 anos	11 anos	8 anos	Santa Rita / PB
Sikêra Júnior	M	51	36 anos	7 anos	10 meses	Palmares / PE
Victor Freitas	M	34	14 anos	11 anos	5 meses	Recife / PE
Karine Tenório	F	34	12 anos	2 anos	6 meses	Pesqueira / PE

Fonte: elaborada pelo autor desta pesquisa.

O **Quadro 4** serve apenas para termos uma noção da atuação profissional de cada apresentador, mas não é a parte mais importante da nossa entrevista.

A partir do método de categorização das entrevistas apresentados anteriormente, elaboramos o seguinte esquema:

Figura 6 – Estruturação das análises das entrevistas



Fonte: elaboração própria.

Analisando a **Figura 6** compreendemos que existe um caminho metodológico que nos permite uma estruturação para a nossa análise. Com essa lógica, teremos uma maneira de organizar as categorias das entrevistas juntamente com os conceitos que serão abordados mais adiante.

2.4 Estrutura básica dos programas policiais

Este tópico tem como objetivo destacar a estrutura básica dos programas policiais e suas peculiaridades. Partimos do pressuposto de que os componentes identificados nas primeiras folhas (sensacionalismo, emoção, dramaturgia) que circularam pela Europa, Estados Unidos até chegar ao Brasil, como apontamos no segundo capítulo desta pesquisa, serviram como base para que os programas policiais evidenciassem tais características em sua programação. Da mesma maneira que esses elementos auxiliaram no aumento das vendas e desenvolveram uma nova forma de comercialização no jornalismo, os programas policiais trazem consigo essas peculiaridades e assim, por meio de um emissor (apresentador), desenvolvem um contrato de comunicação que muitas vezes permite os altos índices de audiência. Assim, procuramos por meio da literatura, como também dos estudos de Romão (2013) identificar sete características básicas que se repetem na estrutura desses programas. Esses apontamentos estão inseridos em um grupo maior denominado *sensacionalismo: luta pela captura da atenção*.

Quadro 5 – Conteúdos identificados nos programas policiais

SETE COMPONENTES BÁSICOS DOS PROGRAMAS POLICIAIS	
ENCENAÇÃO DRAMÁTICA	EXPRESSÕES FACIAIS, GESTUAIS E ORAIS PROVENIENTES DAS REPORTAGENS POR MEIO DA DRAMATIZAÇÃO. A ENCENAÇÃO TEATRAL PRODUZ TENSÃO, APELO EMOCIONAL E A IDENTIFICAÇÃO COM VILÃO OU HERÓI DA HISTÓRIA
DIVERSAS NOTÍCIAS	NOTÍCIAS QUE ENVOLVEM CELEBRIDADES, FIGURAS PÚBLICAS E TENHAM COMO CARACTERÍSTICA O ABSURDO, O LADO CÔMICO, ETC
SUPERFICIALIDADES	FALTA DE APROFUNDAMENTO EM DISCUSSÕES SOBRE TEMAS SOCIAIS; VISÃO GENÉRICA DOS FATOS; APELO CLICHÊ

VIOLÊNCIA, DOR, SOFRIMENTO, TRAGÉDIA	NOTÍCIAS NEGATIVAS, COMO POR EXEMPLO: CRIMES, ASSASSINATOS, ROUBOS, ETC. PESSOAS VÍTIMAS DA CRIMINALIDADE
FIGURAS DE LINGUAGEM	USO DE TÉCNICAS NA LINGUAGEM PARA A UTILIZAÇÃO DE FRASES PERSUASIVAS E ATRAENTES. COMO POR EXEMPLO: A IRONIA, ALITERAÇÕES, METÁFORAS, REPETIÇÕES DE PALAVRAS
REPETIÇÃO, FRAGMENTAÇÃO E VELOCIDADE	RITMO ACELERADO, EXCESSO DE IMAGENS REPETIDAS, QUEBRA DE FRASES, CRUZAMENTO DE FALAS ENTRE O APRESENTADOR E O REPÓRTER, COBERTURA FEITA PELA METADE, MÚSICAS, RUÍDOS
CONSTRUÇÃO DA PROXIMIDADE	ALÔS, INTERATIVIDADES POR MEIO DAS REDES SOCIAIS, USO DA LINGUAGEM COLOQUIAL, EXPRESSÕES POPULARES, GÍRIAS

Fonte: elaborado pelo autor desta pesquisa.

Com base nesses sete componentes de dramatização (**Quadro 5**) identificamos nas nossas análises o *ethos*, o *logos* e o *pathos* que os apresentadores constroem na prática jornalística, assim como suas estratégias patêmicas que visam a dramatização dos fatos.

É importante destacar que, apesar dessas categorias estarem presentes em todos os programas analisados, cada um deles tem o seu diferencial. O *Tambaú da Gente*, por exemplo, é um programa que busca se aproximar da sociedade através de temas diversionais de entretenimento. No caso do *Correio Verdade* e do *Cidade em Ação* esses elementos são mais restritos.

Nesse momento da pesquisa nos propomos explicar tais vetores identificados nos programas. Mesmo compreendendo que existem outros aspectos a serem explorados, nos preocupamos em estudar apenas os traços mais presentes.

3 APRESENTADOR, PERFORMANCE E CREDIBILIDADE

Trabalhamos neste capítulo com o pressuposto de que a performance dos apresentadores nos programas policiais contribui para a espetacularização das notícias sobre crimes e tragédias que acontecem no estado da Paraíba. Acreditamos que o apresentador assume o protagonismo no jornal e se torna o personagem mais importante do programa. Assim, as notícias vão perdendo relevância para uma performance patêmica e dramática interpretada pelo jornalista.

Para que possamos comprovar ou mesmo debater esse pressuposto contextualizamos neste capítulo como a imagem do apresentador de televisão foi construída no Brasil a fim de entendermos o papel do jornalista nessa função. Em um primeiro momento, destacamos os componentes que fazem parte da performance e atuação do apresentador. Em seguida, mostramos como a credibilidade do jornalista se constrói nos programas de TV. Como abordamos na metodologia, nos propomos a confrontar o objeto empírico com os conceitos descritos neste capítulo. Assim, mobilizamos nossa observação participante e trechos considerados importantes das entrevistas para esse momento. Tanto a performance como a construção da credibilidade dos apresentadores estão relacionadas com o contrato de comunicação, pois eles apresentam elementos comunicacionais existentes no contrato. Pensando nisso, temos como objetivo revelar na prática jornalística os componentes do contrato (o *ethos*, *logos* e o *pathos*) desenvolvidos por cada apresentador.

3.1 Jornalismo televisivo: apresentador e performance

Sá Barreto (2013, p. 58-59) explica que no jornalismo televisivo “há a presença forte das imagens como formações discursivas, como modalizações de enunciação dos fatos, de forma mista com o texto verbal, sonoro e com os corpos falantes dos personagens”. A autora comenta que na televisão, os apresentadores são responsáveis por relatarmos os fatos que enunciam. Sendo assim, esse formato possibilita aos sujeitos uma maneira pela qual a performance se destaca como discurso. O apresentador *Sikêra Júnior* chama a atenção para a forma como ele conduz o programa *Cidade em Ação* quando explica como os seus produtores participam de uma cena de dramatização criada por ele:

“eu pego no cabelo do Wallace, do Silas. Além de ficar engraçado, de quebrar um pouquinho, porque meio dia é pau. [...] Eu tenho que entregar um programa sensacional para quem me paga” (APÊNDICE B).

Em concordância com aquilo que Sá Barreto (2013) destaca, o apresentador transforma sua performance em um tipo de narrativa e, assim, tenta capturar a atenção do telespectador por meio de uma atuação dramática. Esse programa pôde ser analisado através da observação participante (APÊNDICE K). Nesse tipo de programa, o apresentador tenta conduzir o seu público a sua performance cômica para esconder a importância que os fatos trágicos tem. Dessa forma, ele provoca uma espetacularização naquilo que está discursando. Tudo indica que não importa se suas palavras são verdadeiras ou não. O objetivo do apresentador é conduzir o seu telespectador a uma narrativa patêmica (SERRA, 2008).

Cada apresentador tem o seu estilo de noticiar e através disso criar uma certa empatia com o telespectador por meio do discurso. Desta maneira, eles conversam como se estivessem obtendo respostas imediatas do telespectador. Quando questionado sobre discursar para um público que não se vê fisicamente, o apresentador *Samuka Duarte* acrescenta: “eu imagino que eles estão me vendo. Imagino que estão tudo em casa me vendo” (APÊNDICE D). Compreendemos que o apresentador cria uma imagem das pessoas que estão assistindo o programa *Correio Verdade* e direciona sua fala para esse público. Conhecer ou mesmo idealizar um tipo de classe social pode implicar na forma comportamental e no tipo de linguagem adotada pelo apresentador. Assim o *pathos* se revela quando o enunciador cria a imagem do seu enunciatário (FIORIM, 2004a).

Maurício Rebellato e Fabiana Iser (2013, p. 23) acreditam que o apresentador “integra um processo para contar a uma parte da sociedade o que a outra está fazendo. Não é a estrela do telejornal, mas é o rosto mais reconhecido e familiar do telespectador”. O jornal está representado pela figura do apresentador e por isso ele deve buscar um vínculo de proximidade com o seu público, visando obter audiência. Por outro lado, nos programas policiais os apresentadores assumem um certo protagonismo. *Sikêra Júnior* explica como ele tenta ser o personagem principal do jornal: “eu sou um palhaço de circo eletrônico” (APÊNDICE B). O jornalista sabe que a sua função no programa *Cidade em Ação* está baseada no entretenimento e utiliza a sua imagem para tentar garantir a construção do contrato de comunicação estabelecido entre ele e o seu telespectador.

Sobre o apresentador de TV, Cardoso (2007) explica quatro funções importantes para o exercício da profissão:

É ele que transmite a notícia; a moderadora, é ele que administra a palavra dos entrevistados; a enfática, ao comentar as matérias e as entrevistas; e, por último, a delegada, ao assumir o papel de telespectador quando dirige as entrevistas (Simonelli, 2001). A essas quatro funções há ainda que acrescentar uma quinta que é a de seleção noticiosa, pois o apresentador do telejornal tem também alguma responsabilidade sobre a escolha das notícias que serão apresentadas e sobre o momento em que serão apresentadas. (CARDOSO, 2007, p. 221)

A partir das funções atribuídas pelo autor, podemos compreender a importância singular da figura do apresentador em um programa televisivo. Descobrimos por meio das quatro tarefas delimitadas (transmitir, moderar, enfatizar e delegar) que o apresentador pode controlar a programação televisiva dando mais fluidez ao jornal. Uma das características descritas por Cardoso (2007) que nos chama a atenção é a terceira. Ela nos leva a priorização do comentário enfático após a exibição de matérias veiculadas nas emissoras. *Karine Tenório* ao explicar os seus comentários nas reportagens do programa *Tambaú da Gente* se baseia no conteúdo do jornal. “Se eu percebo que naquele dia tem muito tempo e pouco conteúdo, eu preciso me organizar para que não sobre tempo” (APÊNDICE E). Compreendemos por meio da fala da apresentadora que ela trabalha com uma organização de ideias baseadas na duração do programa. Na observação participante (APÊNDICE L) podemos notar que o *Tambaú da Gente* tem uma duração de 1h30min de exibição no ar. Em outras palavras, os comentários dos apresentadores, em alguns momentos, servem para preencher o tempo vago das notícias. Quando *Karine Tenório* explica que seu posicionamento depende do número de reportagens apresentadas, ela assume o protagonismo do jornal. A apresentadora faz uso de uma retórica para tentar capturar a atenção do seu telespectador por não haver reportagens suficientes que preencham o espaço do jornal.

Nos programas policiais, os apresentadores não apenas leem aquilo que está sendo exibido no *teleprompter*¹⁵, mas comentam as notícias apresentadas assumindo um papel de âncora. Lopes (2006) defende que o âncora pode ser visto como o jornalista que tem a função de comentar, apresentar e ser editor-chefe do jornal. Para o autor, essa posição conta com uma liberdade maior no quesito de análise sobre os assuntos que serão pautados durante o programa. Quando pensamos nos programas sensacionalistas de televisão, compreendemos que os jornalistas se apropriam de várias funções no cargo,

¹⁵ “Equipamento ótico acoplado à câmera para permitir a reprodução do script diante da lente. Possibilita a leitura do texto pelo apresentador sem que ele tire os olhos da direção do telespectador” (ARAÚJO e SOUZA, 2014, p.19). Disponível em: <<http://www.cienciasnuvens.com.br/site/wp-content/uploads/2014/02/Telejornalismo1.pdf>> Acesso em: 12 de novembro de 2019.

como por exemplo: comentarista, apresentador, animador de auditório, justiceiro, herói, etc, transformando-os em uma espécie de apresentadores multifuncionais, diferente do jornalismo tradicional Alcure (2011) atribui ao editor-chefe a responsabilidade na forma como o jornal tradicional será conduzido diariamente, competindo a ele “dar a palavra final sobre pauta, decidir o destaque de cada matéria, ordenar os blocos e aprovar as cabeças”. Ela também descreve sobre as funções do apresentador no programa televisivo:

O apresentador interfere em reportagens ao vivo, chama uma praça (outra cidade, associada à rede de TV) e repórteres, faz perguntas aos entrevistados, tece pequenos comentários, diretamente para o público, ou através de uma conversa com o companheiro de bancada. Ele pode ainda interromper a entrada ao vivo, embora seja mais comum o corte direto de volta ao estúdio, ou o encerramento feito pelo repórter, chamando o retorno à bancada (ALCURE, 2011, p. 96).

Compreendendo que o apresentador conduz boa parte do programa, e consequentemente se torna um dos responsáveis pelo sucesso do jornal, questionamos o apresentador *Victor Freitas* sobre sua performance no *Fala Cidade*. O jornalista explica que existem dois fatores importantes para o sucesso da performance. Ele acrescenta que “a notícia é quem guia o programa [...] então essa emoção de você primeiro lidar com o povo, que é a melhor coisa que tem. Segundo, você pode expor suas verdades, o seu ponto de vista, colocar pra fora quem você é, se mostrar de maneira mais despida possível” (APÊNDICE C). Podemos observar a partir da fala do apresentador que ele revela dois aspectos predominantes no contrato de comunicação: a emoção – *pathos* – e o seu *ethos*. Na observação participante (APÊNDICE M) identificamos que essa “emoção” serve como base para que sua estratégia discursiva seja direcionada a algo ou alguém. Em outras palavras, o apresentador tenta seduzir o seu público através da sua performance que, muitas vezes, é acompanhada de frases incompletas, visando o entretenimento. Nesse caso a informação perde sua relevância e se apresenta como um produto secundário. Quando *Victor Freitas* argumenta que precisa “expor suas verdades” ou mesmo “se mostrar”, ele usa sua imagem para agradar o seu telespectador. Dessa forma, o apresentador se coloca com o uma pessoa crível para tentar tocar emocionalmente o seu público.

No contrato de comunicação o que mais interessa é a versatilidade do apresentador. Algumas emissoras optam pelos jornalistas que trazem algum tipo de diferencial, seja ele físico, linguístico, regional, performático, etc. No *Cidade em Ação* o apresentador *Sikêra Júnior* pode ser caracterizado pela forma como se veste, como anda,

como utiliza palavras chulas, gírias e como se comporta durante o jornal. Esse padrão adotado pelo jornalista pode indicar um dos motivos pelos quais os telespectadores assistem à programação, fazendo do programa um dos líderes de audiência. O apresentador tenta estabelecer um contrato baseado no tom familiar que assume seus comentários, ao falar o português incorreto segundo as normas gramaticais.

Coutinho (2012) revela que no Brasil os apresentadores conduziam a notícia como um cerimonial ao telespectador. Nesse sentido, eles tinham a função de mediar as temáticas do jornal e a câmera de captar o que estava sendo noticiado como um olho eletrônico da sociedade. Esse recurso de entregar uma informação ao telespectador pode ser identificado no programa *Tambaú da Gente*. A apresentadora *Karine Tenório* revela em entrevista que existe um cinegrafista no estúdio do jornal pronto para ser acionado quando ela sente a necessidade de falar diretamente com o seu público. “É algo totalmente no improviso, é uma comunicação direta mesmo, é uma forma de se aproximar do público. Então é algo assim que eu acho importantíssimo” (APÊNDICE E). A câmera utilizada pela apresentadora fica posicionada no ombro do cinegrafista e quando ela se aproxima do “olho eletrônico” tenta conversar com seu telespectador. Podemos identificar como ela busca estabelecer um sentimento de proximidade, e até mesmo de vínculo afetivo. Nesse caso, a apresentadora se baseia na informação para tentar convencer o seu público por meio da persuasão e da sedução (CHARAUDEAU, 2015).

Segundo Alcure (2011) existe uma padronização nos programas jornalísticos. Sua estrutura pode ser composta por um ou dois apresentadores (sentados ou de pé) – com ou sem bancadas –, com entradas ao vivo ou reportagens editadas. Apesar desse modelo estrutural, existem vários estilos de se apresentar um jornal. Cada apresentador busca a sua identidade para atrair o telespectador e garantir a audiência do programa. A nossa pesquisa vem mostrando que os apresentadores apesar de terem uma temática em comum na programação do jornal – o jornalismo policial – eles se diferenciam na condução do programa. Quando questionado sobre os padrões de um programa jornalísticos, *Samuka Duarte* explica que foi um dos pioneiros na Paraíba a apresentar um jornal policial de pé. “Eu fui chamado de doido. – Isso é um doido! Anda para lá e para cá. Aí hoje é todo mundo andando para lá e para cá” (APÊNDICE D). O jornalismo policial permite ao apresentador uma certa liberdade de comandar o programa (PERIAGO, 2004). A quebra de um padrão estabelecido trouxe críticas ao apresentador e consequentemente “imitações” ou adaptações de outros jornalistas a esse modelo. Por meio da observação participante (APÊNDICE J) identificamos que esses movimentos de mudanças de

câmeras exemplificado pela frase “andando para lá e para cá” pode ser interpretado como uma forma estratégica adotada pelo apresentador para não “cansar” ou perder a atenção do seu telespectador. Esse recurso pode ser definido como “sedutor”; elemento trabalhado por Charaudeau (1996) quando o autor explica as três maneiras de captura da atenção no contrato de comunicação (informativo, persuasivo e o sedutor)¹⁶. Os movimentos do corpo do apresentador que transita de um lado para o outro visam dar também a impressão de movimento e contribuir para o ato de entreter. Assim as informações tendem a ser colocadas em um segundo plano e os movimentos bruscos ganham relevância visual. Em outras palavras, a imagem daquilo que está sendo encenado se apresenta com mais força do que o fato como um todo.

Kyrillos (2003) explica que antes de começar o jornal os apresentadores têm acesso aos textos, a apresentação acontece de forma dinâmica e o improviso faz parte durante a mudança de temas ou ocasiões que despontam inesperadamente. Quando entrevistamos os apresentadores *Sikêra Júnior* e *Samuka Duarte* descobrimos que eles não participam da elaboração estrutural do programa e conseqüentemente não sabem quais notícias serão divulgadas. Os jornalistas tomam conhecimento da informação quando estão lendo as manchetes durante a transmissão do programa. *Sikêra* comenta:

Eu peguei o hábito de já sair de casa de terno para facilitar a vida né? Aqui eles fazem o meu cabelo, minha cara, eles dão uma “tapiada” porque não tem muito o que fazer e vou direto para o estúdio. Não faço nada, não faço nada. Não gosto de ver matéria. Não vejo, acho que fica falso sabe? Eu tenho que ver junto com o público (APÊNDICE B).

A partir do texto transcrito acima podemos identificar um dos objetivos do apresentador quando fala a frase “eu tenho que ver junto com o público”. O teor da informação, o aprofundamento nas notícias fica em segundo plano, o jornalista toma como base o ‘fator surpresa’ para tentar produzir tipos de emoção – *pathos* – em sua atuação como apresentador. Dessa forma sua performance – baseada na perplexidade ao descobrir o fato no ato da apresentação – retira do primeiro plano a importância da informação e abre uma lacuna para a espetacularização da notícia. A mesma linha de raciocínio pode ser adotada na análise da entrevista com o apresentador *Samuka Duarte* que faz questão de reforçar a ideia de que não ler as notícias antes de iniciar o programa

¹⁶ Olhar **Figura 1**.

Correio Verdade. “Não olho matéria, não olho o que tem, não faço nada. Se eu olhar antes eu perco a graça quando eu entro no ar” (APÊNDICE D).

Diferente dos apresentadores citados anteriormente, *Victor Freitas* e *Karine Tenório* produzem boa parte dos programas que apresentam. Fabiana Siqueira (2017) explica que no telejornal o jornalista precisa passar por um intenso processo de participação na construção da notícia. Segundo a autora “é preciso haver apuração, ouvir os vários lados da informação antes da edição e apresentação da notícia na TV” (p. 160). Quando o profissional se envolve com a composição, apuração e conhece a fala dos personagens da notícia ele tem mais firmeza para transmitir a notícia ao seu telespectador e consequentemente convencê-lo por meio da razão (*logos*) ou passar mais credibilidade para a notícia por não ter conhecimentos específicos da informação apresentada, o jornalista procura conduzir sua audiência a uma performance patêmica.

Quando questionado sobre sua função no programa *Fala Cidade*, *Victor Freitas* explica: “como eu fui estagiário e passei por todos os setores de televisão, não consigo fazer outra coisa senão trabalhar junto com eles, juntos para construir o programa” (APÊNDICE C). Em um outro momento da entrevista identificamos que nem sempre existe uma preocupação com os princípios básicos do jornalismo no *Fala Cidade*. Por exemplo, a apuração dos fatos pode ser questionada através do depoimento do *Victor Freitas* quando o apresentador explica: “O programa hoje foi quase todo de improviso. Tinham poucas informações e fomos construindo o programa baseado em nada, baseado em poucas informações do grupo de *whatsapp*” (APÊNDICE C). Mesmo assumindo um envolvimento com a redação, em alguns momentos o apresentador revela que nem sempre existem informações suficientes para preencher a grade do programa. Para suprir essa lacuna, conteúdos que circulam nas redes sociais digitais e forem considerados relevantes podem ser divulgados pelo apresentador no momento exato do recebimento da informação.

Para a apresentadora *Karine Tenório* improvisar é saber lidar com uma possível falha no programa e conduzi-lo de maneira dinâmica para que o telespectador se sinta parte do meio. “O jornalista que não sabe improvisar ele vai certamente viver em situações de vexame” (APÊNDICE E), completa. Talvez seja nesse momento que o apresentador receba algum tipo de alerta da direção. Kyrillos (2003) explica que as

informações são transmitidas pelo ponto eletrônico¹⁷; são complementadas através da leitura das manchetes exibidas no *teleprompter*. Dessa maneira, os comentários dos jornalistas podem ser produzidos durante o jornal.

Como vimos anteriormente no primeiro capítulo, o *ethos* remete ao caráter, à moral do apresentador. Esse componente do contrato de comunicação pode ser associado à identidade que o jornalista procurar ter. Da mesma forma que o jornalismo policial permite ao apresentador a utilização de recursos informais, com foco no entretenimento, apostando na desenvoltura e carisma do jornalista para conquistar um determinado público; o apresentador também pode associar sua imagem a um ser formal e assim associar elementos de credibilidade com o de seriedade. Quando questionado sobre seu perfil jornalístico o apresentador *Sikêra Júnior* comenta a seguinte frase: “Eu entrei nessa de paraquedas e por necessidade [...]. Eu queria fazer entretenimento, fazer um programa de auditório, mas a única vaga naquele momento disponível era para repórter policial [...] fui contra a minha vontade” (APÊNDICE B). A partir da citação transcrita compreendemos que o jornalista inicialmente não conseguia associar a sua imagem a um programa policial. Identificamos na observação participante (APÊNDICE K) que existem componentes que fazem parte da performance do *Sikêra*. Tais como: a igreja¹⁸, as danças e suas encenações que não servem para informar jornalisticamente seu público, mas revelar sua identidade como apresentador e ator – *ethos* – e/ou produzir emoções (*pathos*). Entendemos que esses elementos podem estar associados ao desejo do jornalista de “fazer entretenimento”, pois a busca por um jornalismo alternativo faz parte de sua formação. Dessa forma, o apresentador se torna protagonista no programa chamando para si a atenção do seu telespectador.

Por outro lado, quando entrevistamos *Karine Tenório* identificamos que a jornalista compreende que sua imagem está associada ao jornalismo policial, mas ela acredita que sua performance vem sendo moldada gradativamente para o jornalismo comunitário, formato que ela gosta de trabalhar, seja considerado uma das partes principais no programa *Tambaú da Gente*.

Na verdade eu não me enxergo como uma pessoa que faz jornalismo policial. A notícia policial ela faz parte do jornalismo. [...] O que a gente tenta trabalhar

¹⁷ Pequeno fone de ouvido usado entre os profissionais de TV, que faz comunicação direta entre o seu portador e o controle mestre. IFSC, disponível em: <<https://pdi.ifsc.edu.br/wp-content/blogs.dir/2/files/gloss%C3%A1rio-imprensa.pdf>>

¹⁸ Nome dado aos produtores que respondem em alta voz – como forma de resposta – as narrativas do apresentador *Sikêra Júnior* durante o programa *Cidade em Ação*;

aqui todo dia é a forma como essa notícia vai ser dada. Então aos pouquinhos a gente está tentando mudar essa forma aqui na empresa. De se aprofundar mais na notícia, de se humanizar mais aquela notícia. Não de contar apenas que fulano de tal morreu, mas quem era fulano de tal? O que é que existe por trás daquele assassinato? [...] Apesar de sempre ter tido uma identificação muito forte com a comunidade no sentido em que eu entendo que o jornalismo ele precisa dar uma contribuição. Então informar já é uma contribuição, é bacana, mas é preciso ir além [...] (APÊNDICE E).

A preocupação apontada pela jornalista *Karine Tenório* em criar uma estratégia investigativa, informativa e humanizada pode ser compreendida através dos componentes básicos do contrato de comunicação. Ao citar que existe um comprometimento da imprensa em informar o cidadão comum de maneira “humanizada”, a apresentadora tenta criar laços afetivos com seu público, mas antes de chegar na afetividade ela tenta trabalhar sua performance.

Seu *ethos* pode ser identificado quando a jornalista busca agradar o seu telespectador através da sua imagem como jornalista e apresentadora. “O que a gente tenta trabalhar aqui todo dia é a forma como essa notícia vai ser dada” (APÊNDICE E). Compreendemos que essa “forma” se trata do *ethos* jornalístico, pois *Karine* entende que existe uma caminho a ser seguido até chegar na afetividade. Por meio da observação participante (APÊNDICE K) visualizamos que esse caminho pelo qual ela pretende seguir também faz parte de sua formação profissional, assim como destacamos anteriormente com o apresentador *Sikêra Júnior*. Nesse caso a apresentadora *Karine Tenório* vem tentando desconstruir a ideia em que o programa *Tambaú da Gente* se baseia no formato do jornalismo policial, pois ela compreende que sua imagem está ligada diretamente com o seu programa.

Como citamos acima, os apresentadores buscam comentar as informações de acordo com suas concepções pessoais e a linha editorial da emissora na qual trabalham. Cada um tem uma forma de conduzir a notícia até o seu telespectador. Alguns tendem a utilizar uma linguagem popularesca, outros buscam pela formalidade. Compreendemos que a partir da atuação desses profissionais nos programas televisivos, intencionalmente ou não, eles buscam criar (não podemos afirmar que criam) sentimentos de intimidade, prestígio e credibilidade com o seu telespectador, deste modo, tudo indica que os apresentadores exercem um papel fundamental na audiência dos programas. Quando questionado sobre sua relação com o seu público, o apresentador *Samuka Duarte* responde:

Eu produzi frutos na imprensa fazendo um trabalho aonde eu me aproximo das pessoas. O que mais me impressiona é o carinho que as pessoas tem por mim

e a confiança que o povo tem em mim. Isso é impressionante porque eu tenho correspondido os anseios do povo, de quem tá em casa, das famílias que quer ouvir uma informação, uma notícia eu dou. [...] O povo confia, acredita e tem um carinho muito grande por mim (APÊNDICE D).

Retomando o que Machado (2000) citou, podemos compreender que essa aproximação pode ser interpretada como uma forma de intimidade do apresentador com o seu telespectador, assim como a existência de uma relação entre o afeto, a confiança e a credibilidade. Ou seja, um componente precisa do outro para existir. Todos esses elementos podem ser identificados no *ethos* dos apresentadores de televisão. *Samuka* faz o uso da sua imagem buscando (não sabemos se agrada) agradar seu público. Esse tipo de relação pode explicar parte da credibilidade atribuída a ele em atuação como apresentador.

Muitos são os caminhos que levam o apresentador a construir sua atuação diante das câmeras. Adotar posturas irônicas, humilhar pessoas de sua equipe, brincar com temas polêmicos, assumir um papel populista (como se fosse o defensor dos mais carentes), tentar demonstrar ser intelectual ou até mesmo utilizar de testemunhos próprios para associá-lo a sua fé, podem ser exemplos das diversas possibilidades que um apresentador pode seguir para garantir o carisma, confiança e credibilidade do telespectador (FECHINE, 2008). Podemos exemplificar a brincadeira com polêmicas citada por Fachine (2008) quando o apresentador *Sikêra Júnior* faz a seguinte menção:

Eram três meninas na escola, chega uma que estava com ciúmes da outra e começou o tapa. Aí eu pego no cabelo do Wallace, do Silas. Além de ficar engraçado, de quebrar um pouquinho, porque meio dia é pau, você mostra tanto sangue, tiro, porrada, escoriação, confusão, é meio dia, tem crianças vendo, e a gente atinge muitas crianças. Eu digo isso por causa da música que a gente brinca, sabe aquelas bobagens que gente inventa aí para passar o tempo (APÊNDICE B)

No texto descrito acima identificamos alguns objetivos do apresentador: a busca pelo entretenimento por meio de uma encenação dramática a partir de um fato irrelevante para a sociedade; a criação de um conteúdo alternativo para as crianças; o uso da performance para a espetacularização da informação e o preenchimento de um espaço de tempo disponível para essa finalidade. Nesse caso o jornalista não se preocupa em se aprofundar no caso para entender a história, mas ele coloca sua imagem como protagonista em uma encenação patêmica a fim de produzir sensações como o riso, a concordância com aquilo que está sendo exposto ou mesmo a indignação por parte de uma parcela do seu público.

Destacamos anteriormente que Fechine (2008) cita a fé como sendo um dos pontos utilizados por alguns apresentadores para garantirem um certo tipo de proximidade com o seu telespectador. Essa característica pode ser identificada na fala do *Samuka Duarte*. O jornalista relata: “E quantas pessoas já vieram a mim e disseram que tiveram a vida transformada por conta de uma palavra que eu dei no programa? Por isso que eu insisto e vou sempre insistir em falar de Deus” (APÊNDICE D). Esse aspecto também pode ser atribuído ao *ethos* do apresentador. Ele se revela como sendo um ser religioso, e faz uso de testemunhos pessoais para tentar criar por meio deles laços afetivos com o seu público. Se a sua fala é verdadeira ou não, pouco importa. O seu poder de persuasão se torna o grande responsável pela captura da atenção do seu telespectador (CHARAUDEAU, 2015).

Iniciamos este capítulo partindo do pressuposto de que a performance dos apresentadores no programas policiais serve para a espetacularização das informações jornalísticas. Quando questionado sobre sua conduta no programa *Fala Cidade* o apresentador *Victor Freitas* faz a seguinte colocação: “a televisão que fazemos pode ser um desserviço, pode ser porque se fizer um programa cultural aqui não vai ter nenhum ponto de audiência, não vamos atingir a massa” (APÊNDICE C). O jornalista assume que sua performance serve para entreter e destaca a lógica comercial do trabalho de um jornalista. Compreendemos que existe uma parcela significativa da sociedade que acompanha esses programas e talvez seja por isso que esse formato não deva ser alterado. Por mais que o apresentador saiba que a sua conduta pode ser considerada inconveniente, ele aceita essa maneira de conduzir o programa por uma finalidade: conquistar um número mais elevado na audiência. O *ethos* se revela quando o apresentador compreende que precisa agradar o seu telespectador independente se a sua performance vai ferir os princípios básicos do jornalismo. Podemos exemplificar essa “quebra” no jornalismo tradicional quando o apresentador se utiliza de um discurso imparcial para conseguir construir sua fala, ou mesmo quando ele faz um julgamento prévio sobre um determinado fato sem ter apurado a fundo.

3.2 Corpo, voz e imagem do apresentador

Para que possamos compreender como a performance dos apresentadores nos programas policiais funcionam, destacamos no **Quadro 6**, componentes do corpo e da

voz, tomando como base Alcure (2011). A partir das definições apontadas no quadro abaixo buscamos identificar como o *ethos*, *logos* e o *pathos* se revelam na prática jornalística desses profissionais. Trabalhamos com os conceitos de chamada, escalada, cabeça de matéria, passagem e entrevista. Além desses, pode-se acrescentar também a nota coberta¹⁹ e nota pé²⁰.

Quadro 6 – Programa jornalístico televisivo: corpo, voz e performance

Etapas	Significados	Corpo, voz, performance
Chamada	Principais destaques do jornal com o objetivo de conquistar a atenção de telespectador. É exibido fora da programação.	Destaque para expressão facial e o close fechado no rosto; ênfase no movimento da sobrancelha; voz mais forte e acelerada durante a narração.
Escalada	Anúncio de manchetes do jornal pelo apresentador com o acréscimo de <i>teasers</i> ²¹ .	Close no rosto: expressões faciais e movimentos nas articulações. Voz com tonalidade intensa com clareza nas frases que encerram um assunto e mudanças claras na transição de notícias.
Cabeça de matéria	Texto lido pelo apresentador antes de cada reportagem ser transmitida.	No plano médio, os braços ou os ombros do apresentador aparecem sobre a bancada (quando há bancada). No aberto, os gestos delicados com as mãos mostrando segurança; mudança de postura e movimentos leves com a cabeça e articulações. Objetivo: clareza, dinamismo e precisão no discurso.
Entrevista	Informações jornalísticas provenientes do diálogo entre o apresentador e sua fonte.	A pessoa precisa se mostrar interessada no assunto. O movimento do corpo ou cabeça pode expressar opinião; expressão neutra e olhar concentrado.

Fonte: (<http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>) Alcure (2011); Paternostro (1994).

Destacamos esses quatro componentes por entendermos que eles fazem parte da composição dos programas policiais. Quando analisamos os jornais desta pesquisa percebemos que na maioria das vezes a chamada aparece como forma de anunciar o apresentador. Diferente do jornalismo tradicional que destaca os principais assuntos do momento, no jornalismo policial a chamada pode ser resumida nas seguintes frases: “você não pode perder o programa hoje a partir do meio dia; eu estarei apresentando e conto com a sua audiência; tenho um encontro marcado com você logo mais”. Nesse sentido,

¹⁹ Textos breves que complementam a informação composto por narração em cima de imagens externas (COUTINHO, 2012).

²⁰ Complemento de informações logo após reportagens ou outro formato da notícia, podendo ter conduta opinativa (COUTINHO, 2012).

²¹ Pequena chamada gravada pelo repórter com a manchete da notícia. Entra durante a escalada do jornal (UMSP). Disponível em: <<http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>>

a imagem do apresentador pode ser interpretada como elemento principal para que haja o contrato de comunicação. Compreendemos então que a figura do apresentador, representada pelo seu *ethos* jornalístico, se mostra como sendo um dos fatores que pode levar o telespectador a assistir esse tipo de formato jornalístico.

Identificamos por meio da observação participante que na escalada, ou mesmo na leitura da cabeça das matérias, existem colocações dos apresentadores que se intercalam entre uma leitura e outra, muitas vezes baseadas na improvisação – quando não se tem uma leitura prévia do assunto – buscando provocar sensações no telespectador tais como: indignações, revoltas, risos, etc. *Samuka Duarte* revela essa característica quando diz a seguinte frase: “Eu vejo tudo na hora. Aí quando eu vejo lá eu digo: atenção, atenção, atenção. Isso vai chamar a atenção. Precisa pôr uma matéria chamativa” (APÊNDICE D). O apresentador não tem uma leitura prévia daquilo que vai anunciar e mesmo assim ele apela para o emocional. Ele consegue utilizar os gestos, uma tonalidade mais forte da voz para transformar uma informação simples em um conteúdo sensacionalista. “Aí quando eu vejo lá” ou seja, quando o apresentador lê a cabeça da matéria ele pressupõe um nível de impacto que aquela manchete pode causar, e a partir disso ele conduz o seu telespectador a uma narrativa patêmica. Seguindo essa mesma linha de raciocínio, o apresentador *Sikêra Júnior* faz o seguinte comentário: “Eu me vejo e não acredito que fiz aquilo. Eu solto piadas que não é para soltar. Eu faço comentários que não é para fazer” (APÊNDICE B). O jornalista sabe que segue um padrão errôneo e mesmo assim continua atuando para que sua imagem seja mais importante do que as notícias do programa. Esses “comentários que não é para fazer” podem ser explicados como colocações espontâneas que fazem parte da sua estratégia discursiva. Acreditamos que esses comentários podem existir apenas para preencher uma lacuna de tempo ou mesmo provocar sensações, distrações no telespectador, sentimento de sinceridade, a fim garantir vínculo afetivo entre o apresentador e o seu público. Nesse caso, o contrato de comunicação se baseia no *pathos*, ou seja, na produção de sensações.

Geralmente nos programas policiais não existe espaço para entrevistas em estúdio. O jornal gira em torno do apresentador. O *Tambaú da Gente* pode ser visto como uma exceção pois há uma agenda diária de entrevistas com convidados. Em contraponto, os apresentadores dos programas *Cidade em Ação*, *Correio Verdade* e *Fala Cidade* conversam com pessoas aleatórias no estúdio para reforçar suas atuações como apresentadores. *Sikêra Júnior* ao comentar sobre a participação de alguns integrantes da sua produção nos seus comentários ele cita que: “Na televisão normalmente eu fico mais

à vontade, é mais participativa. [...] Eu tive que ir ganhando aos poucos, conquistando os câmeras sabe? Hoje é minha igreja, hoje eu chamo de minha igreja” (APÊNDICE B). Essa “igreja” serve para reforçar o discurso do apresentador. Geralmente a “igreja” responde em voz alta e com poucas palavras, como por exemplo: vai, sim, não, etc.

O apresentador *Samuka Duarte* segue um método semelhante. “Quem tá assistindo aí tá me vendo, mas na hora que eu chamo alguém (do estúdio para conversar) isso gera uma coisa mais familiarizada com a pessoa que está em casa. Porque senão fica chato só eu, só eu, só eu” (APÊNDICE D). Quando o jornalista enfatiza o “só eu” ele reconhece que a sua imagem se apresenta como um elo entre o seu telespectador e o programa. Ao se colocar como protagonista ele compreende que algumas vezes lhe falta argumentos. Dessa forma, o apresentador tenta buscar outras maneiras de conduzir sua atuação e tirar um pouco o foco de si. O *ethos* jornalístico pode ser identificado no uso da imagem de si como garantidor do profissionalismo para promover algo que agrada o telespectador.

A imagem que o apresentador tenta construir de si perpassa por uma variação de crenças e valores adquiridos por meio de experiências vividas ao longo dos anos. A apresentadora *Karine Tenório* explica esse processo como sendo essencial para o seu crescimento no programa *Tambaú da Gente*: “Quando eu era iniciante na TV eu era muito diferente do que sou hoje. [...] A gente vai ganhando mais personalidade, a gente vai se construindo ao longo do tempo” (APÊNDICE E). Esse processo de conquista do espaço que vai sendo adquirido pelo apresentador no decorrer da profissão pode influenciar no *ethos* do jornalista. Seguindo esse raciocínio, Cotes (2008) caracteriza e descreve a pluralidade da performance desses profissionais levando em consideração as expressões gestuais e vocais para traçar um caminho de análise que justifique o seu discurso. O apresentador *Samuka Duarte* explica que utiliza tipos de tonalidades na voz de acordo com suas emoções:

Quando eu estou indignado eu aumento a voz, subo a voz. Agora quando eu vou dá uma palavra de conforto, um conselho, aí eu poupo a voz. [...] Se eu for falar numa linha reta, aí vai ficar sem graça. Eu vou mostrar uma indignação, vou fazer um *merchan*, aí eu vou brincar, tudo de um jeito só? Num tom de voz? O povo vai dizer: esse bicho tá doente. Tem algum problema (APÊNDICE D).

Podemos notar no trecho descrito acima que o apresentador faz uso de tonalidades da voz para tentar expressar tipos de emoções presentes em seu discurso. O jornalista acredita que o seu telespectador se envolve com a informação descrita e se comove com

o enredo apresentado. Nessa perspectiva, o teor da informação pouco importa, o objetivo do jornalista está baseado em dois pilares: a utilização de sua imagem e performance para tentar agradar o seu público; e a produção emotiva como estratégia discursiva. Assim podemos dizer que o *logos* fica em um segundo plano, pois a informação perde o seu valor para uma performance patêmica.

Compreendemos que toda empresa jornalística segue um padrão editorial que envolve desde a sua política interna até a maneira como a notícia será levada ao seu público. Essa diversidade de estilos pode ser justificada pela preferência a determinados públicos. Quando um veículo de comunicação altera as suas diretrizes, ele está buscando direcionar o seu conteúdo para um grupo específico. O jornalista *Victor Freitas* exemplifica algumas mudanças que ele notou durante sua passagem em duas TVs paraibanas: “Na *Arapuan* eu era muito mais regrado, a *Arapuan* tem um dono que [...] manda em tudo. A *Correio* foi horrível. Não podia gritar, não podia falar alto e só grito quando estou aperreado [...], não podia fazer o programa do meu jeito” (APÊNDICE C).

Segundo Cotes (2008) os apresentadores são comerciantes de ideias que a emissora quer vender. A autora aprofunda a sua teoria quando enfatiza a presença dos elementos corporais utilizados pelos profissionais da comunicação para justificar o discurso que é comercializado. Pelo fato dos apresentadores “serem responsáveis pelos assuntos narrados, intensificam a sobriedade tanto na voz quanto no corpo” (COTES, 2008, p.14). O apresentador *Victor Freitas* compreende que o seus gestos fazem parte da sua performance. O jornalista afirma que: “quando eu caminho, consigo raciocinar melhor, parado ou bato muito as mãos ou fico perdido no gestual ou levanto a voz. [...] Tenho que ficar andando pois raciocino melhor” (APÊNDICE C). Nesse caso o apresentador utiliza-se do corpo para criar sua atuação. Para *Victor* os gestos fazem parte do discurso e a partir deles sua mensagem pode ser transmitida. Como vimos anteriormente, sem esse recurso o apresentador se sentiria preso a um tipo de padrão onde a fluidez das ideias seria escassa.

Leny Kyrillos (2003) explica que para cada programação jornalística existe um tipo de condução estabelecida pela emissora, assim como o cenário, a forma de vestimenta dos apresentadores e o modo de se comunicar com os telespectadores. A autora acredita que cada veículo de comunicação tem uma linguagem específica, e por isso, o apresentador precisa conhecê-la para que tenha uma boa atuação nele. “Eu apresentei minha monografia com um terno e terminei vestida de palhaça. Eu queria mostrar o quanto que isso influenciava na nossa comunicação” (APÊNDICE E) respondeu a

apresentadora *Karine Tenório* quando questionada sobre sua vestimenta. A jornalista compreende que a forma como se veste pode influenciar no contrato de comunicação. Segundo *Karine* sua imagem também pode ser associada à sua vestimenta. “Se de repente eu me vestir de uma forma muito sofisticada, quem tá em casa não vai me reconhecer. [...] Eu tento não perder a minha identidade na escolha da roupa” (APÊNDICE E). A jornalista sabe que sua imagem segue um tipo de padrão e compreende que uma mudança drástica pode comprometer sua relação com o seu público. O seu *ethos* jornalístico pode ser identificado nesse sentido. Quando a apresentadora tenta manter um padrão de vestimenta para não causar uma ruptura no modelo estabelecido entre ela e seu público, a jornalista faz uso de uma imagem para agradar seu telespectador. Dessa forma o contrato de comunicação segue um protótipo visando a construção das relações afetivas dos envolvidos.

