

Universidade Federal de Juiz de Fora
Instituto de Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais

Fábio Ricardo dos Anjos Ribeiro

Telejornalismo policial e a legitimação do senso comum conservador em dois universos de recepção

Juiz de Fora

2016

Fábio Ricardo dos Anjos Ribeiro

**Telejornalismo policial e a legitimação do senso comum conservador em
dois universos de recepção**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Área de concentração: Cultura, Poder e Instituições, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Dmitri Cerboncini Fernandes

Juiz de Fora

2016

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Ribeiro, Fábio Ricardo dos Anjos.

Telejornalismo policial e a legitimação do senso comum conservador em dois universos de recepção / Fábio Ricardo dos Anjos Ribeiro. -- 2016.
216 p.

Orientador: Dmitri Cerboncini Fernandes
Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2016.

1. Sociologia do jornalismo. 2. Telejornalismo policial.
3. Senso comum conservador. 4. Mídia e representações sociais.
5. Televisão: aspectos sociais. I. Fernandes, Dmitri Cerboncini, orient. II. Título.

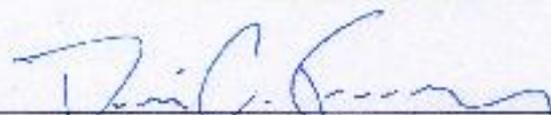
Fábio Ricardo dos Anjos Ribeiro

Telejornalismo policial e a legitimação do senso comum conservador em dois universos de recepção

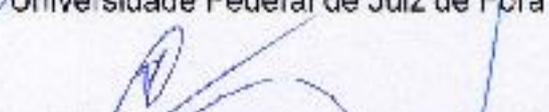
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Área de concentração: Cultura, Poder e Instituições, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovada em 08 de abril de 2016.

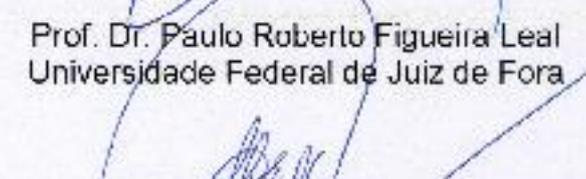
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Dmitri Cerboncini Fernandes
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Dr. Alexandre Bergamo Idalgo
Universidade Federal de Santa Catarina

À minha esposa e a meu filho, que me suportaram durante a realização deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Às(Aos) colegas do Núcleo de Pesquisa sobre Preconceito, Autoridade e Ideologia, da UFJF.

Ao Prof. Dmitri Cerboncini, pelo estímulo e pelas contribuições sempre certas e indispensáveis.

Aos professores Alexandre Bergamo e Paulo Roberto Leal.

À equipe de jornalismo da TV Alterosa – Juiz de Fora, por gentilmente possibilitar que eu perturbasse a rotina do trabalho que fazem com tanta dedicação.

Aos jovens estudantes que aceitaram de bom grado responder aos questionários, me conceder entrevistas e participar dos grupos focais.

Às direções das escolas nas quais estabeleci contato com esses alunos, pela generosidade. Agradeço, sobretudo, ao colega Renan, professor de Sociologia em uma das escolas, e ao Rinaldo, coordenador pedagógico na outra, por terem, abnegadamente, intermediado meu acesso a seus alunos.

Ao meu amigo José Wellington, pelo apoio irrestrito e incondicional.

À Universidade Federal de Juiz de Fora, instituição dentro da qual passo grande parte do meu tempo, investido das atribuições de funcionário e aluno.

RESUMO

A partir de argumentação favorável à ideia de que a televisão, enquanto veículo de comunicação de massa, por características que são próprias do meio sócio-técnico, ainda é capaz de em grande medida legitimar representações sociais vigentes em determinada coletividade, este trabalho investiga o papel desempenhado nesse processo por um dos produtos televisivos de maior repercussão no Brasil: os telejornais policiais. Procura-se evidenciar aqui algumas fundamentais restrições próprias ao contexto de produção desses programas a partir de um estudo de caso fruto de etnografia realizada na Redação de um telejornal policial local. Analisa-se, no que é significativo para os propósitos argumentativos deste trabalho, forma e conteúdo da mensagem emitida por esses programas e investiga-se, comparativamente, em dois universos de classe distintos, a recepção dessa mensagem. O objetivo, com essa abordagem, que tenta dar conta dos âmbitos da produção, do texto propriamente dito e da recepção, é o de compreender relacionalmente um complexo mecanismo de construção e legitimação de visões de mundo em determinado universo social. Visões de mundo estas que são de cunho conservador, em correspondência com o lugar no *menu* da indústria cultural ocupado pelos telejornais policiais, bem como atinente a determinada posição no espaço social ocupado por aqueles que os assistem e que reproduzem opiniões afins às veiculadas nesses onipresentes programas televisivos.

Palavras-Chave: Sociologia do jornalismo. Telejornalismo policial. Senso comum conservador. Mídia e representações sociais. Televisão: aspectos sociais. Mídia: aspectos sociais.

ABSTRACT

From an argumentation that supports the idea that television, while mass communication vehicle, due to features that are specific of this socio-technical media, can still largely legitimate social representations existing in a certain group, this study investigates the role played in this process by one of the television products of greater impact in Brazil: the police TV newscasts. On attempts here to make evident some fundamental constraints from own context of production of these programs, from a case study fruit of an ethnography held in the newsroom of a local police TV newscast. It is analyzed here, in what is significant for the argumentative purposes of this text, shape and content of the message sent by these programs and is investigated by comparison between two distinct class universes of receiving this message. The goal in adopting this approach, which tries to account for the areas of production, the text itself and the reception, is to understand relationally a complex mechanism of construction and legitimation of world views in a given social universe. And these world views have conservative nature, in correspondence with the place in the cultural industry *menu* occupied by police TV newscasts, as well as pertaining to a particular position in the social space occupied by those who watch and reproduce opinions similar to that conveyed through those ubiquitous TV programs.

Keywords: Sociology of journalism. Police TV journalism. Conservative common sense. Media and social representations. Television: social aspects. Media: social aspects.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: O apresentador Valmir Rodrigues e a cobertura das ações policiais no programa Alterosa em Alerta.....	94
Figura 2: Apresentador do Alterosa em Alerta comentando o roubo dos <i>tablets</i>	100
Figura 3: Imagens capturadas de edições dos programas Brasil Urgente e Cidade Alerta.	109
Figura 4: Especialistas ajudam a dar autoridade aos discursos dos apresentadores.	109
Figura 5: Marcelo Rezende comenta notícia sobre as cartilhas de “Educação Sexual”. A opinião do apresentador é confirmada pelo “especialista” Percival - na imagem da direita.....	114
Figura 6: Imagem do homem sendo linchado, amarrado ao poste.....	116
Figura 7: Datena brinca com a frequência de tapas e adverte o telespectador, a partir de um evento exemplar, sobre a prática da “justiça com as próprias mãos”.	118
Figura 8: Datena indigna-se com a “demora” na aprovação da redução da maioridade penal.....	122
Figura 9: Excerto de sequência da perseguição, que culmina em tiro do agente policial em direção aos fugitivos.....	128

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Dados sobre audiência disponíveis em páginas destinadas a anunciantes - sites da Band e Record (valores percentuais)	74
Tabela 2: Escolaridade pais e mães – jovens de classe baixa – Ewbank da Câmara.	154
Tabela 3: Renda Familiar – jovens de classe baixa – Ewbank da Câmara.	155
Tabela 4: Escolaridade dos pais e mães – jovens de classe média – Juiz de Fora. ..	158
Tabela 5: Renda familiar – jovens de classe média – Juiz de Fora.	159
Tabela 6: Percentagens de respostas à questão sobre “inversão de valores” entre jovens de classe baixa - Ewbank da Câmara.	172
Tabela 7: Percentagens de respostas à questão sobre “inversão de valores” entre jovens de classe média - Juiz de Fora.	172
Tabela 8: Percentagens de respostas à questão sobre motivação dos “crimes” – jovens de classe baixa – Ewbank da Câmara.	173
Tabela 9: Percentagens de respostas à questão sobre motivação dos “crimes” - jovens de classe média – Juiz de Fora.	174
Tabela 10: Percentagens de respostas à questão referente aos “presídios brasileiros” entre jovens de classe baixa - Ewbank da Câmara.	175
Tabela 11: Percentagens de respostas à questão referente aos “presídios brasileiros” entre jovens de classe média – Juiz de Fora.	176
Tabela 12: Percentagens de respostas à questão referente ao espancamento de “bandidos” com as próprias mãos - jovens de classe baixa - Ewbank da Câmara.	178
Tabela 13: Percentagens de respostas à questão referente ao espancamento de “bandidos” com as próprias mãos - jovens de classe média – Juiz de Fora.	178

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
Ponderações sobre a realidade da “convergência midiática”	14
Interação e lugar de fala.....	23
Jornalismo, telejornalismo policial e legitimação do arbitrário	25
Uma perspectiva relacional do processo de comunicação midiática.....	31
Uma ferramenta conceitual para se estudar a comunicação	35
Efeitos de posição	37
A “socialização” pela televisão	40
Discursos que legitimam visões de mundo.....	42
Estrutura da Dissertação.....	44
1 ELEMENTOS PARA SITUAR O JORNALISMO POLICIAL NA TELEVISÃO BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA	48
1.1 “Jornalismo popular”	51
1.2 Telejornalismo policial como “jornalismo popular”	56
1.3 “Jornalismo popular” e jornalismo de referência.....	58
1.4 Transformações na composição da audiência.....	59
1.5 Gosto pelo comentário e por participação	63
1.6 Nova classe consumidora	67
2 ROTINA DE PRODUÇÃO E LEGITIMAÇÃO DA NOTÍCIA.....	77
2.1 Construção e legitimação da notícia no telejornalismo policial	81
2.2 Como os “fatos” chegam à redação.....	85
2.3 A reprodução do discurso oficial da fonte.....	88
2.4 A “motivação da tropa”	90
2.5 “Ajudando a limpar a cidade”	94
2.6 “Já passou da hora de as autoridades tomarem uma providência!”	97
3 ANÁLISE DO TEXTO	102
3.1 Comentários e julgamentos dos âncoras.....	110
3.2 Perseguição policial e tiros ao vivo	124
4 A RECEPÇÃO DO DISCURSO	145
4.1 Detalhamento dos procedimentos de pesquisa.....	153
4.2 Análise do material dos grupos focais e entrevistas	162

4.2.1 “Janela para a realidade”	162
4.2.2 Coragem para dizerem a verdade	164
4.2.3 Problema 1: criminalidade e mundo degenerado.....	168
4.2.4 Problema 2: tratamento brando demais aos “criminosos”	175
4.2.5 Problema 3: políticos como “inimigo comum” e desinteresse pela política. 180	
4.2.6 Soluções condizentes com as dos apresentadores.....	183
4.2.7 Opinião punitivista e condição de classe.....	186
4.2.8 <i>Ticket-Thinking</i>	189
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	192
REFERÊNCIAS	199
APÊNDICE A: Questionário.....	207
APÊNDICE B: Roteiro para grupos focais e entrevistas	215

INTRODUÇÃO

Presente como grande disseminadora de conteúdos simbólicos a uma enorme parcela da população brasileira, a televisão ainda é frequentemente apontada por abrangentes *surveys* como o meio de comunicação mais utilizado no país. Assistida, seja como fonte de informação, entretenimento e/ou distração, sob atenção exclusiva, compartilhada com outras atividades, ou mesmo como apenas um ruído ritmador para tarefas cotidianas, a televisão ocupa grande espaço nas vidas de milhões de pessoas neste país.