Com base nos relatos de Aquino (2011) compreendemos que a preocupação com a vestimenta dos apresentadores já existia desde os primórdios do jornalismo mesmo que intuitivamente. Por outro lado, não havia um padrão específico para a produção dos figurinos. A autora explica que o *Repórter Esso* era um modelo norte-americano adaptado da TV e do cinema, construído estereotipicamente no uso do paletó e gravata para demonstrar a seriedade do homem. Ela argumenta, que nos anos de 1950, os homens mais ricos, em algumas partes do país, usavam ternos escuros em tecidos pesados. Na região Nordeste, por ser considerada mais quente, a vestimenta masculina mais elegante era composta na sua essência por um chapéu e um terno de linho. Aquino (2011) completa:

Vinte e cinco anos depois da chegada da TV ao Brasil, a principal emissora do país passou a entender o figurino como algo importante no processo comunicativo do telejornal. Foi nesse momento que a vestimenta para telejornalismo começou a se profissionalizar no país. Hoje, emissoras de televisão de grande porte possuem departamentos que colaboram com a forma como o profissional do telejornalismo vai aparecer para os telespectadores, uma realidade diferente das pequenas emissoras espalhadas pelo país. Apesar de não existirem publicações sobre o assunto, os manuais de telejornalismo, de maneira geral, e livros sobre produção televisiva explicitam a importância da imagem do profissional de telejornalismo. Porém essa explicação nunca se dá de maneira detalhada, aprofundada ou reflexiva, cabendo a esses jornalistas desenvolver métodos próprios de compreensão da vestimenta (AQUINO, 2011, p. 59).

Em contraponto ao que foi citado acima, a forma como o apresentador *Sikêra Júnior* utiliza o seu terno durante apresentação do programa *Cidade em Ação* pode servir como ponto de distração para que telespectador estabeleça o jornalista como protagonista da informação. Na observação participante podemos identificar que o terno utilizado pelo

apresentador geralmente fica desarrumado no seu corpo. “Eu fecho e abro o terno tantas vezes que eu não sei pra quê nem porquê. É involuntário. No calor da narração, a gente vai fazendo, deixando as coisas acontecerem”, completa *Sikêra* (APÊNDICE B). Esses movimentos involuntários podem ser interpretados como uma forma de gestos repetitivos para que haja o desvio de atenção da notícia. Assim o apresentador tenta desviar o foco para si e satisfazer um determinado público que busca o entretenimento.

Segundo Fechine (2008), a retórica tradicional da linguagem dos apresentadores começou a passar por transformações a partir dos anos 90, ocasionando uma tendência comportamental no programa. Com um discurso de defensor social, o profissional tentava uma aproximação com o telespectador:

Hoje, é cada vez mais fácil apontar apresentadores de telejornal que esbravejam contra os políticos ou criticam duramente as instituições, cobrando “soluções” em nome do “povo”, evidenciando com clareza posturas ideológicas. Há ainda outros que, assumindo um estilo mais descontraído, fazem brincadeiras com a equipe ou com o próprio espectador, revelam situações do seu cotidiano (a reação que tiveram com a vacina contra gripe, por exemplo), comportamentos privados (o que faz quando está de folga, por exemplo) e gostos individuais (o time pelo qual torce, por exemplo) em meio aos comentários feitos às reportagens apresentadas pelo telejornal (FECHINE, 2008, p. 69).

Um dos elementos mais importantes no exercício da profissão é a concentração, e exercer por meio dela a habilidade cognitiva de discursar, ler, gesticular, escutar ao mesmo tempo com foco, ritmo e sintonia. *Karine Tenório* acredita que deve existir responsabilidade por parte do apresentador ao produzir seu comentário. “Eu acho que comentar qualquer notícia exige muito. Se você não tem conhecimento sobre aquele assunto, [...] eu evito comentar. [...] sua opinião acaba chegando na cabeça de muita gente” (APÊNDICE E). A apresentadora compreende que a concentração pode ser um dos fatores determinantes para uma boa atuação como apresentadora. Nesse caso, podemos identificar a racionalidade como sendo um dos componentes primordiais para o discurso. O *logos* se apresenta como fio condutor para o convencimento daquilo que está sendo apresentado. Por outro lado, *Victor Freitas* explica que o seu comentário tem como base o andamento do programa. Ou seja, se o tempo for favorável ele recebe orientação para continuar argumentando o seu ponto de vista. “– Olha, comenta um pouco que estamos preparando Betinho para entrar ao vivo. Pronto, então vou comentando. – Victor, pouco comentário hoje pois estamos com muitas matérias” (APÊNDICE C). Nesse caso, o apresentador tem uma certa liberdade e um certo limite. Por meio da observação participante podemos identificar que os comentários são feitos no improviso. Como tais

práticas são determinantes para o exercício da profissão, o jornalista precisa saber utilizar o tempo disponível da melhor forma possível. Assim o apresentador se utiliza de um discurso dramático e patêmico para preencher lacunas e assumir o protagonismo no lugar da informação.

3.3 Credibilidade no jornalismo de TV

Abordamos neste momento da pesquisa o termo credibilidade por entendermos que ele se torna fundamental em um processo no qual existe um emissor, uma mensagem e um público. Contudo, não é só na figura do comunicador que a credibilidade é examinada; ela se apresenta na mensagem do emissor. Assim, a credibilidade pode ser associada ao contrato de comunicação como um dos componentes comunicacionais do “círculo vicioso” (SENA, 2013, p. 9). Da mesma maneira que abordamos trechos das entrevistas no tópico anterior, seguiremos mobilizando os pontos mais importantes para que possamos compreender como o *ethos*, *logos* e o *pathos* se revelam na prática jornalística.

Sena (2013, p. 9) entende que “a credibilidade é muito difícil de conquistar, e precisa de [...] forte argumentação, factos verdadeiros e bem explorados”. A autora completa que a ausência desses componentes pode inviabilizar a imagem credível do emissor. O apresentador *Samuka Duarte* acredita que a credibilidade jornalística deve ser adquirida em três etapas: “Mostrar a matéria, comentar com responsabilidade e mostrar indignação. Se não mostrar a indignação não adianta, não tem credibilidade” (APÊNDICE D). Podemos perceber que o jornalista prioriza a emoção em sua fala. Dessa maneira, o *pathos* se apresenta como sendo o componente de maior importância no contrato de comunicação. Compreendendo por meio da observação participante que as emoções são exploradas em uma performance dramática, o apresentador utiliza-se desse recurso para garantir a construção do contrato de comunicação. Assim assume um protagonismo visando a produção de sensações variadas em um determinado público. Seguindo esse raciocínio, o jornalista *Victor Freitas* afirma que sua relação com o seu telespectador perpassa por um vínculo afetivo. “Quando você cria um envolvimento emocional com o seu público você consegue ter uma penetração melhor do seu ponto de vista, do seu comentário, daquele trabalho efetivo que está fazendo junto com a equipe do programa” (APÊNDICE C). Por outro lado, *Victor* complementa que recebe críticas

por estimular as pessoas a pensarem. “É mas só é criticada por quem tem o papel de estimular o senso crítico nas pessoas. O que seria da gente se não houvesse o meio acadêmico pra nos estimular a pensar?” (APÊNDICE C). Mais uma vez podemos identificar no trecho descrito que o afeto, a emoção, o vínculo de proximidade do apresentador com o seu público se mostram com uma maior relevância do que a informação propriamente dita. Esse estímulo pode ser interpretado na prática com uma performance dramática do jornalista que aceita um papel de “justiceiro” para produzir um discurso voltado a um determinado público. Assim o jornalista assume as responsabilidades das críticas do meio jornalístico quando ao se posicionar com a seguinte frase: “realmente, a televisão que fazemos pode ser um desserviço” (APÊNDICE C).

A credibilidade é um recurso que pode ser alcançado na televisão com facilidade, visto que, as pessoas têm a oportunidade de acompanharem os noticiários, verem e ouvirem as fontes, os lugares e por fim, criarem a ideia de que aquele veículo de comunicação é confiável (SENA, 2013). O dicionário contemporâneo da língua portuguesa define credibilidade como “qualidade ou caráter digno de confiança ou de crédito; qualidade do que é crível ou credível” (AAVV, 2008, p. 1016). Esse conceito é bastante antigo. Aristóteles usava com a expressão grega *ethos* para defini-lo. Porém, a tradução da palavra *ethos* significa caráter moral do orador. Em conjunto dessa expressão, as palavras *pathos* e *logos* faz referência a expressividade do público diante da fala do emissor.

A credibilidade é não um resultado ou estado (*ergon*) mas uma atividade ou processo (*enérghia*) mediante o qual um produtor/emissor A se vai tornando credível perante um receptor B à medida que vai ganhando a confiança deste; e em que, reciprocamente, um receptor B vai ganhando confiança num produtor/emissor A à medida que este vai conseguindo demonstrar a sua credibilidade (SERRA, 2006a, p. 2).

A credibilidade não é algo que pode ser adquirido por meio de cursos superiores, ou pela prática contínua de um determinado manual; ela é conquistada através da confiança que as pessoas depositam em determinados atos, palavras ou discursos. Em outras palavras, a credibilidade se transforma no resultado perceptivo daquilo que uma pessoa consegue enxergar na outra, fazendo referência ao nível de confiabilidade remetido a ela. O apresentador *Samuka Duarte* destaca que a credibilidade se baseia na relação afetiva dele com o seu público. “Tem que ter o dom para atrair as pessoas para que as pessoas possam assistir e confiar, acreditar no apresentador” (APÊNDICE D). A

palavra “dom” usada pelo jornalista pode ser interpretada como um termo utilizado para definir a maneira de como conduzir o programa. Essa característica pode ser definitiva para que haja um vínculo afetivo entre o apresentador e o seu público. A credibilidade perpassa pelo *ethos* (moral), *logos* (lógica) e chega no *pathos* (afeto). Nesse sentido o nível de confiança que uma pessoa pode depositar no jornalista pode variar de acordo com o grau de proximidade que ela tem. Notamos que esse vínculo de afetividade se apresenta com maior intensidade nas falas de todos os apresentadores aqui analisados. Acreditamos que o contrato de comunicação pode ser explicado por meio da relação do público com o apresentador.

Serra (2006a, p. 2) explica que a credibilidade pode ser compreendida por meio de “uma relação – que tem, como polos, o produtor/emissor da informação e o receptor dessa mesma informação”. Nesse sentido, a condição mínima para um orador ser visto como credível parte da demonstração persuasiva de sua estratégia discursiva. “Elas são [...] a prudência, que permite dar opiniões corretas, a virtude ou honestidade que consiste em dizer o que se pensa e a benevolência, atitude de respeito para com o ouvinte” (SERRA, 2006a, p. 2). O apresentador *Sikêra Júnior* compreende que a persuasão pode ser um dos fatores primordiais para a construção do contrato. “Conquistar o público está cada dia mais difícil. O cliente está cada dia mais caro. Então você tem que fazer ele se apaixonar pelo seu programa, pelo apresentador” (APÊNDICE B). O jornalista define o seu telespectador como um consumidor que precisa ser agradado para que ele se mantenha no mercado. De que forma o público se “apaixona” pelo programa ou pelo apresentador? O que o jornalista faz ou deve fazer para que isso aconteça? A partir da observação participante podemos notar que *Sikêra Júnior* assume um papel de ator com o objetivo de chamar para si um protagonismo onde a dramatização se destaca em sua performance. O apresentador tenta provocar no seu público sentimentos como o riso, a indignação, raiva, entre outros para se destacar durante o jornal.

As pessoas têm uma necessidade, mesmo que involuntária, de avaliarem o sujeito falante antes de pensarem na confiabilidade de sua fala. Por essa razão a prudência, virtude, honestidade, são essenciais para que possamos compreender de que forma esse vínculo de credibilidade se manifesta. Isto porque os telespectadores, por meio da imagem que lhe é passada, fazem juízo de valor sobre aquilo que estão vendo (SENA, 2013). Se o apresentador veste uma determinada roupa, ou tem um estilo diferente do padrão, ele pode ser enxergado como uma figura pouco credível. Sendo assim, ele deve “apresentar os fatos com convicção, firmeza, segurança, confiança e humildade” (SENA, 2013, p. 11)

para que se mostre um sujeito confiável. Não é isso que acontece em muitos casos no jornalismo policial. Os apresentadores assumem sua falta de preparo protagonizando uma performance dramática, criando uma clima de suspense ao narrar as notícias. O trecho descrito abaixo exemplifica a fala do apresentador *Samuka Duarte* quando ele questiona a forma de se anunciar uma informação.

Porque se eu disser: uma menina foi internada por ter sido estuprada. Tem que começar: uma jovem foi internada. Foi por causa de Zica? Não! [...] Porque tinha lá: criança foi internada vítima de estupro. Aí eu usei o meu jeito. Aí eu puxo a responsabilidade e chamo para mim porque é aí que o povo gosta. Se eu for direto eu vou no seco. No seco direto eles estão fazendo e tá dando errado (APÊNDICE D).

Nesse caso o apresentador se recusa a passar a informação da forma que ela se apresenta no TP. Para ele a maneira como ela está sendo anunciada influencia no envolvimento do público com sua estratégia discursiva. Assim, o jornalista segue um caminho dramático que visa a produção de emoções desprezando o rito formal do jornalismo para assumir uma performance patêmica.

Sena (2013) explica que a confiança é algo difícil de ser adquirida, mas muito fácil de ser perdida. “Qualquer defeito, falha, dilema ou má percepção, pode fazer com que as pessoas tenham dúvidas e deste modo desperdiçar o que tinha sido conquistado” (p. 11). Sendo assim, a honestidade se mostra um componente determinante tanto para a construção do contrato entre o apresentador e seu público, como para reconhecer possíveis erros e garantir uma segunda chance com o telespectador. Quando questionada sobre algumas informações incompletas que são apresentadas no programa *Tambaú da Gente* a apresentadora *Karine Tenório* justifica da seguinte forma: “O ideal seria ter a informação completa para passar e não fragmentar. [...] São vários os motivos para ela vir incompleta, mas como o programa é de uma hora e meia, a gente pode ter tempo de ainda naquela edição trazer aquele retorno” (APÊNDICE E). Nesse sentido a jornalista precisa argumentar com o seu telespectador o porquê daquela informação não ter sido apresentada na íntegra. Compreendemos que a honestidade deve ser atribuída ao discurso para que sua imagem credível não seja comprometida. Assim, a apresentadora faz uso do *logos* – convencimento – para garantir a construção do contrato.

Dessa maneira, a credibilidade atinge um patamar que finda a impressão do público em determinados fatos. É como se o telespectador confiasse no seu emissor – apresentador – de forma íntegra.

A credibilidade parece ter como função principal a de terminar com a indecisão que ainda persiste quando todos os argumentos por mais “fortes” que se afigurem, foram pesados – uma função que é particularmente importante quando se trata de decidir em matérias complexas e obscuras como as que constituem a maior parte da nossa vida ética e política (SERRA, 2008, p. 12-13).

Dessa forma, os caminhos trilhados pelo ser humano, quer sejam políticos, sociais, familiares, afetivos, perpassam por um lado ético e moral em que a credibilidade está presente criando laços entre os sujeitos. Christofolletti e Laux (2008) acreditam que a credibilidade é um dos componentes mais importantes na vida de um jornalista. Os autores entendem que o “prestígio, notoriedade, confiabilidade, são fatores que, se não são a mesma coisa, ao menos circundam o que geralmente é apontado como um imprescindível capital para jornalistas e meios de comunicação: credibilidade” (p. 31).

Fechine (2008) compreende que a credibilidade transcende a persuasão de um sujeito falante. Ela se torna o fator determinante para que o receptor esteja alinhado ao emissor. A autora completa que “a verdade não está mais no objeto, é construída no discurso” (p. 72). Portanto, o apresentador por mais que tenha legitimidade, como vimos no capítulo 1, garantida pelo espaço que ele ocupa, não conseguirá “tocar” no sentimento do telespectador sem antes ter criado uma imagem credível de si. Esse “círculo vicioso” (SENA, 2013, p. 9) obedece a uma ordem. Dessa maneira, o contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2015) acontece.

Trabalhar o conceito de credibilidade jornalística juntamente com trechos das entrevistas dos apresentadores nos levam a uma percepção maior de como ocorre o contrato de comunicação entre os jornalistas apresentadores de programas policiais e o seu público. Iniciamos este capítulo partindo do pressuposto que a performance dos apresentadores contribui para a espetacularização das notícias reportadas, pois eles assumem um protagonismo que visa a dramatização dos fatos. Demonstramos por meio das práticas jornalísticas que os apresentadores assumem esse papel de protagonistas da informação com o objetivo de tentar uma certa aproximação com o seu público e garantir a construção do contrato de comunicação. Eles agradam uma parcela da população que consome esse conteúdo; assim como são criticados por outra parte que percebe tais estratégias de comunicabilidade no âmbito da prática jornalística. Alguns apresentadores associam seus telespectadores a um tipo de “cliente” e por isso, utilizam mecanismos que fogem dos padrões jornalísticos para garantir um vínculo de afetividade com seu público.

Dessa maneira, os jornalistas tentam assegurar a construção do contrato de comunicação, buscando elevar os índices de audiência. Para eles, a aceitação do público está baseada nos resultados positivos das pesquisas.

4 ANÁLISE DOS PROGRAMAS POLICIAIS DA PARAÍBA

Neste capítulo trabalhamos com os sete²² componentes de dramatização identificados na estrutura básica dos programas policiais. As análises dos programas servem para reforçar o pressuposto adotado nesta pesquisa em que os apresentadores se destacam mais do que as informações reportadas. Assim, os jornalistas associam sua imagem a um tipo de estratégia de comunicabilidade que visa a dramatização dos fatos. Para respondermos a esse pressuposto, analisamos a performance dos apresentadores *Samuka Duarte*, *Sikêra Júnior*, *Victor Freitas* e *Karine Tenório* nos respectivos programas: *Correio Verdade*, *Cidade em Ação*, *Fala Cidade* e *Tambaú da Gente*. Os jornais analisados foram exibidos entre os dias 17 e 21 de dezembro de 2018. No **Quadro 7** podemos visualizar o número de notícias reportadas nos programas em análise. Elas foram separadas em categorias para que pudéssemos compreender o contexto em que o protagonismo dos apresentadores está inserido nos jornais da Paraíba. É importante destacar que uma mesma notícia pode conter mais de uma temática. Por exemplo: “Acidente envolvendo moto e ônibus deixa duas pessoas mortas e uma ferida” (APÊNDICE N). Nesse caso, ela foi contabilizada na categoria **Acidente** e **Morte**. Esse quadro se faz necessário para comprovarmos que o jornalismo policial aborda temas como: crimes e tragédias (PERIAGO, 2004).

Quadro 7 – Número de notícias veiculadas nos programas policiais da Paraíba

PROGRAMAS	NOTÍCIAS REPORTADAS ENTRE OS DIAS 17 E 21 DE DEZEMBRO DE 2018							
	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO POLICIAL	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	OUTROS	TOTAL
<i>Correio Verdade</i>	13	10	9	6	9	7	21	75
<i>Cidade em Ação</i>	7	9	14	7	12	7	1	57
<i>Fala Cidade</i>	10	10	12	7	11	6	19	75
<i>Tambaú da Gente</i>	10	13	13	5	13	3	40	97

Fonte: elaboração própria.

Os dados exibidos acima nos mostram que o programa *Tambaú da Gente* abordou 57 notícias com temáticas do jornalismo policial durante a semana analisada. Apesar disso, a maneira como a apresentadora *Karine Tenório* conduz a informação pode ser considerada a mais próxima aos jornais tradicionais. Destacamos sua formação acadêmica como um dos fatores que podem contribuir para a performance no programa.

²² Encenação dramática; Diversas notícias; Superficialidade; Violência, dor, sofrimento e tragédia; Figuras de linguagem; Repetição, fragmentação e velocidade; Construção da proximidade.

4.1 *Correio Verdade*

O programa *Correio Verdade*, exibido de segunda a sábado, no horário das 11:50h às 13:20h, na TV *Correio*, emissora afiliada da *Rede Record de Televisão*, é o programa mais assistido nesse horário segundo dados do IBOPE. A pesquisa foi realizada nos dias 21 e 27 de novembro de 2018 e os dados divulgados pelo *Correio da Paraíba*²³ no dia 21 de dezembro do mesmo ano. O *Correio Verdade* se consolidou no primeiro lugar com 39.62% de audiência na Paraíba e garantiu o posto de programa mais assistido da emissora (IBOPE, 2018). Nesse programa foram analisadas 58 notícias (APÊNDICE N).

O programa é composto basicamente pelo cenário no estúdio, onde *Samuel de Paiva Henrique*, conhecido como *Samuka Duarte*, apresenta e comenta ao vivo as diversas notícias preparadas previamente pela produção. No estúdio, *Samuka* aparece sempre em pé, muitas vezes se revolta com determinadas matérias, julga, comenta as notícias fazendo críticas aos envolvidos e acrescenta informações que vão chegando a ele durante o programa. *Samuka* eleva o tom de voz em alguns momentos e volta a tonalidade mais suave em outros. Usa os gestos, faz caretas, fala com raiva e desprezo. O apresentador começou a adotar um estilo de roupa mais alternativa com terno aberto, camisa social sem gravata, calça jeans e sapato social. Ele também usa óculos de grau e utiliza o celular para trocar mensagens enquanto o programa está nos intervalos ou transmitindo matérias.

Samuka nos interessa aqui, em especial, pois hoje é considerado no estado da Paraíba uma figura pública de grande relevância no debate sobre a violência urbana, tendo grande aceitação popular e espaço para expressar o seu discurso na televisão. Trabalhou como âncora na TV *Arapuan* no programa *Cidade em Ação* entre os anos de 2008 a 2010 e logo em seguida aceitou um novo contrato com a TV *Correio*, emissora em que está até o presente momento. Com 11 anos de profissão a frente de programas policiais, aprimorou a imagem de um apresentador opinativo, moralista, forte, sentencioso, com entonação de voz marcante e gestos grosseiros a ponto de ser intencionalmente imitado por alguns concorrentes. Em entrevista concedida para esta pesquisa, *Samuka* descreve como foi esse processo de ser um dos pioneiros a apresentar o programa *Cidade em Ação* (primeiro de sua carreira profissional) em pé:

²³ Disponível em: <<https://correiodaparaiba.com.br/cultura/televisao/tv-correio-conquista-lideranca-geral-no-ibope/>> Acesso em 4 de jan de 2019.

Começaram a me chamar de doido quando eu fazia. Vinha para cá ia para lá e depois todo mundo começou a ficar em pé até a outra lá (Cabo Branco) começou a colocar gente em pé. Agora é todo mundo fazendo em pé. Eu fui chamado de doido: isso é um doido, anda pra lá e para cá. Aí hoje é todo mundo andando para lá e para cá, não dá para entender. Então eu estou certo (APÊNDICE D).

Os dados do IBOPE divulgados²⁴ em outubro de 2017 e abril de 2018 no estado da Paraíba mostram que o apresentador *Samuka Duarte* sempre esteve entre os mais assistidos no estado, quando não em primeiro, estava em segundo. Ele consegue atrair os telespectadores interessados no programa policial e faz com que programas que não seguem esse caminho nesse horário percam força, como vimos nesta pesquisa anteriormente os dados do IBOPE divulgados em novembro de 2018, mostrando uma queda significativa da *TV Cabo Branco*, afiliada da *Rede Globo*.

Já o estúdio do *Correio Verdade* tem uma aparência moderna, espaço amplo (o maior entre os analisados nesta pesquisa) com telas digitais e cores frias.

No centro do estúdio, há um conjunto de quatro telas (**Figura 7**) nas quais aparece o nome do programa e outras vezes inícios de reportagens antes de assumirem o primeiro plano. No canto superior do lado direito uma fotografia do Parque Sólon de Lucena, mostrando a imagem vista por cima de um dos pontos turísticos localizados no centro de João Pessoa e logo abaixo no lado esquerdo o desenho do mapa da Paraíba em três dimensões.

²⁴ Disponível em: <<http://www.polemicaparaiba.com.br/paraiba/ibope-de-tv-meio-dia-sakaue-perde-1506-pontos-mas-lidera-sikeira-encosta-em-samuka-compare-numeros/>> Acesso em 4 jan de 2019.

Figura 7 – Estúdio do programa *Correio Verdade* com o apresentador *Samuka Duarte*, repórteres e produção. O apresentador aponta para a câmera antes de anunciar a matéria

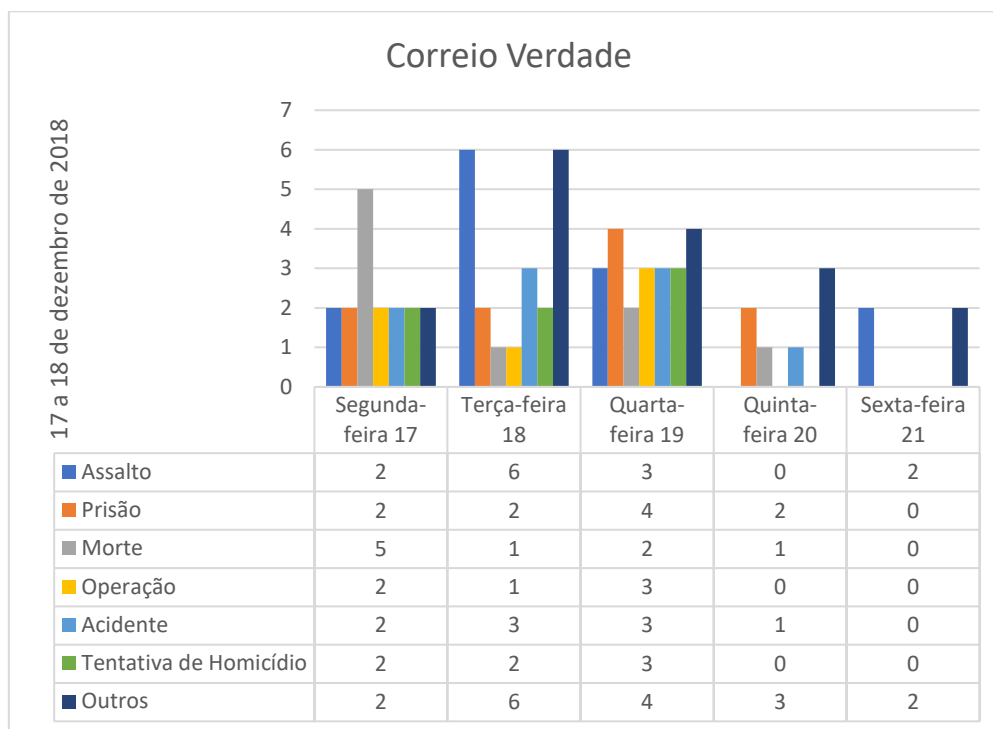


Fonte: captura de tela e registro fotográfico do pesquisador

Em termos de conteúdo, o programa discute principalmente notícias sobre crimes e violência, como, por exemplo: “Foi enterrado em Bananeiras o corpo do menino que morreu com suspeita de envenenamento”, “Polícia Civil está procurando pai e filho suspeitos de tentar matar um mototaxista em Campina Grande” e “Homem é executado com quase vinte tiros na cidade de Alhandra”. *Samuka* e sua equipe exploram cada informação à exaustão, discutindo detalhes incansavelmente e encenando situações por meio dos gestos para descrever determinados fatos. São apresentados, principalmente, fatos que ocorrem na cidade de João Pessoa e Campina Grande, mas, também há a presença de reportagens de todo o estado. Na **Figura 8** observamos como as temáticas

sobre crimes e tragédias se destacam no programa principalmente na segunda-feira. No gráfico notamos que na sexta-feira essas notícias perdem um pouco de sua relevância, mas isso se justifica porque no dia (21) o *Correio Verdade* interrompeu sua programação para comemorar o primeiro lugar no IBOPE.

Figura 8 – Estatística de notícias exibidas no *Correio Verdade*



Fonte: elaboração própria (APÊNDICE N).

As matérias que são exibidas no programa são narradas, na sua grande maioria, com um tom de reprovação dos repórteres que buscam aspectos mais violentos ou super-realistas na reportagem para causar sensacionalismo, mesma postura adotada pelo apresentador quando vai comentar as notícias. Em determinados momentos, as reportagens passam a se tornar repetitivas por serem apresentadas mais de uma vez durante a programação.

4.2 Cidade em Ação

Com a fundação da *TV Arapuan* em 5 de outubro de 2008, surgiu então o programa *Cidade em Ação* inicialmente apresentado pelo *Samuka Duarte* e atualmente por *José*

Siqueira B. Júnior, conhecido como *Sikêra Júnior*. O apresentador está na emissora há pouco mais de 10 meses e vem conquistando espaço nos programas policiais no estado da Paraíba. O *Cidade em Ação* vai ao ar de segunda à sábado, no horário das 11:50hs às 13:40hs. Suas médias de audiência também são relativamente altas, chegando a variar entre 12,89% em abril de 2018²⁵ e 14,44% em dezembro²⁶ do mesmo ano, segundo dados do IBOPE. O *Cidade em Ação* é o terceiro programa mais assistido na TV aberta paraibana nesse horário.

O programa tem uma estrutura próxima daquilo que analisamos no *Correio Verdade*. *Sikêra Júnior* também adota a figura de apresentador enfático, judicioso, ao mesmo tempo que revela uma postura rígida. A vestimenta de *Sikêra* é selecionada por ele mesmo e é composta por terno e gravata, diferente do apresentador *Samuka Duarte*. O estúdio conta com duas câmeras principais, quatro telas que juntas compõem o painel principal onde o logotipo do programa e as matérias são exibidas, além das cores marcantes de tonalidade azul, vermelho e branco (**Figura 9**).

Figura 9 – Estúdio do programa *Cidade em Ação* com o apresentador *Sikêra Júnior*



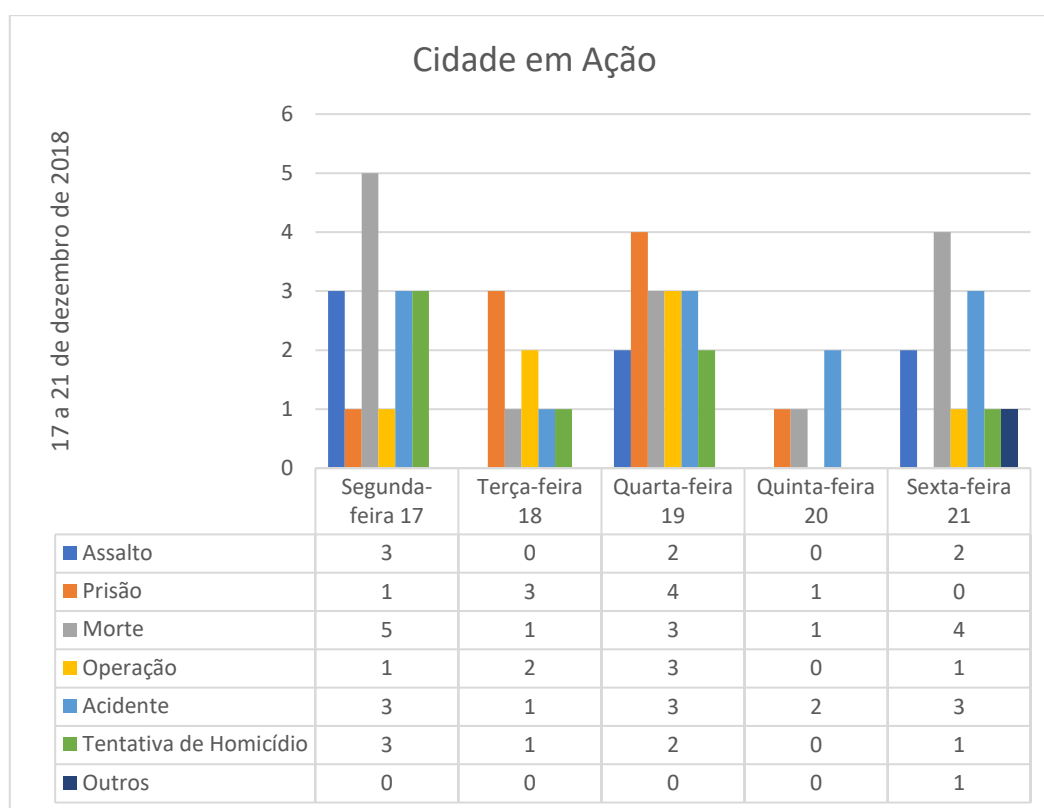
Fonte: captura de tela e registro fotográfico do pesquisador.

²⁵ Disponível em: < <http://www.polemicaparaiba.com.br/paraiba/ibobe-de-tv-meio-dia-sakaue-perde-1506-pontos-mas-lidera-sikeira-encosta-em-samuka-compare-numeros/> > Acesso em 4 jan de 2019.

²⁶ Disponível em: < <https://www.clickpb.com.br/televisao/veja-os-numeros-do-ibope-da-televisao-paraibana-divulgados-nesta-quinta-feira-251827.html> > Acesso em 4 de jan de 2019.

Os temas abordados nas reportagens são sempre os mesmos: roubos, assassinatos, batidas, sequestros, etc. E assim como o *Correio Verdade*, as matérias são muitas vezes retomadas e atualizadas parcialmente ao longo do programa. A cobertura ao vivo com perseguições e acidentes também é muito utilizada, principalmente, quando a notícia é considerada relevante. O apresentador interrompe a programação em diversos momentos para retomar a transmissão ao vivo que ocupa boa parte do programa. Foram contabilizadas 37 notícias no *Cidade em Ação* durante a semana de análise (APÊNDICE O).

Figura 10 – Estatística de notícias exibidas no *Cidade em Ação*



Fonte: elaboração própria (APÊNDICE O).

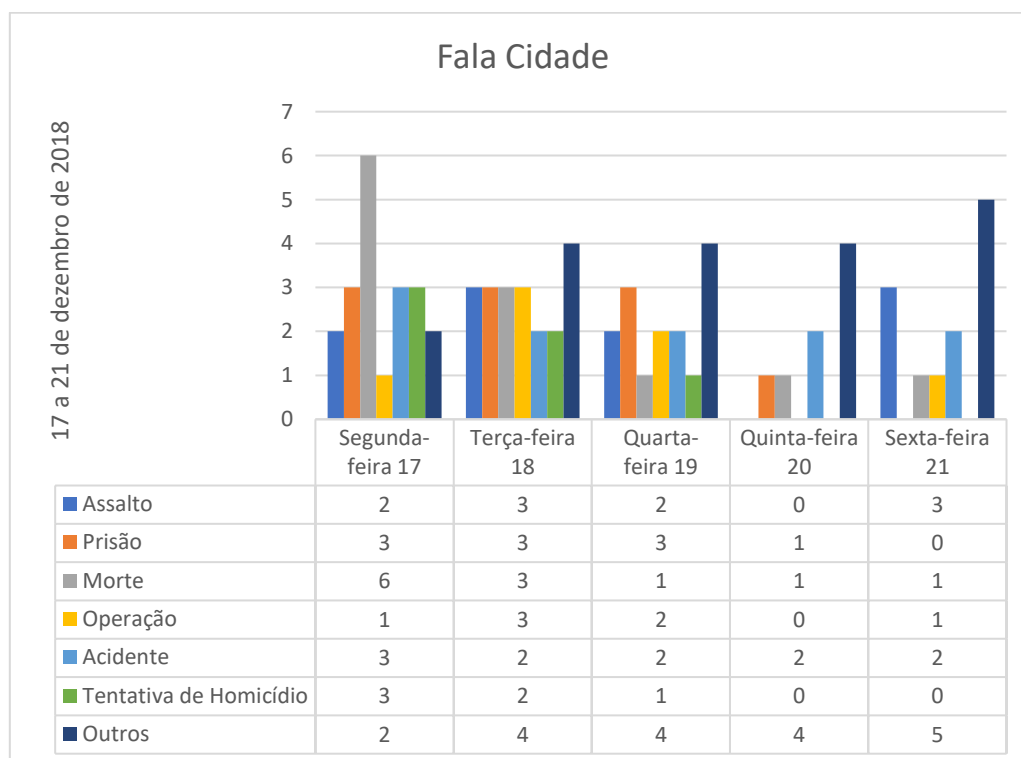
Na **Figura 10** notamos que diferente do programa *Correio Verdade* (números baixos na sexta-feira), existe uma diminuição nos temas sobre crimes na quinta-feira (apenas 4) e uma leve alta na sexta-feira (10 notícias). O programa *Cidade em Ação* não deixou de exibir sua programação de notícias para celebrar os dados do IBOPE. Por isso ele se manteve com uma intensidade maior do que o *Correio Verdade*.

4.3 Fala Cidade

O *Fala Cidade* da TV *Manaíra* também segue a mesma linha dos demais citados acima. Em alguns momentos, o programa segue a linha policial e em outros aparenta ser um programa de auditório, quando abre espaço para cantores, palhaços e dançarinos. Apresentado por *Victor de Freitas Alves*, conhecido como *Victor Freitas*, o programa vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 11:40hs às 13:20hs.

O apresentador veste uma roupa semelhante à de *Samuka Duarte*: terno aberto, camisa social, um pingente longo que substitui a gravata e calça jeans. O estúdio é o menor entre os analisados. Possui duas câmeras, porém a principal tem uma qualidade melhor que a secundária. Provavelmente esse seja um dos fatores que colocaram o programa em quinto lugar na audiência durante o horário do meio dia como mostra dados do IBOPE citados anteriormente. O apresentador apesar de ter uma desenvoltura de interação espontânea, prende-se as informações que recebe na troca de mensagens pelo celular e muitas vezes se perde diante das câmeras. No programa *Fala Cidade* foram analisadas 45 notícias. É importante destacar que algumas notícias se encaixam em mais de uma categoria. Por exemplo: “Homem é preso após assaltar casa lotérica”. Nesse caso a reportagem faz parte das categorias: assalto e prisão (APÊNDICE P).

Figura 11 – Estatística de notícias exibidas no *Fala Cidade*



Fonte: elaboração própria (APÊNDICE P).

O programa apesar de trazer quadros que abordam temas fora do formato policial, como o teste de DNA, apresenta em sua estrutura traços característicos do programa policial: apresentador com postura judiciosa (mesmo que mais descontraído que *Samuka*), noticia fatos sobre desastres e crimes, coberturas ao vivo sobre perseguições policiais e etc.

Figura 12 – Estúdio do programa *Fala Cidade* apresentado por Victor Freitas



Fonte: captura de tela e registro fotográfico do pesquisador

O estúdio é composto por dois cenários onde um deles, o do *Fala Cidade*, têm três telas fixadas na parede que servem para apresentar a logomarca do programa e as reportagens são apresentadas. Logo acima podemos ver imagens do estúdio (**Figura 12**), com o apresentador comentando notícias e os quadros alternativos do programa.

4.4 *Tambaú da Gente*

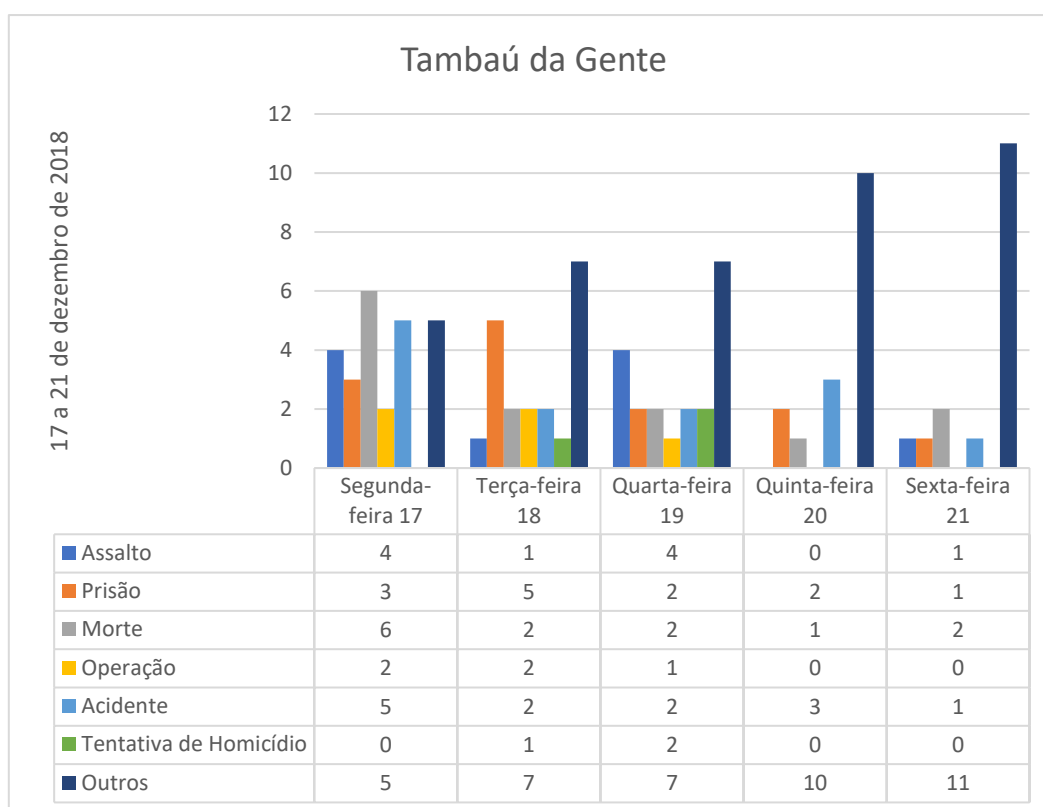
Diferente dos demais apresentados nesta pesquisa, o programa *Tambaú da Gente* segue uma estrutura mais ambígua, ora se apresenta como um programa policial, ora parece ser um jornal de prestação de serviços e mais comunitário, além de trazer em sua programação traços humorísticos e figuras travestidas, que entrevistam celebridades e apresentam quadros como acontece na *Hora da Maga*. O programa também mantém um mesmo fundo musical constante do início ao fim, sem alterações durante o discurso da

apresentadora *Karine Tenório*. A trilha sonora não se intensifica durante sua fala, diferente dos outros programas analisados que apresentam variações constantes.

Exibido de segunda à sexta-feira, das 11:45hs às 13:00hs, o *Tambaú da Gente* foi uma nova aposta da TV Tambaú e é o mais recente modelo de programa policial da empresa filiada os Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). O programa foi ao ar pela primeira vez no dia 6 de outubro de 2017 com a apresentação de *Messias Nogueira*. No dia 16 de julho de 2018, *Karine Tenório* assumiu o *Tambaú da Gente*.

Na **Figura 13** percebemos como as notícias sobre crimes e tragédias diminuem ao longo da semana. No *Tambaú da Gente* foram contabilizadas 54 notícias. No gráfico abaixo, podemos analisar que durante a semana (17 a 21 de dezembro) 57 fazem parte das categorias. Como já explicamos anteriormente, uma notícia pode estar contida em mais de um grupo (APÊNDICE Q) por isso existe uma variação de números.

Figura 13 – Estatística de notícias exibidas no *Tambaú da Gente*



Fonte: elaboração própria (APÊNDICE Q).

Identificamos através da análise dos programas gravados em vídeo que na sexta-feira o *Tambaú da Gente* flexibiliza o jornal para temas mais leves como: notícias sobre famosos, cantores, fofocas, etc. O quadro *A Hora da Maga* ganha mais espaço nesse dia.