Recentes exemplos que contribuem para atestar essas afirmações são a pesquisa “Democratização da Mídia”, realizada em 2013, pela Fundação Perseu Abramo (FUNDAÇÃO..., 2013) e a “Pesquisa Brasileira de Mídia”, edições 2014 e 2015, publicadas pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (BRASIL, 2014; BRASIL, 2015). A partir da realização de 2400 entrevistas, em amostra tida por estatisticamente representativa de toda a população brasileira, a pesquisa “Democratização da Mídia” detectou que 94% dos brasileiros afirmam assistir à TV aberta e 37% à TV fechada. Do primeiro percentual, o mais significativo, 87,1%, alegam que a assistem todos os dias da semana. Quando perguntados sobre a principal fonte de “informação” a respeito do que “acontece” na cidade do entrevistado, no Brasil e no mundo, a TV aberta também foi a resposta predominante (76,1% para as “informações” sobre a cidade, 88,8% para as demais). É algo digno de destaque o fato de que, nessa última questão, a resposta era de declaração espontânea, ou seja, não havia uma lista de opções a partir da qual escolher, o que obrigou o entrevistado a acionar as referências sobre “meios de informação” que ele mesmo tivesse em mente. Tal estratégia metodológica possibilitou captar com ainda mais evidência a centralidade da televisão no universo simbólico da população pesquisada. Já como resultado da “Pesquisa Brasileira de Mídia”, versão 2014 (feita com base em 18.312 questionários aplicados em 2013, em âmbito nacional), computou-se que 97% dos entrevistados afirmaram assistir à TV. Na mesma pesquisa, em sua versão

2015 (com base na mesma quantidade de questionários, aplicados em 2014), a percentagem foi de 95%. Nas duas versões, constatou-se que a maioria dos brasileiros declara assistir à televisão todos os dias da semana (65%, em 2013 e 73%, em 2014), em média por 3h29m (todos os dias, de segunda a sexta), 3h32 (nos fins de semana), em 2013, 4h31m e 4h14m, respectivamente, em 2014.

Além da presença cotidiana da televisão, esses dados quantitativos revelaram também o lugar de destaque que os telejornais policiais, produtos da mídia televisiva, ocupam na memória imediata dos respondentes. Na versão 2014 da “Pesquisa Brasileira de Mídia” foi feita uma pergunta sobre qual programa o entrevistado mais assistia, de segunda a sexta-feira, a ser respondida também de maneira espontânea. Os respondentes deveriam ranquear os três primeiros programas que mais assistissem. Computados os resultados, o programa Cidade Alerta, da Rede Record, ficou em 5º lugar entre as menções de preferência, atrás apenas do Jornal Nacional (1º lugar), das novelas “das 21” e “das 19”, ambas da Rede Globo (2º e 4º lugares, respectivamente) e do Jornal da Record (3º lugar). Também ficaram com consideráveis posições no *ranking* de preferência dos respondentes os programas, congêneres do Cidade Alerta, Balanço Geral (Rede Record, 7º lugar) e Brasil Urgente (Rede Bandeirantes, 11º lugar), em uma lista de 51 programas, transmitidos por TV aberta ou por assinatura, composta com os que tiveram pelo menos 1% de menções espontâneas.

Esses dados estatísticos, que nos possibilitam constatar a popularidade que esses programas policiais têm no Brasil, harmonizam-se também com os resultados de pesquisas de audiência normalmente divulgadas pelas próprias emissoras e explicam a proeminência dada aos telejornais policiais nas grades de programação. O Cidade Alerta, por exemplo, tem 190 minutos de duração (155 destes em rede nacional, os 35 demais normalmente ocupados pelas produções locais do telejornalístico) em sua edição transmitida de segunda a sexta-feira¹, o que o torna o programa jornalístico de maior duração entre os

¹ Informações válidas em março de 2015. Fonte: site da Rede Record: <<http://rederecord.r7.com/programacao/>>. Acesso em: 25 mar. 2015.

produzidos pelas principais emissoras brasileiras (Globo, Record, SBT, Band e RedeTV!) e o de maior duração, independente do gênero midiático, transmitido de segunda a sexta-feira². Além do Cidade Alerta, Brasil Urgente e congêneres de alcance nacional, há atualmente dezenas de outros programas, produzidos nos mesmos moldes, com cobertura mais localizada, nas emissoras de televisão do país.

A significativa participação da televisão no universo de produção simbólica dá a qualquer discurso veiculado pelo meio um grande poder de penetração, seja em termos de quantidade – pela abrangência do alcance -, seja em termos de reprodutibilidade – graças à relativa confiabilidade do meio, fruto da autoridade historicamente construída no campo de forças estabelecido na disputa pelo poder de dizer e de se fazer ouvir. Dito em termos sintéticos: o que é dito na televisão é visto, ouvido e levado em consideração por muita gente no Brasil. E os discursos produzidos no âmbito dos programas de telejornalismo policial ganham proeminência ao serem emitidos a partir desse meio de comunicação de grande penetração nacional.

Ponderações sobre a realidade da “convergência midiática”

Claro que não se pode desprezar também as diferentes formas pelas quais se consome o conteúdo televisivo. Hodiernamente, em conjuntura de intensa transformação tecnológica nos meios de comunicação, apresentam-se consideráveis novidades em relação ao modo pelo qual se assistiu à TV, desde seu advento, na década de 50 do século passado, até à década final deste mesmo século.

Ao mesmo tempo em que aponta a TV como o meio ainda mais acessado, diariamente, a referida “Pesquisa Brasileira de Mídia” nos mostra que a internet é o meio cuja utilização mais cresce no Brasil. De acordo com a pesquisa, corresponde a 37% a parcela daqueles no país que declaram utilizar a internet todos os dias. Na faixa etária que vai de 16 a 25 anos estão os que mais utilizam o meio: 65% nesta faixa declararam acessar a internet todos os

² Fontes: programações disponíveis nos sites das emissoras mencionadas. Acessos em: 25 mar. 2015.

dias, seja através de telefone, *tablet*, *notebook* ou PC, para conectar-se, sobretudo, às “redes sociais” (o fazem 92% destes que conectam todos os dias). Por redes sociais refiro-me aqui basicamente ao *Facebook* (83% dos acessos declarados na pesquisa) e *WhatsApp* (58%). Nesse contexto, não é possível desprezarmos a importância dessas novas formas de interação, as quais modificaram a maneira de se produzir conteúdo para TV e, do outro lado, as maneiras de se consumir esse conteúdo. Os discursos produzidos e veiculados a partir dos produtos da mídia televisiva o são feitos levando-se em consideração esse novo cenário tecnológico.

Em concomitância ao aumento no uso da internet, vem sendo registrado aumento do investimento publicitário no meio e queda do investimento na mídia tradicional³. No universo publicitário, responsável pela canalização dos investimentos dos anunciantes aos grandes veículos de mídia, constata-se e mesmo celebra-se o fim da televisão tradicional, aquela acessada pelo telespectador apenas por meio do televisor e cuja programação é comentada nas interações face a face⁴.

Com as possibilidades de convergência multiplataforma (JENKINS, 2008) as pessoas assistem ao conteúdo televisivo também por meio de *smartphones*, *tablets* e computadores pessoais, com cada vez mais possibilidade de acessarem a programação quando quiserem, uma vez que, depois de transmitida originariamente em rede, os vídeos com os programas ficam guardados em servidores e podem ser acessados na internet *on demand*. Além disso, as demandas reativas e as conversas interpessoais sobre a programação, prática comum e amplamente estudada nas pesquisas de recepção (cf., p. ex., WHITE, 1998; ESCOSTEGUY, 2003; JACKS, 2012), como sendo o momento em que os sentidos sobre a programação assistida são produzidos, passam a se dar também através das trocas de mensagens na internet. O chamado cenário de convergência midiática (JENKINS, *op. cit.*) tem

³ Fonte: <<http://www.redebrasilatual.com.br/blogs/helena/2015/08/crise-economica-na-velha-midia-e-mais-grave-que-a-do-pais-que-ela-pinta-8714.html>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

⁴ Confrontar, entretanto, com a declaração de executivo do mercado publicitário sobre o fato de a TV ainda ser o meio mais rentável que existe: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2015/06/18/Guerra-das-telas.html>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

expandido o conteúdo televisivo para além do televisor. Fala-se em “segunda tela” ou experiência multitela para expressar a possibilidade de acesso ao conteúdo visual produzido por emissoras de TV tanto no televisor como nos demais dispositivos técnicos. A audiência multitela é pensada como sendo composta por pessoas que, em todas as classes sociais, assistem à TV enquanto trocam mensagens – inclusive sobre o programa assistido – via internet e telefonia móvel. Nessa nova realidade, as emissoras investem na disponibilização de seus conteúdos *online*, na transmissão *on demand* e na “interatividade” como forma de manter a atenção, agora dividida entre telas diferentes, e conseguir o consequente engajamento do consumidor – o objetivo, ao final do processo, mais importante para a empresa midiática⁵.

Diante disso, é claro que ao me referir à importância contemporânea da televisão, não tenho em mente apenas a produção simbólica acessada por meio do aparelho televisor, recebida via radiotransmissão, maneira pela qual a TV foi exclusivamente consumida no Brasil desde seu advento até meados da década de 1990, quando passou a operar no país a tecnologia de TV a cabo. Nos últimos anos, com o advento da internet, aliada à disseminação da recepção direta via satélite - gratuita ou por assinatura - e a cabo, tem-se observado uma intensa fragmentação do consumo. De qualquer forma, como produtora de conteúdo simbólico, o meio televisivo ainda tem enorme importância.

Ainda não estão consolidadas no país formas de quantificar essa realidade, mas grande parte do conteúdo de TV é consumida através dos portais das emissoras na internet, bem como replicado e compartilhado pelas próprias emissoras e por telespectadores através de *sites* de compartilhamento de vídeos e nas demais “redes sociais”. O consumo desse conteúdo não depende de se estar em frente ao televisor no momento da transmissão original; pode ser acessado futuramente por mecanismos *on demand*, seja por

⁵ Para uma pequena amostra do ponto de vista nativo do meio publicitário a respeito das novas formas de fruição do conteúdo televisivo, cf. artigo “A audiência multitela”, disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/ponto_de_vista/2014/08/06/A-audiencia-multitela.html>. Acesso em: 07 dez. 2015.

aqueles que rendem às emissoras, seja pelos meios “alternativos”, livres de custos ao consumidor, como o *Youtube* e *sites* de *downloads*.

Nesse cenário, inclusive, a hegemônica medição de audiência pelo Ibope (em que se capta o consumo “tradicional” de TV a partir de uma pequena parcela da população brasileira), parâmetro de referência para todas as transações bilionárias no mercado publicitário, passa a registrar quedas sucessivas na audiência geral do veículo. Essa queda é explicada em parte também pela existência dessas novas possibilidades tecnológicas de televidência. Há pessoas que não assistem aos conteúdos televisivos no televisor – e que, portanto, compõem parcela de audiência não captada pelos dispositivos tradicionais do Ibope – mas podem o fazer, por exemplo, a qualquer momento, através dos *players* disponibilizados nos portais das emissoras na internet⁶. Alguns incrementos nas formas de medição de audiência têm sido feitos, tanto pelo Ibope, como pela GFK, empresa recém-contratada pelas quatro maiores emissoras de TV do país (depois da Globo): Record, Band, SBT, RedeTV!. Conforme pode ser visualizado em publicações recentes nos *sites* das duas empresas de pesquisa, estão sendo implementados mecanismos para medirem o consumo de conteúdo televisivo que se dá por meio de celulares, *tablets* e computadores pessoais, seja nos momentos de transmissão original, seja em qualquer momento futuro. De qualquer forma, essas medições ainda não estão plenamente instaladas; logo, o que se entende por audiência de TV na indústria cultural ainda é determinado pela medição tradicional, feita nas grandes capitais. A aferição minuto a minuto, realizada pelo Ibope, e responsável pelas informações que são monitoradas ao vivo pelos produtores dos programas de TV no momento mesmo das transmissões, ainda é feita exclusivamente através dos aparelhos instalados nos televisores em algumas casas previamente selecionadas, apenas nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro.