A apresentadora veste roupas informais como macacão, saia, calça folgada e aparenta estar bem à vontade durante o programa. *Karine* conta também com bancada com um *notebook* que muitas vezes é utilizada para que ela possa se atualizar das notícias durante o programa. A bancada esconde os seus membros inferiores, nesse sentido a câmera prioriza os gestos das mãos e suas expressões faciais.

A **Figura 14** também mostra a amplitude do estúdio. Ao fundo temos as três telas que juntas formam o painel do programa, onde são chamadas as notícias, a bancada que serve de apoio para o *notebook* e no recanto direito, uma segunda tela.

Figura 14 – Estúdio do programa *Tambaú da Gente* apresentado por *Karine Tenório*



Fonte: captura de tela e registro fotográfico do pesquisador

Para complementar este momento da pesquisa recorremos às definições de variáveis estabelecidas por Souza (2004, p.130) quando o autor explica que “o apresentador recebe a tarefa de animar a atração”. Nesse sentido, encontramos essa característica no programa *Tambaú da Gente*, por ele ter um formato diversificado e em alguns momentos, mudar o seu foco de seriedade para dar voz a personagens “engraçados”, como citamos anteriormente.

4.5 Sensacionalismo: luta pela captura da atenção

Ao longo da nossa dissertação nos deparamos com um ponto em comum identificado a partir das estratégias de comunicabilidade utilizadas pelos apresentadores: a busca pela audiência. Para isso, eles adotam posturas que transcendem o padrão do jornalismo e por isso, denominamos este tópico de “Sensacionalismo: luta pela captura da atenção”. Nesse grupo trabalhamos com os sete componentes identificados na estrutura básica dos programas policiais para que possamos ressaltar o nosso pressuposto que a performance dos apresentadores contribui para a espetacularização das notícias reportadas, assim como os jornalistas exercem um certo protagonismo que permite a construção de uma estratégia patêmica visando a dramatização dos fatos.

Quadro 8 – Estrutura básica dos programas policiais

Sensacionalismo: luta pela captura da atenção
• Encenação dramática; • Diversas notícias; • Superficialidade; • Violência, Dor, Sofrimento, Tragédia; • Figuras de Linguagem; • Repetição, fragmentação e velocidade; • Construção da Proximidade.

Fonte: elaborado pelo autor desta pesquisa

A partir desses vetores identificados e já fundamentados anteriormente nesta pesquisa damos início as análises feitas nos programas em estudo.

4.5.1 Encenação dramática

A dramaturgia é um dos elementos de destaque no programa policial, a exemplo das tensões dramáticas, expressões faciais, orais, gestuais e a identificação com o vilão ou herói. Nesse sentido, encontramos a espetacularização da notícia na exploração de recursos como o exagero, ênfase nas histórias ocorridas, a fim de despertar emoções diversas no telespectador similar a ideia de Periago:

Os telejornais policiais são produzidos como se fossem programas de espetáculo para despertarem, no telespectador, os mesmos interesses originados pelos programas de ficção. O termo *roteirizar a matéria* – muito usado nas redações televisivas – para deixá-la mais atraente, sugere uma ligação com outros campos de produção (PERIAGO, 2004, p. 33).

Assim como na dramaturgia, o programa policial permite que o apresentador estabeleça um conflito dramático para explorar sentimentos do telespectador a medida em que o enredo vai sendo apresentado. Deste modo, o espaço preenchido pela argumentação sentimentalista do apresentador se torna mais abrangente durante o programa do que a problematização aprofundada dos fatos. Esse sentimentalismo pode ser observado na fala do apresentador *Samuka Duarte* enquanto conduzia o programa *Correio Verdade* exibido no dia 17 de dezembro de 2018. O jornalista aponta o dedo direito para a câmera, em seguida uma trilha sonora de suspense começa a tocar e ele fala a seguinte frase: “Olha atenção! Uma fatalidade que aconteceu ontem à noite. Um jovem, um jovem”. O apresentador vira de costas para a câmera, aponta para o telão que está exibindo a fotografia do jovem e continua seu discurso. “Olha bem. Ele se apoiou num muro, subiu, se apoiou num muro tá certo?”. Mais uma vez *Samuka* interrompe a informação para descrever a cena que ele está lendo. Ele simula através de gestos com as mãos a maneira como o jovem tentava se apoiar no muro. A estratégia continua: “Pra falar com a ex-mulher dele. Aí o muro... ele subiu para falar com a ex-mulher, a ex-mulher que ele queria falar com o filhinho dele e aí o que é que aconteceu? O muro pá caiu por cima dele e ele morreu. Olha que situação”. O apresentador aponta para a tela que exibe a imagem do muro quebrado e questiona: “como é que pode um negócio desses não é?”. Nesse momento *Samuka* decide não exibir essa reportagem, aponta para a câmera e diz a seguinte frase em alto som: “Atenção porque *Bruno* está me chamando. O que é que está acontecendo aí? O que é que está acontecendo? Atenção!”. *Samuka* interrompe toda sua fala para exibir outra reportagem que ele considera mais importante. Aparentemente o jornalista não sabe nada sobre o assunto, mas usa um chamativo para tentar manter a atenção do seu público no programa. Acreditamos que o apresentador tem convicção de que a informação que chega ao seu ponto é mais relevante do que a matéria que ele fez toda uma narração. Impressionar o telespectador é o objetivo do programa e nesse momento, a matéria considerada fria, perderia espaço para um *link* de uma operação policial que estava acontecendo ao vivo. Analisando essas estratégias, podemos compreender que o programa policial não poupa esforços para anunciar o fato. As chamadas que despertam curiosidades nos telespectadores também fazem parte deste

campo. Esse mecanismo é profundamente utilizado no programa policial principalmente no meio de outras reportagens. Assim, o apresentador se coloca como um intermediário fazendo uso de uma performance dramática quando lhe convém para tentar capturar a atenção do seu público e direcioná-la a ele.

No programa *Cidade em Ação* exibido no dia 17 de dezembro de 2018, vemos como o apresentador *Sikêra Júnior* tenta intimidar o telespectador para chamar a sua atenção, de forma que eles não mudem de canal durante o intervalo do programa: “A seguirrrrrrr...” Diz o apresentador em alto tom enquanto um som dramático de fundo começa a tocar. “Adolescente de dezessete anos é baleado no bairro de Mandacarú. Eu volto... em três minutos. Mas atenção...” Nesse momento o jornalista aponta o dedo para a câmera e faz uma cara de mal. “Se você... pegar nesse controle remoto amaldiçoado para ver o que está passando no outro canal... você!”. O apresentador aponta mais uma vez para a câmera e tenta intimidar o seu telespectador, pisca o olho, estira língua e completa “não vai comer panetone no natal”. Em seguida sai de cena. Essa estratégia adotada pelo apresentador de fazer chamadas sobre notícias que ainda serão exibidas, ou de mostrar fragmentos da reportagem e mais adiante retomá-las na íntegra, faz parte da *encenação dramática*. Podemos observar dentro desse enredo momentos de suspense e expectativas geradas pela dramatização.

Nesse sentido, as notícias são apresentadas com frases que causem efeito por meio do exagerado uso de adjetivações para indicar ao telespectador o nível de intensidade de quão absurdas e terríveis são aquelas notícias. Dessa forma, o apresentador consegue gerar uma expectativa constante em seu público que se prende àquela história. A construção do contrato de comunicação pode ser entendida pela forma como a notícia está sendo conduzida pelo jornalista. Nesse caso, através do suspense.

No próprio jogo discursivo podemos observar que o apresentador tem uma liberdade de criar, retardar e por fim, narrar o final de cada notícia. No programa policial é comum acontecer essas etapas. Na fala do apresentador *Samuka Duarte* – durante o programa *Correio Verdade* exibido no dia 20 de dezembro de 2018 – podemos observar como ele procura despertar a curiosidade em seu telespectador ao introduzir uma matéria e aos poucos revelar algumas pistas daquilo que será apresentado. “Vocês lembram que ontem, que ontem, nós mostramos aqui um fato”, o jornalista desvia o olhar da câmera para o lado direito do estúdio, assovia tentando chamar a atenção das pessoas que estão conversando nos bastidores e tenta continuar sua fala: “uma mulher, uma mulher, ela, ela, ela”. *Samuka* faz gestos para tentar chamar a atenção das pessoas que conversam no

estúdio. Nesse momento o apresentador não consegue conduzir seu discurso. “Ela invadiu uma casa, ela invadiu uma casa, ela invadiu uma casa e agrediu uma criancinha de... onze meses e outra de três anos chutando a criança e aí o pai da criança viu e partiu pra cima?”. O apresentador interrompe sua narrativa, e fala em alto tom: “Bruno me chama agora ao vivo, a equipe me chama agora ao vivo. A novidade sobre o caso do Bessa é isso? Sobre o caso do Bessa? Cadê Bruno aqui ao vivo comigo? Bruno, que novidade é essa meu irmão?”. O jornalista foi construindo uma estratégia discursiva patêmica e logo em seguida interrompeu sua fala para dar lugar a uma nova reportagem totalmente diferente daquilo que ele estava descrevendo. Nesse caso a performance do apresentador se torna mais importante do que a informação, pois o fato deixou de ser complementado para dar lugar a um outro tipo de notícia. O tempo utilizado pelo jornalista serviu apenas para a dramatização do acontecimento.

Esse formato de estratégias dramáticas não está limitado a figura do apresentador. No trecho transcrito do programa *Cidade em Ação* que foi exibido no dia 19 de dezembro de 2018, podemos observar essa mesma característica presente na fala do repórter *Márcio Rangel*. Enquanto as imagens (**Figura 15**) da câmera de segurança são exibidas no telão o jornalista tenta explicar a cena da seguinte forma:

Os três criminosos chegam, eles rendem a proprietária que estava no caixa do mercadinho que funciona no centro da cidade. Além da proprietária, eles também rendem um cliente. A vítima depois que é roubada, tem o dinheiro do caixa levado pelos criminosos, ainda é agredida, ainda é agredida com tapas no rosto. Isso aconteceu por volta de sete e quinze da noite desta terça-feira na cidade de Alagoa Nova. Uma coisa curiosa Sikêra, é que na região de Campina Grande, esse tipo de crime tem aumentado. Principalmente com o advento das festas de final de ano. É mais ou menos assim: os bandidos estão em busca de um décimo terceiro. Por isso, estão agindo contra estabelecimentos comerciais aqui na região. Nesse caso específico aí, o que mais revolta, além da agressão a comerciante, é que esse mesmo estabelecimento, de acordo com a vítima, já foi assaltado somente neste ano de 2018, onze vezes. É quase um assalto por mês. A polícia recebeu essas imagens, foi acionada, mas não conseguiu capturar os bandidos.

Como abordamos anteriormente, esse componente de dramatização identificado na estrutura básica de um programa policial se faz presente nesses programas para que haja a construção do contrato de comunicação. Os detalhes que são apresentados pelo jornalista em sua fala contribuem para que seu discurso convença – *logos* – o telespectador e produza sentimentos como: revolta, indignação, etc. Dessa forma, esse componente de dramatização se faz presente em grande parte do jornalismo policial como estratégia padrão do contrato de comunicação.

Figura 15 – Imagens do assalto e fuga dos assaltantes exibidas pelo *Cidade em Ação*



Fonte: captura de tela.

No trecho que descreve a fala do jornalista podemos destacar expressões que enfatizam a dramatização como “ainda é agredida, ainda é agredida com tapas no rosto”; “uma coisa curiosa”; “o que mais revolta”; “é quase um assalto por mês”. Frases como essas são utilizadas para “enfeitar” o enredo e criar um sentimento de indignação, um cenário de um assalto violento, repentino, assim como nos filmes de suspense. Em seguida, o repórter justifica o aumento de assaltos na região pela proximidade das festas natalinas. “Os bandidos estão em busca de um décimo terceiro. Por isso, estão agindo contra estabelecimentos comerciais aqui na região”. Podemos dizer que o repórter também tem uma certa liberdade argumentativa de explorar causas, consequências, dramatizações, assim como o apresentador. Quando a nota coberta feita pelo repórter acaba, e *Sikêra* assume o comando do programa, temos mais uma vez comentários sobre o assalto, só que agora feito pelo apresentador:

O dono desse estabelecimento. Coloca a tela cheia. A preocupação dele de colocar a câmera. Onde é que estava a câmera? Mostra lá a outra câmera. Mostra a outra câmera não essa. A outra câmera. Ele tá mais preocupado que o funcionário mexa no caixa dele do que uma câmera que pegasse detalhes, que captasse a cara dos vagabundos, dos bandidos. Olha o lá de fora dando apoio, crianças idosos, ele não tá nem aí pra ninguém. Eles não estão nem aí pra ninguém. O bandido não respeita a própria mãe. Eles ficam no meio da rua, olha que tranquilidade... a arma na mão. Olha que tranquilidade gente, ele bateu na funcionária, derrubou as caixas, é tão tranquilo assaltar aí que eles estão no meio da rua.

Mesmo com os comentários enfáticos feitos pelo repórter e apresentador, existem critérios estabelecidos para cada etapa de dramatização no programa policial. Um exemplo claro é a padronização de abertura dos programas associado ao suspense e curiosidade. É um momento único em que o apresentador pode utilizar tais técnicas para estimular o interesse do telespectador pela programação que será exibida. “A escalada é

a abertura do telejornal e mostra, através de manchetes, os principais destaques do dia. A escalada tem que convencer o telespectador a assistir o programa a através de frases de impacto lidas, de forma dinâmica, pelos apresentadores” (PERIAGO, 2004, p.51).

Para exemplificar esse momento da escalada tomamos o caso da apresentadora *Karine Tenório* que no dia 21 de dezembro de 2018 apresentava o *Tambaú da Gente*. Na ocasião, a tela da TV estava dividida com o apresentador do programa anterior ao dela. A jornalista estava com um sorriso no rosto, mãos entrelaçadas e camisa de cor azul com o desenho de uma árvore de natal. Sua postura vai mudando gradativamente ao mesmo tempo em que noticia fatos trágicos:

Bom dia Fábio, realmente uma sexta-feira linda. Um bom dia para o meu colega Fábio, um bom dia também para o pessoal de casa porque chegamos à sexta-feira, pertinho do natal né? Pertinho também do fim de ano e a bandidagem não está de recesso não hein. Inclusive, parece que eles estão querendo fazer festa grande. Nessa madrugada [...].

Observamos assim, como a *Karine Tenório* realiza uma rápida, porém gradual mudança de um clima festivo e descontraído, para um clima de tensão; ao mesmo tempo que em os gestos e feições da apresentadora vão ficando mais bruscos e sérios (**Figura 16**).

Figura 16 – *Karine Tenório* sorri enquanto divide tela com o apresentador *Fábio Araújo* e logo em seguida ela vai ficando gradativamente séria



Fonte: captura de tela.

O suspense também é um dos elementos que podemos destacar no programa policial presente na construção de suas notícias. Muitas vezes, parece que estamos diante de um filme de ação policial. Nessa lógica ressaltamos as frequentes perseguições policiais veiculadas nos programas em análise. Com tudo, o ritmo da fala dos apresentadores nos parece ser o principal responsável por esse elemento. Esse recurso tenta manipular a padronização das notícias, pois o apresentador acelera e reduz o ritmo

das palavras, aumenta e diminui a intensidade da voz, causando instabilidades ociosas em seu discurso. Podemos notar tais características na fala do apresentador *Victor Freitas* quando o jornalista apresentava o programa *Fala Cidade*, exibido no dia 18 de dezembro de 2018. Na ocasião, *Victor* coloca a mão na orelha como se estivesse recebendo informações pelo ponto eletrônico e aponta para a câmera com a mão esquerda enquanto declama em alto tom:

É pra ler essa cabeça agora linho? Atenção Betinho nascimento ao vivo. O que é que está acontecendo lá? Acidente na BR 230. Betinho nascimento ao vivo com informações pra gente. Boa tarde Betinho. O que foi que aconteceu por aí meu irmão? É com você!

Segundo Borges (2002), o excesso de adjetivos é outra estratégia de comunicabilidade que pode ser destacada na dramatização do programa policial. A presença desse componente faz com que os apresentadores encaminhem um desfecho para suas falas e tornem as notícias emocionantes. Ainda segundo o autor, programas que abordam essas temáticas flertam com a ficção e ficam no limite entre o entretenimento e o jornalismo. Para exemplificar tais adjetivações tomamos quatro casos identificados nos respectivos programas: *Correio Verdade*, *Tambaú da Gente*, *Cidade em Ação* e *Fala Cidade* respectivamente. O primeiro foi narrado pelo apresentador *Samuka Duarte* no dia 19 de dezembro de 2018 quando ele utilizou a seguinte frase: “O bandido ele tem coração no solado dos pés. O coração do bandido é debaixo da sola dos pés”. O jornalista utilizou-se desse recurso para tentar transparecer sua indignação com o caso apresentado. Dessa forma ele tenta incluir o seu telespectador em sua narrativa através das emoções causadas pelo seu discurso, como por exemplo a repulsa, antipatia, etc. No segundo caso a apresentadora *Karine Tenório* faz a seguinte colocação no programa *Tambaú da Gente* exibido no dia 20 de dezembro de 2018: “Eu pergunto para o pessoal de casa: quem é mais animal aí? Porque o cachorro ele estava seguindo extinto dele. Agora o homem não. O homem tem plena consciência dos atos dele. E fazer uma crueldade dessas”. Podemos observar que a apresentadora revela uma certa indignação no seu discurso ao comparar o homem a um animal irracional e ao mesmo tempo em que tenta trazer o seu público para dentro da narrativa para compartilhar desse sentimento.

No terceiro exemplo exibido no dia 20 de dezembro de 2018, podemos identificar a mesma característica na fala do apresentador *Sikêra Júnior* quando ele faz um comentário a respeito de uma apreensão de drogas e dinheiro pela polícia da Paraíba. “Esse dinheirinho aí são dos otários que fumam esta merda que ele vende”. Nesse caso,

o jornalista utiliza a palavra “merda” para caracterizar a droga, e “otários” fazendo referência às pessoas que compram as drogas. E por fim, no quarto caso o apresentador *Victor Freitas* comenta no dia 19 de dezembro de 2018 a seguinte frase: “Isso não existe. Isso aí já é falta de respeito [...]. Esses bandidos são uns cabra covarde, sem vergonha, safado, covarde”. Os quatro exemplos que citamos anteriormente são compostos por adjetivações negativas de determinadas pessoas ou coisas. Na maioria das vezes, o apresentador tenta transparecer sua indignação para que o seu telespectador faça parte de sua estratégia discursiva. Além de assumir o protagonismo diante dos fatos e deixar de lado o aprofundamento em dados, estudos, estatísticas, os jornalistas utilizam-se de uma performance dramática e patêmica que serve como base para a banalização da informação.

No texto transcrito abaixo, o apresentador *Samuka Duarte* abusa da adjetivação em sua fala para explicar um caso de briga familiar. O comentário foi feito após a exibição de uma reportagem sobre o caso. A fala pode ser encontrada no programa *Correio Verdade* que foi exibido no dia 19 de dezembro de 2018.

Eu sinceramente. Às vezes a gente quer dizer alguma coisa, mas a gente tem um cuidado, porque tem gente que fica dizendo assim: tá exagerando, tá se precipitando, tá falando demais, tá não sei o quê, você não tá na pele dele. Minha gente, o cara que é casado e tem dois filhos e chega a um ponto final o casamento que pode acontecer com qualquer um. Comigo, com você, com qualquer ser humano que está casado ou casada pode a qualquer momento acontecer um ponto final no relacionamento. Correto? Ninguém está garantido que vai manter o casamento até morrer. Se casa pra isso. O homem casa com uma mulher para viver com ela até o último dia de vida. A mulher casa com um homem para viver com ele até o último dia de vida. [...] Mas se por acaso chegar ao final, você vai dá o troco? Fazer uma desgraceira dessa? Ele não pensou nos filhos [...] Agora eu te pergunto: que pai é esse? Ele pensou só nele. É o amor egoísta. Ela vai sofrer. Ele não pensou nos filhos. Eu vou chamar de cidadão para não chamar outro nome. [...] E agora, os filhos vão pra onde? Vão morar aonde? [...] É um imbecil, um babaca o cara que faz isso. [...] Aqui a gente não tem medo de comentar, a gente não faz só ler TP não. Ler TP é uma coisa, mas comentar, mostrar o fato, chamar a atenção e usar a sensibilidade porque nós somos seres humanos.

Podemos observar por meio do texto transcrito acima que é notória a intenção do apresentador em explorar as sensações nos seus telespectadores do que o fato em si. A notícia fica isolada no programa e abre espaço para a afetividade familiar. Analisando a matéria identificamos que a reportagem tem exatos dois minutos e dez segundos. O apresentador passou dois minutos e cinquenta segundos comentando a notícia. Ou seja, quarenta segundos a mais que a informação gravada pela repórter. Pouco conteúdo e muita dramatização em sua performance. A estratégia imposta pelo apresentador ressalta

o foco em temas delicados e tocantes como, por exemplo, quando ele utiliza a frase: “e agora, os filhos vão pra onde? Vão morar onde?”. Sendo assim, o foco se desloca do fato e volta para aos personagens da reportagem. O apresentador prioriza os problemas familiares e ao mesmo tempo questiona sobre como eles vão enfrentar os novos obstáculos da vida. Significa dizer, portanto, a criação de uma pequena história em torno do fato noticiado: “O personagem-cidadão da matéria vira então o personagem-atração, e o modelo de relato obedeceu às características da narração: personagens em sua dimensão física e psicológica, a condição espaço-tempo, os conflitos, o clímax e o desfecho” (AROUCA, 2003, p.36). O apresentador tenta sensibilizar – comover – o seu telespectador através de uma estratégia discursiva onde ele coloca o personagem como vítima. Dessa forma, o jornalista pretende alcançar um dos seus objetivos que é prender a atenção do seu público a sua estratégia de dramatização.

Um dos pontos que diferencia o programa policial do jornalismo tradicional é a tendência evidenciada na narrativa de pequenas histórias. Podemos exemplificar o tempo como um dos fatores que diferencia desses dois gêneros. Enquanto no programa policial cada enredo pode se arrastar por um longo período, no jornalismo tradicional existe uma tendência de brevidade. Como o interesse dos programas policiais não é transmitir apenas a informação, mas sim aproveitar a ocorrência do fato e envolver emocionalmente o telespectador com a notícia, é comum acompanharmos coberturas ou comentários que durem mais tempo do que a própria reportagem, desde que seja “pertinente”:

Contrariando os princípios do telejornalismo, as reportagens do *Bandeira 2* (assim como as do *Ronda Policial*, *Cidade Alerta*, etc.) não são nada telegráficas [...]. Mais do que apenas informar sobre os incidentes corriqueiros, o noticiário policial tem que “decifrar o enigma”, tem que elucidar o caso, a exemplo do romance policial (BORGES, 2002, p.146)

Desse modo, no *Correio Verdade*²⁷ verificamos que cada notícia durou em média dois minutos e dez segundos, sendo que o *link* ao vivo conduzido pelo repórter *Jonas Batista* trazendo informações sobre as comemorações natalinas na casa de apoio a crianças com deficiência, Centro Guia, durou quatro minutos, sendo a mais longa da edição em análise. No *Tambaú da Gente*²⁸, cada notícia durou, em média, dois minutos, sendo que as duas maiores matérias ocuparam cada uma entre cinco e seis minutos.

²⁷ Edição 18 de dezembro de 2018.

²⁸ Edição 20 de dezembro de 2018.

Já o *Cidade em Ação*²⁹, a média de duração de cada notícia foi de dois minutos e quarenta segundos, sendo que a maior ocupou exatos três minutos e sete segundos. Por fim, o *Fala Cidade*³⁰ transmitiu notícias com uma média de dois minutos e quinze segundos, sendo que as três maiores matérias correspondem respectivamente a três minutos e quarenta e cinco segundos, três minutos e cinquenta segundos e cinco minutos e cinco segundos. Essa edição do *Fala Cidade*³¹ também faz parte do universo das matérias transmitidas direto do local do fato.

As notícias que duraram mais tempo resultaram de informações transmitidas com *link* ao vivo. No programa policial, existe uma priorização para elas, pois são vistas como notícias quentes. Nesse sentido, os repórteres têm a liberdade de argumentar sobre o tema em questão até a sua exaustão.

Recursos sonoros como ruídos oriundos do ambiente (som de tiros, sirenes), vinhetas, bordões, músicas diversas ou até mesmo a forma como os apresentadores impostam, entonam, aumentam o volume da voz, contribuem indispensavelmente para a *encenação dramática* representada na apresentação da notícia. Segundo Borges:

A trilha sonora é realçada ou suavizada de acordo com o ritmo da fala do apresentador que se altera conforme o ritmo da reportagem. Em casos considerados hediondos pelos programas, por exemplo, o fundo musical é extremado [...]. A narração dos repórteres é longa e visivelmente emotiva: a reconstituição de crimes e outros incidentes é feita de maneira pormenorizada, com recursos sonoros oscilantes apelando para os recursos da imagem. Tal estrutura nos faz atentar para o som como um elemento que dinamiza e particulariza os discursos desses noticiários, indicando o suspense e o medo (BORGES, 2002, p. 106).

Logo na abertura do *Tambaú da Gente*³², por exemplo, esse recurso de musicalidade fica nítido. Observamos uma trilha sonora agradável ao fundo que se mantém na mesma intensidade e acompanha a leitura da escalada do programa feita por *Karine Tenório* desde o início até o final. Mesmo com o término da abertura, a sonoridade se mantém na mesma constância. No *Cidade em Ação*³³, enquanto *Sikêra Júnior* comenta sobre um assalto em um mercado, temos ao fundo, o som do barulho de tiros (**Figura 17**). Seguindo a mesma linha, identificamos no *Correio Verdade*³⁴, enquanto o apresentador

²⁹ Edição 19 de dezembro de 2018.

³⁰ Edição 17 de dezembro de 2018.

³¹ Edição 17 de dezembro de 2018.

³² Edição 17 de dezembro de 2018.

³³ Edição 19 de dezembro de 2018.

³⁴ Edição 19 de dezembro de 2018.

Samuka Duarte utiliza-se de uma estratégia discursiva onde um homem teria sido espancado a pauladas, sobe uma trilha sonora de suspense juntamente com o som da hélice de um helicóptero em movimento ao fundo (**Figura 17**).

Já no *Fala Cidade*³⁵, enquanto a escalada do programa é apresentada, podemos ouvir um som de sirene e uma música de suspense. Após a abertura, o apresentador inicia o programa interagindo com os seus telespectadores e podemos ouvir vinhetas com gargalhadas e uma voz de criança que fala a seguinte frase “Victor, eu tava com saudade de você”.

Figura 17 – *Sikêra Júnior* do lado esquerdo da imagem faz o gesto de uma arma com as mãos. *Samuka Duarte* do lado direito gesticula descrevendo um caso de espancamento



Fonte: captura de tela.

Borges (2002) explica que os cenários dos programas policiais são preparados para que o apresentador tenha liberdade de caminhar, gesticular e utilizar das tonalidades emocionais adaptadas em cada notícia, para assim, compor o seu discurso. Ainda segundo o autor, outros são compostos por plateias que dão a impressão de resposta imediata da interação do apresentador com o seu público. No programa *Cidade em Ação* temos uma interação direta do apresentador *Sikêra Júnior* com as pessoas que ficam por trás das câmeras que ele chama de “igreja”. Os integrantes que compõem esse grupo são produtores, cinegrafistas, e todos aqueles que estiverem em estúdio e quiserem participar. Acontece da seguinte forma: quando o apresentador quer saber a opinião das pessoas que estão em estúdio a respeito de determinado tema, ele diz a seguinte frase “atenção igreja!”. No dia em que estive em estúdio para acompanhar a desenvoltura do apresentador pude perceber que em alguns momentos ele combina com a sua “igreja” o bordão que vai falar. Em outros momentos, acontece espontaneamente. Nesse sentido, o

³⁵ Edição 18 de dezembro de 2018.

apresentador faz uma pergunta e todos respondem em voz alta. Dessa maneira, as caretas (**Figura 18**), gesticulações, posturas corporais, movimentos de mãos; entonação de voz; e mesmo a maneira de se vestir; servem para reforçar os sentidos já apresentados na matéria ou dar novos significados as notícias que são exibidas.

Figura 18 – Sikêra Júnior faz caretas, inclina o seu corpo para frente e coloca os braços para trás enquanto dança ao som de uma música durante o programa *Cidade em Ação*.



Fonte: captura de tela.

O programa policial – composto por apresentadores protagonistas – consegue reunir todos esses elementos apresentados acima para exibir ao seu público histórias trágicas com ação, suspense e em alguns casos até comédia. Além disso, podemos observar que existe uma proximidade do jornalismo e do entretenimento. Por hora, não conseguimos separá-los nos programas analisados nesta pesquisa. Nesses casos, aparentemente, a prioridade dos apresentadores é entreter o telespectador, visto que, após veiculação das reportagens, todos já sabem o que de fato ocorreu.

4.5.2 Diversas notícias

Caracterizamos como *notícias diversas* fatos curiosos que chamam a atenção do telespectador por sua intensidade, estranheza, singularidade, comicidade e por envolverem figuras públicas como celebridades. Essas informações estão em uma categoria de:

notícias de gêneros diversificados e sem classificação como crimes violentos, perseguições policiais, fenômenos da natureza, aberrações, animais com cinco pernas, acidentes de carro, irmão xifópagos, escândalos, tempestades, incêndios, suicídios e etc. Esses temas estão ligados ao interesse humano porque despertam curiosidade, a fantasia e humor (PERIAGO, 2004, p.36).

Segundo o autor, essas notícias não exigem uma reflexão a respeito dos fatos apresentados, elas são de fácil entendimento por possuírem em sua essência o uso da linguagem coloquial. Essas notícias são projetadas por fatos do presente e se encerram por si só. São compostas por pequenos enredos com começo, meio e fim e sem relação com causas sociais. A notícia já vem com todos os elementos necessários para que se possa entendê-la. Surge então, a necessidade de se ter uma *superficialidade* dos fatos.

Na busca pela audiência, boa parte dos programas policiais utiliza-se dessas notícias para atrair o público. Esse fenômeno ocorre tanto na veiculação de informações que envolvem aspectos absurdos e curiosos, como em momentos “descontraídos” em que o apresentador narra um fato divertido que aconteceu com ele, ou até mesmo quando alguma figura cômica entra em cena durante o programa. Acreditamos que esses momentos de descontração acontecem para que o telespectador não se canse de assistir o programa e continue acompanhando, mesmo que em alguns momentos ele apresente episódios de tensão. No caso do *Tambaú da Gente*³⁶, esse tipo de recurso é frequente no quadro *A Hora da Maga* (**Figura 19**), ou mesmo a presença de elementos que fazem parte da composição do cenário como acontece no *Correio Verdade*³⁷, com o fantoche e o chicote que ficam logo abaixo do telão do programa. No *Fala Cidade*, destacamos a presença de uma senhora vestida de palhaço que dança enquanto outra canta (**Figura 19**).

Figura 19 – Na sequência da esquerda para a direita: *Magally Mel*; *Samuka Duarte* ao lado do seu fantoche; e uma mulher vestida de palhaço no programa *Fala Cidade*



Fonte: captura de tela e registro fotográfico do pesquisador.

Para exemplificar as *diversas notícias*, identificamos no programa *Tambaú da Gente* exibido no dia 20 de dezembro de 2018 a abordagem da apresentadora *Karine Tenório* a respeito de curiosidades sobre famosos. Na ocasião, a jornalista comentava

³⁶ Edição 18 de dezembro de 2018.

³⁷ Edição 20 de dezembro de 2018.

sobre como a cantora *Marília Mendonça* emagreceu mudando os seus hábitos alimentares (**Figura 20**). O bate-papo aconteceu entre *Karine Tenório* e *Magally Mel*. “Ela está linda, linda!” falou *Karine*; “Magérrima! Magérrima!” exclamou *Magally Mel* olhando para o telão que exibia a foto da cantora e continua: “E essa outra foto, *Karine* que ela postou no Instagram que os fãs começaram a brincar, a elogiar. Chamaram ela até de Barbie né? Tá uma Barbiezinha. Ela colocou um batonzinho claro, rosa”. Em seguida a apresentadora comenta: “Olha a unha. Ela sempre foi muito bonita, agora ela se descuidou muito. Inclusive a saúde dela ficou abalada por isso. Ela disse que tinha mais de cinquenta por cento do corpo de gordura e que isso tava fazendo muitos prejuízos para a saúde dela”. Compreendemos que essas notícias são apresentadas com o objetivo de entreter o telespectador. Seguindo esse raciocínio entendemos que o jornalista tenta buscar um vínculo de proximidade com o seu público e por meio dele garantir a construção do contrato de comunicação. Em outras palavras, as pessoas que se identificam com a temática ou com a cantora estarão “atentas” as informações apresentadas. Nesse caso, a jornalista tenta agradar o seu telespectador com notícias sobre celebridades e garantir um certo nível de audiência para o programa ao direcionar sua estratégia discursiva a um determinado público.

Figura 20 – Apresentadora *Karine Tenório* comentando com a repórter *Magally Mel* sobre o visual da cantora *Marília Mendonça* no programa *Tambaú da Gente*



Fonte: captura de tela.

No exemplo seguinte o apresentador *Sikêra Júnior*, após várias notícias negativas, chama a atenção do seu público para presença de um médium pernambucano que estará no programa *Cidade em Ação* atendendo a pergunta dos telespectadores na última sexta-

feira do ano de 2018. O jornalista aponta para a câmera, fica imóvel, sobe um áudio de suspense e fala: “E atenção Brasil!!!... dia vinte e oito de dezembro, a última sexta-feira do mês, a última, estará aqui, neste palco um dos médiuns mais famosos do Brasil. Ele viaja o mundo... Doté Elias pela primeira vez na Paraíba em João Pessoa”. Podemos observar que a notícia perde espaço para o entretenimento e o apresentador se torna protagonista dessa história, pois ele se coloca como a pessoa que está promovendo essa “atração”. Dessa forma o jornalista busca através do entretenimento envolver a comunidade paraibana com o programa *Cidade em Ação*. Assim ele assume a identidade de um personagem com uma performance dramática visando níveis de audiência através da comicidade.

Outro caso que podemos destacar na fala do apresentador *Sikêra Júnior* durante o programa *Cidade em Ação* do dia 17 de dezembro de 2018, é quando o jornalista fala sobre a sua vida pessoal e logo em seguida comenta sobre a mensagem de fim de ano gravada pelo *Sistema Arapuan*. Na ocasião, *Sikêra* cruza os braços e se incomoda com um comentário feito por alguém da produção a seu respeito durante a transmissão do programa:

Eu depois de velho, cinquenta e um anos de idade, avô, cabelo branco e vem um garotão desse querer gritar comigo e me dá lição de moral e no ar. Eu tô mole mesmo. [...] Vocês viram no primeiro filme? Adivinhem com quem Daniel estava tirando foto? Com quem? Foi com as crianças? Foi com as visitas? Foi com quem? Foi com o presidente do *Sistema Arapuan*. Viu ele? Os dentes aqui. Puxa saco sem vergonha. Tu tá achando que vai ter aumento de salário é? Seu puxa saco safado, Daniel. Além de tudo é crente.

No texto transcrito acima podemos identificar como o apresentador se comporta durante o programa. Essa estratégia de comunicabilidade faz referência ao seu *ethos*, pois ele faz uso de sua imagem para tentar agradar o seu telespectador. Para isso *Sikêra* interage com sua equipe, questiona e comenta assuntos que fogem da pauta jornalística. Dessa forma, o jornalista assume um papel de protagonista do programa e direciona para si “os olhares” do seu público.

Essa tendência de abordar fatos superficiais ou informações diversas pôde ser identificada em todos os programas analisados nesta pesquisa. O *Victor Freitas*, apresentador do *Fala Cidade* – programa exibido no dia 20 de dezembro de 2018 – faz a seguinte colocação: “Notícias exclusivas com a diretora mais sapecada do Brasil. Um dos casos comentados foi o da jiboia”. Logo em seguida a diretora comenta: “Vamos lá, a notícia na íntegra. Prestem bem atenção que eu não vou repetir tá bom? Homem coloca a cobra errado no lugar errado e vai parar no hospital. Um paraense se arriscou para sentir

mais prazer e quase morreu”. Compreendemos que esse tipo de estratégia serve para despertar a curiosidade no telespectador e ao mesmo tempo fazer com que ele se envolva emocionalmente com o programa. Essas notícias são pensadas estrategicamente para despertarem a comichão. Dessa forma o entretenimento se apresenta como alternativa para a construção de uma relação de proximidade do apresentador com o seu público. Nesse sentido o jornalista assume uma performance banal para criar uma estratégia discursiva dramática e patêmica.

Vale destacar que o aspecto *atualidade* pode nos ajudar a entender como esses programas priorizam fatos que acontecem durante a semana ou naquele dia. Por um lado, a *atualidade* pode despertar uma curiosidade maior do telespectador a determinados assuntos, por outro, ela se torna superficial por não proporcionar a capacidade de aprofundamento nos fatos narrados. Como a coisa mais importante é aquele assunto que está acontecendo naquele momento; se torna inviável fazer uma reflexão mais contextualizada sobre o fato, dessa maneira surge a *superficialidade*. Essas notícias ou eventos divulgados pelos apresentadores dos programas em análise só servem para despertar emoções diversas como: ansiedade, curiosidade, entretenimento, diversão, entre outros.

4.5.3 Superficialidade

Um dos elementos complementares da *encenação dramática* e das *diversas notícias* presentes no programa policial é a *superficialidade*. Os fatos apresentados nunca são explorados de forma mais profunda e politizada. Por exemplo: eles não são contextualizados por especialistas, analistas como forma de reflexão ou como busca de solução. Não existe uma preocupação dos programas em elaborar dados sobre crimes a partir das notícias reportadas na região a fim de tentar ajudar a comunidade. Parece evidenciar uma tendência que explora a baixa qualidade e complexidade dos casos apresentados no programa.

No trecho transcrito abaixo podemos identificar o próprio apresentador *Samuka Duarte* assumindo a *superficialidade* do programa *Correio Verdade* exibido no dia 20 de dezembro de 2018 ao indagar que os fatos são repetitivos. Apesar do questionamento, ele segue comentando a matéria que ainda vai ao ar. Na ocasião, o jornalista aponta com a mão direita para a tela que exibe uma casa que foi incendiada e comenta: “Quantas vezes

nós mostramos nessa tela aqui esse tipo de ação? Quantas vezes nós já mostramos? Sabe? Quantas vezes? Olha pra aí ô!”, aponta mais uma vez para a tela e encerra o seu comentário. Como já identificamos em casos anteriores, a indignação é um dos sentimentos mais utilizados como estratégia de comunicabilidade pelos apresentadores. Nesse caso o jornalista tenta convencer o seu público que o caso apresentado precisa de uma solução, mas não consegue aprofundar o discurso para que medidas sejam tomadas. Assim, o apelo ao senso comum também pode ser visto como algo superficial recorrente nos programas policiais. Julgamentos supérfluos, precipitados, ou até mesmo os constantes erros presentes nas notícias veiculadas são elementos que englobam essa categoria.

No trecho transcrito abaixo, a apresentadora *Karine Tenório* lança mão de alguns dados confusos sobre os atendimentos de pessoas feridas em acidentes de trânsito. Ela também cita uma preocupação com a vítima e questiona sobre a conduta do atendimento médico oferecido pelo estado paraibano. Tomando como base uma foto de um carro capotado no dia 17 de dezembro de 2018, a apresentadora diz:

Agora olha só, um detalhe aí nessa história. Esse acidente aconteceu na BR 230 em Santa Rita, mas as vítimas foram trazidas para o hospital de Trauma em João Pessoa. Eu tenho uma dúvida antiga que é: por que as pessoas que sofrem acidente ali em Santa Rita, por que elas não dão entrada no hospital de Trauma de Santa Rita? Que é o hospital metropolitano? As vítimas sempre são levadas para o hospital de Trauma aqui em João Pessoa. Eu acredito que o hospital de Trauma em Santa Rita seria o melhor local porque é mais próximo, então teria um atendimento mais rápido.

A jornalista faz um questionamento sobre um fato e ainda chama o senso comum. Construir um comentário sobre um ponto de vista com informações que não são oficiais também faz parte do julgamento superficial, sem aprofundar o caso, e consequentemente da *superficialidade* dos fatos. Nesse caso, ela tenta convencer o seu público com argumentos sem uma base sólida de informação oficial. Assim, apresentadora busca construir uma lógica para informar o seu telespectador com o seu conhecimento empírico. Compreendemos que essa decisão de noticiar algo sem uma direção sólida daquilo que está sendo narrado pode transformar esse discurso em uma informação banal, falsa, ou mesmo sem valor. Vale observar que essa conduta pode trazer consequências a sua imagem – seu *ethos* –, pois a sua moral pode ser comprometida.

No exemplo seguinte – transmitido no programa *Correio Verdade* no dia 18 de dezembro de 2018 – podemos notar uma despreocupação com imprecisões das

informações. O apresentador *Samuka Duarte* parece seguir sua fala normalmente mesmo demonstrando que não sabe muita coisa sobre o fato. É comum encontrarmos pequenas confusões em suas falas ou até mesmo expressões de surpresa diante das notícias que são lidas durante o programa. Na ocasião, o apresentador faz uma expressão de susto ao olhar para a tela e ver o corpo de um homem em uma maca. Em seguida questiona sobre o ocorrido, pois se confunde com um caso anterior. “Olha ontem à tarde um homem suspeito de tráfico de drogas morreu. Ele morreu, bateu a biela. O que foi que houve? Ele morreu depois de ser baleado. Ixi nossa mãe do céu!. A gente mostrou esse caso aqui ontem não? Não foi Ane?”. O jornalista espera uma resposta e em seguida continua: “Ontem foi... não, não porque isso foi ontem à tarde, ontem à tarde, ontem à tarde. Vocês entenderam? Eu vou resumir: ele foi morto, ele foi morto ontem. Não foi Ane? Me confirma aí. Correto?”. Mais uma vez o apresentador fica confuso e espera um posicionamento do programa que em seguida vem para confirmar sua pergunta. O apresentador passou uma informação sem checar os detalhes. Nesse caso ele tentou buscar em sua memória algo que fizesse referência ao fato. A informação – *logos* – imprecisa tomando como base uma estratégia dramática e patêmica.

No trecho transcrito abaixo vemos como o apresentador *Victor Freitas* apela para que o seu telespectador acompanhe o programa *Fala Cidade* – exibido no dia 21 de dezembro de 2018 – para que no final ele possa ver o resultado do teste de DNA introduzido no início do programa. Após a escalada, o jornal inicia sua programação chamando o seu público para esse momento. As principais notícias do estado assumem um segundo plano para que a *superficialidade* proveniente de uma performance dramática do apresentador tenha protagonismo. Além disso, parece que o discurso não segue uma coerência e é feito da forma mais fragmentada possível. O apresentador segura dois envelopes na abertura do programa, mostra para a câmera e depois caminha para trás.

Hoje é sexta-feira, mas excepcionalmente no dia de hoje, vamos abrir o envelope com o resultado do teste de DNA. Daqui a pouquinho. Ana Roberta e Eduardo estarão aqui no palco do Fala Cidade para saber da grande verdade. Será que Eduardo é o pai da filha dela? A gente vai conversar sobre isso já, já aqui no Fala Cidade, mas pra gente mostrar a transparência aqui do nosso programa... envelope lacrado tá vendo? Eu não sei do resultado, não sei do resultado. E aí quando eles estiverem aqui no centro do palco é que a gente vai abrir e saber se então a relação que eles tiveram, ou as relações, resultou no nascimento da menina. Daqui é pouco vou relembrar a história pra vocês, mas só para você entender um pedacinho da história: eles se conheceram a primeira vez, quando ela tinha quatorze anos aí eles, digamos, passaram a margarina no pão entenderam? [...] Daqui a pouco ou vou dizer essa história aqui no programa.