⁶ A Record, no início de 2015, passou a disponibilizar a íntegra de seus programas, depois de transmitidos originalmente em rede nacional, por meio do sistema *on demand* no *Youtube*. A partir de cadastro no *site* de compartilhamento de vídeos e pagamento de uma assinatura mensal, é possível assistir, por exemplo, a todas as edições passadas do Cidade Alerta. Ademais, todas as matérias deste programa, bem como aquelas transmitidas diariamente pelo Brasil Urgente, estão disponibilizadas para livre acesso nos portais das emissoras proprietárias.

O que tem acontecido de fato em relação à audiência de TV é que o número de pessoas que captam exclusivamente o sinal aberto, por radiofrequência, tem caído. Essa é a audiência medida pelo Ibope. O consumo de conteúdo emanado das grandes produtoras midiáticas, no entanto, continua sendo amplamente disseminado, agora através de diversas plataformas.

Os telespectadores entre os quais realizei parte da pesquisa empírica que fundamenta este trabalho declaravam assistir aos telejornais policiais no próprio televisor, sintonizados na emissora no momento da exibição original, sobretudo em companhias de pais e avós com quem moravam, mas também acessavam os conteúdos nos portais das emissoras e o faziam, com bastante frequência, depois de compartilhados por algum amigo no *Facebook*. O material que obtive a partir de minha pesquisa empírica consistiu fundamentalmente nas entrevistas pessoalmente realizadas com as pessoas cujos discursos me interessavam. A ênfase nas apreensões captadas a partir das entrevistas, no entanto, não nega a importância do material obtido por meio das manifestações na internet. Procurei investigar as manifestações das pessoas nas redes sociais, naquilo que pareceu ter relevância para este trabalho. Sobretudo no Capítulo 2, em que analiso a produção da notícia no telejornal policial local *Alterosa em Alerta*, bem como as percepções dos telespectadores desse telejornal, valho-me amplamente do material empírico composto por comentários no *Facebook*. Não é possível negar a importância no mundo contemporâneo das redes sociais da internet como veículo para troca de informações e, no que me interessa aqui, para circulação de discursos. As produções que se originam do emissor central – as corporações de TV, responsáveis pela produção dos telejornais policiais – são comentadas nas interações face a face e também pelas redes sociais. Vali-me do que as pessoas pesquisadas pensam sobre o que veem e estabeleci possíveis relações entre o conteúdo do que alegam assistir e as representações que mantêm em suas vidas cotidianas. Obtive acesso a essas representações tanto por meio das conversas pessoais como por meio daquilo expresso textualmente na internet.

A despeito das possibilidades de utilização da internet para a simulação de comportamentos, para a construção intencional de uma imagem “fictícia” no

mundo virtual, procurei considerar, como se depreende do exposto até aqui, a atividade na internet como extensão coerente daquilo que se expressa também nas interações face a face. As entrevistas serviram para confirmar e detalhar conteúdos de manifestações às vezes lacônicas feitas no *Facebook*. Estas, por sua vez, serviram para que eu pudesse “medir” o quanto daquelas visões de mundo subjacentes às opiniões expressas pessoalmente se reproduziam em diferentes âmbitos de prática; além disso, serviram para tentar precisar o quanto daquelas opiniões emitidas no ambiente controlado da entrevista, por solicitação do pesquisador e a partir de relação inevitavelmente assimétrica existente entre pesquisador e pesquisado, mantinham-se coerentes em âmbitos de manifestação mais espontânea.

Portanto, ao tomar como pressuposto a importância relativa da televisão como meio de legitimação de visões de mundo em nossa sociedade, não é possível desconsiderar as recentes transformações na disponibilidade e utilização dos meios de comunicação, as quais têm impactado profundamente as relações sociais. Do ponto de vista da tecnologia, que obviamente é fruto de processos sociais mais amplos (WILLIAMS, 2011), mas que também transforma esses processos, compartilho com JENKINS (2008) da ideia de que

[...] a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo midiático específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos midiáticos e em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima pra baixo, e cultura participativa, de baixo pra cima. (*ibidem*, p. 310).

Claro que o pesquisador do *Massachusetts Institute of Technology*, ao se referir a uma “cultura participativa” tem em mente as “comunidades de fãs” e outras formas de participação mais organizadas e sistemáticas empreendidas através da internet, sobretudo por usuários mais contumazes, situação mais provável de se encontrar nos EUA - realidade onde foram feitas as pesquisas que dão ensejo às reflexões do autor - e presente mais significativamente nos estratos superiores de classe no Brasil. Como ficará evidente neste trabalho, sobretudo a partir da leitura do Capítulo 2, a “participação” através da internet

em relação ao conteúdo do telejornal policial é eminentemente reativa e restringe-se à sugestão de notícias e troca de saudações.

Ademais, diferentemente do que transparece em análises mais otimistas em relação às novas possibilidades de participação dos telespectadores, essas mudanças estão sendo conduzidas, claro, “por interesses econômicos e não por uma missão de delegar poderes ao público”. Como pondera JENKINS (2008), ao final de sua detalhada apresentação de casos mundialmente conhecidos em que houve ampla participação pela internet, casos esses em que redes de “receptores” chegam(aram) mesmo a atuar como “coprodutoras” de conteúdo midiático,

A indústria midiática está adotando a cultura da convergência por várias razões: estratégias baseadas na convergência exploram as vantagens dos conglomerados [como as grandes redes de televisão, por exemplo]; a convergência cria múltiplas formas de vender conteúdos aos consumidores; a convergência consolida a fidelidade do consumidor, numa época em que a fragmentação do mercado e o aumento da troca de arquivos ameaçam os modos antigos de fazer negócios. (*ibidem*).

Diferente disso, exageraríamos demais as potencialidades comunicacionais e políticas do novo meio se asseverássemos, em uníssono com o sociólogo Manuel Castells, que:

A internet é hoje em dia um campo de batalha entre a velha ordem repressora e os projetos de liberação das jovens gerações. Todos esses projetos sociais estão presentes na internet, e é por ela que se chega às mentes das pessoas [...]⁷

A citação acima exemplifica uma interpretação que tem seu lugar nas pesquisas acadêmicas e em certo senso comum interno ao meio publicitário e jornalístico, como tentei indicar brevemente. Não compactuo com essa defesa e acredito que os resultados da pesquisa que fiz dão subsídios para minha relativa descrença. Penso que a empolgação em relação às novas formas de interação midiática, empolgação essa em grande medida harmônica em relação aos interesses do grande capital, e que nos faz lembrar antigo otimismo em reação às presumíveis potencialidades civilizadoras da televisão,

⁷ Fonte: Recente entrevista com o autor. Disponível em: <<http://apublica.org/2015/06/a-direita-abraca-a-rede/>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

quando da implantação deste meio de comunicação de massa no Brasil, é amplificada no bojo da ideologia liberal hegemônica, mas não pode ofuscar a operação “subterrânea” do poder simbólico possibilitado pela apropriação desigual dos recursos de capital econômico e cultural, sobretudo em uma sociedade como a brasileira.

Interessam-me neste trabalho “[...] as trocas simbólicas objetivadas – mediadas ou não por tecnologias de comunicação e integradas ao nosso cotidiano – [as quais] demarcam, representam, traduzem e orientam todas as nossas práticas sociais.” (GIRARDI Jr., 2009, p. 66). Acredito que nesse processo de trocas simbólicas há assimetrias e que estas devam ser consideradas. Em consonância com a análise bourdieusiana de GIRARDI Jr., acredito que:

Um dos móveis das lutas políticas, a nível das trocas cotidianas ou na escala global, é a capacidade de impor princípios de visão do mundo, óculos tais que as pessoas vejam o mundo segundo certas divisões [...]. Ao impor essas divisões, formam-se grupos, que se mobilizam e que, ao fazer isso, podem chegar a convencer de que existem, a fazer pressão e a obter vantagens. Nessas lutas, hoje, a televisão desempenha um papel determinante. (*ibidem*, pp . 29-30).

Podemos seguir aqui as importantes ponderações de McCOMBS (2009), ao final do grande balanço que faz sobre os desenvolvimentos das pesquisas referenciadas na influente “teoria da agenda”⁸, criada por ele e Donald Shaw na década de 1970. À tese de que a pluralidade de informações e visões de mundo possibilitadas pela internet nos impede de continuar a falarmos em agendamento, de que a comunicação de massa estaria dando lugar à comunicação horizontal, “orientada para outros específicos” (THOMPSON, 1998), o autor contrapõe que:

⁸ A “teoria da agenda”, teoria da *agenda-setting* ou teoria do agendamento (os nomes são utilizados intercambiavelmente no Brasil) é a hipótese, baseada originalmente em pesquisas eleitorais, segundo a qual os meios de comunicação de massa estabelecem a pauta (*agenda*, em inglês) de assuntos públicos do momento. Desenvolvimentos da teoria destacaram o fato de que a mídia, além de pautar os assuntos, estabelece a maneira de pensar sobre estes assuntos. A formulação “original” da teoria está em McCOMBS & SHAW (1972). Um panorama dos principais desenvolvimentos da hipótese em âmbito mundial, da década de 1970 até o início dos anos 2000, é feito pelo próprio McCOMBS (2009).

- 1) As grandes criadoras de informação *full-time* na internet são grandes empresas que normalmente detêm mais de um veículo e estão também ligadas à televisão;
- 2) As pessoas não têm tempo nem disposição de ficarem vasculhadas a internet à procura de visões diferentes de um mesmo fenômeno e, por isso, tendem a consultar os profissionais que ficam por conta de consolidarem essas informações;
- 3) A mídia de massa cumpre a função de unir, de dar acesso àquilo sobre o qual “todo mundo está falando” e que desperta o interesse exatamente por isso. (McCOMBS, 2009, *passim*).

Inspirado nessas ponderações, eu acrescentaria que as próprias “redes sociais” da internet, que ligam anônimos em redes de troca de informação, são construídas através da lógica de agrupamento de interesses, de modo que as pessoas têm acesso padronizado apenas – ou mais frequentemente - àquilo que elas previamente escolheram como itens de preferência (“curtem” e “seguem” o que lhes é “favorito”).

A ideia de que a internet suprime(irá) a existência de agendamento implica supor uma situação de comunicação ideal a partir do qual todos os envolvidos participam a partir de posições equivalentes, sem qualquer espécie de hierarquia, algo como o ideal de “esfera pública burguesa”, passível de ser apreendido pela perspectiva normativa de Habermas (2014). Pelo menos no panorama atual, o espaço social ainda é composto por atributos de capital distribuídos desigualmente entre sujeitos e campos. Sendo assim, ainda há definidores privilegiados, que, a partir das posições que ocupam no mercado de bens simbólicos, são mais autorizados socialmente a produzirem visões de mundo tidas por legítimas. Ainda há jornalistas⁹, personagens televisivos com grande visibilidade, capazes de definir, a partir da posição que ocupam, grande parte do que se pensa e de como se pensa em amplas parcelas da população brasileira.