O apresentador busca no entretenimento uma certa empatia com o seu telespectador. É como se as notícias não fossem suficientes para que haja o contrato de comunicação. Por isso eles assumem uma performance que tenta dramatizar os fatos e como consequência banalizam a informação.

Sob a ótica de querer revelar sempre “a verdade”, os programas policiais deixam de lado o aprofundamento do debate sobre matérias que tenham relevância no interesse público para apresentarem aquilo que eles acreditam produzirem números elevados de audiência. Segundo Batista (1994), nem ao menos as estatísticas policiais são apresentadas ou discutidas, se fossem, poderiam orientar o telespectador sobre os índices de violência em determinados lugares ou períodos. Dessa maneira, busca-se atrair a atenção do público sobre tudo aquilo que é mostrado na televisão, sem dar a oportunidade de refletir sobre os fatos narrados.

4.5.4 Violência, dor, sofrimento e tragédia

No programa policial, é comum a exploração de imagens, narrativas e discursos que apresentem, em sua essência, tragédias, dores, comoções, violência ou sofrimento. Sem dúvida é uma característica peculiar do formato em estudo.

No *Correio Verdade*³⁸, por exemplo, tal peculiaridade se evidencia com o depoimento de uma mãe, que estava no velório da filha, assassinada um dia anterior. A notícia sobre o crime foi veiculada em vários momentos no *Correio Verdade*³⁹. As informações foram trazidas pelo repórter *Jonas Batista* por meio de um *link* com transmissão ao vivo direto do local do fato. Na chamada, podemos identificar o anúncio da notícia, a surpresa e ao mesmo tempo o espanto do apresentador. Esse tipo de categoria que engloba tragédias serve como base para que o apresentador assuma o protagonismo da história agindo com uma performance que visa a dramatização. Na ocasião, o jornalista faz uma cara de assustado e ao mesmo tempo surpreso enquanto se desloca de um lado para o outro com a mão direita no ouvido. “*Jonas está me chamando. Atenção! Atenção! É sobre a mulher que apanhou? A mulher morreu? Atenção minha gente, atenção! A mulher acaba de morrer espancada no Bessa*”. *Samuka* tira a mão da orelha, entrelaça uma

³⁸ Edição 20 de dezembro de 2018.

³⁹ Edição 19 de dezembro de 2018.

mão na outra e continua: “Cadê *Jonas*? Cadê *Jonas*? Eu quero *Jonas*. Fala *Jonas*! Poxa vida cara!”. Sobe uma trilha sonora fúnebre enquanto o jornalista coloca as mãos dentro dos bolsos da calça e se mostra abalado.

Podemos perceber que o jornalista não sabia exatamente o que estava acontecendo, as informações foram sendo passada e simultaneamente *Samuka* foi reportando. Quando ele percebe que a mulher veio a óbito, o jornalista tenta envolver o seu telespectador com a notícia utilizando a palavra “atenção” diversas vezes. Essa mesma estratégia de comunicabilidade pode ser observada quando o apresentador chama o repórter “*Jonas*”. Nesse sentido, a busca veloz pela informação pode ser compreendida como um dos fatores primordiais para que haja o contrato de comunicação, pois quanto mais rápido a notícia chegar, mais conteúdo o apresentador terá para narrar os fatos. Dessa forma, a curiosidade sobre o que aconteceu vai sendo alimentada com a divulgação da notícia pelo repórter; e por outro lado, o apresentador assume a função de dramatizá-la da maneira como ele acredita que deve.

Na entrevista concedida pela mãe da vítima feita no velório, destacamos alguns aspectos como dor e sofrimento. O repórter faz a seguinte sonora: “Muito abalada, a mãe de *Leila* não se conforma com a morte da filha”. A senhora olha para baixo com um olhar de cansada, debilitada e diz: “Eu não acredito que seja legítima defesa, porque ela passou a noite comigo, o dia e saiu calma. Acho que saiu umas quinze pras nove. Quando é dez horas, foi brutalmente assassinada. Se ele disse legítima defesa, por que ele não tem hematomas?”.

Com base na reportagem e no depoimento da mãe de *Leila*, o apresentador *Samuka Duarte* constrói uma fala especulativa e dramática. O programa foi exibido no dia 20 de dezembro de 2018, o jornalista questiona vários pontos, mas sem base oficial sobre o caso, pois ele tenta por meio da sua performance protagonizar um enredo visando a dramatização. Assim, a informação fica em segundo plano e abre caminho para o protagonismo do apresentador que comenta fatos do cotidiano com apelo ao sensacionalismo e a dramaturgia. *Leila* foi morta por um homem que diz que ela invadiu sua casa e agrediu sua filha. Para se “defender” das agressões de *Leila*, ele a matou. “O que foi que levou a *Leila* se transformar? Muita gente na região sabe que ela estava sendo usuária de drogas. Entendeu? A mãe coitada, é uma mulher sofredora [...]. A criança foi agredida ou não? Vamos ver se aparece a imagem da criança agredida”. O telão mostra apenas uma foto dos pés da criança – aparentemente sem hematomas – enquanto o apresentador olha assustado para a imagem e tenta identificar através do olhar se a criança

foi agredida ou não. O apresentador faz um gesto insinuando que não dá para continuar com o seu comentário, pois a imagem é imprecisa e não comprova uma agressão. “Eu quero ver a imagem e o áudio também para, para, para que ninguém ache que... aqui a gente não vai armar nem montar”. O jornalista caminha em direção a câmera principal e tenta conversar com o seu telespectador para explicar a situação “constrangedora” que ele estava criando.

Esse é um programa de grande credibilidade e a gente tem que ter responsabilidade com quem está em casa não é? Porque alguém pode dizer: eu estou vendo o pezinho roxo, dá para você ver? Eu estou vendo a perninha da criança machucada. Entendeu? Não vá dizer que *Samuka* inventou isso, inventou aquilo. Aqui ninguém inventa. Eu falo uma coisa aqui e as pessoas às vezes vai para o outro lado. Diz o que eu nem falei aqui. Nós estamos mostrando áudio e imagem. Imagem diz tudo. Você não tem como forjar imagem não. Aqui não. Na TV aqui não [...]. Já surgiu uma informação dizendo que tem outra pessoa envolvida no crime [...]. Se ela entrou com medo por que ela agrediu a criança? Eu quero entender isso [...] como disse o pai e a mãe aqui e como mostrou a perninha da criança roxa. Bem a polícia está investigando. Eu não posso aqui condenar ninguém, não posso aqui julgar ninguém. Não é meu papel, não é minha função.

Nota-se como o apresentador não tem dificuldades em citar os aspectos mais profundos e terríveis do fato, mesmo sem embasamento oficial para isso. Ao longo da estratégia discursiva, podemos observar como ao construir sua fala a partir da imagem dos pés da criança, o apresentador consegue identificar, por meio da observação direta os hematomas, o que ele procurava, para justificar a sua fala. Por não conseguir chegar a uma argumentação mais sólida, o apresentador termina a sua fala transferindo a responsabilidade investigativa para a perícia policial que está por vir. Tudo isso depois do repórter e do próprio apresentador ter explorado a dor da perda, o sofrimento da mãe e a tragédia como um todo nas famílias envolvidas. O apresentador fez uso do seu tempo para tentar apurar o fato pela observação visual e chegou à conclusão que sua estratégia discursiva estava comprometida. O jornalista então tenta se justificar para que o seu *ethos* não seja “abalado”. Entendemos que *Samuka Duarte* construiu essa estratégia apenas para tentar envolver o seu telespectador com o fato de forma dramática. Ele não conseguiu chegar a uma conclusão, pois tudo que falou foi baseado no improviso. Assim, o objetivo maior – comover o seu público por meio de uma performance patêmica e dramática – foi alcançado e os dados da informação foram postos em segundo plano (provavelmente esse assunto não foi mais abordado). Siqueira (2017, p. 161) explica que:

O uso de uma imagem falsa ou mal apurada pode causar impactos sérios na credibilidade dos veículos de comunicação. Nesse caso, o que foi considerado

pelos jornalistas como um *flagrante único de coprodução*, quando mal apurado, pode se tornar uma grande dor de cabeça após exibição, resultando em descrédito por parte do telespectador e também em um processo judicial, dependendo da situação mostrada.

No caso anterior identificamos a falta de apuração do jornalista. Ele toma como base uma única imagem para tentar produzir um discurso favorável à sua visão. Essa estratégia de comunicabilidade utilizada pelo apresentador pode causar uma repercussão negativa para a sua imagem e a do programa. O profissional coloca “em xeque” a credibilidade de todo o seu discurso ao tentar provar algo que talvez não exista.

Acidentes, crimes hediondos, cenas de violência e crueldade também fazem parte desse universo que compõe o programa policial, talvez porque envolve o telespectador emocionalmente com o fato e consequentemente gere audiência aos programas. A notícia reportada no *Fala Cidade*⁴⁰, por exemplo, relata o caso de um bebê de dois meses que teria morrido asfixiado enquanto estava dormindo com a mãe (**Figura 21**).

Figura 21 – Mulher chora ao conhecer entrevista



Fonte: captura de tela.

Esse tipo de abordagem não se restringe ao apresentador. Nesse caso, o repórter busca provocar no seu telespectador o sentimento de dor e revolta. “Pelas ruas de Remígio, município localizado no Curimataú paraibano a 45km de Campina Grande, não se falava em outra coisa neste domingo”. Em seguida uma mulher fala: “o povo tudo revoltado com essas coisas”. O repórter continua: “a tragédia que causou comoção entre a população vitimou uma bebê de apenas dois meses que teria morrido sufocada acidentalmente pela própria mãe. Essa é uma das possíveis explicações do caso”. Podemos perceber que o repórter tenta dramatizar a notícia e buscar uma exploração profunda na dor e no sofrimento dos envolvidos. Assim, ele tenta comover as pessoas que

⁴⁰ Edição 17 de dezembro de 2018.

assistem essa reportagem. Nesse caso, a informação por si só não foi suficiente, precisou-se explorar a tristeza da mãe e dos familiares para que a emoção – *pathos* – fosse produzida. “Eu saí com a vizinha, a vizinha me chamou para ir olhar um pessoa que estava ali no bar. Aí eu fui, mas também não demorei lá não. Aí eu fui pra casa e quando cheguei em casa coloquei elas para dormir comigo”, explica a mãe da criança. O repórter pergunta: “Você ingeriu bebidas alcoólicas? Chegou a se sentir um pouco embriagada quando voltou com elas?”. A mãe responde: Não, eu tava normal. Eu tomei uma, duas cervejas”. O jornalista tenta ir mais afundo e pergunta como ela descobriu que sua filha estava morta. “Eu acordei de madrugada como de costume né? Eu me acordava no horário para amamentar elas né? Aí quando eu acordei uma tava, tava assim se mexendo, brincando com os bracinhos, com as perninhas e a outra não”. Após diversos questionamentos, o repórter finaliza com a seguinte pergunta: “Como foi quando você tentou balançar, tentou reavivar a sua filha e não ter conseguido?”. A mãe finaliza dizendo: “Eu gritei pelo pessoal”.

Uma das diferenças entre o repórter e o apresentador é que o repórter consegue entrevistar pessoas envolvidas no caso e a partir dos depoimentos explorar todos os detalhes possíveis do drama. Por outro lado, o apresentador toma como base a reportagem, depoimentos, fotos, vídeos, para tentar criar uma estratégia discursiva dramática. Mas compreendemos que ambos tentam produzir emoções diversas para que esse padrão sensacionalista esteja presente em grande parte do programa. Assim a performance do apresentador contribui para a banalização da informação, pois os fatos perdem a relevância para uma atuação dramática.

Nas imagens abaixo, retiradas do *Correio Verdade*⁴¹, podemos ver o “momento exato” em que uma moto colide com um veículo em movimento. Vemos em seguida a aglomeração de pessoas que chegam para tentar socorrer o motoqueiro. A cena é exibida no programa oito vezes enquanto o apresentador narra o fato. Nesse caso, a notícia por si só não foi suficiente: o jornalista precisou da repetição dessa imagem de apoio para criar uma narrativa dramática sobre o fato.

⁴¹ Edição 17 de dezembro de 2018.

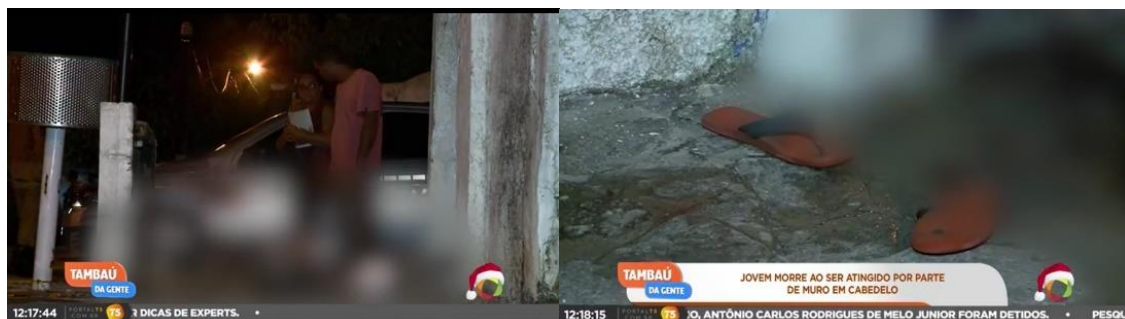
Figura 22 – Momento da batida e logo em seguida o aglomeramento de pessoas



Fonte: captura de tela.

Para finalizar os exemplos de tragédias, sofrimentos e dor, identificamos no programa *Tambaú da Gente*⁴² uma reportagem que mostra detalhes de como parte de um muro caiu sobre um jovem e o matou. Na figura destacada, podemos observar o sofrimento nítido no semblante de duas pessoas que estão paradas no local do fato e apenas olham para o corpo (**Figura 23**). Em outro momento, a reportagem exhibe o calçado da vítima bem próximo ao corpo que está desfocado.

Figura 23 – O corpo da vítima e os seus chinelos



Fonte: captura de tela.

Nesse sentido, apesar de haver outros temas que fazem parte do formato em estudo, a violência se destaca como sendo um dos componentes essenciais identificado nos programas policiais. Borges (2002) destaca o uso excessivo dos termos assassinatos, assaltos, assaltantes, presos, o que contribuem na comprovação predominante desse elemento involuntariamente perceptível. Segundo Periago (2004, p.31) os “crimes horripilantes sempre interessam às pessoas, e é por isso que as reportagens policiais

⁴² Edição 17 de dezembro de 2018.

televisivas buscam mostrar o mundo-cão em que elas vivem. São os casos de *serial killers*, estupros, grandes assaltos”. Compreendemos por meio dele que as imagens de morte e violência despertam um mútuo interesse na população, dessa forma, os programas policiais – conduzidos pelos seus apresentadores – tentam conquistar espaço nas camadas sociais mais pobres. Esses programas conseguem explorar imagens violentas e ao mesmo tempo a dor e o sofrimento de suas vítimas. O objetivo é causar uma impressão de choque diante dos fatos, pensando nisso, nada mais impactante do que expor as emoções dos envolvidos em um depoimento. Vídeos de pessoas chorando pela perda de amigos e parentes, pedindo justiça ou reclamando sobre os seus direitos são corriqueiros no programa policial. Como já vimos anteriormente, é comum os apresentadores ou repórteres entrarem em contato com aspectos emotivos dos entrevistados para que eles despertem na tela da TV a tragicidade por meio das emoções. Assim como os enquadramentos, os *closes* contribuem para que o telespectador encontre o afeto pelo personagem em determinados casos. Nesse caso, a produção de emoção se torna necessária para que haja a construção do contrato. O ato de informar passa a ser colocado em segundo plano e o apresentador assume o protagonismo em uma performance patêmica e dramática.

4.5.5 Figuras de Linguagem

Destacamos neste momento da pesquisa um importante elemento utilizado pelos apresentadores e repórteres de programas policiais que é a *figura de linguagem*. Sem dúvida não é um aspecto específico apenas do formato em estudo, mas faz parte de vários momentos do programa policial. Como as notícias reportadas giram em torno da tragicidade, aspecto explorado anteriormente nesta pesquisa, existe um vazio na fala que precisa ser preenchido para que o discurso possa se tornar “completo”. Diante dessa necessidade, as reportagens apresentam relações de expressões coloquiais, gírias, ironias, metáforas que despertam a curiosidade e atenção no telespectador. Seguindo esse pensamento, Borges (2002) analisou algumas expressões de programas policiais e confirma que:

Esses enunciados dizem respeito a manchetes e reportagens dos programas e sinalizam para características comuns no jornalismo policial, quais sejam: um léxico nada polido e a falta de relevância informativa das matérias. Sem muito

respeito, as chamadas de reportagens acima são feitas de tal modo que possam chamar a atenção do telespectador apelando, em alguns casos, para expressões e formatos pouco usuais no jornalismo convencional (BORGES, 2002, p. 114).

O uso contínuo desses elementos pelos apresentadores nos programas policiais pode explicar, entre outros fatores, uma certa proximidade do telespectador com esse formato jornalístico. Para este momento destacamos quatro exemplos identificados nas falas dos apresentadores dos programas *Tambaú da Gente*, *Fala Cidade*, *Cidade em Ação* e *Correio Verdade*, respectivamente. “O Natal desses criminosos de Poço Dantas vai ser gordo né? Mas tem mais gente aí com o Natal gordo”, comentou *Karine Tenório*, fazendo referência a um assalto “bem-sucedido” reportado no dia 17 de dezembro de 2018. No segundo caso o apresentador *Victor Freitas* faz uso da seguinte frase: “A câmera nas mãos do cinegrafista é considerada uma extensão do cara. É uma extensão do profissional. É uma extensão do cidadão”. O apresentador estava tentando explicar que através da câmera as notícias são gravadas e posteriormente reportadas. Esse comentário foi feito no dia 20 de dezembro de 2018. No terceiro exemplo *Sikêra Júnior* comenta como as pessoas agrediram um assaltante. “Um deles conseguiu fugir. Mas o que ficou recebeu tratamento vip da população. Mostra o bichinho como ficou”. Com esse tom de ironia o apresentador buscou provocar no telespectador um tipo de felicidade causada por um “justiçamento popular”. O caso foi reportado no dia 19 de dezembro de 2018. Por fim, o apresentador *Samuka Duarte* fez uso desse recurso no dia 20 de dezembro de 2018 quando comentou sobre um incêndio ocorrido em uma casa na cidade de Campina Grande. “O negócio ali tá feio. O fogo tá comendo”.

Compreendemos então, por meio dos exemplos transcritos acima, que os apresentadores não abrem mão do uso de uma linguagem popular. Recursos como ironia, trocadilhos, hipérboles, etc, tentam tornar a notícia mais atraente. Essa estratégia jornalística nos parece ter uma relação com os estudos de Rocco (1991) quando a autora detalha os tipos de linguagens adotadas nos gêneros televisivos. Segundo ela, além das imagens, as palavras utilizadas na fala servem de complemento para aquilo que está sendo mostrado. A autora ainda ressalta que o visual não existe sem o verbal. Dessa maneira, existem “momentos na televisão em que as imagens não conseguem expressar o poder polissêmico de uma palavra” (ROCCO, 1991, p.240). Pesquisas importantes destacam essa preocupação estética com a linguagem jornalística, como revela Partenostro (1999) no seguinte trecho retirado do manual de telejornalismo:

Por trás da leitura em voz alta há também uma preocupação bem maior: a sonoridade das palavras. No caso do telejornalismo, o efeito sonoro do texto passa a ter real importância, já que estamos trabalhando em um veículo em que o sentido da audição é muito explorado (PARTENOSTRO, 1999, p.67).

Dessa forma, os recursos de linguagens adaptados aos programas televisivos servem para estereotipar casos específicos em que o apresentador queira aumentar ou diminuir o fato. Da mesma forma, Adorno e Simpson (1994) explicam por meio de análise, que o *glamour* serve para distrair e chamar a atenção do público através da música popular, mas não consegue alterar a construção final do produto. É como se a notícia ganhasse um enfeite para ser mais atrativa, porém toda aquela ornamentação não mudasse em nada o que de fato aconteceu.

4.5.6 Repetição, fragmentação e velocidade

Outro aspecto fundamental para a nossa análise são essas características que agora apresentamos intituladas *repetição, fragmentação e velocidade* que também estão presentes no programa policial. Sem elas não seria possível entendermos a construção discursiva dos apresentadores do formato em estudo. O ritmo acelerado proveniente das notícias apresentadas no jornal, faz com que exista uma confusão simultânea dos fatos que desnorteia o telespectador. Nos textos transcritos nesta pesquisa podemos observar como é feita essa construção informativa, muitas vezes fragmentada e sem pausas. Nos exemplos citados, existe uma variação de fala do apresentador, repórter ou de entrevistados e todos eles estão inclusos nesse aspecto aqui analisado. Em alguns momentos podemos notar que o apresentador está repetindo aquilo que já foi dito, ou mesmo fazendo comentários aparentemente supérfluos para a notícia reportada. As matérias também são repetitivas tanto na temática quanto em suas histórias, visto que, algumas imagens e sonoras, chegam a serem apresentadas em vários momentos. Além disso, recursos de áudio como vinhetas, ruídos, músicas de fundo são utilizados em diversos momentos nesses programas. Acreditamos que evitar qualquer tipo de silêncio durante a programação seja uma das finalidades para a exploração dessa linguagem.

No vídeo e no áudio esse recurso também é explorado. As imagens consideradas marcantes se repetem por vários momentos enquanto o apresentador se utiliza de uma estratégia discursiva até a exaustão. As sonoras mais impactantes seguem a mesma linha

de exploração. Além dos conteúdos presentes nas mídias digitais, destacamos o momento em que o apresentador consegue fazer uma transição de uma pensamento para o outro sem a existência explícita de um término da fala. Como a passagem de uma notícia para a outra muitas vezes é considerada brusca, não existe tempo hábil para o apresentador encerrar seu pensamento e começar outro. Muitas vezes o apresentador abandona uma frase referente a notícia anterior e começa outra sem indicação de transição.

Essa transição imediata, pode parecer normal para um telespectador distraído ou não conhecedor da dinâmica do programa, visto que, a maioria das notícias dos programas não tem um começo, meio e fim. As matérias são retomadas em diversos momentos, informações obtidas em tempo real são acrescentadas, reportagens novas são feitas a respeito do tema, etc. Entendemos que essas constantes mudanças passam a impressão de que as notícias também são construídas da mesma forma em que os programas são gravados.

Desse modo, as transições se tornam fluidas por conta das fragmentações entre as notícias, pois o programa reporta e o apresentador comenta apenas partes da notícia, sem pretensões de retomada ou encerramento do assunto. Com isso, temos diversos fragmentos que juntos transformam o programa em uma mistura informativa daquilo que chamamos de programa policial.

Destacamos os aspectos relacionados à fragmentação e velocidade nos trechos seguintes do *Fala Cidade*⁴³. Nele, o apresentador *Victor Freitas* comenta uma notícia, interrompe a sua linha de raciocínio para acrescentar informações de outra, e depois volta a complementar seu pensamento inicial. O jornalista utiliza esse recurso para sinalizar que existe uma informação quente a respeito de um determinado fato que ainda será transmitido no programa. Dessa forma, ele consegue aguçar a curiosidade do telespectador deixando o programa rápido e fragmentado. “Eu tenho as imagens do circuito, tenho? Nas imagens do circuito vocês vão ver a hora que os bandidos estão entrando. Olha aí”, comenta o apresentador. Em seguida as imagens são exibidas no telão do programa e depois permanecem em tela cheia na televisão enquanto o jornalista faz a narração. “Prestem bem a atenção. Eles vão entrando e rendendo o pessoal. Já chegam com a arma em punho, encapuzados. Atenção, atenção”. Nesse momento o jornalista tenta fazer contato com o repórter que está em uma delegacia com novas informações. “Daqui a pouco. Me dá uma imagem rapidinha lá do vivo. Daqui a pouco uma prisão na 5º DD

⁴³ Edição 19 de dezembro de 2018.

primeiro cara com drogas. Tem imagens de lá já? Só um flashzinho pra comentar a matéria enquanto ajusta Betinho”. Aparece a imagem do repórter ao vivo na tela do programa, mas ele fala nada. Nesse momento o apresentador faz uma transição brusca de uma reportagem sobre assalto para uma de prisão e apreensão de drogas.

Daqui a pouco eu tenho *Betinho* ao vivo, volta pra cá. Prepara *Betinho* ali, daqui a pouco ele vai entrar ao vivo com a gente aqui no Fala Cidade. Certamente os bandidos já conhecem o local, avalie se já não fizeram compras lá, ou veja se não é fita dada.

O apresentador finaliza esse momento e retoma o seu comentário sobre o assalto. Entendemos que esse recurso de velocidade confunde o telespectador que começa a misturar as notícias como se fossem uma só. Nesse caso, o jornalista faz uso estratégico da velocidade para tentar ocultar um problema técnico e ao mesmo tempo capturar a atenção do seu telespectador com uma performance dramática. A imagem do apresentador, a forma de agir, o modo de falar, contribui para que o seu público possa permanecer acompanhando o jornal.

Em outro momento no programa *Correio Verdade*, do dia 19 de dezembro de 2018, o apresentador *Samuka Duarte* corta rapidamente o seu comentário para voltar a falar de um caso que já tinha sido apresentado anteriormente no programa. Na ocasião, o jornalista faz um comentário sobre um suposto estupro de uma criança e logo em seguida muda de assunto. “Vamos acompanhar porque se for constatado o estupro tem que partir pra cima. Quem foi que abusou dessa criança? Eu volto o caso de Cabedelo do rapaz que... olha que tragédia”. Podemos notar que o apresentador não busca uma base oficial para responder aos seus questionamentos. Ele se mostra como um ser indignado e com um discurso vazio cheio de interrogações. Ao observamos sua fala identificamos que a informação ficou incompleta e serviu como base para revelar suas emoções.

Com esses exemplos notamos que a concorrência entre o que seria mais interessante desse mostrar, somado a desorganização estrutural das notícias causam um efeito de desorientação para quem acompanha. A velocidade pela qual o telespectador é levado parece não deixar brechas para que ele tenha ao menos um tempo de reflexão. Para além disso, existe uma mistura de assuntos como se toda a notícia fosse igual: não há hierarquia entre as notícias, como se todo crime fosse idêntico e seguisse a mesma lógica.

4.5.7 Construção da proximidade

Identificamos algumas estratégias de comunicabilidade adotadas pelos apresentadores nos programas policiais na tentativa de envolver os seus telespectadores as suas falas. A participação constante do “cidadão comum” nesses programas é uma das técnicas essenciais para a construção da audiência. Geralmente os entrevistados são testemunhas ou vítimas das ocorrências que interessam a linha editorial dos programas e na maioria das vezes são pessoas de classe social menos favorecida. Seguindo essa linha de pensamento, entendemos que o programa policial tenta criar vínculos afetivos e de identificação desse público com os programas e/ou os apresentadores. A ideia de que tudo que está sendo reportado faz parte da realidade social da maioria dos brasileiros e, por isso, aqueles problemas precisam ser discutidos, está presente na fala dos apresentadores. Pensando nisso, a utilização de enquetes, também é uma visão condensada da opinião pública:

As enquetes [...] são entrevistas que, geralmente, incluem as pessoas do povo e não especialistas. É a participação da dona-de-casa, do trabalhador, do estudante, do povão, do cidadão, que dão uma rápida opinião sobre o tema que está em pauta na reportagem. As enquetes também são conhecidas como *povo fala* ou *fala do povo*. (PERIAGO, 2004, p.87)

Vejamos então, alguns exemplos retirados dos programas em análise de casos dessa participação. Primeiramente, a fala de um telespectador do programa *Cidade em Ação* exibido no dia 19 de dezembro de 2018 que responde ao questionamento do apresentador *Sikêra Júnior* (**Figura 24**) quando ele faz seguinte indagação:

Eu vou querer a resposta do povo. Se tivesse um vigilante. Eu quero a sua opinião agora. Atenção a partir de agora eu quero a sua opinião tanto na nossa audiência nacional no *facebook*, quanto no telefone. A pergunta é: o que você faria? O que você faria? Entra uma pessoa na sua casa drogada tentando matar o teu filho. Você pai, o que é que você faria? Telefone no ar. Alô, boa tarde.

Na ocasião, uma mulher teria invadido uma casa e supostamente agredido uma criança. O pai dessa criança então teria matado essa mulher. Nesse caso, o apresentador tentou utilizar a opinião pública para dar continuidade ao seu discurso que dava razão ao pai da criança. “Alô”, diz o telespectador. *Sikêra* então o cumprimenta: “Boa tarde. Seu nome por favor?”. Ele responde: “*Inaldo*”. “O senhor mora aonde por gentileza?”,

questiona o apresentador. *Inaldo* responde: “Aqui no bairro do João Paulo II”. Em seguida o jornalista pergunta: “O que você faria nessa situação como pai?”. *Inaldo* diz:

Eu já sou pai de duas filhas, uma de vinte e dois anos e outra de oito anos. Rapaz eu vou te falar uma coisa: do jeito que a violência tá, uma mulher dessas tivesse invadido a minha casa, se eu tivesse um revólver eu descarregava todinho lá nos peitos dela. Eu cancelava o CPF dela na hora.

Na transcrição feita da fala do telespectador *Inaldo* podemos observar uma frase dita por ele que faz referência ao discurso do apresentador: “Eu cancelava o CPF dela”. Em uma de suas falas *Sikêra Júnior* “comemora” a morte de “bandidos” com a frase: “CPF cancelado”. A partir desses exemplos podemos compreender como esse discurso ultrapassa as quatro paredes do estúdio e começa a fazer parte do vocabulário dos telespectadores, ao menos quando são escutados pelo programa.

Após ouvir o desabafo de *Inaldo*, o apresentador *Sikêra Júnior* diz a seguinte frase: “Tá bom meu querido, muito obrigado, deixa eu ver minha audiência nacional agora, a opinião do povo de todo Brasil”. O jornalista pede para que seja exibida no telão as interatividades na transmissão ao vivo do *facebook* do programa e continua questionando sobre o tema.

Figura 24 – A esquerda temos a reação do apresentador ao ouvir o comentário do telespectador por telefone. A direita *Sikêra* lê as postagens na *live* do *facebook*



Fonte: captura de tela.

Outra característica central presente nos programas policiais é o uso da linguagem coloquial, uso de palavrões e gírias. Como já destacamos, essa forma de conversa com o telespectador busca facilitar a compreensão dos fatos apresentados. Por outro lado, esse tipo de linguagem faz com que o apresentador se coloque em um lugar próximo ao público e, em consequência disso, seja visto como parte dele que consegue compreender cada

situação vivida pelos indivíduos. O apresentador consegue a empatia do público e o telespectador pode se identificar com o discurso de aproximação construído pela figura do apresentador.

Embora possam remeter a assuntos importantes (como atestado de paternidade), as manchetes acima apelam para o uso de expressões vulgares e desrespeitosas (caralho, espertinha, merda) pretendendo, imaginariamente, se adequar às referências do público que lhes assiste (BORGES, 2002, p.114).

Para exemplificar essa busca por “proximidade” destacamos quatro casos que foram listados logo abaixo. O jornalista *Victor Freitas*, no dia 19 de dezembro de 2018 quando apresentava o programa *Fala Cidade* comentou a seguinte frase: “Os caba anunciaram o assalto, o povo se assustou e aí pinotou do ônibus”. As palavras “caba” e “pinotou”, respectivamente, fazendo referência aos assaltantes e ao ato de pular foram utilizadas para que o sentido da frase pudesse ser compreendido pelas pessoas mais simples, sem muito estudo ou pelo jeito mais simples, menos acadêmico de falar. Além disso, a principal figura de ameaça nos *faits divers* é sobretudo a figura masculina, jovem e proveniente do meio popular (PAES, 2018). Esse recurso acontece nos outros três casos subsequentes. A apresentadora *Karine Tenório* faz uso desse recurso da seguinte forma: “Dá pra perceber que tem coisa errada aí. Dá pra perceber que tem maracutaia por trás. Bora repetir esse vídeo diretor? Para quem tá em casa perceba o deboche desses criminosos”. A reportagem já tinha sido exibida, mas a jornalista pede para que um determinado fato seja reportado novamente. Esse tipo de conduta pode ser interpretado como uma forma de direcionar essa estratégia discursiva a um tipo de público que necessite de uma atenção maior. Seja por ele ser de uma camada social mais pobre; por se tratar de pessoas sem uma formação institucional; ou por simplesmente estratégia do jornalista para ganhar tempo, refletir um pouco mais sobre a sua fala e redirecionar sua fala com base em algo que passou despercebido anteriormente. Além disso, percebemos que com esse recurso o apresentador busca se mostrar preocupado com a população e em denunciar as mazelas que afligem a sociedade.

No terceiro caso, o apresentador *Samuka Duarte* tenta justificar seu discurso com base na reportagem que abordava a história de uma mulher que supostamente teria matado sua bebê recém-nascida por ter dormido por cima dela. Essa notícia foi exibida no programa *Correio Verdade* no dia 17 de dezembro de 2018.

Mas existem casos de mães que vai beber, tomar uma. Primeiro tem que saber que não pode tá bebendo. Uma mãe que tem um filhinho de dois meses, seja lá o que for, não pode estar enchendo a cara de querequechel e dizer: vou dormir ao lado do meu filho. Ela pode adormecer de tanto querequechel no quengo e matar a criança.

Podemos notar que a linguagem adotada pelo apresentador contribui não só para o entendimento da pessoa comum, mas para a banalização da notícia, pois o jornalista ao comentar esse caso dessa forma busca um tipo de verdade absoluta para o fato e dramatiza sua fala além de fazer juízo de valor e incriminar a mãe.

Para finalizar, trazemos a fala de *Sikêra Júnior* quando ele questiona a atitude de um homem que agrediu fisicamente um animal. “Olha o que o caba de peia fez. Ele furou o olho do jumento. Ele cegou o olho do jumento. Da vontade de pegar ele e cegar ele. Caba de peia”. Esse comentário foi exibido no programa *Cidade em Ação* no dia 18 de dezembro de 2018.

Essa característica de informalidade também pode ser identificada na forma como os apresentadores interagem com as pessoas que compõem a produção do programa. Muitas vezes os profissionais são renomeados pelo apresentador com nomes fictícios que acabam se tornando populares entre os telespectadores e a própria empresa.

No trecho seguinte, o apresentador *Sikêra Júnior* faz referência a vários colegas de equipe enquanto tenta construir partes do seu discurso no programa. “Ao vivo, *Flávio Fernandes* no link. Me dá o link pro *Flávio*. Vai mensageiro da desgraça, acunha *Flávio*”. Nesse caso o jornalista renomeou o repórter de “mensageiro da desgraça” por saber que ele é um dos responsáveis pela produção das reportagens de conteúdos trágicos. No mesmo dia, 17 de dezembro de 2018, no programa *Cidade em Ação* o apresentador faz a seguinte colocação:

Um beijo para o povo de Mamanguape. Vamos marcar Wallace pra gente ir pra lá? Valdez vamos marcar também pra gente ir pra lá? Coxinha você iria também com a gente? Você iria? Vamos? Então pronto. Vamos montar uma turma boa pra gente ir lá prestigiar?

No caso transcrito acima *Sikêra Júnior* tenta organizar uma visita ao bairro de Mamanguape com sua equipe. O apresentador começa a chamar seu produtor e diretor pelo nome, mas utiliza a palavra Coxinha para chamar um dos membros do jornal. Essa estratégia de colocar apelidos em outras pessoas que trabalham com o jornalista pode ser compreendida como uma forma de socializar os indivíduos que estão fora das câmeras com os telespectadores que estão em casa. Nesse caso, um nome fictício tem mais

repercussão do que um nome comum. Dessa forma o público que assiste pode compreender com maior facilidade a dinâmica da TV ou se sentir mais próximo dela.

Esses sete componentes identificados na estrutura básica de um programa policial serviram para que pudéssemos compreender como o contrato de comunicação se revela na prática jornalística. Os apresentadores constroem suas estratégias discursivas baseadas em suas visões de mundo. Essa tipo de conduta perpassa por experiências pessoais e profissionais. Os jornalistas buscam manter uma imagem agradável de si para tentar transparecer aquilo que eles querem falar e se tornarem credíveis. O *ethos* jornalístico se revela através desse tipo de comportamento quando o apresentador busca zelar pela sua moral. Por outro lado, ao utilizar-se de componentes da dramaturgia, tais como a encenação, o apelo emocional, os apresentadores idealizam um público faz parte do *ethos*. Dessa forma, o *pathos* se revela. O *logos*, que deve ser composto pela racionalidade ancorada por dados estatísticos, fontes, são quase que extintos nas falas dos apresentadores. É notória uma construção discursiva baseada no apelo emocional e poucas vezes as falas são embasadas em uma cronologia lógica. O *logos* identificado se apresenta em respostas simples como: onde, quando, o quê? por quê?. Perguntas respondidas no *lead* de uma notícia. Superficialmente os apresentadores questionam tais indagações.

Compreendemos que todos esses componentes identificados nos programas policiais e consequentemente nas falas dos apresentadores servem muito mais para a espetacularização das notícias que são reportadas do que para uma explicação sobre os fatos. Assim, os jornalistas assumem um tipo de protagonismo nos programas, visando a dramatização das histórias reportadas. Entendemos que a atuação do apresentador pode ser vista como um dos pontos primordiais para que haja o contrato de comunicação com esse tipo de público ou com o que se imagina dele, uma vez que as notícias narram situações que se localizam em bairros situados nas periferias das cidades, lugares considerados consensualmente o “berço” da marginalidade social (PAES, 2018). Desse modo, a relação do programa com o seu telespectador depende exclusivamente da desenvoltura do jornalista que o apresenta. Nesse sentido, quando não há uma identificação do público com o apresentador, ou não existe uma busca por essa aproximação, o contrato de comunicação tem que ser redefinido.

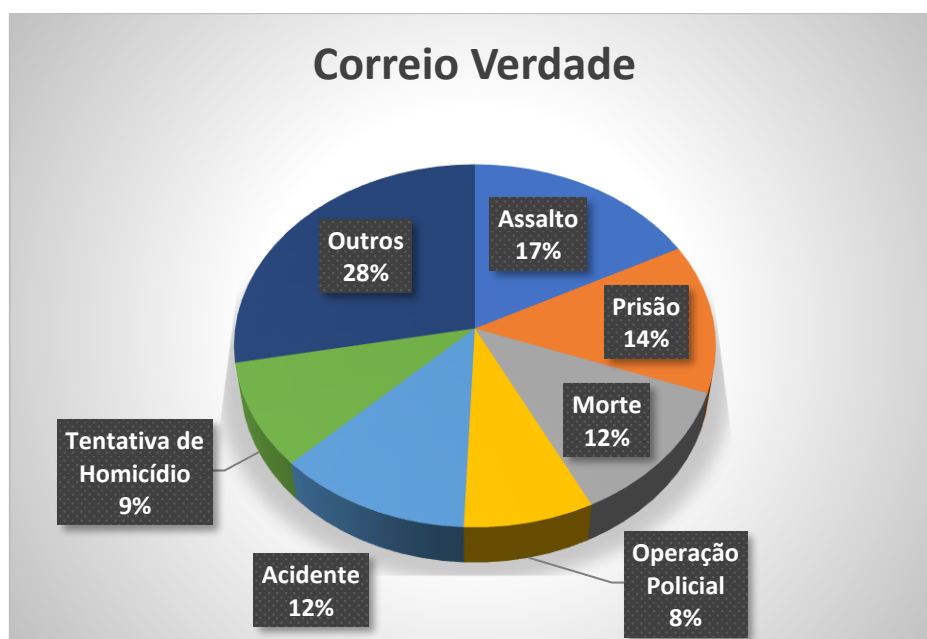
4.6 Resultados das análises sobre os programas policiais e seus apresentadores

Apresentamos neste momento da pesquisa alguns dados obtidos a partir das análises feitas sobre os programas e seus apresentadores. Esse levantamento serve para refletirmos de que maneira os jornalistas assumem o protagonismo no contrato de comunicação dos jornais policiais na Paraíba. Acreditamos que eles elaboram estratégias de comunicabilidade visando a captura da atenção de seu telespectador.

Com base nas notícias analisadas dos dias 17 a 21 de dezembro de 2018, nas entrevistas e na observação participante revelamos estatísticas específicas para cada programa.

No *Correio Verdade*, como mostra a **Figura 25**, o tema mais exibido durante a semana de análise foi o de notícias relacionadas a ASSALTO com 17% (APÊNDICE N). O protagonismo do apresentador *Samuka Duarte* se revela quando ele está legitimado pela empresa para construir uma retórica sobre o assunto apresentado. Tomamos o fator tempo para compararmos os níveis de relevância entre a notícia e apresentador. Dessa forma foi possível perceber que *Samuka* gasta mais o seu tempo durante o programa encenando histórias dramáticas baseadas em conjecturas pessoais do que tenta aprofundar o debate sobre os problemas sociais com dados, ouvindo especialistas, buscando soluções alternativas.

Figura 25 – Porcentagem de notícias exibidas no *Correio Verdade*



Fonte: elaboração própria (APÊNDICE N).

17% das notícias reportadas sobre ASSALTO durante os dias 17 a 21 de dezembro de 2018 correspondem a um tempo de doze minutos e cinquenta e três segundos enquanto a fala do apresentador se destaca no programa em um período de dezenove minutos e vinte e sete segundos. Ou seja, o jornalista tem legitimidade pela empresa para falar aquilo que ele acha correto a respeito das notícias sem que haja uma limitação específica de tempo. O período utilizado pelo apresentador para falar sobre os fatos ultrapassa o de todas as reportagens exibidas no programa. Samuka faz uso desse espaço para tentar seduzir o seu telespectador por meio da dramatização.

Nos programas *Cidade em Ação* e *Fala Cidade* as notícias sobre MORTE foram as mais exibidas. Os dados mostram 25% e 16%, respectivamente. Na **Quadro 9** podemos analisar um comparativo entre eles.

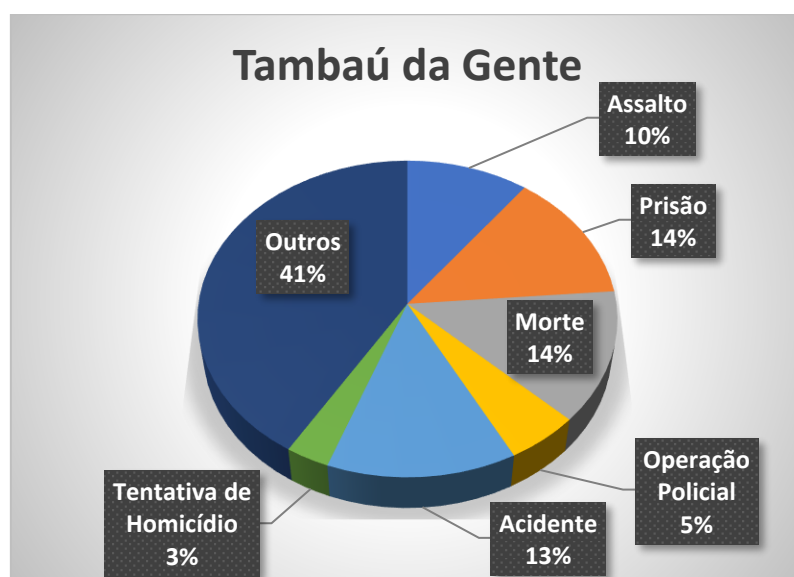
Quadro 9 – Protagonismo de apresentadores no jornalismo policial

	MORTES (%)	NOTÍCIAS (DURAÇÃO)	APRESENTADORES (TEMPO DE FALA)
<i>CIDADE EM AÇÃO</i>	25 %	9min36s	20min57s
<i>FALA CIDADE</i>	16 %	7min54s	17min12s

Fonte: elaboração própria (APÊNDICES O e P).