⁹ A não ser quando for especificado, por “jornalistas” estarei me referindo daqui em diante aos profissionais que desempenham este ofício nos meios de comunicação de massa comerciais.

Interação e lugar de fala

Claro que, no plano fenomenológico, conforme nos alertaram os importantes pesquisadores influenciados pela perspectiva dos chamados Estudos Culturais (cf. KELNER, 2001; ESCOSTEGUY, 2003; HALL, 2003; GOMES, 2004), a comunicação humana, seja ela feita em situações face a face ou mediada por determinados recursos tecnológicos, envolve sempre uma atividade interpretativa: o que é emitido por um sujeito apenas parcialmente corresponde à intenção imediatamente anterior, mais ou menos clara, deste sujeito, e é recebido pelo interlocutor sempre por meio de uma atividade criativa – mesmo inventiva – que implica escolhas parciais dentro de uma infinidade de significados possíveis, sempre atualizáveis no momento mesmo da interação. Sob um ângulo mais abrangente, a comunicação envolve também a reprodução de um *habitus* incorporado pelo indivíduo, fruto de uma multiplicidade de experiências socializadoras, vividas tanto pelos membros da audiência, enquanto tais, como pelos(as) jornalistas, atores(atrizes), publicitários(as), executivos, especialistas televisivos no geral, os quais, todos, adicionalmente ocupam por determinados momentos o lugar social de audiência. Sendo assim, a recepção da mensagem televisiva é sempre ativa, uma vez que envolve sempre a atividade de um ator situado socialmente, cujos esquemas de visão de mundo foram conformados por sua trajetória de vida até o momento. Nas palavras de THOMPSON (1996), sintéticas de formulação comum no âmbito dos Estudos Culturais:

Como acontece com todas as formas simbólicas, o 'significado' de uma mensagem transmitida pela mídia não é um fenômeno estático, permanentemente fixo e transparente para todos. Antes, o significado ou o sentido de uma mensagem deve ser visto como um fenômeno complexo e mutável, continuamente renovado e, até certo ponto, transformado, pelo próprio processo de recepção, interpretação e reinterpretação. (*ibidem*, p. 44).

Além disso, a própria atividade dos produtores mais legitimados, funcionários das empresas de comunicação, corresponde a determinada visão de mundo produzida no interior desse campo. Essa atividade, por estratégia mais ou menos consciente, relacionada à posição no mercado de bens simbólicos, envolve o tempo todo a consideração sobre os presumidos anseios

da audiência a ser atendida, além do compartilhamento dos valores presentes na “mitologia jornalística” (NEVEU, 2004) dominante, como o “interesse público” e a “objetividade” (SCHUDSON, 2010).

Faço estas considerações no intuito de afastar, daqui em diante, no decorrer deste trabalho, quaisquer unilateralidades ingênuas, sejam aquelas que postulam o superpoder doutrinador dos veículos de comunicação de massa, supostos agentes maquiavélicos personificados cujo cálculo racional com relação a fins trabalharia visando exclusivamente à persuasão da audiência – a qual é mesmo, afinal de contas, o produto vendido pelas empresas midiáticas às empresas anunciantes (ALMEIDA, 2015) – sejam as imputações, bastante em voga nos meios mais otimistas em relação às “novas tecnologias de informação e comunicação”, da superatividade reflexiva dos indivíduos contemporâneos, estes que agora enviam mensagens para grupos de discussão em redes sociais, criam e mantêm *blogs*, produzem e divulgam suas próprias fotos e filmagens dos “fatos”, constroem colaborativamente uma “inteligência coletiva” através dos processos quase infinitos da comunicação em rede e participação “cidadã” etc.¹⁰

No mercado de bens simbólicos, todos, indivíduos - desde que detentores de capacidades motoras, sensitivas e cognitivas mínimas – e instituições, são simultaneamente produtores e consumidores. Cabe advertir que, ao utilizar o substantivo “produtor”, neste caso, refiro-me ao emissor, àqueles que elaboram determinada mensagem a ser ofertada no mercado de bens simbólicos. Daqui em diante referir-me-ei como sendo produtor midiático, portanto, não apenas os “produtores”, conforme denominação comum no campo jornalístico (a saber: aqueles profissionais responsáveis por tarefas que viabilizam a constituição do produto final; aqueles que, afinados com a linha editorial da emissora, elaboram a “pauta”, definem e/ou sugerem perguntas a serem feitas e os locais onde se realizarão as entrevistas, estabelecem contato com as “fontes” etc.¹¹). Na definição mais abrangente com que trabalho aqui,

¹⁰ Um exemplo desse otimismo pode ser encontrado em CASTELLS, 2013.

¹¹ Fonte: <<http://www.vincerecomunicacao.com.br/blog/pauta-da-semana/o-papel-do-produtor-no-telejornalismo/>>. Acesso em 07 dez. 2015.

considero “produtores” também os repórteres, editores, diretores, apresentadores, enfim, todos os profissionais responsáveis pelo planejamento, confecção e publicação das notícias, matérias, entrevistas, reportagens, crônicas e comentários que compõem o produto do trabalho jornalístico. “Produção”, por sua vez, deve ser lida, neste trabalho, em seu sentido econômico, duplo, conforme normalmente usado em língua portuguesa, seja como a atividade ou como o resultado da atividade – o produto – desses profissionais.

Todos somos, a depender das circunstâncias, produtores e consumidores. A diferença fundamental existe no caráter assimétrico da distribuição do poder de nomear, de falar (de gesticular, de escrever) e ser ouvido (de ser visto, lido) no interior das dinâmicas comunicacionais. Os que falam através da televisão, amparados pela estrutura profissional altamente especializada de grandes conglomerados comunicacionais, têm maior poder de alcance - e de convencimento, conforme pretendo enfatizar aqui - do que aqueles que falam a partir das posições menos privilegiadas, viabilizadas pela comunicação em rede, de cada um para poucos. De todo modo, mesmo entre os jornalistas, ocupantes por ofício dos postos na empresa midiática, há consideráveis e evidentes diferenças de alcance e legitimidade se compararmos, por exemplo, um subempregado de um jornal impresso de circulação local com um famoso âncora de programa televisivo, funcionário de uma grande emissora. Nas páginas que se seguem, quando não for clara a menção a ocupantes desse último posto na hierarquia profissional, a referência será genérica, sem prejuízos para a argumentação desenvolvida.