Além do período de tempo que os apresentadores utilizam para comentar as notícias dos programas, eles também tentam explorar temas diversos – sejam eles: sobre o cotidiano, vida pessoal, etc. – durante a atuação e por isso, algumas vezes, acontecem desvios de foco durante suas falas. Esses desvios servem para que o apresentador tente construir uma relação de proximidade com o seu público. Dessa forma, o telespectador se envolve com o discurso do apresentador para além da notícia comentada.

Para finalizar, apresentamos os dados do programa *Tambaú da Gente* que se mostrou empatado nos temas sobre MORTE 14% e PRISÃO 14% (APÊNDICE Q).

Figura 26 – Porcentagem de notícias exibidas no *Tambaú da Gente*

Fonte: elaboração própria (APÊNDICE Q).

Os dados da **Figura 26** mostram que diferente dos outros programas, existe uma desproporção em relação aos temas sobre TENTATIVA DE HOMICÍDIO 3% e OPERAÇÃO POLICIAL 5%. Por outro lado, o *Tambaú da Gente* se mostra equilibrado em relação às notícias sobre MORTE 14% e PRISÃO 14%.

Para esse caso, analisamos os 3% encontrados no tema TENTATIVA DE HOMICÍDIO. A menor porcentagem foi escolhida com o propósito de tentarmos encontrar, mesmo que em pequena escala, a justificativa para o protagonismo da apresentadora *Karine Tenório* nesse tema.

Os dados mostram (**Quadro 10**) que as notícias tiveram uma duração um pouco maior – 24s a mais – que a fala da apresentadora, mesmo assim, podemos considerar esse número elevado, pois eles revelam que a atuação da *Karine Tenório* em relação ao tema pode ser equivalente ao tempo de exibição das notícias.

Quadro 10 – Protagonismo de apresentadores no jornalismo policial

	TENTATIVA DE HOMICÍDIO (%)	NOTÍCIAS (DURAÇÃO)	APRESENTADORA (TEMPO)
<i>Tambaú da Gente</i>	3 %	2min40	2min16s

Fonte: elaboração própria (APÊNDICE Q).

Apesar de ter um número inferior ao tempo revelado nos outros programas, o *Tambaú da Gente* se destaca entre os demais por vários fatores. No **Quadro 11**

elaboramos um comparativo entre os jornais que revelam semelhanças e diferenças sobre eles. Tomamos como base o levantamento literário, análise dos programas, das entrevistas e da observação participante.

Quadro 11 – Semelhanças e diferenças entre programas analisados

	<i>CORREIO VERDADE</i>	<i>CIDADE EM AÇÃO</i>	<i>FALA CIDADE</i>	<i>TAMBAÚ DA GENTE</i>
ESTRUTURA BÁSICA	SUPERFICIALIDADE	SUPERFICIALIDADE	DIVERSAS NOTÍCIAS	DIVERSAS NOTÍCIAS
			SUPERFICIALIDADE	SUPERFICIALIDADE
	VIOLÊNCIA, DOR, SOFRIMENTO E TRAGÉDIA	VIOLÊNCIA, DOR, SOFRIMENTO E TRAGÉDIA	VIOLÊNCIA, DOR, SOFRIMENTO E TRAGÉDIA	VIOLÊNCIA, DOR, SOFRIMENTO E TRAGÉDIA
	REPETIÇÃO, FRAGMENTAÇÃO E VELOCIDADE	REPETIÇÃO, FRAGMENTAÇÃO E VELOCIDADE	REPETIÇÃO, FRAGMENTAÇÃO E VELOCIDADE	REPETIÇÃO, FRAGMENTAÇÃO E VELOCIDADE
FORMATO	PROGRAMA POLICIAL TELEVISIVO	PROGRAMA POLICIAL TELEVISIVO	PROGRAMA POLICIAL TELEVISIVO	PROGRAMA POLICIAL TELEVISIVO E DIVERSIONAL
TEMÁTICA	TRAGÉDIA	TRAGÉDIA E COMICIDADE	TRAGÉDIA E COMICIDADE	TRAGÉDIA E ENTRETENIMENTO
NOTÍCIAS DOMINANTES	ASSALTOS	MORTES	MORTES	MORTES, PRISÕES E ACIDENTES
FOCO DA ANÁLISE	O APRESENTADOR PODE SER VISTO COMO A FIGURA CENTRAL PARA QUE HAJA O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO	O APRESENTADOR PODE SER VISTO COMO A FIGURA CENTRAL PARA QUE HAJA O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO.	O APRESENTADOR PODE SER VISTO COMO A FIGURA CENTRAL PARA QUE HAJA O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO.	O FORMATO ALTERNATIVO DO JORNAL PODE SER UM DOS FATORES PRINCIPAIS PARA QUE HAJA O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO.
LINHA EDITORIAL (indícios)	O PROGRAMA LEGÍTIMA A TEMÁTICA TRÁGICA A FIM DE DESPERTAR NO TELESPECTADOR SENSACIONES DIVERSAS	O PROGRAMA LEGÍTIMA A TEMÁTICA TRÁGICA A FIM DE DESPERTAR NO TELESPECTADOR SENSACIONES DIVERSAS	O PROGRAMA LEGÍTIMA A TEMÁTICA TRÁGICA A FIM DE DESPERTAR NO TELESPECTADOR SENSACIONES DIVERSAS.	O PROGRAMA TENTA SEPARAR A SUA IMAGEM DO SENSACIONALISMO AO ABORDAR O ENTRETENIMENTO
	O APRESENTADOR SE TORNA RESPONSÁVEL PELA FORMA COMO OS TEMAS SÃO ABORDADOS	O APRESENTADOR FAZ PARTE DO PROCESSO DE ESPETACULARIZAÇÃO QUANDO USA SUA IMAGEM PARA DESVIAR O FOCO DAS NOTÍCIAS	O APRESENTADOR SE TORNA RESPONSÁVEL PELA FORMA COMO OS TEMAS SÃO ABORDADOS	AS REPORTAGENS E A FORMA COMO SÃO PRODUZIDAS CONTRIBUEM PARA O ESPETÁCULO DA NOTÍCIA

Fonte: elaboração própria.

É importante destacar que apesar de terem um formato semelhante, os programas se destacam pela figura do apresentador. Ou seja, esses jornais podem passar por alterações diversas (na sua editoria, formato, condução). Essas mudanças dependerão da maneira como o profissional atuará no programa.

No **Quadro 11** identificamos que na estrutura básica dos programas policiais o *Correio Verdade* e o *Cidade em Ação* dividem a mesma característica enquanto o *Fala Cidade* e o *Tambaú da Gente*, além dos aspectos destacados nos outros dois programas, adicionam mais um componente a sua estrutura: *diversas notícias*. Os jornais com *diversas notícias* exibem assuntos sobre famosos, curiosidades, fofocas, temas que circulam nas redes sociais e etc.

A segunda característica faz relação ao formato. Os programas *Correio Verdade*, *Cidade em Ação* e *Fala Cidade* estão contidos no grupo de jornais policiais televisivos por abordarem em sua essência temas sobre tragédias, crimes, violência. O *Tambaú da Gente* além de exibir essa temática mencionada nos outros programas, apresenta o formato diversional. O programa busca através de quadros alternativos, como, por exemplo, a *Hora da Maga* alcançar outros públicos. Assim, ele tenta diversificar seu formato.

A temática é o terceiro aspecto destacado no **Quadro 11**. A tragédia se apresenta como uma característica comum entre eles. Os programas *Cidade em Ação* e o *Fala Cidade* compartilham de um componente que pode ser considerado dominante nos jornais: a comicidade. Os apresentadores fazem uso do seu corpo para encenarem dramatizações, como, por exemplo: a dança, intimidações ao se aproximarem da câmera e exigirem que os telespectadores continuem acompanhando o jornal, ou mesmo rirem do trágico (morte de um infrator), além de trazerem ao estúdio palhaços, videntes, etc.

Na categoria sobre o foco da análise, percebemos que os programas *Correio Verdade*, *Cidade em Ação* e *Fala Cidade* compartilham da mesma característica: a importância da figura do apresentador no processo do contrato de comunicação. Quando analisamos o *Tambaú da Gente* acreditamos que ele se mostra como um formato alternativo de jornalismo policial e a figura da apresentadora pode ser menos importante do que nos outros programas. Nesse caso, a forma como ela conduz o jornal tentando construir uma lógica a respeito dos fatos faz com que o programa se destaque mais pelo seu modelo. No **Quadro 12**, temos uma continuidade acerca de semelhanças e diferenças, mas agora sobre os apresentadores.

Quadro 12 – Semelhanças e diferenças entre os apresentadores

	<i>SAMUKA DUARTE</i>	<i>SIKÊRA JÚNIOR</i>	<i>VICTOR FREITAS</i>	<i>KARINE TENÓRIO</i>
FORMAÇÃO	SEM FORMAÇÃO ACADÊMICA	SEM FORMAÇÃO ACADÊMICA	SEM FORMAÇÃO ACADÊMICA	DIPLOMA DE JORNALISTAS PELA UEPB
IDENTIFICAÇÃO PROFISSIONAL	NÃO SE IDENTIFICAVA COM O JORNALISMO POLICIAL.	NÃO SE IDENTIFICAVA COM O JORNALISMO POLICIAL.	SIM	NÃO SE IDENTIFICA COM O JORNALISMO POLICIAL
	GOSTAVA DE EXERCER A PROFISSÃO DE RADIALISTA	GOSTAVA DE PROGRAMAS DE AUDITÓRIO E ENTRETENIMENTO		ACREDITA QUE A PAUTA SOBRE TRAGÉDIAS FAZ PARTE DO JORNALISMO
ROTINA DE TRABALHO	NÃO TEM ACESSO ÀS NOTÍCIAS PREVIAMENTE. CHEGA, APRESENTA E VAI EMBORA	NÃO TEM ACESSO ÀS NOTÍCIAS PREVIAMENTE. CHEGA, APRESENTA E VAI EMBORA	PRODUZ ALGUMAS NOTÍCIAS E CONTRIBUI PARA A CRIAÇÃO DE PAUTAS	PRODUZ GRANDE PARTE DO JORNAL. TEM ACESSO A TODAS AS NOTÍCIAS PREVIAMENTE.
CARACTERÍSTICAS BÁSICAS	USO FREQUENTE DA ENCENAÇÃO DRAMÁTICA	USO FREQUENTE DA ENCENAÇÃO DRAMÁTICA	USO FREQUENTE DA ENCENAÇÃO DRAMÁTICA	USO DA ENCENAÇÃO DRAMÁTICA EM ALGUNS CASOS
	FIGURAS DE LINGUAGENS	FIGURAS DE LINGUAGENS	FIGURAS DE LINGUAGENS	FIGURAS DE LINGUAGENS
	TENTA SE MOSTRAR PRÓXIMO DO SEU TELESPECTADOR AO REVELAR-SE COMO UMA PESSOA SIMPLES	TENTA SE MOSTRAR PRÓXIMO DO SEU TELESPECTADOR AO REVELAR-SE COMO UM SHOWMAN. USA AS REDES SOCIAIS PARA COMENTAR SOBRE TEMAS POLÊMICOS	TENTA SE MOSTRAR PRÓXIMO DO SEU TELESPECTADOR AO REVELAR-SE COMO UMA PESSOA SIMPLES	TENTA CONSTRUIR UMA PROXIMIDADE COM O TELESPECTADOR ATRAVÉS DO WHATSAPP E DA CÂMERA MÓVEL
PECULIARIDADES	DESCRIÇÃO DAS NOTÍCIAS COM GESTOS	EXPRESSÕES FACIAIS PARA DESPERTAR A COMICIDADE	VOZ ALTA PARA TENTAR CAPTAR A ATENÇÃO DO TELESPECTADOR	CONCENTRAÇÃO E SERIEDADE. ESSAS CARACTERÍSTICAS RESULTAM EM UM DISCURSO LÓGICO COM INÍCIO, MEIO E FIM

Fonte: elaboração própria.

As semelhanças e diferenças entre os apresentadores são diversas. Uma delas que nos chama a atenção é na identificação profissional. Apenas o *Victor Freitas* confirma sua proximidade com o jornalismo policial. A jornalista *Karine Tenório* faz questão de enfatizar que não se identifica com esse formato. O **Quadro 12** mostra que ela justifica o jornalismo policial no programa *Tambaú da Gente* como um componente que faz parte do cotidiano.

Outro aspecto que podemos destacar na rotina de trabalho é o envolvimento dos apresentadores *Victor Freitas* e da *Karine Tenório* na produção de notícia. Acreditamos que isso seja um aspecto positivo, pois pode contribuir na elaboração do discurso.

Para finalizar, ressaltamos as peculiaridades de cada apresentador. Nesse quesito cada um tem sua identidade. Começando com *Samuka Duarte* e as descrições das notícias através dos gestos; *Sikêra Júnior* com o uso do corpo para tentar despertar no telespectador o riso; em seguida a característica marcante do *Victor Freitas* com o uso da voz alta, como forma de chamar a atenção e por fim, *Karine Tenório* com sua seriedade e concentração com o intuito de cativar seu público através da racionalidade.

No **Quadro 13** concluímos parte da nossa análise sobre os apresentadores, tomando como base o arcabouço teórico desenvolvido em parte da pesquisa.

Quadro 13 – Uma retomada nas características gerais de cada apresentador

	SAMUKA DUARTE	SIKÊRA JÚNIOR	VICTOR FREITAS	KARINE TENÓRIO
CREDIBILIDADE	CONSTRUÍDA ATRAVÉS DE UMA PROXIMIDADE COM O SEU TELESPECTADOR PARA ALÉM DA TV	ENTENDE QUE SUA IMAGEM COMPROMETE A CREDIBILIDADE NO JORNAL	ENTENDE QUE O PROGRAMA PODE SER UM DESSERVIÇO PARA A SOCIEDADE	CONSTRUÍDA ATRAVÉS DE UM DISCURSO QUE BUSCA A LÓGICA E A RAZÃO
LEGITIMIDADE	PELA EMPRESA	PELA EMPRESA	PELA EMPRESA	PELA ACADEMIA E EMPRESA
CAPTAÇÃO	DRAMATIZAÇÃO	DRAMATIZAÇÃO	DRAMATIZAÇÃO	SERIEDADE
	SENSACIONALISMO	SENSACIONALISMO	SENSACIONALISMO	LÓGICA: INÍCIO, MEIO E FIM
	LINGUAGEM INFORMAL	LINGUAGEM INFORMAL	LINGUAGEM INFORMAL	LINGUAGEM INFORMAL
CORPO	USO DE GESTOS E EXPRESSÕES FACIAIS PARA ENCENAR HISTÓRIAS	USO DE GESTOS E EXPRESSÕES FACIAIS PARA ENCENAR HISTÓRIAS	USO DE GESTOS E EXPRESSÕES FACIAIS PARA ENCENAR HISTÓRIAS	NÃO COSTUMA FAZER GESTOS PARA ENCENAR HISTÓRIAS

VOZ	AUMENTO E DIMINUIÇÃO DA TONALIDADE DE VOZ DURANTE O DISCURSO	AUMENTO E DIMINUIÇÃO DA TONALIDADE DE VOZ DURANTE O DISCURSO	AUMENTO E DIMINUIÇÃO DA TONALIDADE DE VOZ DURANTE O DISCURSO	A VOZ DA APRESENTADORA SEGUIR UMA TONALIDADE CONSTANTE
IMAGEM	USAR SUA IMAGEM PARA SE MOSTRAR COMO SENDO UM HOMEM DO POVO	ASSOCIAR SUA IMAGEM A UMA FIGURA QUE BUSCA DESPERTAR NOS FATOS TRÁGICOS A COMICIDADE	USAR SUA IMAGEM PARA SE MOSTRAR COMO SENDO UM HOMEM DO POVO	USO DE UMA IMAGEM SÉRIA PARA SE MOSTRAR CREDÍVEL
PERFORMANCE	INDIGNAÇÃO, TRISTEZA E FELICIDADE	INDIGNAÇÃO, TRISTEZA E FELICIDADE	INDIGNAÇÃO, TRISTEZA E FELICIDADE	INDIGNAÇÃO, TRISTEZA E FELICIDADE
	USO DE PALAVRAS CHAMATIVAS	USO DE EXPRESSÕES QUE VISAM INTIMIDAR O TELESPECTADOR	USO DE PALAVRAS CHAMATIVAS	USO DE UM DISCURSO LÓGICO E RACIONAL BASEADO EM DADOS
	CRUZAMENTO DE HISTÓRIAS	NÃO COSTUMA CRUZAR HISTÓRIAS	CRUZAMENTO DE HISTÓRIAS	NÃO COSTUMA CRUZAR HISTÓRIAS
	DANÇA E ENCENAÇÃO DRAMÁTICA	DANÇA E ENCENAÇÃO DRAMÁTICA	DANÇA E ENCENAÇÃO DRAMÁTICA	INEXISTENTE
ETHOS	TENTA AGRADAR O SEU TELESPECTADOR ATRAVÉS DA IMAGEM DE UM HOMEM DO POVO	TENTA AGRADAR O SEU TELESPECTADOR ATRAVÉS DA IMAGEM DE UM SHOWMAN	TENTA AGRADAR O SEU TELESPECTADOR ATRAVÉS DA IMAGEM DE UM HOMEM DO POVO	TENTA AGRADAR O SEU TELESPECTADOR ATRAVÉS DA IMAGEM DE UMA MULHER SÉRIA
LOGOS	BUSCA CONVENCER O SEU PÚBLICO QUE O SEU DISCURSO É VERDADEIRO TOMANDO COMO BASE O SENSO COMUM	BUSCA CONVENCER O SEU PÚBLICO QUE O SEU DISCURSO É VERDADEIRO TOMANDO COMO BASE O SENSO COMUM	BUSCA CONVENCER O SEU PÚBLICO QUE O SEU DISCURSO É VERDADEIRO TOMANDO COMO BASE O SENSO COMUM	BUSCA CONVENCER O SEU PÚBLICO QUE O SEU DISCURSO É VERDADEIRO TOMANDO COMO BASE UMA RETÓRICA RACIONAL
PATHOS	TENTA PRODUZIR EMOÇÃO AO COMENTAR AS NOTÍCIAS DRAMATIZANDO O FATO	TENTA PRODUZIR EMOÇÃO AO COMENTAR AS NOTÍCIAS DRAMATIZANDO O FATO	TENTA PRODUZIR EMOÇÃO AO COMENTAR AS NOTÍCIAS DRAMATIZANDO O FATO	TENTA PRODUZIR EMOÇÃO AO COMENTAR AS NOTÍCIAS DRAMATIZANDO O FATO
CONCLUSÕES 1	O APRESENTADOR RECONHECE ESSAS PRÁTICAS E ASSUME SUAS ESTRATÉGIAS	O APRESENTADOR RECONHECE ESSAS PRÁTICAS E ASSUME SUAS ESTRATÉGIAS	O APRESENTADOR RECONHECE ESSAS PRÁTICAS E ASSUME SUAS ESTRATÉGIAS	A APRESENTADORA RECONHECE ESSAS PRÁTICAS E ASSUME SUAS ESTRATÉGIAS

CONCLUSÕES 2	TOMA COMO BASE AS PESQUISAS DE AUDIÊNCIA PARA CONTINUAR ATUANDO DE TAL FORMA	O CONTRATO COM A EMPRESA PODE SER COMPREENDIDO COMO FORMA DE LEGITIMAÇÃO DA PERFORMANCE	ESTÁ ABERTO A MUDANÇAS	TOMA COMO BASE O ENVOLVIMENTO COM A NOTÍCIA (NA PRODUÇÃO E CONSTRUÇÃO) PARA LEGITIMAR SUA FALA
--------------	--	---	------------------------	--

Fonte: elaboração própria.

O **Quadro 13** serve para sintetizar tudo aquilo que já contextualizamos anteriormente nesta dissertação. Apesar desses assuntos estarem entrelaçados em todo o texto, resumimos acima aquilo que identificamos na pesquisa. Todas essas estratégias de comunicabilidade utilizadas pelos jornalistas contribuem para a construção do contrato de comunicação com o seu público. Algumas delas ultrapassam o limite da lógica – *logos* – e se baseiam exclusivamente na emoção – *pathos*.

A construção de um discurso fundamentado unicamente na dramatização com o propósito de capturar a atenção do telespectador, contribui para a espetacularização da notícia e abre espaço para o apresentador do jornal ser o protagonista da informação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando iniciamos o trabalho de pesquisa constatamos que os programas policiais da Paraíba são apresentados por jornalistas que buscam provocar a opinião pública a partir de enredos aparentemente improvisados. Nos preocupamos em entender de que forma eles conseguem alcançar números elevados nas pesquisas de audiência e como essas práticas se consolidam no âmbito da profissão. As estratégias de comunicabilidade adotadas pelos apresentadores de TV – para garantir um tipo de relação que aproxima seus telespectadores aos programas por meio de um contrato de comunicação (CHARAUDEAU 2015) – nos fazem questionar até que ponto eles estão dispostos a assumir o protagonismo nos programas policiais.

Diante disso, a pesquisa teve como **objetivo geral** compreender e caracterizar as estratégias de comunicabilidade utilizadas pelos apresentadores de programas policiais para o estabelecimento do contrato de comunicação com os telespectadores e do *ethos* jornalístico. O trabalho conseguiu demonstrar de que forma essas estratégias (dramatização, sensacionalismo, linguagem informal) contribuem para a criação e manutenção do acordo prévio entre os jornalistas e seus telespectadores. É certo que os apresentadores estão sempre se reinventando para serem aceitos nesse processo de adaptação às mudanças ocasionadas pela profissão. Vale destacar que as empresas jornalísticas permitem que o profissional tenha uma certa “liberdade” de transformar o programa policial em um tipo de palco onde a performance se mostra fundamental para a construção do contrato de comunicação e para a definição do tipo de notícia que querem veicular. As notícias revelam as mazelas da sociedade, questionam a moral e os “bons” costumes (como o papel da mulher e da mãe no meio social), revelam, denunciam e julgam comportamentos “desviantes”, explorando a dor de familiares, a raiva ou angústia de indivíduos que enfrentam problemas, que passam por situações de injustiça ou de perda. Assim, a busca pelo primeiro lugar nas pesquisas de audiência pode ser considerada uma das principais responsáveis pelas performances dramáticas desses apresentadores, pois eles acreditam que se não conseguem impressionar seu público através de sua atuação, os níveis de audiência não serão satisfatórios. Em consequência disso, podem ocorrer mudanças no programa, como por exemplo a troca do apresentador.

O **primeiro objetivo específico** era contextualizar historicamente os componentes fundadores do jornalismo policial com os programas paraibanos. Ele foi

abordado no primeiro capítulo intitulado **Jornalismo Popular e Contrato de Comunicação** as primeiras folhas sensacionalistas, a dramaturgia, a linguagem popular, a lógica comercial e como esse formato influenciava na construção do contrato de comunicação. Explicamos como esses componentes estão presentes no jornalismo desde os seus primórdios e como eles podem ser identificados na atuação do apresentador de programa policial na televisão.

O **segundo objetivo específico** busca compreender e caracterizar estratégias de dramatização presentes na performance e fala dos apresentadores a fim de revelarmos as condições de um contrato de comunicação contemplado. Essas estratégias podem ser verificadas no quarto capítulo chamado **Análise dos Programas Policiais da Paraíba**. Caracterizamos a partir dos sete componentes identificados na estrutura básica de um programa policial (encenação dramática; diversas notícias; superficialidade; violência, dor, sofrimento e tragédia; figuras de linguagem; repetição, fragmentação e velocidade; construção de proximidade) as várias estratégias de dramatização utilizadas pelos apresentadores nos programas televisivos.

Já o **terceiro objetivo específico** era identificar por meio das entrevistas como os apresentadores constroem na prática o *ethos*, *logos* e o *pathos* jornalístico. Conseguimos atender a essa questão quando abordamos no terceiro capítulo denominado **Apresentador, Performance e Credibilidade** como os apresentadores tentam agradar os seus telespectadores através da imagem – *ethos* –; como eles utilizam uma lógica – *logos* – para tentar convencer e informar seu público através do discurso; e por fim, demonstramos como os jornalistas estimulam a produção da emoção – *pathos* – por meio das histórias dramáticas.

A pesquisa partiu inicialmente de quatro pressupostos: o **primeiro pressuposto** indicava que o *ethos* dos apresentadores dos programas policiais paraibanos revelava as condições estabelecidas pelo contrato de comunicação entre os jornalistas e seus telespectadores. Durante o trabalho verificou-se a partir das análise que parte desse pressuposto pôde ser confirmado. A imagem do apresentador – *ethos* – revela as condições do contrato, pois o jornalista tenta através dela criar uma certa empatia com o seu público. Por outro lado, a moral, o caráter que também faz parte do *ethos* jornalístico foi refutada, pois não existe como avaliar tais aspectos do jornalista. Aquilo que foi possível avaliar como o corpo, a voz, os gestos, a forma como os apresentadores se comportam faz parte da sua imagem. Por isso esses aspectos estão inclusos nas condições estabelecidas do contrato de comunicação.

O **segundo pressuposto** apontava que os componentes fundadores do jornalismo policial nos ajudariam a entender as estratégias editoriais adotadas pelos programas policiais da Paraíba. Durante a pesquisa verificou-se por meio das análises que os componentes fundadores do jornalismo policial presentes nas primeiras folhas noticiosas (sensacionalismo, dramaturgia, linguagem popular) foram essenciais para que pudéssemos compreender o cenário contemporâneo. As notícias chamativas e as histórias dramáticas fazem parte dos programas televisivos e são decisivas a construção do contrato de comunicação.

O **terceiro pressuposto** indicava que a performance dos apresentadores contribuía para a espetacularização das notícias sobre crimes e tragédias no estado paraibano, pois essa atuação dissimulava a realidade. Confirmamos esse pressuposto a partir das nossas análises e verificamos nos programas *Correio Verdade*, *Cidade em Ação* e *Fala Cidade* como os apresentadores contribuem para o espetáculo das notícias quando dramatizam seus comentários. No *Tambaú da Gente* a espetacularização acontece com mais frequência durante as reportagens encenadas pelos repórteres.

Por fim, o **quarto pressuposto** indicava que a construção de um discurso patêmico, visando a dramatização dos fatos, colocava o apresentador em uma posição de destaque no jornal, chegando a ofuscar as notícias. Ele mostra também que os apresentadores preenchem um espaço de tempo que poderia ser usado para o aprofundamento das informações com dados, estatísticas e debates. Esse pressuposto foi confirmado nos resultados das análises quando elaboramos um quadro e abordamos o tempo de fala dos apresentadores, comparado ao tempo da matéria exibida. Os resultados mostraram que os jornalistas utilizam boa parte do programa para problematizar os fatos com base nas conjecturas próprias e no senso comum. Assim, as notícias perdem relevância para a atuação do apresentador.

O **questionamento central da pesquisa** – que fundamenta a reflexão teórico – metodológica era: como são elaboradas as estratégias de comunicabilidade estabelecidas pelos apresentadores para que haja um contrato de comunicação entre eles e seus telespectadores? Ele pode ser respondido a partir de **quatro pontos específicos**: a criação de uma imagem favorável na tentativa de agradar ao público; a encenação descritiva dos fatos a partir de notícias que contenham histórias dramáticas, sensacionalistas fazendo uso de uma linguagem popular; a atuação com base em uma performance dramática com o objetivo de “espetacularizar” a notícia; e por fim, a apropriação de um espaço de tempo

no jornal com intuito de preencher lacunas do programa, capturar a atenção do telespectador e se destacar mais que a notícia.

Para chegarmos a essas considerações seguimos um **caminho metodológico** que foi constituído em três etapas: observação participante, entrevistas e análises dos programas policiais. Iniciamos o contato com as empresas, agendamos a nossa visita, criamos um roteiro de entrevista, realizamos a observação participante na redação e no estúdio de cada programa, realizamos as entrevistas com cada apresentador, gravamos os programas da semana da nossa visita e fizemos as análises gerais. Na observação participante anotamos o comportamento dos apresentadores diante das câmeras. Tentamos sintetizar todo o processo de atuação dos jornalistas no âmbito da profissão. Para as entrevistas elaboramos um roteiro que teve como objetivo identificar como os apresentadores constroem o *ethos*, *logos* e o *pathos* na prática. As entrevistas foram gravadas em áudio e posteriormente transcritas. Questionamos sobre a atuação, imagem, voz, corpo, gestos, discurso, improvisação, rotina de trabalho e identificação profissional. Nas análises dos programas levamos em consideração o número de notícias, as temáticas abordadas, o tempo de fala do apresentador, e buscamos identificar componentes que comprovaram os nosso pressupostos. Os programas foram gravados em vídeo e analisados separadamente. Os dados podem ser visualizados nos apêndices desta pesquisa.

Apesar de todo esse caminho metodológico sentimos algumas dificuldades diante da pesquisa. Quando se iniciou foi difícil prever que esse universo fosse tão amplo. Trabalhamos com quatro programas e quatro apresentadores. Uma das soluções foi reunir todos em um texto só. Não foi possível explorar a fundo as peculiaridades específicas, mas elaboramos parâmetros de comparação com o propósito de responder o nosso problema de pesquisa e obtivemos resultado satisfatório.

No final do trabalho, apresentamos um tópico denominado *Resultado das análises sobre os programas policiais e seus apresentadores* no qual abordamos semelhanças e diferenças entre os objetos da pesquisa. Ressaltamos que existem diversas formas de análise e esta pesquisa poderia ter tido caminhos diferentes com outros apresentadores brasileiros, mas diante das limitações do espaço físico, condições financeiras, restringimos aos programas policiais do estado da Paraíba. Um sugestão de pesquisa seria uma análise a nível regional ou mesmo nacional. Resgatar características dos principais apresentadores de cada região ou estado da federação brasileira poderia revelar práticas diversas do jornalismo contemporâneo. Dessa forma, o futuro pesquisador descobriria se

os nossos resultados são peculiaridades do jornalismo paraibano ou se estende como um fenômeno no Brasil. A pesquisa não precisa se limitar ao campo do jornalismo policial, ela pode ser aplicada também ao jornalismo cultural, esportivo, investigativo (principais repórteres do Brasil), até mesmo, na área do entretenimento. Identificar dialetos, categorizar os tipos de palavras mais utilizadas pelo apresentador no discurso, etc. Cabe ao pesquisador encontrar caminhos para realizar seu estudo a partir de identificações pessoais. Cada apresentador tem uma maneira de se comportar no jornal. Por esse motivo existem vários tipos de estratégias de comunicabilidade estabelecidas por eles para a construção do contrato de comunicação. Essas estratégias mudam de acordo com o meio em que o profissional está inserido. Assim, estudos futuros podem levar a novas conclusões diferentes dessas que apresentamos aqui.

Para ampliar ainda mais o estudo pode-se fazer uma investigação sobre o comportamento do jornalista no convívio social, familiar, como ele se relaciona com seus de amigos, o nível de intimidade que ele tem com o seu público, etc. Nesse caso, outras pessoas poderiam ser entrevistadas, novas categorias de análises poderiam surgir. Como por exemplo: como o jornalista se relaciona com a notícia dentro e fora da TV; quais fontes ele busca para se informar?; essas fontes influenciam na sua fala? O jornalista utiliza a mesma linguagem no ciclo de amizades, no convívio familiar e no jornal? Quais as diferenças e semelhanças?.

Esses são apenas alguns exemplos que podem ser trabalhados a partir desta pesquisa. Tentar compreender o protagonismo dos apresentadores em um contrato de comunicação pode ser muito complexo. Um estudo para além do meio profissional pode mostrar novos resultados com implicações distintas das que foram apontadas nesta pesquisa no quesito comportamental do jornalista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, T. W.; SIMPSON, G. Sobre Música Popular. In Cohn, G. (org.), **Theodor W. Adorno**. São Paulo: Ática, 1994.

AAVV. **Dicionário da língua portuguesa contemporânea**. Lisboa: Instituto de Lexicologia e Lexicografia da Academia das Ciências de Lisboa, 2008.

ALCURE, L. **Telejornalismo em 12 lições**: televisão, vídeo, internet. Rio de Janeiro: Senac Nacional e Editora PUC-Rio, 2011.

ALMEIDA, M. A. **Sangue, suor e tiros**: a narrativa policial na literatura e cinema brasileiros. Tese (Doutorado). Campinas: UNICAMP, 2002.

AMARAL, F. M. **Jornalismo popular**. 1º ed. São Paulo: Contexto, 2011.

ANDERSON, T.; KANUKA, H. **e-Research: Methods, Strategies, and Issues**. Boston: Allyn & Bacon, 2003.

ANGRIMANI, D. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

ANTUNES, S, C; PAULIUKONIS, L. A. M. Ethos: a construção da imagem de si. **Confluência**, Rio de Janeiro, nº 55, semestre, 2018. Disponível em: <<http://lp.bibliopolis.info/confluencia/rc/index.php/rc/article/view/259/169>> Acesso em: 17 de set. 2019.

AQUINO, A. P. P. de. O traje do apresentador do G1 em 1 minuto como estratégia de aproximação da juventude. **12º Colóquio de moda**, p.1-15, João Pessoa, 2016. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/edicoes/12-Coloquio-de-Moda_2016/GT/GT07-MODA-E-MIDIA/GT-07-O-TRAJE-DO-APRESENTADOR-DO-G1-EM-1-MINUTO.pdf> Acesso em: 04 de set. 2019.

AROUCA, M. A. B. **Cidade Alerta**: o dito e o feito. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Escola de comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

BAECQUE, A. P. – libelo e mitologia política. In: DARNTON, R; ROCHE, D. (orgs). **Revolução Imprensa: a imprensa na França 1775-1800**. Tradução de Marcos Maffei Jordan. São Paulo: Editora USP, 1996.

BARBEIRO, H; LIMA, P. R. **Manual de telejornalismo**. Os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70; 1997. 176 p.

BARRETO, S. V. **Comunidades Simbólicas**: identificação imaginária, pactos e vínculos em telejornalismo. João Pessoa: Editora UFPB, 2013.

BATISTA, N. **Regras do Mercado da Informação sobre Violência**. In *Mídia e Violência Urbana*. Rio de Janeiro: Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio de Janeiro, 1994.

BOGDAN, R; BIKLEN, S. **Investigação Qualitativa em Educação** – uma introdução à teoria e aos métodos. Porto: Porto Editora, 1994.

BORGES, R. S. **Ficção e Realidade**: as tramas discursivas dos programas de TV. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

_____. **Jornalismo-verdade ou condenação sumária**: jornalismo policial e os malditos no programa de TV Bandeira 2. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

CAMPELLO, A. A. **Novo Olhar sobre os Telejornais Policiais**: Interação pelo formato. Dissertação (Mestrado), Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, 2008.

CARDOSO, G. **A mídia na sociedade em rede**: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2015.

_____. Ce que communiquer veut dire. *Sciences Humaines*. s/l: no 51, juin, 1995.

_____. *Conferência no II Simpósio Internacional sobre Análise do Discurso*. Belo Horizonte: UFMG, maio de 2002.

_____. “Para uma nova análise do discurso”. In: CARNEIRO, A. (Org.). *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996

CORREIA, J. C. Os administradores de ilusões: espetáculo, subjetividade e ideologia na cultura mediática contemporânea. **Revista Media & Jornalismo**, n, 2, mar, 2003. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-os-administradores-de-ilusoes.html> > Acesso em: 17 de set. 2019.

COUTINHO, I. **Dramaturgia do Telejornalismo**: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora – MG. Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda, 2012.

COTES, C. **O estudo dos gestos vocais e corporais no telejornalismo brasileiro**. 200 f. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Programa de Estudos Pós-Graduados em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem, São Paulo, 2008.

CHRISTOFOLETTI, R.; LAUX, A. P. F. Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera. **Intercom** – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. v. 31, n. 1, p. 29-49, 2008. Disponível em: < <http://www.portaldemidia.ufms.br/wp-content/uploads/2011/03/4809-12999-1-PB.pdf> > Acesso em: 18 de set. 2019.

CRUZ JUNIOR, D. F. **O Ethos do enunciador nos romances de Machado de Assis: uma abordagem semiótica**. USP:FFLCH, Programa de Pós-graduação em Semiótica e Linguística Geral, Tese (Doutorado), São Paulo, 2006.

DEJAVITE, F. A. O poder do fait-divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção. **Intercom**, Campo Grande, 2001. Disponível em: <
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/95531831334633995496460869458986933076.pdf>> Acesso em: 17 de set. 2019.

EMERY, E. **História da imprensa nos Estados Unidos**. Tradução de Alkmin Cunha. Rio de Janeiro: Lidaador, 1965.

FECHINE, Y. Performance dos apresentadores dos telejornais: a construção do ethos. **Revista Famecos**, Porto Alegre, nº 36, agosto de 2008. Disponível em: <
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4417/3317>> Acesso em: 17 de set. 2019.

FERNANDES, A. B. Estratégias discursivas do pathos na Folha de S. Paulo: a emoção com argumento no jornalismo. **Rumores**, ed. 11, n.1, p. 108-122, 2012.

FERREIRA, G. M; SAMPAIO, A. O. Entre o telejornal e a recepção: a construção do posicionamento discursivo do Jornal da Record. **Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 163-179, jan./abril 2011. Disponível em:
<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8804/6168>> Acesso em: 16 de set. 2019.

FIGUEIREDO, V. L. F. O gênero policial como máquina de narrar. Salvador, XXII **COMPÓS**, 2013.

FIORIN, J. L. O Ethos do enunciador, in A. Cortina A. R. Marchezan (org.), **Razões e sensibilidades: a semiótica em foco**. Araraquara (SP): Laboratório Editorial FLC/UNESP/Cultura Acadêmica Editora, 2004.

FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. In: Pesquisa qualitativa. Artmed, 2009.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

FORTES, L. **Jornalismo Investigativo**. São Paulo: Contexto, 2005

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUIMARÃES, V. Primórdios da história do sensacionalismo no Brasil: os faits divers criminais. **ArtCultura**, Uberlândia, v. 16, n. 29, p. 103-124, jul-dez, 2014.

HOFFMANN, A; TEIXEIRA, B. R. C. N. A construção do ethos e do pathos na revista Bravo!: interfaces semióticas. **Conexão**, v. 10, n, 19, p. 179-191, 2011.

KYRILLOS, L.; COTES, C. & FEIJÓ, D. (Org.). **Voz e Corpo na TV: a fonoaudiologia a serviço da comunicação**. São Paulo: Globo, 2003.

LAGO, C. Pierre Bourdieu e algumas lições para o campo da comunicação. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p. 728-744, set./dez. 2015. Disponível em: < https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4851274/mod_resource/content/1/Lago%20Intexto.pdf > Acesso em: 18 de set. 2019.

LIMA, M. A. D. da S; ALMEIDA, M. C. P; LIMA, C. C. A utilização da observação participante e da entrevista semiestruturada na pesquisa em enfermagem. **Gaúcha Enfermagem**, Porto Alegre, v. 20, n. especial, p. 130-142, 1999.

LOPES, L. W. **Do Texto ao Contexto: A Prosódia na Construção da Intencionalidade no Relato de Notícias**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem). Universidade Católica de Pernambuco, 2006.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC - São Paulo, 2000.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa**. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTINS, M. S. C. Ethos, gêneros e questões identitárias. **Delta**, São Carlos, v. 23, n.1, p.27-43, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-44502007000100002&script=sci_abstract&tlng=pt> Acesso em: 16 de set. 2019.

MELLO, J. N. **Telejornalismo no Brasil**. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf> > Acesso em: 17 de set. 2019.

MENDONÇA, K. Em “Linha Direta” com os novos padrões para o telejornalismo. In: RIBEIRO, A. P. G, ROXO; M, SACRAMENTO, I (orgs.). **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

MINAYO, M. C. de S; DESLANDES, S. F. A complexidade das relações entre drogas, álcool e violência. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p. 35-42, jan./mar. 1998.

PAES, P. Fait divers e imigrantes: o papel da dimensão territorial e comercial da imprensa francesa. In: **16º Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo**. Anais. São Paulo, novembro de 2018. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/schedConf/presentations>. Acesso em: 27 de set. de 2019.

PATERNOSTRO, V. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

- PERIAGO, F. R. **O Perfil do Repórter de Telejornal Policial no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2004.
- PROENÇA, W. de L. O método da observação participante. **Antropos**, Brasília, v. 2, n. 1, 2008 p. 8-31.
- QUEIROZ, D. T. et al. Observação participante na pesquisa qualitativa: conceitos e aplicações na área da saúde. **Revista Enferm.** UERJ, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, p. 276-283, 2007.
- QUIVY, R.; CAMPENHOUDT, L. V. **Manual de Investigação em Ciências Sociais**, Lisboa: Gradiva, 2005.
- RAMOS, J. M. O. **Cinema, televisão e publicidade: cultura popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980**. São Paulo: Ananablume, 2004.
- REBELLATO, M.; ISER, F. **A recepção do telejornal RBS Notícias: um estudo das mediações familiar e socioeconômica em Ibirubá-RS**. 60 f. Monografia. Labcom, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2013. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rebellato-isser-2013-recepcao-telejornal.pdf> > Acesso em: 18 de set. 2019.
- REIMÃO, S. L. **O que é o romance policial**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- RIBEIRO, F. E. Os principais programas da televisão brasileira e a relação com os anunciantes na atualidade. **Temática**, n.1, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/viewFile/28607/15270>> Acesso em: 16 de set, 2019.
- RIBEIRO, J. C. **Sempre Alerta**. São Paulo, Olho D'água e Brasiliense, 1994.
- ROXO, M.; SACRAMENTO, I. Populismo e o neopopulismo no jornalismo televisivo brasileiro. Salvador, **XXII COMPÓS**, 2013.
- RODRIGUES, N. **Nelson Rodrigues por ele mesmo**. (Org. Sônia Rodrigues). Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
- ROMÃO, M. M. D. **Jornalismo policial: indústria, cultura e violência**. 207 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, 2013.
- ROXO, M; SACRAMENTO, I. Populismo e o neopopulismo no jornalismo televisivo brasileiro. Salvador, **XXII COMPÓS**, 2013.
- SENA, C. B. R. A. **Modos e mecanismos de credibilidade no jornalismo televisivo no caso da SIC**. 184 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Artes e Letras, Universidade da Beira do Interior, 2013.
- SERRA, P. **O princípio da credibilidade na seleção da informação mediática**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2006a. Disponível em: <

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-seleccao-informacao.pdf>> Acesso em: 16 de set. 2019.

SERRA, P. **A credibilidade da informação na web**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2006b. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-web.pdf> > Acesso em: 16 de set. 2019.

SERRA, P. **A relação entre ethos e logos no processo de persuasão**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2008. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-relacao-ethos-logos.pdf> > Acesso em: 16 de set. 2019.

SHCUDSON, M. **Descobrimos a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Tradução de Denise Jardim Duarte. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SIQUEIRA, C. F. O telejornalismo em transformação: a coprodução das notícias e os novos valores-notícia. **SBPjor**, v. 13, n. 2, p. 146-163, 2017.

SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

SOUSA, A. **A persuasão**: estratégias da comunicação influente. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2000. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-americo-persuasao-0.pdf> > Acesso em: 16 de set. 2019.

SOUZA, J. C. A. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 13ª ed. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 2012.

YIN R. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5a ed. Porto Alegre: Bookman; 2015

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Dados Pessoais

Sexo: Idade: Tempo de profissão: Tempo como apresentador(a):
Tempo na emissora: Cidade Natal: Cidade de atuação:

1 - IDENTIFICAÇÃO PROFISSIONAL E FORMAÇÃO ACADÊMICA

- 1) Quando foi que você percebeu que o programa policial combinava com o seu perfil? Você tem formação acadêmica?
- 2) Trabalhou em alguma outra emissora? Quais?
- 3) Existe uma paixão pelo programa policial? O que mais te impressiona nesse campo jornalístico?

2 - ROTINA DE TRABALHO

- 1) O que faz desde que chega à emissora até o momento de ir ao ar?
- 2) Alguma preparação corporal ou vocal, antes de entrar ao vivo?
- 3) Você apresenta o programa todo em pé. Quem define o momento do deslocamento de um lado para o outro no estúdio?
- 4) Quando está ao vivo, à que precisa dar atenção?
- 5) Percebe os movimentos que faz? Ou já são automáticos?
- 6) Seus movimentos, gestos e expressões são dirigidos por alguém? Quem?
- 7) Como é falar para um público que “não existe” na sua frente?

3 - CORPO E GESTOS

- 1) Já fez algum tipo de curso teatral para desenvolver melhor suas expressões gestuais diante das câmeras? Como você trabalha isso?
- 2) Há gestos específicos que podem ou não ser usados no ar? Existe uma padronização gestual habitual que você utiliza durante os comentários das notícias?
- 3) Você sentiu alguma diferença performática de uma emissora para outra? Existe mais liberdade na emissora A do que na B?
- 4) Há uma escolha específica no tipo de vestimenta em relação aos movimentos corporais?

4 - ATUAÇÃO E IMPROVISACÃO

- 1) Considera que o apresentador faz um papel de ator durante o programa? O que precisa melhorar?
- 2) O que você pensa quando escuta as palavras: Linguagem corporal, Expressividade, Expressão vocal e Expressão corporal?
- 3) O que você pensa sobre a improvisação no trabalho jornalístico?

5 - VOZ

- 1) Já precisou passar por profissionais específicos para cuidar da voz?

2) Como você acha que deve ser a voz de um apresentador? Em que você precisa melhorar?

6 - DISCURSO E FALA

- 1) Existe uma determinação do programa para se comentar todas as notícias que são veiculadas no jornal?
- 2) Qual o tempo máximo para discursar a respeito de determinados assuntos? Quem determina?
- 3) Por que as notícias que exploram tragédias, crimes e causam sensações e emoções são as que mais dão audiência?
- 4) Quais as palavras mais utilizadas no seu discurso? Como você constrói ele? A partir de que ponto? As notícias são observadas com antecedência?
- 5) Você acredita que a sua fala pode influenciar de alguma forma a construção ideológica de alguma pessoa?
- 6) Por que no seu discurso existe um apelo emocional? Como você observa o sensacionalismo dentro dos programas policiais?
- 7) Como você observa a aproximação dos programas policiais com o telejornalismo na questão da credibilidade, profissionalismo, equipamentos novos, etc, e a aproximação do telejornalismo com os programas policiais exibindo notícias sensacionalistas como o nascimento da filha de uma cantora brasileira, por exemplo?
- 8) Algo que gostaria de dizer que ainda não foi dito?

APÊNDICE B – ENTREVISTA COM SIKÊRA JÚNIOR

IDENTIFICAÇÃO PROFISSIONAL E FORMAÇÃO ACADÊMICA

1) Quando foi que você percebeu que o programa policial combinava com seu perfil? Você teve alguma formação para isso?

Não formação nenhuma. Eu ganhei esse título de jornalista por tempo de trabalho e pelo próprio Ministério do Trabalho. Estava todo mundo migrando de radialista para jornalista e eu fui migrar, eu não sou formado. Eu entrei nessa de paraquedas e por necessidade porque eu não tinha muita coisa que eu queria fazer. Eu queria fazer entretenimento, fazer um programa de auditório, mas a única vaga naquele momento disponível era para repórter policial e eu precisava trabalhar e alimentar a família e falei ‘vamo embora’, mas fui contra a minha vontade, mas depois que eu entrei, acabou.

2) Você trabalhou em outras emissoras? Quais?

Trabalhei. Passei pela *Band*, passei pelo *SBT*, fiquei muito tempo na *TV Independente* que é uma geradora dos canais *GloboSat*. Eu fazia *Sport TV*, *Multishow*. A gente rodou um bocadinho e agora *TV Arapuan* de João Pessoa, Rede TV.

3) O que mais te impressiona no fazer jornalístico?

O crescimento da violência. Está ficando absurdamente (...) tá torto, sabe como é? Está com cara de fim de mundo. Se os meus pais estivessem vivos eles diriam que é fim de mundo. Porque hoje eu noticio pai que matou filho, filho que matou pai, pai que estuprou o enteado dentro de casa, então essas coisas não dão para se acostumar, não dá para dizer assim: ‘ah esses caras são frios’. Para muita coisa eu já criei uma casca grossa, mas para outras não dá, entendeu? Principalmente quando envolve criança.

ROTINA DE TRABALHO

1) O que faz desde que chega à emissora até o momento de ir para o ar?

Eu peguei um hábito já de sair de casa de terno para facilitar a vida né? Aqui eles fazem o meu cabelo, minha cara, eles dão uma “tapiada” porque não tem muito o que fazer e vou direto para o estúdio. Não faço nada, não faço nada. Não gosto de ver matéria. Não vejo, acho que fica falso, sabe? Eu tenho que ver junto com o público.

2) Existe alguma preparação corporal ou vocal antes de começar o programa?

Não. Nunca fiz isso. Acho desnecessário. Não vejo essa: ah, oh, lá, lá, lá (o entrevistado faz uma vocalise imitando pessoas que trabalham técnica vocal). Não é minha parada não. Não curto não.

3) Você apresenta o programa todo de pé. Quem define o momento do deslocamento de um lado para o outro em estúdio?

Eu mesmo porque não tem diretor que consiga me dirigir. Entendeu? Vai! Esquerda, direita, deita, rola, câmera um, câmera dois. Não. Eu faço isso e eles vão atrás. A gente já tem esse compromisso, essa cumplicidade.

4) Quando está ao vivo, à que precisa dar atenção?

Eu tenho que dá atenção na matéria. Eu acho que a reportagem que está no ar, eu tenho que dá atenção a ela porque senão eu não vou ter como comentar. Como é que eu vou discutir um assunto que eu não sei? Que eu não conheço? Eu tenho que prestar atenção bem no que o repórter está falando, no que está captando ali no momento, no que a testemunha está falando, no que o policial está dizendo, no que (...) em fim, para poder comentar.

5) Percebe os movimentos que faz? Ou já são automáticos?

Não, não, eu acho que é uma entidade sabe? Eu carrego uma entidade. Quando eu me vejo em vídeo eu não gosto nem da minha voz, nem de me ver. Mas como agora tem essa onda de rede social, eu tenho dois caras que cuidam dessa parte que é o Silas e o Wallace, eles cortam os vídeos em alguns minutos para que possamos colocar no *instagram*, *facebook*, essas coisas. Eu me vejo e eu não acredito que fiz aquilo. Eu solto piadas que não é para soltar. Eu faço comentários que não era para fazer. Eu digo: meu Deus não era eu que estava lá. Entendeu como é que é? Acontece.

6) Como é falar para um público que “não existe” na sua frente? Você chama muito as pessoas que estão no estúdio para interagirem com o seu discurso. Isso facilita conduzir o programa?

Deixou de ser estranho. Vou te dizer por quê. Hoje está muito bom. Hoje a gente tem resposta imediata da rede social. Quando eu digo: alô, alô, minha audiência nacional, vamos falar aqui. As pessoas falam: eu estou em Minas, estou em Bayeux, em Campina Grande. Eu pergunto: pessoal vocês acham que esse homem tem que ficar preso? E todo mundo: tem; não, não pode; solta ele. É tão imediata a resposta hoje através das redes, do *instagram*, que eu já não me sinto só. Esse programa tem que ser feito com o povo. É um programa ‘povão’, é um programa popular digamos assim. Porque quem assiste assume e tem gente que assiste que não assume de hipótese nenhuma. Ele diz que não me ver porque é popular. O povo gostou, vira brega. Entendeu agora? Se o povo gosta, é brega, aí ele assiste *discovery channel*, e por aí vai.

CORPO E GESTOS

1) Você sentiu alguma diferença performática de uma emissora para outra? Existe mais liberdade na emissora A do que na B?

Já. Quando eu cheguei aqui inicialmente o pessoal estranhou a minha forma de trabalhar, houve uma resistência e eu disse: ninguém comprou Sikêra sem saber que o produto tinha defeitos. Já compraram sabendo que eu já vinha cheio de problemas. Hoje eu respondo a 23 processos, então eu já sou uma pessoa complicada por natureza. Quem comprou sabia que é o João Gregório, empresário da comunicação aqui da Paraíba. Quando eu cheguei aqui a moçada do estúdio não queria participar: não minha mãe não quer, meu pai também não quer, minha esposa não gosta dessa brincadeira e tal. Foi uma reação até estranha para mim, isso é, porque na televisão normalmente eu fico mais a vontade, é mais participativa, entendeu? Mas aqui foi complicado. Eu tive que ir ganhando isso aos poucos, conquistando os câmeras, sabe, hoje é minha igreja, hoje eu chamo de minha igreja, entendeu? E por aí vai.

2) Há uma escolha específica no tipo de vestimenta em relação aos movimentos corporais? Acompanhado o programa eu pude ver que você abre o terno e outros momento fecha. Por que?

Não. É involuntário. Eu fecho o terno e abro tantas vezes que eu não sei pra quê nem porquê. É involuntário. No calor da narração, a gente vai fazendo, deixando as coisas acontecerem.

ATUAÇÃO E IMPROVISACÃO

1) Considera que o apresentador faz um papel de ator durante o programa?

Total. Se ele não for, sabe ele não (...), William Bonner faz isso, William Bonner ele imposta a voz na hora certa, William Bonner ele rir na hora certa, ele quebra o paradigma do Jornal Nacional e chama Maria Júlia Coutinho de Maju. Olha como ficou diferente: Maju, vai fazer sol amanhã em João Pessoa? Então, já há essa quebra. O povo quer ver o povo. Ele não quer ver nenhum cara em uma cúpula de vidro fechada, sabe aquela coisa intocável. Não, o povo quer se ver. Como é que ele se ver? Se identificando com o apresentador. O que é que eu ouço mais nas ruas? Você diz o que que gostaria de dizer. Você fala o que eu gostaria de falar. Você tem a coragem que eu não tenho. E eu não tenho coragem de nada, eu sou atrevido, corajoso não, eu sou atrevido.

2) Como você acha que um apresentador deve se mover no programa ao vivo? O que precisa melhorar?

É muito pessoal, é muito pessoal. Agora, eu digo uma coisa que vai machucar muita gente aqui da Paraíba. O apresentador, ele não pode ter vínculo com partido político, não pode com político nem parentes no sistema. Por quê? Ele está amarrado, as pernas e os braços. Ele não vai poder falar. Ele vai ter medo de falar e vai obedecer ao que o prefeito, o que o governador, o secretário, o que o vereador, o que o deputado, o que o senador mandar. É assim que funciona. Por isso que esses caras, lamentavelmente passam o chapéu em prefeituras, tem um que ganha da prefeitura de Bayeux, tem um que ganha da prefeitura de Campina Grande, outro de Alhandra, e sai por aí passando o chapéu para juntar salário. Se ele faz isso, ele comprometeu não só o programa, ele comprometeu a moral dele. Que moral esse cara vai ter para falar de um cara desse, de um prefeito quando for preso né em uma operação dessa da Polícia Federal. Que moral eu vou ter de falar de um cara que me paga? Que moral eu vou ter de meter o pau em um cara que está empregando minha esposa e meus filhos? Entendeu como é que é? Então um bom apresentador ele não se envolve em política, ele não tem cargo público, ele faz o dele porque a verba já vem para a televisão. Não vem verba do governo, do município? Então, ele ganha através do salário dele. Se ele está ganhando pouco, arrume outro emprego. Vai trabalhar em outro horário. Tá achando pouco? Então vai trabalhar a noite. Entendeu? Ou não, sai dessa profissão e vai tentar ficar milionário de outra forma.

3) O que você pensa sobre a improvisação no trabalho jornalístico?

É tudo. É tudo. Essa improvisação eu trago do rádio. Eu comecei criança, eu tinha 14 anos quando eu comecei a trabalhar em rádio. Foi na rádio que eu aprendi o improviso. E por que o improviso? Porque na época a gente usava o LP (Long Player), aquele disco de Vinil que você conhece. Talvez nem conhece porque é muito jovem. Aquele LP ele enganchava às vezes, ele fazia: a-maaa, a-ma-nhã de manhã, então você tem que dá um toque para o bicho tocar. Quando o disco não ia, você tinha que estar pronto para o improviso e dizer assim: senhoras e senhores, Roberto Carlos é Roberto Carlos, vou tocar

outra faixa aqui e continuava o programa. Você não poderia dizer. Ia fazer o quê? Ficar em silêncio? Não podia, então o improviso vem do rádio. O rádio ele é tudo na carreira de um grande jornalista, na minha opinião. Se todo mundo passar pelo rádio, ele vai se dar bem no jornal escrito, na televisão, na internet, enfim.

DISCUROS E FALA

1) Todas as notícias devem ser comentadas? Qual o tempo máximo para discursar a respeito de determinados assuntos? Quem determina?

Eu acredito que nem toda matéria merece ser comentada. Ela não deve ser subestimada. Ela precisa ser valorizada. Porque é o teu repórter que foi lá buscar. Você tem que ter muito respeito ao seu repórter. Seu repórter, seu câmera, seu produtor, seu motorista porque eles se esforçaram muito para chegarem naquele local, para buscar a matéria para você (...). E às vezes é muito confortável para um diretor de imagens, para um editor dizer: não essa não vai. Poxa! É desvalorizar o meu colega. É desvalorizar o trabalho de uma equipe. Então, talvez aquela matéria ela é simples para não merecer um comentário, talvez, mas a maioria eu acredito que deve ser comentada sim porque eu digo a você: eu assisto a matéria junto com quem me assiste. Eu não vejo a matéria antes do programa sabe? Eu não sei o que vai acontecer durante o programa. Então eu assisto junto com os telespectadores como se estivéssemos em um restaurante. Uma televisão aqui, aqui está a televisão e eu estou com mais dez pessoas e eu sou o mais falador da minha rua, então a notícia vai ao ar agora: um homem é preso, prefeito é preso por desvio de verba da merenda escolar de Bayeux. Então lá vou eu, eu digo: que covarde esse cara! esse cara está matando criança. Tirar o alimento, tirar a merenda escolar isso é um covarde. E aqui do meu lado o pessoal dizendo: é mesmo. Então a matéria ela fica viva, ela fica verdade. Quanto ao tempo de comentário, o meu diretor deixa. Se o negócio está rendendo, se o comentário está bom, e ele analisa isso muito rápido. Quando ele está vendo que eu estou passando do tempo ele fala: 'tá bom Sikêra, ok'. E quando eu estou muito puto eu digo: ok nada! Tiro o ponto para ele não ficar no meu ouvido enchendo o saco e falo: vai até quando eu quiser. Aí depois tem uma reunião e ele me dá um tapa, um murro, me manda tomar no cu e eu fico calado.

2) Como você observa o sensacionalismo dentro dos programas policiais? Você acredita que provoca sensações nas pessoas através da sua performance?

Sim, eu sou sensacionalista. Eu sou. Tem o jornalista de bancada que ler. Que está ali e pronto. O cara que apresenta um programa desse tipo que eu apresento, ele tem que entrar no jogo. Sabe? Ele tem que mostrar como foi mais ou menos, ele tem que fazer uma reconstituição vamos dizer assim de uma coisa que aconteceu, até para ilustrar a matérias que às vezes eu não tenho uma imagem. Tem uma foto que chega do interior, às vezes um jornalista manda para a gente de um celular. Ele não tem um vídeo, ele não tem uma matéria completa, então é dali que eu tento passar para o pessoal como foi. Olha só: eram três meninas na porta da escola, chega uma que estava com ciúmes da outra e começou o tapa. Aí eu pego no cabelo do Wallace, do Silas. Além de ficar engraçado, de quebrar um pouquinho, porque meio dia é pau, você mostrar tanto sangue, tiro, porrada, escoriação, confusão, é meio dia, tem crianças vendo, e a gente atinge muitas crianças. Eu digo isso por causa das músicas que a gente brinca, sabe aquelas bobagens aí que a gente inventa aí para passar o tempo. Então, o comentário, o sensacionalismo fazem parte já. E eu digo sensacionalismo: eu tenho que entregar um programa sensacional para quem me paga. Eu ganho muito bem, eu ganho muito bem, eu estou satisfeito. Então eu tenho que entregar

um programa sensacional, tenho que fazer valer o meu salário, a minha qualidade de vida. Está compreendendo? O povo tem que ter algo sensacional na sala dele porque hoje a gente briga com a internet, a gente briga com as smart tvs que o pessoal senta e assiste o que quer na hora que quer. O nosso não, tem hora para começar e hora para terminar. Então para segurar esse povo, não é fácil no século XXI. Te digo uma coisa ouvi o José Bonifácio de Oliveira, o Boni, há 10 anos atrás ele disse: o rádio demorou 100 anos para se consolidar no Brasil, a TV 50, a internet só foi 10 anos. E o que vai vir por aqui adiante? Aps, aps, aps, aplicativos e muitas novidades que vão chegar ainda. Tem muita coisa para acontecer ainda nessa mídia eletrônica que a gente vive.

3) Como você observa a aproximação dos programas policiais com o telejornalismo na questão da credibilidade, profissionalismo, equipamentos novos, etc, e a aproximação do telejornalismo com os programas policiais exibindo notícias sensacionalistas como o nascimento da filha de uma cantora brasileira, por exemplo?

É questão de prisma, é questão de você querer ver. Porque quando está na vitrine, no shopping, o produto fica mais caro, esse produto ele também tem na loja de esquina, naquela loja pequenininha, mas lá no shopping ele se torna mais caro. O Jornal Nacional ele abre com notícias policiais todos os dias na manchete, mas você não olha com esse olhar tão sensacionalista né? Ele pode, é o shopping como eu falo. Se eu falo aqui que um homem morreu, que caiu na frente do trem. ‘Eita lá vem o sangue’. Entendeu como é? Nós sofremos muito anos atrás, os jornalistas olhavam a gente com uma certa estranheza. Eu já fui chamado de abutre. ‘Chegaram os abutres’, ‘chegaram os papa defuntos’. Só que esses jornalistas da ética e do pré-conceito com o policial, eles começaram a ficar desempregados e começaram a migrar para os websites, para os sites de jornalismo sensacionalistas, eles começaram a fazer polícia. Entendeu? Eu conheço amigos e amigas que passaram pela TV Globo e hoje estão fazendo polícia porque não tinha mais tanta vaga. O jornalismo hoje lamentavelmente perdeu um pouco da credibilidade infelizmente por causa do (...) lembra que o Ministro Gilmar Mendes ele tirou a obrigatoriedade do diploma. Isso acabou com os jornalistas. Sabe o que é estudar oito anos, quatro anos e ter um diploma e ouvir as pessoas dizerem: ‘não, qualquer um pode fazer jornal, qualquer um pode ser jornalista’. Poxa, então jogou fora o que tu fizeste. Você passou quantos anos? Olha só eu tenho só a 7ª série. Eu só fiz até a 7ª série e sou jornalista. Eu acho isso injusto. Você que estuda muito, vai para faculdade todo dia. Falta quanto tempo para você se formar? “Eu estou no mestrado”. A! Já está no mestrado. Pô! Tu é que merece o nome de jornalista, eu não. Eu sou um palhaço de circo eletrônico, mas sou.

4) Existe um envolvimento muito direto seu com as publicidades. No café Maratá, por exemplo, por onde eu passo, as pessoas comentam. Como aconteceu essa aproximação? Como você construiu essa performance e discurso?

Conquistar o público está cada dia mais difícil. O cliente está cada dia mais caro, então você tem que fazer ele se apaixonar pelo seu programa, pelo apresentador. Você tem que levar ele na mesa do cliente final. Você tem que fazer ele entrar na casa da pessoa e a pessoa decorar o nome. É Maratá, é Maratá, é Maratá (canta), fazer ele cantar, aquela música ficar na cabeça dele. Eu tenho que fazer propagandas de dentes, de clínicas, com certo medo do CRO (Conselho Regional de Odontologia), mas mostrando uma coisa diferente. É muito fácil eu dizer: nessa clínica tem cadeira odontológica, toda ela tem. É a mesma coisa que dizer: na sapataria tem sapato. Todo mundo sabe. Ninguém vai lá comprar carro, não é verdade? Ninguém vai comprar uma geladeira em uma sapataria. Então se você ficar nessa (...) tem uma mania que o pessoal só usa isso aqui: qualidade

you find it here. Everyone says you have it. 'Promotion', everyone does. 'Black Friday', everyone goes together. Be different so you stand out. I receive a lot of criticism, but it's decreasing, a lot of criticism from journalists who are unemployed and stay criticizing: 'this guy makes more money than me, how is it possible?' Because I am different. There are many William Bonner unemployed, like others and others with a diploma under the arm praying to work and end up in jail. Well, change, evolve. We are on the iPhone 10s 10r. Remember how it started. Steve Jobs died, but not because of this the production stopped. So renew, be different, attract attention. I am not saying for you to hang a melon on your neck, I am not saying for you to hang on a bench, but be different, escape the traditional. Want to see a reporter from Globo, it's the old little finger here. 'Yesterday' he points back. 'Yesterday, in the past', you change, talk like this: 'Look, yesterday it was like this, today it's like this, be different, but everyone wants to follow a pattern. Want to see another pattern Globo? 'Good morning Aderlon, good morning to all', everyone says the same thing in the link. No one knows how to do anything else, right? 'Good morning Aderlon, good morning to all. Look I am here'. Well, change, be different, because if you are equal, there are many equals there. Do you not think that there is a pile of resumes there in Globo? In Bandeirantes, in SBT, in Rede TV? Logical that there is, now it's very equal. Equal my son is the Japanese car, it's all equal.

APÊNDICE C – ENTREVISTA COM VICTOR FREITAS

IDENTIFICAÇÃO PROFISSIONAL E FORMAÇÃO ACADÊMICA

1 - Quando foi que você percebeu que o formato do programa policial combinava um pouco com o seu perfil e se você teve alguma formação pra isso?

Eu acho que quando a gente tem um certo tempo, um costume, de fazer isso, a gente tenta imprimir aquilo que a gente é, então eu sou assim, eu sou sério quanto tem que ser sério, eu sou gaiato quando tem que ser gaiato, às vezes sou mais gaiato do que sério mas aí a própria, o peso da notícia é que justamente me preocupa ao ponto de não brincar tanto, por exemplo, às vezes acho que até aqui o pessoal que trabalhou comigo em 2012, foi quando eu comecei, e em 2012 quem trabalhou comigo no programa que eu fazia que era mais gaiato do que sério e eu voltei agora nessa nova etapa, até estranhou um pouco porque talvez pensasse que eu fosse pegar o programa mais pra linha da canalhice mas não é né. Assim, por incrível que pareça, pra quem tem tempo de prestar atenção no programa vê que a gente é mais sério do que gaiato. Era essa a pergunta? Eu sou ruim de responder viu. Eu comecei Rádio e TV na UFPB, só que fui jubilado porque, assim, primeiro que meu primeiro período passou um ano pra ser feito por causa de greve, o carnaval todinho que tem na universidade, eu entrei aqui e já era estagiário, estava no primeiro período. Tranquei várias vezes, tanto que minha matrícula é 10413486, ainda lembro-me dessa abençoada, tranquei algumas vezes o período e depois eu fui para Recife, trabalhando lá, em Recife naquela época, não sei como é que está agora na Universidade Federal de Pernambuco, uma vaga para o curso de Jornalismo era mais concorrido do que a de Medicina, Medicina era 30 para uma vaga e Jornalismo 33 para uma vaga. Eu nunca conseguia porque para ter a transferência tem que sobrar vaga e depois que sobrar vaga você faz uma prova para ser selecionado para poder ficar lá e em três anos eu não consegui, foi o período que passei em Recife e fui jubilado da UFPB. Depois quem disse que eu tenho tempo para estudar mais?

2 - Trabalhou em alguma outra emissora, quais foram?

Trabalhei. Comecei aqui (TV Manaíra) quando era O Norte, era estagiário, depois fui para Recife para a Rede Estação, em Recife fiz alguns trabalhos para a TV universitária, depois eu, quando vim para cá, fiz algumas matérias de volta para a TV O Norte. Depois fui para a TV Arapuan, foi Clube, TV Arapuan, não minto, me deixa voltar no tempo: Clube, Correio, TV Arapuan, rua, TV Arapuan de novo, rua, TV Nova Nordeste, teve a TV nova no meio do caminho ainda, TV Nova Nordeste de Recife, na volta agora TV Nova de nova e TV Manaíra.

3 - O que te impressiona mais nesse fazer jornalismo, no caso de apresentar a notícia assim, o que mais te fascina nesse campo?

Rapaz, a dinâmica, a notícia é ela quem guia o programa então não é um programa que a gente pensa e vai fazer aquilo exatamente como a gente determina, a notícia é quem guia então essa emoção de você primeiro; lidar com o povo, que é a melhor coisa que tem, segundo; você poder expor as suas verdades, o seu ponto de vista, colocar para fora quem você é, se mostrar da maneira mais despida possível, pronto, é mais fácil eu ser falso aqui fora do ar, mas aqui não, eu sou eu sabe, então eu consigo ser eu, consigo me realizar sendo eu de frente as câmeras e no programa policial porque eu sempre, a vida toda acho,

de aconselhar meus amigos de chegar e resolver uma situação dentro de casa, era um pouco dono da verdade, eu acho que esse tipo de trabalho a gente consegue fazer construir um mundo melhor através daqui, apesar de muita gente pensar que o jornalismo policial desgraça o mundo, dependendo da maneira que você aborda, posso pegar um tema como, conheço um cara que foi preso por tráfico de drogas por exemplo, hoje foi um dia que a notícia guiou a gente do começo ao fim mas tem dia que tem muitas apreensões, muitos acidentes de moto, acidente de trânsito, posso utilizar isso aqui como exemplo para fazer com que quem está em casa assistindo não faça aquilo, não caia daquele jeito e é o seguinte: hoje existe, hoje não, há muito tempo mas cada vez vai ficando mais sério, uma inversão de valores tão grande dentro de algumas comunidades que as crianças crescem vendo os traficantes fazendo as coisas pelo povo e a polícia entrando só para quebrar porta, tiroteio, matar gente e não entende o que é que está acontecendo. Na verdade o traficante que para eles seria uma coisa boa é o que está destruindo a vida deles e os policiais é que são os heróis, então enquanto a bandidagem tenta inverter os papéis no jornalismo policial a gente tenta virar o jogo e mostrar a verdade para o pessoal de casa. Isso aqui não compensa, isso é uma desgraça, fazer programa policial é ruim, faz mal, a gente adocece, mas para o povo, quem puder se abastecer daquilo que compartilhamos com eles aqui, eu acho que é uma boa parcela de contribuição para a construção de um mundo melhor ao nosso redor. Pode até parecer utopia mas é o que circula na minha cabeça.

ROTINA DE TRABALHO

1 - O que você faz desde que chega a emissora até antes mesmo de entrar no ar? Qual o percurso?

Depende, tem dias que chego aqui às 8 da manhã. O meu dia começa mesmo assim que eu acordo, agora estou tentando fazer minhas orações primeiro, eu acordo, rezo antes de me levantar e vou para o grupo, assim que termina o programa a gente fica compartilhando as informações no grupo da TV, todo mundo tem uma porrada de grupos de notícias e a construção do programa começa mesmo com o que você não acompanhou, por conta do horário. Termina o programa e a gente sobe para a reunião de pauta para definir o que vai ter na segunda-feira, no dia anterior começamos a definir o programa do dia seguinte, assisto Cacá, assisto a concorrência de tarde para saber o que foi feito à tarde de matérias para a gente já começar o outro dia. De manhã cedo a gente vai para os grupos, vê o que tem, vê o que a equipe de reportagem perdeu para poder recuperar e eu sou assim, me misturo com a produção, me misturo com a edição do programa, me misturo com a edição de imagem também. Me misturo com o operacional, eu sou um enxerido, metido, como eu fui estagiário e passei por todos os setores de televisão não consigo fazer outra coisa senão trabalhar junto com eles juntos para construir o programa. Às vezes eu até atrapalho mais do que ajudo, mas tento.

2 - Existe alguma preparação corporal antes de entrar no ar, para a desenvoltura, tanto no corpo quanto na voz?

Não, eu faço um aquecimento porque como eu falo rápido, às vezes gaguejo, tento aquecer a voz, tomo até um cafezinho ou água para poder ficar quente e ter cuidado pois eu tenho um déficit de atenção grande, se estou aqui apresentando um programa e buscando traçar uma linha de raciocínio e alguém abrir aquela porta, pronto, me “fudeu” então eu tento ficar concentrado e ao mesmo tempo em que sou muito ansioso. Hoje foi um dia premiado, hoje eu deixei totalmente o pessoal lá em cima levar o programa, mas

tem vezes que daqui quero me meter no programa, tipo, estou apresentando, mas quero me meter na produção, na edição e tudo mais então fico perdido, muita informação na minha cabeça e não consigo fazer nada. A preparação é Deus agindo porque do jeito que sou doido não tinha condições nem de segurar um cabo desses.

3 - O programa todo em pé, qual o fator que faz com que você circule no programa, chegue perto da câmera e depois chegar mais perto do telão? O que faz você caminhar no estúdio?

Agora tu fizeste uma pergunta complicada. No começo eu ficava mais parado porque, aqui você vê que temos um cinegrafista só então não adianta mudar muito de câmera porque senão não vai ter uma diferença, eu gosto de fazer o programa andando e mudando de câmera para dar dinâmica, aprendi que dez segundos na mesma imagem já cansa o telespectador então em dez segundos eu tento mudar de câmera mas aqui não tenho como mudar. E outra coisa, acho que quando eu caminho, consigo raciocinar melhor, parado ou bato muito as mãos ou fico perdido no gestual ou levanto a voz e caminhando consigo, não sei se é por que faço outra coisa senão falar e pensar e vai me ajudando a dar um pouco dessa coisa de descarga de energia e vou ficar mais orientado e vou fazendo. Às vezes vou para frente, vou para trás porque só tem essa câmera que tem a imagem bacana, a outra já é meio “surradinha” também. O tempo em que passei na Arapuan, Hino, que Deus o tenha, ele contava para a gente de como ele fez Samuka andar pois Samuka ficava parado e ele dizia “Vai para um lado, vai para o outro” que é para dar dinâmica e eu peguei aquilo e fiquei quando fui para a Arapuan. Então passei a me movimentar mais, não sei se depois você vai se acostumando com a ordem, vai cumprindo mas acho que eu, isso é coisa minha, até de quando era repórter, caminhando, se alguém ligar para mim e estiver parado não atendo, tenho que ficar andando pois raciocino melhor.

4 - Você percebe esses movimentos ou acha que são automáticos?

Percebo, Percebo porque tenho uma grande tendência de colocar as mãos para frente, colocar a mão no rosto e uma amiga minha, amiga da minha mãe, chamo ela de madrinha, Nadja Almeida, ela é uma grande diretora de televisão hoje trabalha mais em produção comercial e foi me dirigir num comercial da Eletro Shopping em Recife e disse “Nunca coloque a mão na frente do seu rosto” então tenho todo o cuidado do mundo para tirar a mão do rosto, vivo brigando com minhas mãos e minha cabeça, tanto que observo muito o gestual do Silvio Santos, acho ele um dos caras mais controlados diante do vídeo e utiliza a mão da maneira correta tanto que a mão não chama mais atenção do que ele.

5 - O que é que você precisa ficar mais atento quando está no ar, tem várias coisas acontecendo mas o que é que você fica mais atento?

O que é que eu fico mais atento? Sei lá, nunca parei para pensar nisso. Eu me ligo em tudo, me ligo na concorrência, no que está acontecendo, nos grupos de *whatsapp*, na resposta do povo, na live do *facebook* porque se está oscilando vejo o que rendeu e o que não rendeu, tem um trabalho psicológico interno para poder ver que pouca gente no *facebook* nem sempre é pouca gente assistindo às vezes é muita gente na televisão, me ligo em tudo ao mesmo tempo. Se ficar ligado em só uma coisa daqui a pouco se mudar o foco repentinamente não saberia pegar o fio da meada.

6 - Como é falar para um público que você não está vendo?

Melhor do que antes quando eu falava só olhando para o espelho.

CORPO E GESTOS

1 - Já fez algum tipo de curso teatral?

Não.

2 - Há gestos específicos que podem ser usados no ar, existe uma padronização desses gestos habituais?

Não. É porque a gente é muito produto daquilo que vemos...

3 - Quais movimentos mais utilizados? Tem algum padrão?

Segurar as mãos. Ter cuidado para não colocar a mão no bolso e nem na frente do rosto, acho que é o único cuidado que tenho e não ficar muito tempo com a mão fechada que também não consigo por causa da gordura. Tem aqui o paletó por cima e aí às vezes a mão não fecha direito, fica parecendo aquele paletó do Didi.

4 - Nessas emissoras que você já passou já sentiu alguma diferença na atuação, no caso, na emissora A posso atuar desse jeito, na emissora B não posso desse jeito...

Victor – Na Arapuan eu era muito mais regrado, a Arapuan tem um dono que, grande amigo meu Senhor João Gregório mas ele manda em tudo. Não, a Correio, a Correio foi horrível. Não podia gritar, não podia falar alto e só grito quando estou aperreado mas não podia falar alto, não podia fazer o programa do meu jeito, o lado de andar não sei se já mandaram em mim alguma vez porque alguém me disse isso e ficou na minha cabeça, a Correio de todas foi a pior assim, não pela emissora mas pela pessoa que me dirigia. Ela, não sei se não gostava do meu perfil então vivia me polindo, porém na Arapuan era muito mais regrado, Seu João mandava em tudo, em tudo mesmo, então tinha que ir para perto do telão, foi quando comecei a aprender a me situar no estúdio.

5 - Você falou um pouco do terno, da vestimenta, ela influencia em alguma coisa na hora de você apresentar o programa?

Influencia. Eu acho que a maneira como a gente se veste, pelo costume que a gente tem quando vai para um evento importante, para uma coisa mais formal e tudo mais que colocamos uma roupa melhor, até a postura muda. Se você prestar atenção no tempo em que eu apresentava o programa aqui em 2012 mal-usava o terno mas as vezes que você coloca o terno se porta melhor do que quando está sem ele, não sei o que isso quer dizer mas tem a ver.

ATUAÇÃO E IMPROVISACÃO

1 - Considera que o apresentador faz um papel de ator durante o programa?

Sim.

2 - Você exerce esse papel?

Exerço. Só que um ator que se mistura com a arte. Por exemplo, eu sou um personagem de mim mesmo. Uma vez, estava vendo uma pregação e falava sobre, é que às vezes a gente fica se achando falso quando fazemos nossa auto análise e estava vendo a pregação que falava sobre a trindade, fui tentar entender como era a trindade e, não estou me comparando com Deus de jeito nenhum, foi quando comecei a entender que podemos ser a mesma pessoa em situações diferentes com posturas diferentes e não deixar de ser nós mesmos. Dizem que Deus é o mesmo só que ele é Pai, Filho e Espírito Santo e essa

pregação comparava justamente esse comportamento com o nosso você é um em casa, outro no trabalho e outro com seus amigos. Apesar de que sou um em casa, um com meus amigos pessoais e outro com meus amigos de trabalho porque eu nunca passei por algum lugar em que não tivesse feito amizade. Aqui são meus amigos de muitos anos, desde 2012, sou assim, tenho posturas diferentes, sou um ator, somos um pouco ator porque a gente atua mas tenho posturas diferentes para cada situação e em cada lugar que estiver. Por exemplo, não posso fazer, sou gaiato mas tenho que me puxar no meu raciocínio para ter um olhar mais humano quando falo da morte de uma pessoa de bem ou quando vou falar de solidariedade, aí é um exercício pessoal, preciso me obrigar a olhar para o próximo e entender o problema dele e viver como se fosse meu por que senão não vai adiantar de nada estar aqui na televisão.

3 - O que você pensa quando escuta suas palavras, linguagem corporal, expressividade, expressão vocal, corporal...

Que alguém está querendo colocar técnica naquilo que acontece naturalmente, que fazemos naturalmente.

4 - O que pensa sobre improvisação no trabalho?

Que o dia em que não tiver perde a graça. Você viu, o programa hoje foi quase todo de improviso, tinham poucas informações e fomos construindo o programa baseado em nada, baseado em poucas informações do grupo de *whatsapp*.

VOZ

1 - Já precisou passar por profissionais específicos para cuidar da voz ou outro tipo de coisa?

Uma vez só, fui numa fonoaudióloga, para tentar parar de gritar, ela disse que eu tinha que fazer uma cirurgia da minha sinusite e disse não, quero não, muito obrigado, meter tesoura na veia, quero não e desisti de ir para a fono.

2 - Como você acha que deve ser a voz do apresentador no programa e você, no caso, precisa melhorar em algum aspecto?

Preciso, em tudo. Minha voz é horrível, não gosto de me ouvir por isso que poucas vezes fiz rádio porque não consigo falar desse jeito que estou falando agora. Quando fico nervoso, ansioso, preocupado a minha tendência é falar mais alto. Aprendi na própria Correio, que falei tanto que a diretora me dava uma dor de cabeça danada, quando gritamos as pessoas se afastam, quando falamos baixo as pessoas se aproximam para ouvir, mas não consigo separar pois para mim falar alto é alegria e falar baixo você está triste, introspectivo então gosto de colocar muita energia para fora por isso às vezes grito.

DISCURSO E FALA

1 - Existe alguma determinação do programa para se comentar todas as notícias que são veiculadas?

Não, só aquilo que chama mais a atenção, não tem determinação. Agora às vezes precisamos de tempo “Olha, comenta um pouco que estamos preparando Betinho para entrar ao vivo”, pronto, então vou comentando, “Victor, pouco comentário hoje pois estamos com muitas matérias”.

2 - Quem determina é a redação, o pessoal lá de cima...

Não, é um consenso. Nenhuma verdade aqui é absoluta. Nem a minha, nem a da direção, nem da produção, a construção de um programa é uma eterna reunião, a gente está sempre se reunindo, discutindo, expondo o ponto de vista e alguém diz assim: “isso aqui serve, vamos aproveitar”, pode ser eu, pode ser a minha diretora, pode ser a gerente da gente o repórter, então isso não é determinado, isso acontece.

3 - Existem vícios de linguagem ou palavras que você utiliza muito no seu discurso?

O dia em que eu observar isso, corrijo. Me seguro para não dizer palavrão. Às vezes sai e fico arrependido.

4 - Você acredita que a sua fala pode influenciar de alguma forma na construção social, ideológica das pessoas?

Pode. Se eu fizer um oba-oba dizendo que é bom matar bandido, que é bom bandido morrer vou criar uma legião de assassinos me assistindo. Se eu começar a dizer que morre só aquele que procura o que não presta vou começar a fazer as pessoas pensarem, agora se começar a defender, porque têm crianças e jovens que nos assistem, vou ajudar a criar uma geração com o pensamento totalmente invertido, de não ter o mínimo de sensibilidade para diferenciar uma pessoa que tem a atitude que não presta e uma pessoa que precisa de cuidado, tem gente que tem que cuidar, no caso do menino que matou o pai, o pai abusava do irmão mas não sei se era sexualmente, ele abusava, como é que posso dizer, psicologicamente, molestava o menino e batia na mãe, dizia que a mãe era rapariga, ficava dando macho a ela, isso é na linguagem popular, dizia que estava traindo ele com outros caras, esse menino precisa de acompanhamento. Não que o que tenha matado o pai porque o ele ia lhe bater também não precise mas ali é totalmente diferente, tratamento de bandido pois ele está agindo daquele jeito. O outro que matou o pai porque ele batia na mãe tem que ser acompanhado para que ele não transforme o crime num hábito, se a gente habituar pessoas, começar a dizer que matar é bom, temos que ter muito cuidado com o que falamos. Das duas, uma: primeiro porque a vida se encarrega de devolver o que damos ao povo então alguém pode chegar e matar covardemente um parente nosso ou até nós mesmos; e segundo que não vamos colaborar em nada construindo uma sociedade de pessoas violentas. Acho que a melhor arma é o discurso e discurso só vem de preparo que vem com a educação.

5 - Como você observa esse discurso emocional, sensacionalista nos jornais de caráter policial e essa notícia veiculada hoje, desde o início ao fim, considera como sensacionalista?

Sim. Porque sensacionalismo na minha cabeça é aquilo que passa sensação para o público. William Bonner no Jornal Nacional quando ele fecha a cara para dizer que alguém morreu ou emitir uma nota de pesar do sistema Globo, das Organizações Globo, ele fecha a cara e causa na gente uma sensação, isso é ser sensacionalista. A sensação, por exemplo, você tem o exemplo do futebol, que a maioria dos apresentadores policiais passaram pelo futebol, eu tive uma passagem muito curta mas você tem que passar emoção naquilo que fala pois é um fato dinâmico, muitas vezes um ao vivo não se pode narrar, você vai vendo “o homem foi preso, e agora...” eu mesmo não tenho vontade de assistir um programa desses e quando você cria um envolvimento emocional com o seu público se consegue ter uma penetração bem melhor do seu ponto de vista, do seu comentário, daquele trabalho efetivo que se está fazendo junto com a equipe do programa. Quem criou esse termo sensacionalista, de uma maneira pejorativa, deve ser alguém frustrado com a

profissão e não conseguiu chegar lá porque eu não vejo isso como pejorativo. É igual chamar a música romântica de brega tentando desmerecer e desqualificar a música, isso aí é muito brega, eu gosto de brega, eu gosto de programa sensacionalista, então é isso. Se você for ver por outro lado e pegar o trabalho da equipe, que é um trabalho muito forte, um trabalho bonito de se ver, a gente trabalha feito uma orquestra aqui, aí digo que esse programa é realmente sensacionalista porque a turma que trabalha comigo é sensacional.

6 – Como é que eles criam essa credibilidade na construção da informação, como é que vocês utilizam para tirar essa imagem que é “criticada” pela comunidade acadêmica?

É mas só é criticada por quem tem o papel de estimular o senso crítico nas pessoas. O que seria da gente se não houvesse o meio acadêmico pra nos estimular a pensar. Eles têm que começar a dizer, realmente, a televisão que fazemos pode ser um desserviço, possa ser porque se fizer um programa cultural aqui não vai ter nenhum ponto de audiência, não vamos atingir a massa. Não adianta, não vamos segregar, podemos tentar colocar em doses homeopáticas aquilo que a população precisa ter e não tem. Geralmente quem critica ou é frustrado ou tem a visão totalmente pervertida, não é sexualmente, invertida daquilo que fazemos, não conhece nosso dia a dia. Temos excelentes profissionais aqui, a pessoa que edita meu programa, a nossa diretora-chefe é Ivani Leitão, ela tem uns 30 anos de jornalismo, 20 anos de Cabo Branco, se uma mulher dessas não tiver uma bagagem cultural, de conhecimento, de conteúdo para poder me incentivar a passar para o público então não estamos prestando mais para nada.

7 – Como é que você enxerga essa aproximação do jornalismo policial com os telejornais pela modernização, por esses links ao vivo e também ao mesmo tempo do telejornalismo com o jornalismo policial trazendo também notícias dessa forma que vocês trabalham?

Do jeito que a internet obriga a gente, você viu que o programa hoje foi inteiramente construído a base da tecnologia, são links ao vivo feitos pela internet, foi o público pelo *whatsapp* passando informações para nós, o pessoal que via os bandidos passando pela área e nos informavam, a tecnologia ajuda muito, mas atrapalha porque eu sou um pouco daqueles que gostam da televisão antiga então tirou um pouco do encanto da televisão, não vou mentir para você, acho que acabou um pouco daquele encanto de “eita, vou esperar para ver na televisão”, você pega o telefone e já vê essa notícia, lascou, quebrou o nosso trabalho, isso vai gerando desemprego mas tirou um pouco do encanto da televisão e tá transferindo para a internet apesar de que hoje o jornalismo talvez não se perca nisso pois trabalhamos usando a internet também, acho que vai ser mais difícil de tirar o povo do jornalismo. É importante a tecnologia para gente porque hoje se tivesse tecnologia certamente eu só iria dar essa matéria na segunda-feira e o público fica atrasado na informação. O mesmo efeito que fez a televisão se dinamizar, que foi a internet, está fazendo com que os telejornais sejam um pouco mais policiais também, pois senão não tem audiência. O povo quer saber o que acontece, um fato que chama a atenção, às vezes mostrar uma reunião do orçamento democrático, uma reunião da assembleia legislativa não vai interessar todo mundo, mas se mostrarmos um crime que atraiu 1500 pessoas ao redor vão querer ver na televisão o que aconteceu. A televisão é uma caixa de fofoca, só falamos da vida dos outros, no jornalismo você fala da vida dos outros, quem recebeu medalha disso, daquilo, que a economia aumentou, que o ministro disse isso, disse aquilo outro, no jornalismo policial vou dizer quem matou, quem morreu, quem foi preso, quem levou “cangaia”, então televisão é uma caixa de falar dos outros; tiraram da janela e colocaram cobrando energia e assim podemos trabalhar.

8 Algo mais para acrescentar?

Dizer que eu tenho um sério problema em formar ideias assim de pronto, quando sou entrevistado às vezes falo besteira demais, às vezes falo até alguma coisa que se aproveite, não sou muito bom de responder, acho que sou menos pior perguntando, espero ter contribuído!

APÊNDICE D – ENTREVISTA COM SAMUKA DUARTE

IDENTIFICAÇÃO PROFISSIONAL E FORMAÇÃO ACADÊMICA

1 – Quando foi que você percebeu que se identificava com o jornalismo policial? Você teve alguma formação para atuar na

Na verdade eu nunca imaginei que eu me identificasse com o jornalismo policial. Eu sempre me identifiquei, como eu tinha o sonho de ser radialista, fazer programa de rádio, sempre me identifiquei com os problemas da sociedade. Tá entendendo? Os problemas da comunidade. Então eu fazia um programa na rádio de telefone aberto, o pessoal reclamando de lixo, de buraco, de qualquer coisa assim que mexesse com a comunidade. Não era policial. Eu nunca tive essa identificação. Se eu disser assim: olha eu me identifico para ser apresentador de programa policial. Mas quando me chamaram para apresentar o programa, então era um programa policial. Então eu enfrentei e comecei a apresentar e passei a me identificar com apresentador policial ou o que botasse. Policial ou jornalístico qualquer uma coisa assim né? Então é um dom. Eu percebi que eu tenho o dom. O dom que Deus me deu. Eu não tenho uma formação acadêmica para isso. Eu sou formado em matemática e em biologia pela Universidade Federal da Paraíba. Jornalismo nunca fiz e nem pensei em fazer ainda.

2 – Como foi essa sua formação profissional? Você começou na TV ou no rádio?

Eu comecei no rádio fazendo reportagem. Então a rádio na época que eu comecei em 1994 (...) então o que é que acontece? Aí notaram que eu tinha um dom, que eu sabia fazer reportagens, andar na rua, entrevistar o povo, então assinaram a minha carteira como radialista e aí eu tirei o registro profissional pelo sindicato, como foi permitido por lei que quem trabalhava na rádio poderia tirar o registro profissional. Então eu tirei o meu registro profissional para rádio e TV. Então eu comecei na rádio e descobriram que eu poderia dá certo na TV. Arriscaram e deu certo.

3 – Você trabalhou em outras emissoras? Quais?

Eu trabalhei na rádio Tambaú que hoje é a FM Sucesso, trabalhei na FM Cristã, fui repórter da rádio Líder FM em Santa Rita, fui repórter da rádio Liberdade FM que hoje é da Igreja Universal, antes não era. E trabalhei também na rádio Arapuan. Aí da rádio Arapuan me levaram para a TV Miramar, também trabalhei na rádio Miramar, aí a TV Miramar passou a ser TV Arapuan, aí eu fiquei trabalhando na TV Arapuan (primeira vez como apresentador de TV) e depois fui contratado pela TV Correio e estou aqui na TV Correio há oito anos graças a Deus ganhando no IBOPE. EU sou (...) falo isso humildemente, o único apresentador do Brasil que derruba a poderosa (Globo). Vai entrar para os nove anos que eu venho ganhando na audiência aqui só na Correio e mais um ano na Arapuan. Então há dez anos que eu estou no ar ganhando na audiência.

4 – O que mais te impressiona no fazer jornalismo?

O que mais me impressiona é o carinho do povo. O povo tem um carinho por mim muito grande. Por quê? Primeiro: eu já fui atacado muitas vezes de forma até injusta. Uns atacam porque o ser humano aqui no Brasil ele tem essa cultura de falar mal das pessoas, de atacar o outro e se você tiver sucesso aí a turma começa a cair de pau em cima de você. Você sabe que aqui é assim. É aquela história: se uma árvore não dá fruto, ninguém atira pedras. Você passa por baixo de um pé de manga, não tem manga nenhuma para jogar

pedra. Vai jogar pedra para cair folha? Agora se tiver fruto todo mundo joga, então eu produzi frutos na imprensa fazendo um trabalho onde eu me aproximo das pessoas. O que mais me impressiona é o carinho das pessoas que tem por mim e a confiança que o povo tem em mim. Isso é impressionante porque eu tenho correspondido aos anseios do povo. De quem tá em casa, das famílias que quer ouvir uma informação, uma notícia eu dou. Eu não sou apenas um leitor de TP. Tem apresentador que é leitor de TP eu não sou leitor de TP. Eu sou um comunicador que comenta, que dou minha opinião, que chama a responsabilidade das autoridades. Então o que me impressiona é que o povo confia, acredita e tem um carinho muito grande por mim.

ROTINA DE TRABALHO

1 – O que você faz desde sua chegada a emissora até entrar no ar? Qual o caminho que você percorre?

Eu venho direto para o banheiro, aí me ajeito lá, aí depois boto um pozinho, né para tirar o brilho e pronto, espero a hora de entrar. Só faço isso aqui na TV mais nada. Não olho matéria, não olho o que tem, não faço nada. Se eu olhar antes eu perco a graça quando eu entro no ar.

2 – Você faz alguma preparação corporal ou vocal?

Não. Tem cara que fica braaaaaa, parece uma caterpillar arrancando pedra. Eu não faço nada disso. Eu entro normal, natural, nunca fiz isso não.

3 – Você apresenta o programa todo de pé. Quem orienta os seus movimentos?

Eu mesmo faço os deslocamentos, eu gosto de fazer em pé, a vontade. Começaram a me chamar de doido quando eu fazia e tal que ia para lá e vinha para cá e depois todo mundo começou a ficar em pé. Até a outra lá (Globo) também começou a colocar gente em pé. Agora todo mundo fazendo em pé. Eu era o doido aí todo mundo começou a imitar o doido. Eu fui chamado de doido. – Isso é um doido, anda pra lá e pra cá. Aí hoje é todo mundo andando pra lá e pra cá. Todo mundo querendo ser o doido do Samuka. Não dá para entender, então eu tô certo. É o doido que deu certo.

4 – Quando você está ao vivo o que você precisa dar mais atenção?

Eu sempre fico atencioso ao programa. Agora como hoje a gente estava nessa expectativa (saída do resultado do IBOPE) aí coincidiu que você veio nesse dia, então você me viu sempre olhando o celular. Mas eu não posso ficar olhando o celular. Eu digo sempre no ar: não mande mensagem porque eu não posso olhar celular. Na hora do programa eu tenho que tá concentrado. Só que hoje coincidiu de você vir aí você me viu sempre olhando o celular, hoje foi o dia da festa né? Mas eu não olho o celular. Eu me concentro na matéria tanto ao vivo quanto gravada. Disseram que o IBOPE estava para sair de hoje para amanhã. Só que não dizem a hora. Pode sair de meio dia, como pode sair mais tarde aí de vez em quando eu ia lá naquela expectativa. Mas eu gosto de ficar totalmente concentrado até para eu comentar. Se eu não me concentrar como é que eu vou comentar? Vai ficar ruim.

5 – Esses gestos que você faz já são automáticos ou você planeja?

Não. Esse é o meu jeito, é meu jeito. Se tirar isso de mim me mata. Eu sou desse jeito. É o jeito natural.

6 – Como é falar para um público que você não está vendo?

Eu imagino que eles estão me vendo. Imagino que estão tudo em casa me vendo. Ou no carro, onde quer que esteja. Na minha imaginação estão me vendo. Quem tá assistindo só tá me vendo, mas na hora que eu chamo alguém (no estúdio) isso gera uma coisa mais familiarizada com o pessoal que está em casa. Porque senão fica chato só eu, só eu, só eu.

CORPO E GESTOS

1 – Já fez algum curso teatral?

Não, nunca.

2 – Existe algum gesto específico que você evita usar?

Não. Ninguém me cobra nada disso aqui, mas também eu não exagero. Eu tenho que ter também os limites né? Porque seu for exagerar, fazer tudo que vir na loucura, também vai dá errado, não dá certo.

3 – Você sentiu algum tipo de diferença na sua performance da emissora antiga para a atual?

Não. Por onde eu passei sempre fui liberado a ficar à vontade. Inclusive eu já fui da rádio CBN, que antes era a Jovem Pan, que é da Cabo Branco e aí ela tirou a Jovem Pan do ar e botou a 101.7 que eu fui contratado para trabalhar lá, mas passei só quatro dias porque eu vi que a rádio estava com a audiência muito pouca. Eu era da Arapuan, fui contratado pela 101, na época, que é a rádio da Cabo Branco e hoje é a CBN. Por onde eu passava as pessoas falavam: rapaz eu não estou te ouvindo mais aí voltei para a Arapuan. Mas eles me deixaram sempre a vontade.

4 – Há uma escolha específica para o seu figurino?

Eu mesmo quem mudo. Quem muda sou eu mesmo. Ninguém aqui faz nada. Dizer assim: ei tira essa roupa e coloca outra, não! É tudo eu. Vem na minha cabeça aí eu digo: rapaz hoje eu vou ficar esporte, vou ficar mais à vontade aí vou. Eu me sinto melhor assim (informal).

ATUAÇÃO E IMPROVISACÃO

1 – Você considera que o apresentador faz um papel de ator durante o programa?

Rapaz ele tem que fazer.

2 – Você é um ator?

Tem que ser. O ator na forma de apresentar. Você tem que usar a emoção. Agora eu sou o mesmo na televisão e fora. Se você me encontrar no meio da rua, em casa, eu sou o mesmo. Eu pego o meu violãozinho, eu brinco com a mulher, eu brinco com a minha menina, eu ando, eu sou normal. Abraço o povo na rua, beijo. Agora quando eu falo que ele tem que ser ator é o seguinte: você tá ali na televisão, você tá mostrando alguma coisa, e você não vai se emocionar? Você vai dizer: não eu tenho que ficar seco? Aqui eu não posso chorar? Ou eu não posso rir? Eu não posso fazer nada? Aí tá errado. Você tem que agir de forma natural. Tem gente que faz isso de forma artificial aí pega mal. Os caras que foram me imitar. Olhe os caras que apresentavam de meio dia que concorriam comigo. Todos eles caíram. Todos eles tentaram me imitar. Inclusive o da emissora que

eu não vou tá citando, tenta imitar. E não faz porque a turma segura ainda. Mas fica dizendo vai, faz isso (a produção da outra emissora falando para o apresentador), rir, manda alô. Você já viu dizer lá mandar alô (outras emissoras)? Agora já manda alô. Nem mandava, era tudo na bancada. Agora já estão em pé, abrem o paletó, tiram uma brincadeira. Se você assistir você vai ver, mas antes não era. Por quê? Porque tem que ser. Você tem que ser natural. Quando eu digo que é um ator, é o ator de forma natural.

3 – O que você pensa quando escuta as palavras linguagem corporal, expressividade, expressão vocal, expressão corporal?

Eu não penso nada. Eu penso que eu estou fazendo o certo. Quer a prova? Tá aí o IBOPE. Eu não estudo isso, nem me preocupo com isso.

4 – O que você pensa da improvisação? Tem que acontecer?

Bem, depende. Se o cara não souber improvisar (...) vai se queimar não vai? Eu improviso porque eu tenho o dom. É preciso ter o dom da improvisação. Se você vai improvisar sem ter o dom da errado. Fica artificial, fica seco. Muitos tentam fazer a coisa – eu vou imitar fulano. Dá errado. Se você não tiver o seu jeito natural, não vai, dá errado.

VOZ

1 – Como você acha que deve ser a voz do apresentador no programa? Você acha que precisa melhorar em algo?

Não, eu tenho que ser isso mesmo porque eu estou ganhando no IBOPE há 10 anos, se eu melhorar estraga. Tá bom demais e eu não me preocupo em fazer isso ou aquilo. Eu tenho que melhorar, na verdade a gente tem que a cada dia melhorar, a gente tem que caminhar para frente. Então eu tenho que a cada dia melhorar nos meus comentários, melhorar meu relacionamento com o meu público... cada dia ser melhor. Tá bom porque eu estou ganhando, mas eu quero sempre dá o melhor de mim. Não quero andar para trás.

DISCURSO E FALA

1 – Existe alguma determinação do programa para comentar todas as matérias que são veiculadas no jornal ou você que escolhe aquilo que comenta?

Tudo sou eu. Todos os comentários são da minha cabeça. Se eu não quiser comentar eu não comento nada. Não existe um tempo máximo de comentários, mas eu não posso me estender porque tem outras matérias, tem os *merchans*. Eu que tenho que dosar né? Porque se eu ficar falando demais vai cansar né? Vai cansar não a mim, mas ao telespectador que está assistindo. Eu vou ficar em um comentário o tempo inteiro? Aí cansa. Tem outras matérias, então eu tenho que me dosar para não exagerar.

2 – Você acredita que a sua fala pode influenciar de alguma forma na construção ideológica das pessoas?

Pode sim. A prova está aí que o pessoal confia, o pessoal acredita. Então pode influenciar de forma negativa ou positiva. Por isso que eu tenho que ter cuidado com o que falo. Não é? Ter cuidado com as opiniões políticas, seja lá o que for.

3 – Como você avalia os comentários que as pessoas fazem dos programas sensacionalistas?

As pessoas falam em sensacionalismo eu não sei por quê. Porque quem mais falava em sensacionalismo hoje tá apresentando programa policial com força lá. E agora? A emissora que mais criticava chamando a gente de sensacionalista hoje fica correndo atrás de colocar programa policial, matéria policial. E aí? Quem é sensacionalista o apresentador ou o bandido que chega, mata e esfolia? O que é sensacionalismo? O que é sensacionalismo? É você apresentar um programa mostrando com seu sentimento a revolta do cidadão, do pai de família... Isso é sensacionalismo? Então tem que ser seco. O cara matou eu vou dizer: fulano invadiu uma casa, assaltou, matou e pronto e acabou? Você não tem que mostrar a revolta do cidadão de bem que tá em casa que teve o filho assassinado, um filho preso, que o bandido invadiu a casa que deu no pai, deu na mãe? Então a gente não tem que mostrar nenhum sentimento de revolta? Se você mostrar é sensacionalista? E aí? Então o criminoso passa a ser o apresentador e o bandido é o quê? O santinho, o bacana, o correto. E aí? Então a sociedade quis inverter valores chamando o apresentador de sensacionalista. Isso se chama inversão de valores. O bandido é o correto, o apresentador é que tá errado. E aí?

4 – Como você enxerga essa aproximação do telejornalismo com os programas policiais? Por exemplo, os programas policiais estão crescendo muito. Eu vi hoje que aqui tem um helicóptero, os estúdios são modernos, etc. No telejornalismo eles abordam muitas notícias policiais de crimes. Existe uma aproximação dos dois nesse ponto. Como você acompanha essa mudanças?

Muitos programas aí ficam querendo imitar. Esse é que é o problema. Como eu não imito ninguém, eu faço do meu estilo. Então eles que tem que responder, os imitadores. Eu não posso nem responder pelos que imitam. Não sei porque eles querem imitar. Eu faço o meu jeito natural. Sempre fiz e tá dando certo porque ninguém nunca na Paraíba conseguiu ganhar no IBOPE durante 10 anos e eu estou conseguindo ganhar durante 10 anos. Então acho que eu estou fazendo certo. E a diferença é grande. Então eu estou certo.

5 – Você utiliza muitas as frases: “vamos falar a linguagem popular logo”, “como é que pode um negócio desses?”, “atenção, atenção, atenção”. Como você constrói essa narrativa? As notícias são observadas com antecedência ou só na hora?

Eu vejo tudo na hora. Aí quando eu vejo lá eu digo: atenção, atenção, atenção. Isso vai chamar a atenção. Precisa ser uma matéria chamativa. Se for chamar a atenção para qualquer matéria as pessoas vão dizer que eu estou exagerando. Chamar a atenção com qualquer matéria?

6 – Como você percebe a construção da credibilidade jornalística nos programas policiais?

Mostrar a matéria, comentar com responsabilidade e mostrar a indignação. Se não mostrar a indignação não adianta, não tem credibilidade. Porque o cara que tá em casa assistindo ele quer falar e ele não pode. Então ele tem que ver no apresentador o que ele gostaria de dizer. Ele quer ouvir do apresentador o que ele gostaria de falar que é essa indignação que alguns falam que é sensacionalismo. Por isso que os que falam que é sensacionalismo, eu não sei onde eles aprenderam essas regras, não vai a lugar nenhum. Não vai a lugar nenhum. Inclusive os estudantes de jornalismo que criticam muito a forma da gente fazer programa, quando chegam na TV não saem do canto. Não sem do canto. Se colocarem na rua para fazer uma matéria não sabe para onde vai. Se colocar para apresentar cabô. Teve uma fila aqui de gente para fazer o curso para ver se apresentava programa. Tudo

reprovado. Todos formandos em jornalismo. Tem que ter o dom da comunicação. Tem que ter o dom para atrair as pessoas para que as pessoas possam assistir e confiar, acreditar no apresentador. Se não tiver esse dom não adianta, vai ser um leitor de TP. E quando sair o resultado do IBOPE não tem audiência. Aí o dono da TV, que nós vivemos em um regime capitalista, todo mundo sabe disso, nós vivemos em um mundo onde gira o dinheiro. Se não tiver audiência, não tem dinheiro. Se não tiver audiência, não tem *merchan*, não entra dinheiro na TV. O dono da TV quer dinheiro, todos eles, quer ganhar dinheiro. Isso é um empresa. Se você não produz em uma empresa ela bota você pra fora. Se o apresentador não produz e aí? Ele fica lá apenas cumprindo um contrato.

7 – Você faz gestos para encenar, descrever a notícia. Como teve o caso do muro que homens subiram no muro e você encenou como foi essa fuga. Você acha que isso é necessário na sua narrativa?

Se é necessário eu não sei, mas até agora tá dando certo. Os outros não fazem. É uma coisa minha, eu faço e ninguém disse que eu fiz errado até agora. O IBOPE tá aí mostrando que eu estou fazendo certo.

8 – Na sua narrativa você comenta a notícia antes de ser lida, durante a leitura e depois de apresentada. Por quê interromper dessa forma?

Para fechar. Para quem tá em casa entender. Por isso que a gente tem credibilidade porque quem tá em casa entende o que eu estou falando. Isso se chama linguagem do povo.

9 – Você fala muito a frase “segundo informações que estão chegando aqui...”. Geralmente essas informações elas são as mesmas ou são renovadas ao longo do programa?

Elas são renovadas. Não é apenas para chamar a atenção do público. Quando a notícia está chegando eu falo: atenção que está chegando uma informação aqui agora e aí eu vou e passo porque vem do ponto. Ela vai chegando e eu vou passando. São duas horas de programa. É a única TV da Paraíba que tem um programa de duas horas de duração. Programa jornalístico e não é exclusivamente policial não meu programa é geral.

10 – Você às vezes exagera no discurso. Por exemplo teve um caso de uma menina que foi internada vítima de estupro e você falou: “ela foi internada por conta de Zica? Dengue? Chicungunha?” Foi construindo uma narrativa para chegar em um ponto específico. Por que você faz isso?

Para não dizer logo. Porque se eu disser: uma menina foi internada por ter sido estuprada. Tem que começar: uma jovem foi internada. Foi por causa de Zica? Não! Porque uma criança pode ser internada por causa de uma gripe, de uma virose. Porque tinha lá: criança foi internada vítima de estupro. Aí eu usei o meu jeito. Aí eu puxo a responsabilidade e chamo para mim porque é aí que o povo gosta. Se eu for direto eu vou no seco. No seco direto eles estão fazendo e tá dando errado. E aí?

11 – Para descontração você chamou um dos repórteres que estava na praia e pediu para ele tirar a roupa ao vivo. Por que você trata os repórteres assim?

Você acha que ele iria tirar? Não. Isso foi mais para descontrair. A gente tem que mostrar, o apresentador tem que mostrar que existe uma relação bacana com a equipe. Se ele não mostra isso, é um cara seco e os secos estão aí, estão perdendo.

12 – Na sua narrativa existe a utilização da religião para legitimar que você acredita em Deus, etc. Por que você tenta demonstrar sua religiosidade ao seu telespectador?

Eu tenho fé em Deus. Ele é quem transforma. Eu sou nascido de um lar religioso. Meu pai é pastor e eu leio a bíblia, então eu não estou ali só para apresentar o programa, mas também para levar a mensagem. E quantas pessoas já vieram a mim e disseram que tiveram a vida transformada por conta de uma palavra que eu dei no programa?! Por isso que eu insisto e vou sempre insistir em falar de Deus e dizer que Deus é o que pode transformar.

13 – Você fala que o *Correio Verdade* é o *Correio* do povo, da família paraibana. O que você quer dizer com isso?

Eu quero dizer que a população paraibana pode assistir o *Correio Verdade* que a família paraibana pode contar que tem um programa para defender a sociedade, o pai, a mãe, o filho e realmente é da família paraibana. E há respeito. Não tem palavrão, eu dou conselho para os filhos e os pais gostam.

14 – Em alguns momentos você aumenta e diminui o tom de voz. Quem define isso e por que você faz isso?

Quem define sou eu mesmo. Quando eu estou indignado eu aumento a voz, subo a voz. Agora quando eu vou dá uma palavra de conforto, um conselho, aí eu poupo a voz. Aí eu tenho que também... porque se eu for falar linearmente, numa linha reta, aí vai ficar sem graça. Eu vou mostrar uma indignação, vou fazer um *merchan*, aí eu vou brincar, tudo de um jeito só? Num tom de voz? O povo vai dizer: esse bicho tá doente. Tem algum problema.

APÊNDICE E – ENTREVISTA COM KARINE TENÓRIO

IDENTIFICAÇÃO PROFISSIONAL E FORMAÇÃO ACADÊMICA

1 – Você trabalha com o jornalismo popular. Como está sendo essa mudança editorial do policial para o comunitário? Você consegue se identificar dentro desse jornalismo? Como foi sua formação?

Na verdade eu não me enxergo como uma pessoa que faz jornalismo policial. A notícia policial ela faz parte do jornalismo. Assim como a notícia de política, a notícia de esporte. Então o jornalismo ele vem trazendo todas essas notícias e são todas essas notícias que acabam vindo dentro do programa que eu tomo a frente. O que no dia a dia o que a gente vai tentar de escolher da forma editorial é como abrir aquele programa, se naquele dia a gente vai com a comunidade, se naquele dia a gente pode abrir com um exemplo, uma notícia positiva, ou se naquele dia vai ser mesmo o caso do dia. Aquele caso que está chamando mais atenção, que tem mais repercussão. Então a notícia policial ela precisa existir porque ela é notícia. O que a gente tenta trabalhar aqui todo dia é a forma como essa notícia vai ser dada. Então aos pouquinhos a gente está tentando mudar essa forma aqui na empresa. De se aprofundar mais na notícia de se humanizar mais aquela notícia. Não de contar apenas que fulano de tal morreu, mas quem era fulano de tal? O que é que existe por trás daquele assassinato? Então é uma forma diferente de contar notícia. Então a notícia policial vai ser sempre importante para o jornalismo. Já fazia isso na emissora anterior (Cabo Branco), em ao vivo, em reportagens mesmo. Apesar de sempre ter tido uma identificação muito forte com a comunidade no sentido em que eu entendo que o jornalismo ele precisa dar uma contribuição. Então informar já é uma contribuição, é bacana, mas é preciso ir além e aí a imprensa como é um órgão que ajuda a fiscalizar o poder público, que ajuda dar voz às pessoas, então eu acho que tem essa contribuição social que o povo precisa ter e eu não abro mão disso no programa. Eu sou jornalista formada pela Universidade Estadual da Paraíba.

2 – Trabalhou em outra emissora? Quais?

A primeira emissora que eu trabalhei foi a emissora Itararé que é afiliada da TV Cultura em Campina Grande, depois eu vim pra cá, TV Tambaú, fiquei três anos aqui. Depois passei três meses na TV Asa Branca em Caruaru e depois fui para a TV Cabo Branco, fiquei mais sete anos e agora estou de volta a TV Tambaú.

3 – O que mais te impressiona no fazer jornalismo?

O que me emociona é o poder de alcance que a gente tem né? A gente quando tá lá (apresentado), a gente não consegue ter a dimensão do quanto que a gente consegue entrar na casa das pessoas, do quanto que a gente consegue entrar no coração das pessoas e a gente só vai ter o retorno disso quando a gente vai pra rua. É quando alguém chega pra gente e dá esse retorno de que você deixou a pessoa mais triste ou mais alegre ou que você quando não tá você faz muita falta, de que a pessoa não perde um dia e a pessoa mesmo sem ter o conhecimento do jornalismo ela dá aquele retorno para você que até parece que ela compreende bem todo o universo do seu trabalho. Aí a gente percebe o quanto que aquilo ali está indo longe.

ROTINA DE TRABALHO

1 – O que você faz desde que chega à emissora até o momento de entrar no programa?

Eu chego na emissora por volta das nove horas da manhã e aí o primeiro trabalho do dia é se reunir com a equipe para ver quais são os fatos mais importantes, o que é que a gente tem de matéria na casa, o que é que a gente ainda precisa construir de matéria. Enfim a gente faz essa reunião que é como se fosse traçar as estratégias para aquele dia. Depois disso aí eu vou me arrumar, cabelo, maquiagem, trocar de roupa e aí eu sento no computador para fazer a escalada e ajudar na elaboração do jornal. A sequência das matérias que vai abrir o jornal, o que entra no segundo bloco, - o primeiro bloco está muito pesado, tem muita tragédia, então vamos tentar diminuir um pouquinho, bota alguma coisa para o segundo bloco. Então a gente vai construindo estrategicamente aquele dia. Eu construo o programa junto com a minha equipe.

2 – Existe alguma preparação corporal ou vocal?

Eu fiz por um bom tempo acompanhamento com fono, então sempre quando a rotina permite, quando não está tão corrido eu separo cinco minutinhos para fazer um aquecimento, para tudo fluir melhor durante o programa.

3 – Você apresenta o programa de pé e em alguns momentos utiliza uma bancada, o notebook. Quem define esse momento de deslocamento de um lugar para o outro?

Eu sou totalmente livre para transitar por onde eu quiser, porém eu sei que na hora que tem *merchandising* no programa eu uso um determinado telão, mas eu tenho total liberdade para olhar para a câmera que eu quero, para estar em qualquer lugar do estúdio que eu quiser.

4 – O que você precisa dar mais atenção quando está ao vivo?

Eu acho que comentar qualquer notícia existe muito. Se você não tem conhecimento sobre aquele assunto, se você não tá por dentro naquele dia sobre aquele fato, eu evito comentar. O comentário ele passa como forma de pensamento para quem tá em casa e você tem uma responsabilidade muito grande com isso porque a sua opinião acaba chegando na cabeça de muita gente. Então eu acho que na hora de comentar, como é algo improvisado, como é algo que vem de dentro, eu preciso ter uma responsabilidade muito grande antes de fazer.

5 – Você percebe os movimentos que faz ou já são automáticos?

São naturais. São automáticos. Eles não são dirigidos por ninguém, são meus.

6 – Como é falar para um público que você não enxerga fisicamente?

Eu estou há doze anos no jornalismo, então eu meio que vejo ali as pessoas quando eu olho para aquela câmera eu vejo as pessoas. Então eu vejo que na sala tem criança, eu vejo que na sala tem mulher, eu vejo que na sala tem idosa, tem idoso, tem até animal de estimação. Eu vejo as pessoas e eu penso nelas quando eu estou fazendo o programa. Eu vejo porque eu encontro com elas nas ruas depois, porque elas mandam mensagens no *whatsapp* aqui, algumas vezes eu tenho a oportunidade de ler essas mensagens quando o programa está no ar. Então eu sinto todo o carinho e retorno delas além da rede social que muitas mandam mensagens pelas redes sociais.

7 – Um dos diferenciais do seu programa é que ele tem uma bancada. Você que escolheu esse formato? Existe diferença em ter ou não uma bancada?

Pra mim essa bancada foi muito importante. Por quê? Porque eu ajudo na construção do programa. Então às vezes precisam ser feitas alterações. É um programa de uma hora e meia. Precisa fazer alterações e junto com o meu diretor a gente vai construindo o programa ao longo do tempo. Então eu altero cabeças, eu faço notas. Essa bancada não é apenas algo do cenário, aquilo ali é muito importante para a construção do programa. Eu puder saber a próxima matéria que vem, como é que eu vou mudar de uma câmera para outra, o tom que eu vou dá para aquilo. Então é muito importante ter aquela bancada com um computador. Ali eu vou comandando o programa junto com o diretor.

CORPO E GESTOS

1 – Já faz algum curso teatral?

Não. Quando eu era iniciante na TV eu era muito diferente do que eu sou hoje. Então a gente vai adquirindo os gestos no decorrer da profissão. A gente vai se sentindo mais à vontade, a gente vai ganhando mais personalidade, a gente vai se construindo ao longo do tempo. Então eu tenho certeza que eu sou muito diferente até da Karine que entrou aqui (TV Tambaú). Se você me ver no primeiro dia de apresentação aqui e me ver apresentando hoje você vai sentir uma grande diferença, mas tudo é uma questão de se sentir à vontade, de se sentir preparada, segura.

2 – Você sentiu algum tipo de restrições entre as emissoras por onde passou?

Sim, existem grandes diferenças. Por exemplo, na última emissora que eu trabalhei (Cabo Branco) as regras eram outras. Eu olhava para a câmera que eu era direcionada. Então você faz essa notícia na câmera tal, a próxima você vira para a tal, na outra vai pro telão. Então eu era comandada, cada passo que eu dava dentro do estúdio eu recebia uma ordem. Aqui não, eu sou completamente livre no estúdio, o cinegrafista me acompanha. O câmera ele sabe que tem que me acompanhar. Então isso dá mais personalidade ao apresentador, é uma das diferenças. E aquela coisa de você ser um pouco mais descontraída. Das pessoas em casa poderem perceber que tem alguém que fala no seu ponto, então eu posso dizer: o meu diretor está aqui dizendo que teve agora pouco um acidente e a nossa equipe está indo para lá. Assim, as pessoas em casa podem entender um pouquinho mais o funcionamento da TV. Então eu posso chamar a figura do meu diretor, como: olha meu diretor tá aqui me dizendo isso e isso para que as pessoas percebam que é uma equipe, não é só o apresentador. Poder brincar, ser descontraído, existem algumas possibilidades a mais para mim aqui.

3 – Há uma escolha específica para a vestimenta? Você acredita que a roupa que você utiliza pode influenciar de alguma maneira na sua imagem?

Olha eu tive uma experiência em um projeto social que eu era palhacinha. Eu me vestia de palhaça nos hospitais. E nesse projeto, eu descobri – eu era estudante de jornalismo – que aquilo que gente veste comunica muita coisa. Então a minha maquiagem me comunicava com as crianças. Elas me reconheciam pela maquiagem. Se eu não tivesse com a maquiagem ... e o que é que eu fiz? Eu apresentei minha monografia com um terno e eu terminei vestida de palhaça. Eu queria mostrar o quanto que isso influenciava na nossa comunicação. Então é claro que a roupa influencia muito, porém a roupa tem que estar de acordo com a minha personalidade. Tudo tem que ser um meio termo. Se de repente eu me vestir de uma forma muito sofisticada, quem tá em casa não vai me

reconhecer. Não essa não é Karine. A Karine que eu conheço usa uma roupa mais simples. Claro que não é a roupa que está na reportagem. Na reportagem o povo usa até calça jeans, tênis, mas para o estúdio precisa tá um pouco mais formal, porém não deixar de ser Karine. Assim eu tento não perder a minha identidade na escolha da roupa.

4 – Existem apresentadores no meio dia que descrevem cena a cena. Você não faz isso. Como você trabalha essa construção na sua narrativa?

Depende muito de cada caso. No jornalismo não existe fórmula. A gente não sabe o que vai acontecer daqui a pouco. O programa tá ali pronto, mas de repente pode acontecer um fato que tudo o que tá ali não vai para o ar hoje. Então não existe fórmula. É imprevisível. Então a gente tem que sempre buscar a melhor forma de contar aquela história com os recursos que a gente tem. Se eu tiver cinco equipes para cobrir aquele fato, é claro que eu vou cobrir de uma forma diferente, mas se eu tiver só duas? Então eu vou ter que tentar me virar e dá o máximo com aquelas duas. Então se de repente a história é um assalto, então a gente pode analisar. Por que não? O passo a passo que aqueles assaltantes usaram desde o momento da entrada no local, o que eles recolheram no local, o que foi interessante para aqueles assaltantes, se eles fizeram alguém refém, se eles não usaram de violência, como eles usaram para fazer a fuga, quanto de polícia foi envolvida nisso. Então é uma forma de contar a história. Naquele dia, naquele fato a gente vai descobrir a melhor forma de contar aquela história. É uma descoberta todos os dias, não tem fórmula.

5 – Em alguns momentos você chama a câmera e começa a conversar com o telespectador diretamente. Quem determina isso? Por que você faz isso?

Nesse momento está até quebrada essa câmera. Teve um problema no cabo e tá em manutenção. Mas nós temos um cinegrafista no estúdio que é justamente para deixar mais dinâmico o programa. E aí toda vez que eu sinto necessidade de falar no olho do telespectador, quando é algo totalmente no improviso, é uma comunicação direta mesmo, é uma forma de se aproximar do público, aí a gente tem disponível esse recurso. O cinegrafista tá lá pronto só esperando eu chamar. Então é algo assim que eu acho importantíssimo.

ATUAÇÃO E IMPROVISACÃO

1 – Você considera que o apresentador ele faz um papel de ator durante o programa?

De ator eu acho que não. Pelo menos não para mim, porque eu até me culpo. Eu me polio muito, às vezes me dá vontade de chorar em algumas matérias mais emocionantes e eu me polio e me controlo até para não parecer que é algo forçado porque a gente pode passar essa impressão que está sendo um ator. Mas a gente também é um ser humano que tem sentimentos, então apresentador ele tem sentimentos, um repórter que tá lá na rua ele tem sentimentos, a gente não é uma pedra de gelo. Então em algum momento a gente vai se emocionar, em algum momento a gente vai se irritar, em algum momento a gente vai se incomodar. Eu acho que a gente é isso. O ser humano é isso. Agora eu não posso tornar aquilo um espetáculo porque eu não sou espetáculo. Tem que ser de uma forma mais leve ou da forma mais descontraída ou da forma mais intensa.

2 – Você acha que precisa melhorar em alguma outra coisa na sua performance?

Sempre. Assim, tem dias que eu estou gaguejando muito. Aí eu digo: não, eu tenho que caprichar mais nos exercícios, antes de entrar no vídeo. Tem dias que a cabeça da gente não está tão boa e aí você não está com uma capacidade de improvisação tão boa, mas eu

acho que a gente vai se melhorando a cada dia estudando, ouvindo a opinião dos outros, se assistindo. Quando a gente se assiste, a gente percebe que algo não está bom ali. Eu vou ao longo do tempo fazendo descobertas, vou me adaptando a essa nova empresa, fazendo com que a empresa se adapte a mim que é um processo de construção. Quando eu comecei o programa aqui, a empresa teve que se adaptar a mim e eu tive que se adaptar a ela e isso a gente ainda está construindo. Eu espero que esse ano algumas coisas que a gente solicitou sejam atendidas. Quando essas solicitações forem atendidas, a gente vai aprender a trabalhar com o que a gente está recebendo de novo. Então é uma construção todo dia.

3 – O que você pensa sobre a improvisação no trabalho jornalístico?

Eu acho imprescindível. Eu até tive contato hoje com os estudantes de jornalismo e a estudante ela tinha decorado um texto para fazer a abertura e quando ela esqueceu uma palavra, ela se perdeu. E aí eu disse a ela: deixa eu te dá uma dica, não decora nada não. Entende o que tu queres e falas com as tuas palavras. Porque se você esquecer uma palavra, você se perde. Mas se você estiver compreendendo aquela situação, você continua. Então assim, o jornalista que não sabe improvisar ele vai certamente viver situações de vexame. Pelo menos se for em TV ao vivo sim. Se for uma reportagem nem tanto.

4 – Diferente das outras emissoras da Paraíba, existe uma padronização aqui na abertura do programa. Você sabe exatamente para qual câmera olhar durante a escalada. Quem determinou isso?

Na verdade, aqui o estúdio ele, como acontece em muita emissoras, o estúdio ele é compartilhado com outros programas. Então como a minha câmera 3 hoje ela está em manutenção, eu tenho duas câmeras. Quando termina o Tambaú Notícias, a minha câmera 2 está no Tambaú Notícias, então eu tenho uma câmera. Eu tenho que esperar a outra câmera se voltar para mim para eu poder usar. Quem tá em casa, às vezes nem imagina, mas a gente tá ali trabalhando com os recursos que a gente tem. Teve uma época que eu escolhi fazer a escalada, a abertura do programa ali na bancada, mas eu estava me achando muito distante das pessoas. Então eu resolvi sair da bancada e ir para lá. É algo que é totalmente do meu desejo naquele momento de usar os recursos que eu tenho.

VOZ

1 – Como você acha que deve ser a voz do apresentador?

Eu acho que tem que tá de acordo com as notícias, com a interpretação. A gente tem que interpretar, a gente tem que passar a emoção daquele momento. Se é ruim, se é bom, a gente precisa tá preparada com a voz para isso. Agora se eu tiver que tossir, eu vou tossir. O programa é de uma hora e meia. Já teve um dia que eu tossi e disse: perdão. A gente tem que mostrar para o público que nós somos pessoas, que nós somos gente. Eu penso muito nisso.

DISCURSO E FALA

1 – Existe alguma determinação para comentar todas as notícias que são apresentadas?

Não. É totalmente à vontade. Fica ao meu critério e também depende do conteúdo que tem no jornal naquele dia. Se eu percebo que naquele dia tem muito tempo e pouco

conteúdo, eu preciso me organizar para que não sobre tempo. Não existe um tempo máximo para discursar. Eu fico totalmente à vontade.

2 – Por que as notícias que exploram tragédias, crimes de alguma forma geram mais interesse nas pessoas?

O trágico faz parte da cultura humana. A tragédia ela atrai muito o olhar humano, porém a nossa responsabilidade como jornalista é fazer com que essa tragédia tenha sempre olhares diferenciados. Então assim, não é porque aquele determinado fato aconteceu que você só deve ter uma forma de olhar para aquele fato. Eu acho que a gente acaba tendo essa responsabilidade de convidar as pessoas ao olhar por diversos olhares.

3 – Você acredita que a sua fala pode influenciar de alguma forma na opinião pública?

Eu tenho certeza disso. De algum modo influencia.

4 – Como você observa o sensacionalismo nos programas policiais?

O sensacionalismo existe e sempre vai existir e tem um público para isso. É por isso que ele existe. Eu não costumo criticar quem faz porque cada profissional tem o seu perfil. Mas eu observo que cada fato ele tem que contribuir de alguma forma, mesmo que seja como uma lição. Quando a gente erra na vida não é uma lição? Então quando acontece uma tragédia, seja onde for, a gente precisa deixar uma mensagem para aquelas pessoas. Tem que ter alguma lição daquilo. Cada profissional trabalha do jeito que acha que deve.

5 – No seu programa existe uma parte de entretenimento com *A Hora da Maga*. Como esse quadro contribui no programa? Ele faz parte de uma escolha sua?

Quando eu cheguei aqui o quadro *A Hora da Maga* já existia e foi me dada a opção de... e foi me consultada a opção do que eu achava daquilo. Analisando, eu percebi que essa é uma personagem que é muito querida do público. Quando ela não tá as pessoas sentem falta porque as pessoas também sentem falta de alegria, de rir, de falar uma bobagem de descontrair. E ela é usada no programa de uma forma estratégica no sentido de que, o meu programa vem com notícias muitas vezes pesadas, porque as notícias policiais e do dia a dia são pesadas e eu passo para um programa de entretenimento. Então precisa ter o conteúdo ali para fazer essa passagem do jornalismo pro entretenimento e ela acaba fazendo essa quebra. É um momento mais leve, mais descontraído que as pessoas sabem que vai existir ali no programa. Sem falar que as crianças gostam muito, as donas de casa gostam muito e é um público bem do SBT mesmo. Eu acho que é estratégico.

6 – Existe um certo tipo de aproximação dos telejornais com os programas policiais em alguns pontos. Como você enxerga essa ligação?

Eu entendo que hoje o produto que a gente está oferecendo ele é diferente de todos os outros que tem aqui na praça. Eu tenho essa consciência porque nós podemos fazer um produto que a Globo não pode fazer, porque a Globo tem o padrão dela e vai ser aquilo ali sempre, é o padrão da Globo que ela não abre mão e ela tem os motivos para não abrir mão porque funciona pra ela e dá certo. E tem os programas policiais, popularescos que também oferecem um outro tipo de produto. Então eu vejo que hoje o meu produto ele fica em uma linha de um jornalismo que pode ser apresentado de uma forma diferente, mais leve, que as pessoas têm mais chances de se identificarem e com mais tempo para abordar os assuntos porque a Globo tem um tempo menor, mais reduzido na grade local. Então eu vejo o meu programa como um outro caminho. Um terceiro caminho para a pessoa ir.

7 – Existe uma padronização do áudio. Independente da sua fala, ele se mantém na mesma intensidade, diferente de outros programas que são instáveis de acordo com a dramaticidade dos fatos. Você escolheu isso?

Quando o programa era totalmente policial, tinha uma característica realmente policial na casa, existia muitos BGS de tragédias, e eu não gosto disso. É um perfil meu. Então o BG ele entra aqui em alguns momentos, em momentos de *merchandising*, momentos de promoção, na hora que vem a Maga, então ele entra em momentos estratégicos da programação. No meu discurso não. Assim a pessoa vai ficar atenta a notícia e não tire o foco.

8 – Em alguns momentos as informações são confirmadas ao vivo. Como acontece o processo de apuração?

O ideal seria ter a informação completa para passar e não a fragmentar. Mas quando a gente vai apresentar alguma notícia acontece, talvez porque a equipe não teve tempo de apurar, porque a equipe é reduzida, porque de repente o editor que cuida daquele material não se atentou para aquela informação. São vários os motivos para ela vir incompleta, mas como o programa é de uma hora e meia, a gente pode ter tempo de ainda naquela edição trazer aquele retorno que de repente eu senti falta de ter. E assim, na construção da sequência das matérias, de repente vale a pena deixar para fala um pouco daquele problema mais à frente. Quando eu sinto falta de alguma coisa, por exemplo, eu já senti falta de uma resposta que não tem nada a ver com a matéria, por exemplo, fulano de tal sofreu um acidente em Santa Rita, mas foi levada para o Hospital de Trauma de João Pessoa e eu senti falta porque a pessoa não vai para o Hospital de Trauma de Santa Rita. Então aquilo não tinha necessariamente nada a ver com a matéria que estava no ar, mas foi uma necessidade que eu senti e aí eu pedi para a minha produção verificar porque isso acontece. Se existe um Hospital de Trauma em Santa Rita. Por que as pessoas estão sendo levadas para João Pessoa? Então aquilo ali não tinha como o editor prever, foi uma necessidade que surgiu minha quando vi a matéria.

**APÊNDICE F – TERMO DE CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA E
PESQUISA ASSINADO POR SAMUEL DE PAIVA HENRIQUE**

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (CONTINUAÇÃO)

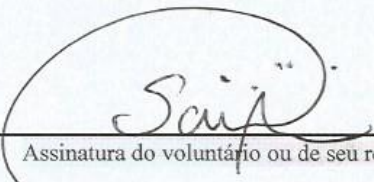
As informações desta pesquisa serão confidenciais, e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação.

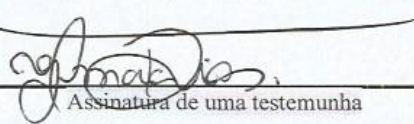
Sua participação na pesquisa não incorrerá em qualquer ônus financeiro, visto que os custos da pesquisa serão de minha inteira responsabilidade.

Fica também garantida indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extrajudicial.

Autorização:

Eu, Samuel de Paiva Henrique após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar. Diante do exposto expresso minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo.


Assinatura do voluntário ou de seu representante legal


Assinatura de uma testemunha

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste voluntário (ou de seu representante legal) para a participação neste estudo.

**APÊNDICE G - TERMO DE CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA E
PESQUISA ASSINADO POR JOSÉ SIQUEIRA B. JÚNIOR**

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (CONTINUAÇÃO)

As informações desta pesquisa serão confidenciais, e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação.

Sua participação na pesquisa não incorrerá em qualquer ônus financeiro, visto que os custos da pesquisa serão de minha inteira responsabilidade.

Fica também garantida indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extrajudicial.

Autorização:

Eu, JOSÉ SIQUEIRA B. JÚNIOR, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar. Diante do exposto expressei minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo.

Assinatura do voluntário ou de seu representante legal

Assinatura de uma testemunha

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste voluntário (ou de seu representante legal) para a participação neste estudo.

**APÊNDICE H – TERMO DE CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA E
PESQUISA ASSINADO POR VICTOR DE FREITAS ALVES**

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (CONTINUAÇÃO)

As informações desta pesquisa serão confidenciais, e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação.

Sua participação na pesquisa não incorrerá em qualquer ônus financeiro, visto que os custos da pesquisa serão de minha inteira responsabilidade.

Fica também garantida indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extrajudicial.

Autorização:

Eu, Victor de Freitas Alves, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar. Diante do exposto expresso minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo.

Victor de Freitas Alves

Assinatura do voluntário ou de seu representante legal

Assinatura de uma testemunha

APÊNDICE I – TERMO DE CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA E PESQUISA ASSINADO POR ANA KARINE GUIMARÃES TENÓRIO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (CONTINUAÇÃO)

As informações desta pesquisa serão confidenciais, e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação.

Sua participação na pesquisa não incorrerá em qualquer ônus financeiro, visto que os custos da pesquisa serão de minha inteira responsabilidade.

Fica também garantida indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extrajudicial.

Autorização:

Eu, Ana Karine Guimarães Tenório, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar. Diante do exposto expressei minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo.

Karine Tenório

Assinatura do voluntário ou de seu representante legal

[Assinatura]

Assinatura de uma testemunha

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste voluntário (ou de seu representante legal) para a participação neste estudo.

APÊNDICE J – OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE NA TV CORREIO

A princípio tentamos contato com a TV *Correio* através do telefone da redação disponível no site da emissora. Recebemos as recomendações devidas e enviamos um e-mail explicando a nossa pesquisa a chefe de redação Gilmara Dias. Ela me orientou e falou que ia comunicar através do meu telefone pessoal assim que fosse autorizada pela sua chefia a nossa pesquisa. Aguardamos o contato e marcamos para o dia 17 de dezembro a nossa visita ao estúdio.

Cheguei às 11:30h na TV *Correio* e fui recepcionado pela Gilmara que logo me levou a uma sala de espera. Quando o programa *Correio Verdade* estava começando, ela veio até a sala onde eu estava e me conduziu até o estúdio. Fiquei acomodado em uma cadeira que já estava preparada para mim por trás das câmeras enquanto o apresentador começava a ler as primeiras manchetes do dia. Durante a escalada, *Samuka Duarte* abre um parêntese e destaca a minha participação no estúdio. Ele diz: “temos hoje aqui no estúdio um aluno do mestrado de jornalismo da UFPB que está realizando uma pesquisa com os apresentadores da Paraíba”. Sem gravata, com calça jeans e vestindo um terno azul, o apresentador finaliza os destaques. Uma das características predominantes que observamos em *Samuka* foi a utilização das mãos para “gesticular a informação”. Sua estratégia discursiva sempre está vinculada ao uso dos gestos e de movimentos bruscos ao caminhar diante das câmeras como se ele quisesse passar uma sensação de velocidade e rapidez. Além de gaguejar em algumas frases, não conseguir completar sua fala e aumentar ou diminuir o tom de voz em determinados momentos.

O apresentador fica em uma posição estratégica que, muitas vezes, atrapalha a sua performance, pois seu campo de visão consegue alcançar os câmeras, convidados, publicitários e tudo o que acontece no estúdio e até fora dele. Quando estive acompanhando o programa pude observar o momento exato em que o apresentador teve que parar a leitura do TP para chamar a atenção das pessoas que conversavam em voz alta enquanto ele tentava se concentrar.

Quando qualquer link ao vivo ia ao ar, o apresentador pegava o seu celular e começava a trocar mensagens com outras pessoas. Em entrevista, *Samuka* relatou que esse dia foi uma exceção, visto que ele estava aguardando o resultado da pesquisa IBOPE. Mesmo assim, aparentemente, o apresentador não estava preocupado em ouvir os repórteres. Ele dava um sorriso, caminhava pelo estúdio, bebia uma água, conversava com as pessoas que estavam lá e depois se posicionava para voltar a falar ao vivo sobre as notícias. Seu comportamento se torna diferente ao acompanhar uma matéria gravada, quando *Samuka* escuta com uma concentração quase que total as informações que são trazidas pelos repórteres para que possa construir sua fala.

Assim que o programa terminou ele me levou ao camarim onde demos seguimento a pesquisa com a entrevista. Ao término, agradei a ele a toda a equipe que estava na redação me despedi dos jornalistas da TV *Correio* às 14:10h e retornei para casa.

A experiência na TV *Correio* me trouxe uma visão mais aguçada de quem de fato é o *Samuka Duarte*. Esse momento da pesquisa permitiu com que eu enxergasse o profissional, o ator e o Samuel (nome de registro do *Samuka*). Na TV observamos a imagem de um apresentador que desconstrói os padrões técnicos estabelecidos pela profissão. É como se ele trabalhasse sempre no improviso e utilizasse essa técnica para legitimar sua imagem como homem do povo. Quando não completa uma frase, gagueja e utiliza gírias coloquiais o apresentador atua como um profissional amador. Esse comportamento pode servir para que as pessoas se identifiquem com tais práticas e se interessem cada vez mais pelas estratégias abordadas.

APÊNDICE K – OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE NA TV ARAPUAN

Cheguei à TV *Arapuan* às 09:40h do dia 19 de dezembro de 2018. Fui recepcionado por *Steniel Viera*, colega do Mestrado em Jornalismo da UFPB e um dos responsáveis pela produção do programa *Cidade em Ação*. Ele pediu para que eu aguardasse pois o diretor Valdez estava em uma reunião, mas ia me receber. Valdez me recebeu às 10:40h e com muitas indagações encaminhou o meu projeto para o apresentador *Sikêra Júnior* que prontamente se dispôs em ajudar.

Às 11:40h fui convidado para acompanhar o programa *Cidade em Ação* em estúdio. Valdez me apresentou a equipe da produção e me deixou à vontade para que eu realizasse a pesquisa. No final do primeiro bloco, *Sikêra* veio me cumprimentar e definimos que a entrevista seria feita assim que ele terminasse de apresentar o programa.

Uma das peculiaridades de *Sikêra Júnior* é a interação. O apresentador consegue interagir com a produção, o diretor, com as pessoas que fazem as propagandas, e com o público de casa. Destacamos também a posição do apresentador diante das câmeras. Em alguns momentos ele cruza os braços, vira de costas e acompanha quase que imóvel a matéria que está sendo exibida. Alguns segundos depois ele sai da posição de apresentador, pede café, reclama de ponto, questiona a veracidade das informações e pede profissionalismo a equipe.

Sikêra também combina previamente com a sua equipe, que as chama de “igreja” para usarem bordões. Quando ele está ao vivo, a maioria das falas já estão combinadas. Em alguns momentos *Sikêra* pergunta ao diretor *Valdez* como deve narrar a sua fala em determinadas matérias. Aparentemente ele precisava um pouco mais de informações para complementar a sua ideia.

O *Cidade em Ação* terminou às 13:40h e a nossa entrevista começou logo em seguida no camarim do apresentador. *Sikêra* tinha apenas 20 minutos disponível pois estava com uma consulta médica marcada por esse motivo o roteiro precisou ser alterado e selecionamos as principais perguntas para a pesquisa. Às 14:08 a nossa entrevista tinha chegado ao fim.

Ao observar o apresentador *Sikêra Júnior* compreendi que ele interpreta um personagem. Esse personagem caricato cheio de características próprias se mostra apenas através das câmeras. O jornalista sabe exatamente o que está fazendo e tem um propósito para aquilo que faz. *Sikêra* busca o entretenimento, ou como chamamos nesta pesquisa a captura da atenção do seu público. A forma de se expressar, de andar, de se vestir, de falar são minimamente calculadas e apresentadas durante o programa. É como se o apresentador elaborasse um método para que o telespectador continuasse acompanhando o jornal e esperasse por momentos em que ele dance, caia, cante, etc. Talvez a interpretação de um personagem feita pelo jornalista – durante o *Cidade em Ação* – visando a discussão dos fatos por meio de uma atuação patêmica seja um dos fatores principais para o bom relacionamento do seu público com a emissora. Compreendemos assim que o contrato de comunicação acontece por haver uma expectativa do público em relação a performance do apresentador durante o programa. Nesse caso, o *pathos* se apresenta como um dos componentes primordiais para que haja essa relação de confiabilidade.

APÊNDICE L – OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE NA TV TAMBAÚ

Entrei em contato com a emissora diversas vezes, cumpri todo o protocolo, mas mesmo assim o acesso era muito restrito. Elaborei ofícios, enviei a metodologia do meu trabalho por e-mail, como eles pediram, mas nada estava dando certo. Comentei com alguns colegas que trabalham na *TV Tambaú* sobre a minha pesquisa, mas foi *Dennison Vasconcelos*, amigo da graduação, que finalmente consegui agendar uma visita a TV.

Cheguei na emissora às 10:30h do dia 20 de dezembro de 2018 e fui direto falar com Heloísa Amorim, diretora geral. Expliquei toda o trabalho que estava desenvolvendo e entreguei em suas mãos o ofício emitido pela universidade para validação da pesquisa. Em seguida, convidou a apresentadora Karine Tenório para que entrasse na sala e juntos conversamos sobre o projeto. Diferente dos demais entrevistados, ela preferiu que a entrevista fosse feita antes do programa *Tambaú da Gente*. Foi corrida, mas Karine fez questão de responder todas as perguntas e ficar até o final da entrevista.

A apresentadora caminha para a bancada, recebe e atualiza informações no notebook enquanto espera entrar ao vivo. *Karine* parece estar apreensiva, concentrada, ela se mantém imóvel por alguns segundos. Alguém da produção fala o tempo da matéria que está no ar: “dois minutos e quarenta e sete segundos”. A apresentadora respira fundo e vai se soltando aos poucos. Outra vez um homem que está no estúdio avisa: “trinta segundos”, “dez segundos” a reportagem chega ao fim e a câmera já transmite imagens do estúdio com *Karine* em destaque.

A apresentadora não interage com ninguém no estúdio quando está no ar e até mesmo quando está fora, ela mantém a concentração naquilo que está fazendo. Ela acompanha a reportagem atentamente, silenciosamente e com expressão de indignação. A apresentadora quase não erra em sua fala. Ela consegue construir frases lógicas e sem repetições. Parece que a existe uma entonação específica para a leitura e comentários. Quase não há variáveis. Pude perceber que ela vai quebrando sua formalidade na medida em que o programa vai evoluindo. Em um raro momento *Karine* sorri e acena de longe para uma mulher que senta ao meu lado – ela será uma de suas entrevistadas – em seguida volta para o seu foco.

Enquanto uma reportagem sobre a CAGEPA estava sendo exibida no programa, *Karine* perguntava a produção se será necessário fazer um comentário sobre aquilo. Aparentemente ela não sabia o que comentar e vai buscar informações para sustentar a sua fala. Com o notebook em mãos ela digita, corrige e reformula a nota que irá ler logo em seguida sobre esse caso. A apresentadora explica o porquê de o programa ter sido “atípico” e não ter tido link ao vivo. “Alguns problemas técnicos”, explica que resultaram em apenas matérias gravadas. Assim que o programa terminou, por volta das 13:15h, me despedi da equipe que me recebeu e finalizei a pesquisa de campo.

Diferente dos outros dois apresentadores que abordamos anteriormente, a *Karine Tenório* é uma das responsáveis pela produção e pauta do programa. Essa construção jornalística dos fatos que serão apresentados tiram o fator surpresa e abre caminho para uma estratégia discursiva mais racional – *logos* – pois a apresentadora além de conhecer previamente as notícias que irão ser veiculadas, ela também constrói boa parte de seus argumentos previamente. *Karine* busca trabalhar a partir de um padrão mais “jornalístico” padrão, como *Jornal Nacional*. Esse argumento pode ser apoiado nas suas características que foram visualizadas no estúdio. A apresentadora não faz o uso de movimentos bruscos e não interrompe uma linha de raciocínio. *Karine* consegue começar e terminar uma frase sem gaguejar. É como se ela não se importasse muito com o lado da emoção – *pathos* – apesar de fazer uso desse componente em alguns momentos. Um dos fatores importantes

é que o comportamento dela vai mudando de acordo com a evolução do programa. Não existe uma constante no humor, nas palavras, nos gestos. Tudo vai sendo trabalhado. Por exemplo, o programa começa a abordar temas “pesados” e vai levando o telespectador aos temas mais “leves”. Karine Tenório acompanha essas mudanças na sua forma de falar, se expressar e interagir com seus telespectadores. Essa técnica adotada pode servir para explicar que existe mais de um tipo de público que acompanha esse programa. O primeiro: um telespectador que busca informação de uma fonte séria (apresentadora), mas que ao longo do jornal pode abrir mão daquilo que está assistindo pelo conteúdo se transformar em entretenimento. O segundo: um público que espera começar “as brincadeiras”, descontrações para se sentir parte do meio. Nesse contrato de comunicação a apresentadora juntamente com a editoria do programa tenta usar o *ethos* (imagem de si) e o *logos* (racionalidade nas falas) como prioridade para capturar a atenção do público – pelo menos nos primeiros momentos do programa – e gradativamente o *pathos* (emoção) a fim de legitimar por meio do contrato diversas camadas sociais.

APÊNDICE M – OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE NA TV MANAÍRA

Cheguei à *TV Manaíra* no dia 21 de dezembro de 2018 às 09:30h e fui recepcionado por um senhor que indignado falava sobre a criminalidade social. A minha visita tinha sido agendada previamente com Welington Fernandes, um amigo pessoal e editor de textos da emissora. Enquanto esperava por Welington na recepção, comecei a observar a estrutura física da TV, aparentava ser simples, e quando entrei, era. Por ser um amigo pessoal, Wellington me recebeu com entusiasmo e alegria.

Entramos no elevador, já lotado pela equipe da redação e ele foi me apresentando aos seus colegas de trabalho e falando sobre a minha pesquisa. Quando as portas dos elevadores abriram, a primeira imagem mostrava uma redação integrada. Wellington explicava que a ilha da TV e do rádio estavam juntas pelo fato de uma depender da outra “na falta de uma mídia ou compartilhamento de informação” todos estariam ali para isso. Passei por cada lugar da TV. Conheci a Band News, que na ocasião estava sendo transmitida ao vivo. O estúdio era composto por uma câmera e três microfones. Depois de ter conhecido cada espaço da *TV Manaíra*, fui levado à direção onde me encontrei com a coordenadora geral. Comecei a conversar com ela sobre o meu projeto e entreguei nas suas mãos o ofício emitido pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB. Mas o meu objetivo era entrevistar o Victor Freitas, enquanto ele não chegava, fiquei aguardando o apresentador na ilha de edição ao lado do Wellington.

Estava escrevendo algumas observações e ouvi da chefe de redação a seguinte frase: “ai que dia chocho”, Wellington complementou “é porque hoje é sexta”. Em relato a esta pesquisa, ele comenta que nas sextas-feiras o programa é mais “descontraído” e tem um quadro musical ao final. A todo momento a redação está produzindo conteúdo e apurando os fatos antes de divulgar os fatos.

Victor Freitas chega à redação às 11:12h, “ele atrasou hoje porque estava providenciando alguém para cantar”, me conta Welington. O apresentador estava eufórico e preocupado com o horário. Victor trazia informações adicionais e questionava sobre colocar ou não uma imagem em uma determinada matéria. Ele comenta sobre um vídeo que tinha recebido pelo *whatsapp* e pede para que ele seja inserido na grade do programa. Às 11:33 chega uma sonora que todos estavam esperando para que a reportagem ficasse completa, mas já era tarde demais, não dava mais tempo, tudo já estava pronto para entrar ao vivo.

Alguns minutos, depois que o programa estava no ar eu sou conduzido para o estúdio. Entro no elevador, desço para o térreo e sento em uma cadeira que fica por trás das câmeras e de frente para o apresentador. Victor Freitas recebe informações no ponto, segura dois celulares, um em cada mão, conduz o programa, recebe informações pelo *whatsapp* e repassa quase que simultaneamente. Em alguns momentos ele passa a informação para a redação como se a equipe não soubesse de alguns fatos. Vitor parece ser a fonte primária daquilo que vai ao ar. O apresentador tem o seu momento de se distanciar e se aproximar da câmera. Geralmente quando alguma matéria vai ao ar ou um link ao vivo entra na programação, ele se distancia do centro do estúdio e vem conversar com os câmeras, tomar uma água, mas continua com os celulares nas mãos.

O *Fala Cidade* chega ao fim, ele pede desculpas pela “correria”, me cumprimenta e começamos a entrevista. Encerramos por volta das 14:00h.

No *Fala Cidade* o apresentador tem um comportamento constante que se repete ao longo do programa. Victor Freitas utiliza a sua voz como ferramenta para capturar a

atenção do seu público. São muitos os momentos em que o apresentador fala em voz alta, como se essa técnica fosse suficiente para que o contrato de comunicação aconteça. A estratégia adotada pelo programa pode ser descrita como frenética e acelerada. O apresentador apesar de trazer ideias de pautas e convidados ao programa, ele não trabalha na construção da informação. Victor Freitas apenas apresenta propostas aos produtores e a partir da análise feita pela chefe de redação elas são aceitas ou não. Essa prática acontece muitas vezes minutos antes do programa começar. O jornalista recebe informações pelo celular e reporta quase que de forma imediata quando está apresentando o programa. Esse imediatismo sem checagem pode comprometer o *ethos* jornalístico dele. Acreditamos que as pessoas enxergam em seu representante um ser credível e quando isso é colocado em xeque, outros fatores tendem a suprir tais necessidades, como, por exemplo, o uso do *pathos*. É como se o apresentador priorizasse a emoção. Esse comportamento pode ser evidenciado quando *Victor* ler uma informação pelo seu celular, não dá prosseguimento ao discurso e busca uma interlocução com a direção ou mesmo os repórteres para apresentar outra matéria. A quantidade é melhor do que a qualidade.

APÊNDICE N – ANÁLISE DAS NOTÍCIAS DO PROGRAMA CORREIO VERDADE

1 – Análise das notícias do programa *Correio Verdade* exibidas no dia 17 de dezembro de 2018

SEQUÊNCIA DAS NOTÍCIAS	NOTÍCIAS REPORTADAS NO CORREIO VERDADE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
1	Jovem morre após parte de um muro cair sobre ele			X				Reportagem
2	Polícia federal apreende drogas em operação		X		X			Ao vivo
3	Menina de cinco anos é internada em hospital com suspeita de estupro	Violência						Reportagem
4	Pedreiro é assassinado a tiros enquanto trabalhava			X				Reportagem
5	Homem é esfaqueado dentro do termina de integração de Campina Grande						X	Ao vivo
6	Mulher é acusada de ter matado filha asfixiada após dormir sobre a criança			X				Reportagem
7	Adolescente de 17 anos é baleado no bairro Mandacaru em João Pessoa						X	Reportagem
8	Câmeras de segurança registram acidente entre carro e moto na cidade de Duas Estradas					X		Nota coberta
9	Campanha de incentivo a doação de sangue acontece na capital	Informativa						Ao vivo
10	Feto é deixado na calçada de uma casa			X				Nota coberta
11	Cofre de supermercado é violado na Epitácio Pessoa	X						Reportagem
12	Ex-prefeito da cidade de Itabaiana é preso durante a operação pote de ouro		X		X			Reportagem
13	Acidente envolvendo moto e ônibus deixa duas pessoas mortas e uma ferida			X		X		Nota coberta
14	Bandidos explodem agência bancária no sertão da Paraíba	X						Nota coberta
OUTRAS: 2	TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	2	2	5	2	2	2	
	TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS	14						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

2 – Análise das notícias do programa *Correio Verdade* exibidas no dia 18 de dezembro de 2018

SEQUÊNCIA DE NOTÍCIAS	NOTÍCIAS REPORTADAS NO CORREIO VERDADE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
1	Polícia federal cumpre mandato de busca e apreensão relacionados a previdência social				X			Reportagem
2	Imagens de câmeras de segurança gravam o momento da fuga de 10 presos na cidade de Picuí		X					Nota coberta
3	Mulher de 32 anos reage a assalto no bairro de Mangabeira e é ferida com um tiro na perna	X					X	Reportagem
4	Criança é flagrada com arma assaltando na cidade de Campina Grande	X						Ao vivo
5	Traficante é morto em troca de tiros com a polícia em Cabedelo			X				Reportagem
6	Comerciante é assaltado duas vezes em menos de um mês	X						Reportagem
7	Sine de João Pessoa disponibiliza ofertas de emprego na Paraíba	Informativa						Ao vivo
8	Detran suspende temporariamente as atividades em João Pessoa	Informativa						Ao vivo
9	Três pessoas são baleadas dentro de um bar em João Pessoa						X	Reportagem
10	Imagens de segurança registra assalto em Queimadas	X						Nota coberta
11	Acidente na BR 230 deixou duas pessoas feridas					X		Reportagem
12	População agride dupla que tentava assaltar pessoas no Bessa	X						Reportagem
13	Homem fica ferido ao colidir na traseira de ônibus na BR-101					X		Reportagem
14	Dois jovens são presos acusados de praticarem assaltos em Campina Grande	X	X					Nota coberta
15	Homem capota carro no Conde					X		Reportagem
16	Homem fere olho do jumento	Violência						Nota coberta
OUTRAS: 6	TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	6	2	1	1	3	2	
	TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 18	16						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

3 – Análise das notícias do programa *Correio Verdade* exibidas no dia 19 de dezembro de 2018

SEQUÊNCIA DAS NOTÍCIAS	NOTÍCIAS REPORTADAS NO CORREIO VERDADE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
1	Quadrilha especializada em furto de veículos é presa pela polícia civil		X		X			Reportagem
2	Homem é atacado a pauladas por ter reagido a um assalto na Gauchinha	X					X	Reportagem
3	Polícia monta esquema especial de segurança em Campina Grande				X			Ao vivo
4	Mulher morre espancada no Bessa			X			X	Ao vivo
5	Operação da polícia em Bayeux				X			Ao vivo
6	Bandidos assaltam mercadinho pela 11ª vez em Lagoa Nova	X						Nota coberta
7	Sala do viajante alerta para a regularização do cartão de vacina	Informativa						Ao vivo
8	Mudança no trânsito de Campina Grande	Informativa						Ao vivo
9	Casal fica ferido ao pular de ônibus em movimento para fugir de assalto no Padre Zé	X				X		Reportagem
10	Jovem é baleado no bairro de Mandacaru						X	Reportagem
11	Polícia prende dois jovens com drogas e dinheiro em Campina Grande		X					Reportagem
12	Ciclista é atropelado por uma moto em Santa Rita					X		Reportagem
13	Acidente em Bayeux deixa oito pessoas feridas					X		Ao vivo
14	Polícia civil de Campina Grande prende dois homens suspeitos de participarem de um crime de homicídio		X	X				Nota coberta
15	Homem de 30 anos é preso no bairro de São Januário em Campina Grande		X					Reportagem
OUTRAS: 4	TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	3	4	2	3	3	3	
	TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 19	15						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

4 – Análise das notícias do programa *Correio Verdade* exibidas no dia 20 de dezembro de 2018

SEQUÊNCIA DAS NOTÍCIAS	NOTÍCIAS REPORTADAS NO CORREIO VERDADE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
1	Mulher assassinada no Bessa é velada em João Pessoa			X				Reportagem
2	Moradores reclamam de acúmulo de lixo no Varadouro	Prestação de serviços						Ao vivo
3	Foragido do PB1 é recapturado no bairro de Mangabeira com dinheiro e documentação falsa		X					Reportagem
4	Mulher capota veículo na Dom Pedro II					X		Reportagem
5	Indulto natalino beneficia mais de 700 presos na Paraíba		X					Ao vivo
OUTRAS: 3	TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	0	2	1	0	1	0	
	TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 20	5						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

5 – Análise das notícias do programa *Correio Verdade* exibidas no dia 21 de dezembro de 2018

SEQUÊNCIA DE NOTÍCIAS	NOTÍCIAS REPORTADAS NO CORREIO VERDADE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
1	Apartamento de secretário do Procon-JP é alvo de criminosos no bairro do Geisel	X						Reportagem
2	Dois caminhões carregados com bebidas foram tomados por assalto no José Américo	X						Reportagem
3	Operação verão intensifica fiscalizações em embarcações marítimas	Informativa						Ao vivo
OUTRAS: 6	TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	2	0	0	0	0	0	
	TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 21	3						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

APÊNDICE O - ANÁLISE DAS NOTÍCIAS DO PROGRAMA CIDADE EM AÇÃO

1 – Análise das notícias do programa *Cidade em Ação* exibidas no dia 17 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO CIDADE EM AÇÃO	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Dupla é presa após tentar assaltar ônibus na capital	X						<i>Nota coberta</i>
Polícia militar e polícia federal realizam uma operação em João Pessoa				X			<i>Ao vivo</i>
Ex-prefeito da cidade de Itabaiana é preso durante a operação pote de ouro		X					<i>Reportagem</i>
Polícia recupera carro roubado no centro de João Pessoa	X						<i>Ao vivo</i>
Feto é encontrado sem vida em casa abandonada			X				<i>Nota coberta</i>
Mulher é acusada de ter matado a filha asfixiada após dormir sobre a criança			X				<i>Ao vivo</i>
Homem é assassinado a tiros dentro de casa no Valentina			X				<i>Reportagem</i>
Jovem de 23 anos morre após parte de um muro cair sobre ele			X				<i>Nota coberta</i>
Adolescente de 17 anos é baleado no bairro Mandacaru em João Pessoa						X	<i>Reportagem</i>
Cinco pessoas ficaram feriadas em um capotamento na BR 230 em Santa Rita					X		<i>Reportagem</i>
Acidente na BR 230 deixou duas pessoas feridas					X		<i>Reportagem</i>
Três pessoas de uma mesma família foram esfaqueadas na cidade de Marí						X	<i>Ao vivo</i>
Homem foi espancado após ter tentado assaltar um ônibus na capital	X					X	<i>Reportagem</i>
Acidente envolvendo uma moto em um ônibus deixou duas pessoas mortas no centro de João Pessoa			X		X		<i>Reportagem</i>
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	3	1	5	1	3	3	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 17	14						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

2 – Análise das notícias do programa *Cidade em Ação* exibidas no dia 18 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO CIDADE EM AÇÃO	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Dez homens fogem de presídio na cidade de Picuí		X		X			<i>Ao vivo / Nota coberta</i>
Acidente na BR-230 envolve cinco carros					X		<i>Ao vivo</i>
Operação desarticula quadrilha suspeita de vários crimes na grande João Pessoa		X		X			<i>Reportagem</i>
Três pessoas são baleadas no bairro do Cuiá em João Pessoa						X	<i>Ao vivo</i>
200 presos são beneficiados com o indulto de natal na cidade de Campina Grande		X					<i>Ao vivo</i>
Mulher denuncia motorista de aplicativo por tentativa de estupro	Violência						<i>Reportagem</i>
Homem morre durante troca de tiros na cidade de Cabedelo			X				<i>Reportagem</i>
Homem fura olho de jumento na cidade de Queimadas	Violência						<i>Reportagem</i>
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE		3	1	2	1	1	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS NO DIA 18	8						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

3 – Análise das notícias do programa *Cidade em Ação* exibidas no dia 19 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO CIDADE EM AÇÃO	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Operação da polícia civil prende grupo suspeito de fraudes com veículos locados		X		X			<i>Reportagem</i>
Caminhão do exército capota e deixa oito pessoas feridas					X		<i>Ao vivo</i>
Casal fica ferido ao pular de ônibus em movimento para fugir de assalto no Padre Zé	X				X		<i>Reportagem</i>
Polícia militar prende suspeito de homicídios no bairro do Rangel		X	X	X			<i>Reportagem</i>
Comerciante é assaltada e espancada por bandidos na cidade de Campina Grande	X					X	<i>Ao vivo</i>
Mulher é acusada de ter matado a filha asfixiada após dormir sobre a criança			X				<i>Ao vivo</i>
Mulher é assassinada após invadir casa e espancar criança no Bessa			X			X	<i>Ao vivo</i>
Acidente com botijão de gás deixa cinco pessoas feridas em Nazarezinho					X		<i>Nota coberta</i>
Polícia militar prende jovem com arma e drogas em Bayeux		X		X			<i>Reportagem</i>
Homem é preso acusado de tráfico de drogas em Campina Grande		X					<i>Ao vivo</i>
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	2	4	3	3	3	2	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS NO DIA 19	10						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

4 – Análise das notícias do programa *Cidade em Ação* exibidas no dia 20 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO CIDADE EM AÇÃO	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Foragido da justiça é preso com documento falso em João Pessoa		X					<i>Reportagem</i>
Homem é assassinado a tiros na cidade de São José de Piranhas			X				<i>Nota coberta</i>
Acidente envolvendo dois veículos deixa pessoa ferida no bairro de Jaguaribe					X		<i>Nota coberta</i>
Dois acidentes registrados na BR-230 em João Pessoa					X		<i>Reportagem</i>
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	0	1	1	0	2	0	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS NO DIA 20	4						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

5 – Análise das notícias do programa *Cidade em Ação* exibidas no dia 21 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO CIDADE EM AÇÃO	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Apartamento de secretário do Procon-JP é alvo de criminosos no bairro do Geisel	X						Ao vivo
Homem morre atropelado ao tentar atravessar BR-230 em João Pessoa			X		X		Reportagem
Imagens de segurança mostra que mulher foi perseguida antes de ser assassinada			X			X	Reportagem
Polícia militar apreende aparelhos celulares que seriam arremessados para dentro de presídio em Guarabira				X			Nota coberta
Incêndio destrói três lojas na cidade de Uiraúna					X		Nota coberta
Motociclista é ferido por linha de cerol na BR-230 em João Pessoa					X		Reportagem
Corpo de bombeiros alerta para riscos no uso de cerol	Informativa						Ao vivo
Homicídio registrado no município do Conde			X				Nota coberta
Corpo de bombeiros alerta para riscos de afogamentos	Informativa						Ao vivo
Dois caminhões carregados com bebidas foram tomados por assalto no José Américo	X						Reportagem
Homem morre com suspeita de leptospirose na cidade de Bayeux			X				Reportagem
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	2	0	4	1	3	1	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS NO DIA 21	11						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

APÊNDICE P - ANÁLISE DAS NOTÍCIAS DO PROGRAMA FALA CIDADE

1 – Análise das notícias do programa *Fala Cidade* exibidas no dia 17 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO FALA CIDADE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Homem da entrada em hospital de trauma após uma queda de aproximadamente 10 metros de altura					X		Ao vivo
Jovem morre após estrutura de concreto cair por cima dele			X		X		Reportagem
Duas pessoas morem e uma fica ferida em acidente envolvendo ônibus e moto			X		X		Reportagem
Homem morre com tiro na cabeça no bairro do Valentina Figueiredo			X				Reportagem
Adolescente sofre tentativa de homicídio no bairro de Mandacaru						X	Reportagem
Homem é baleado durante tentativa de assalto	X					X	Nota coberta
Bebê morre asfixiada enquanto estava dormindo com a mãe			X				Reportagem
Feto humano é encontrado em calçada na rua de cabedelo			X				Reportagem
Homem tenta assaltar passageiros de ônibus e acaba sendo agredido	X					X	Reportagem
Operação entre as polícias federal e militar apreende mais de 200kg de maconha		X		X			Ao vivo
Polícia prende ex-prefeito de Itabaiana		X					Reportagem
Trio de canibais que morou na Paraíba é condenado pela morte de duas mulheres		X	X				Reportagem
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	2	3	6	1	3	3	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 17	13						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

2 – Análise das notícias do programa *Fala Cidade* exibidas no dia 18 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO FALA CIDADE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Três homens são feridos a tiros no bairro cuia por homens encapuzados						X	Reportagem
Mulher é baleada durante tentativa de assalto no bairro de Mangabeira	X					X	Nota seca
Homem é morto a tiros durante confronto com a polícia			X				Reportagem
Detento do Silvio Porto é encontrado morto em um dos corredores			X				Reportagem
Câmera registra momento de fuga de dez presos		X					Nota coberta
Justiça condena mulher pela morte do filho de 11 anos			X				Nota coberta
Moradores do Bessa reagiram a ação de assaltantes e pegaram um deles	X						Reportagem
Homem é preso após assaltar casa lotérica no bairro do Grotão	X	X					Reportagem
Operação desarticula grupo responsável por venda de armas		X		X			Reportagem
Jumento fica cego ao ser agredido na cidade de Queimadas	Violência						Reportagem
Acidente na BR-230					X		Ao vivo
PF apreende mais de 110 quilos de maconha prensadas na cidade de Queimadas		X		X			Reportagem
PF cumpre mandados em operação contra fraudes em saques de benefícios sociais				X	X		Nota coberta
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	3	3	3	3	2	2	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 18	13						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

3 – Análise das notícias do programa *Fala Cidade* exibidas no dia 19 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO FALA CIDADE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Carro do exército capota durante treinamento					X		<i>Reportagem</i>
Passageiros ficam feridos ao fugir de assaltantes dentro de ônibus	X				X		<i>Reportagem</i>
Vítima de tentativa de hominídeo dá entrada no hospital de trauma						X	<i>Ao vivo</i>
Polícia prende um dos bandidos mais perigosos do Rangel		X					<i>Reportagem</i>
Mercadinho é assaltado 12 vezes no último semestre em Alagoa Nova	X						<i>Reportagem</i>
Polícia militar apreende drogas no bairro de Tambaí em Bayeux		X		X			<i>Ao vivo</i>
Quadrilha acusada de furto de veículos é presa em João Pessoa e Pernambuco		X		X			<i>Reportagem</i>
Homicídio no bairro do Bessa			X				<i>Reportagem</i>
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	2	3	1	2	2	1	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 19	8						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

4 – Análise das notícias do programa *Fala Cidade* exibidas no dia 20 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO FALA CIDADE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Caros batem em Jaguaribe e mulher sofre ferimentos nas pernas					X		Reportagem
Veículo capota após colisão na avenida com Dom Pedro II em João Pessoa					X		Reportagem
Foragido foi preso com drogas e identidade falsa		X					Reportagem
Polícia investiga causa da morte de mulher que invadiu casa no Bessa			X				Reportagem
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	0	1	1	0	2	0	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 20	5						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

5 – Análise das notícias do programa *Fala Cidade* exibidas no dia 21 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO FALA CIDADE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Duas pessoas ficam feridas em acidente entre duas motos					X		Reportagem
Homem morre atropelado ao atravessar BR 230 em João Pessoa			X		X		Reportagem
Dupla em moto é procurada pela polícia por praticar roubos na capital	X			X			Reportagem
Bandidos raptam caminhoneiros e roubam dois caminhões com cerveja	X						Reportagem
Professor tem moto furtada em Campina Grande	X						Reportagem
CRM interdita hospital materno infantil de Bayeux	Informativa						Ao vivo
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	3	0	1	1	2	0	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 21	6						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

APÊNDICE Q - ANÁLISE DAS NOTÍCIAS DO PROGRAMA TAMBAÚ DA GENTE

1 – Análise das notícias do programa *Tambaú da Gente* exibidas no dia 17 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO TAMBAÚ DA GENTE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Ex-prefeito de Itabaiana é preso acusado de participar de esquema de fraudes		X					<i>Nota coberta</i>
Acidente entre moto e ônibus deixa dois mortos no centro da capital			X		X		<i>Reportagem</i>
Cinco pessoas ficam feridas em acidente na BR-230					X		<i>Nota coberta</i>
Motorista fica ferido após cair em canal em Campina Grande					X		<i>Reportagem</i>
Bandidos explodem agência bancária no Sertão	X						<i>Nota coberta</i>
Bandidos assaltam supermercado na Lagoa	X						<i>Reportagem</i>
Grupo arromba supermercado na avenida Epitácio Pessoa	X						<i>Reportagem</i>
Duas pessoas morem e uma fica ferida em acidente no centro de João Pessoa			X		X		<i>Nota coberta</i>
Jovem morre ao ser atingido por parte de muro em Cabedelo			X		X		<i>Reportagem</i>
Operação entre as polícias federal e militar apreende mais de 200kg de maconha		X		X			<i>Ao vivo</i>
Feto encontrado em terreno no centro de cabedelo			X				<i>Reportagem</i>
Polícia investiga morte de bebê no Brejo paraibano			X				<i>Reportagem</i>
Operação pote de ouro: esquema de desvio de verba				X			<i>Reportagem</i>
Fábrica de móveis é arrombada na capital	X						<i>Reportagem</i>
Grupo é condenado por mortes		X	X				<i>Nota coberta</i>
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	4	3	6	2	5	0	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 17	15						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

2 – Análise das notícias do programa *Tambaú da Gente* exibidas no dia 18 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO TAMBAÚ DA GENTE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Operação prende pessoas em Bayeux acusadas de tráfico de drogas		X		X			<i>Reportagem</i>
Operação prende pessoas em Campina Grande por desvios na previdência social		X		X			<i>Ao vivo</i>
Jovem de 23 anos morre após trocar tiros com a polícia em Cabedelo			X				<i>Reportagem</i>
Homem é preso após realizar assaltos em João Pessoa	X	X					<i>Reportagem</i>
Trio é baleado na porta de casa em João Pessoa						X	<i>Reportagem</i>
Turista de São Paulo morre afogado em rio na cidade de Lucena			X		X		<i>Nota coberta</i>
Dez presos fogem da cadeia pública em Picuí		X					<i>Nota coberta</i>
PRF apreende mais de 100 quilos de maconha		X					<i>Reportagem</i>
Jumento fica cego ao ser agredido na cidade de Queimadas	Violência						<i>Reportagem</i>
Acidente na BR-230					X		<i>Ao vivo</i>
Mais médicos: profissionais têm até esta terça para se apresentarem às prefeituras	Informativa						<i>Ao vivo</i>
Concurso da PRF encerra inscrições nesta terça-feira	Informativa						<i>Ao vivo</i>
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	1	5	2	2	2	1	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 18	12						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

3 – Análise das notícias do programa *Tambaú da Gente* exibidas no dia 19 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO TAMBAÚ DA GENTE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Casal pula de ônibus para escapar de assalto em João Pessoa	X				X		<i>Reportagem</i>
Operação da polícia civil prende quadrilha especializada em roubo de carro	X	X		X			<i>Reportagem</i>
Mercadinho é assaltado 12 vezes no último semestre	X						<i>Reportagem</i>
Acidente deixa oito militares feridos durante treinamento do exército					X		<i>Ao vivo</i>
Homem é agredido a pauladas durante assalto na capital	X					X	<i>Nota coberta</i>
Homem é preso por suspeita de tráfico de drogas e desmanche de veículos		X					<i>Nota coberta</i>
Preço do litro de gasolina cai, me média, R\$: 0,20 na capital	Informativa						<i>Ao vivo</i>
Candidatos eleitos são diplomados na Paraíba	Informativa						<i>Reportagem</i>
PMJP convoca contribuintes com irregularidade fiscal para garantir permanência da isenção do IPTU	Informativa						<i>Ao vivo</i>
Tartaruga é encontrada morta em praia na capital			X				<i>Nota coberta</i>
Projeto de lei que proíbe utilização de canudo plástico é adiado na câmara	Informativa						<i>Nota seca</i>
Mulher é morta ao invadir casa e espancar crianças			X			X	<i>Ao vivo</i>
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	4	2	2	1	2	2	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 19	12						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

4 – Análise das notícias do programa *Tambaú da Gente* exibidas no dia 20 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO TAMBAÚ DA GENTE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Ação conjunta do MPF e DPU pede suspensão das obras do DNIT na BR-230	Informativa						Ao vivo
Veículo capota após colisão na avenida com Dom Pedro II em João Pessoa					X		Reportagem
Acidente envolvendo dois carros deixa uma pessoa presa nas ferragens					X		Reportagem
Em 2018, 117 pessoas morreram em acidente de trânsito na capital			X		X		Reportagem
Detento que fugiu da cadeia de Picuí se entrega à polícia		X					Nota coberta
Homem é detido suspeito de mutilar cachorro no sertão	Violência						Nota coberta
Foragido do Silvío Porto é preso		X					Reportagem
CRM volta a interditar o hospital materno infantil de Bayeux	Informativa						Nota coberta
Cerca de 800 pessoas solicitam carteiras de identidade por semana	Informativa						Ao vivo
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	0	2	1	0	3	0	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 20	9						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.

5 – Análise das notícias do programa *Tambaú da Gente* exibidas no dia 21 de dezembro de 2018

NOTÍCIAS REPORTADAS NO TAMBAÚ DA GENTE	ASSALTO	PRISÃO	MORTE	OPERAÇÃO	ACIDENTE	TENTATIVA DE HOMICÍDIO	TIPO DE NOTÍCIA
Quadrilha rapta caminhoneiros e rouba carga de cerveja avaliada em R\$: 90 mil	X						<i>Reportagem</i>
Homem morre atropelado na BR 230			X		X		<i>Reportagem</i>
Dois homens são presos acusados de matar quatro pessoas em cabedelo		X	X				<i>Reportagem</i>
Quase 90 mil pessoas devem passar pelo terminal rodoviário da capital	Informativa						<i>Ao vivo</i>
Centro de zoonoses dá dicas de como evitar a leptospirose	Informativa						<i>Ao vivo</i>
PROCON-PB realiza fiscalização no terminal rodoviário da capital	Informativa						<i>Ao vivo</i>
TOTAL DAS PALAVRAS-CHAVE	1	1	2	0	1	0	
TOTAL DE NOTÍCIAS ANALISADAS DO DIA 21	6						

Fonte: conteúdo retirado do programa que foi gravado em vídeo pelo autor da pesquisa.