Jornalismo, telejornalismo policial e legitimação do arbitrário

O jornalismo, gênero midiático cuja autoimagem profissional mais explícita carrega como atribuição primordial a apuração e divulgação das “informações”, pautadas na “veracidade” e no atendimento ao “relevante interesse público” (FENAJ, 2007), apresenta, em suas versões televisivas, os maiores índices de audiências computados, comparáveis, em frequência e intensidade, apenas às telenovelas, como aventei no início desta Introdução.

Dentre os telejornais mais consumidos no país, atualmente, estão aqueles normalmente classificados como “policiais”. Exemplos de repercussão nacional desta espécie são os programas Cidade Alerta (Rede Record) e Brasil Urgente (transmitido pela Rede Bandeirantes), ambos produzidos por duas das maiores emissoras de televisão do país e detentores, em conjunto, dos maiores índices de audiência em seus horários de exibição. Veiculados a partir da cidade de São Paulo, nas sedes das emissoras principais, esses programas são retransmitidos em rede para todo o país e têm suas versões regionais produzidas em emissoras filiais, além de servirem como referencial de linguagem e conteúdo para dezenas de outros programas congêneres¹² nessas filiais e em emissoras de outras redes. Tamanho investimento nesse tipo de programa expressa a confiança comercial que os gestores das empresas responsáveis, sempre amparados em pesquisas de audiência e no consequente retorno dos anunciantes – seja este retorno direto ou indireto -, depositam na reprodução do formato.

Uma característica distintiva do jornalismo policial, que me interessa especialmente neste trabalho, é a constante e explícita emissão de “opiniões” por parte de seus apresentadores. E o julgamento é feito com mais veemência quando diz respeito a questões morais. A narração da notícia propriamente dita, a apresentação do fato jornalístico, feita, no jornalismo “tradicional”, sob o esforço declarado de se obter a maior economia de análise e julgamento possíveis (SCHUDSON, 2010), no jornalismo policial fundamenta-se nas opiniões dos apresentadores, as quais costumam preencher quase a totalidade do tempo da apresentação do programa. Um mesmo acontecimento, apresentável em uma sentença curta, é afirmado, reafirmado, invertido em sua ordem sintática, com ênfases cambiantes, retomado, realimentado com muitos adjetivos, dramatizado em cada detalhe, comparado com casos semelhantes, buscando-se o fácil entendimento do público e com ênfase particular no julgamento moral, com apelo a presumíveis valores universais, consubstanciados nas figuras de autoridade dos apresentadores e “especialistas”, sejam esses convidados ou permanentes. Encenam-se

¹² Como é o caso do telejornal local Alterosa em Alerta, que analisarei no Capítulo 2.

reconstituições dos eventos, rememoram-se casos similares ao que está sendo noticiado, recolhem-se depoimentos dos envolvidos, pareceres profissionais de representantes de instâncias estatais, de advogados, dos repórteres que elaboraram a matéria e de outros membros da equipe de produção do programa, construindo-se, por meio da edição, um cenário discursivo que será resumido e julgado, de maneira caracteristicamente enérgica, pelo apresentador. A própria *performance* do apresentador dá a ele grande visibilidade nesse tipo de jornalismo, fazendo com que suas figuras principais sejam (re)conhecidas entre os pares por suas extraordinárias capacidades enquanto “comunicadores”¹³.

Adicionalmente, há o destaque comercial alcançado pelos apresentadores no interior das empresas televisivas, graças ao sucesso de audiência dos programas, o que implica a concessão de maior espaço na programação e, conseqüentemente, mais prestígio¹⁴ perante essa audiência. Tal posição, proeminente, em um universo profissional onde o sucesso tem grande possibilidade lógica - e ocorrência efetiva - de ser medido em

¹³ Elogios de pares às capacidades comunicativas de Marcelo Rezende, por exemplo, podem ser conferidos em entrevista concedida pelo apresentador em programa televisivo da Associação Paulista de Imprensa.

Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=lQYInuMuxgw>>. Acesso em: 07 dez. 2015. O mesmo enaltecimento dessas referidas virtudes de Marcelo Rezende pode também ser encontrado em recente conjunto de entrevistas com jornalistas, compiladas em um documentário sobre Marcelo Rezende, disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Hjg6m8fk-Vc>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

¹⁴ No questionário que apliquei para esta pesquisa (cf. questionário no APÊNDICE A), quando perguntados sobre os telejornais que mais assistem, muitos responderam que assistem ao programa “do Marcelo Rezende”, ou “do Datena”, referindo-se ao Cidade Alerta e ao Brasil Urgente, respectivamente. Houve uma resposta, dada por um jovem, estudante do 3º ano do Ensino Médio de uma escola pública, na qual o aluno afirma textualmente que assiste ao “Cidade Alerta – Marcelo Rezende”, como que, ao mencionar o nome do apresentador, estivesse tornando mais claro para o leitor, presumidamente ocupante de um mesmo universo simbólico, de qual programa se trata. A recorrência de menções aos âncoras desses telejornalísticos atesta a centralidade dessas figuras no imaginário de suas audiências. As menções dos respondentes a outros telejornais foram feitas exclusivamente aos programas: por exemplo, “Jornal Nacional” (ou apenas “JN”), “Jornal da Record”, “Jornal Hoje”, “Café com Jornal” etc. Para esses casos, não houve qualquer referência a nomes de apresentadores. (Um maior detalhamento do material obtido a partir dos questionários será apresentada no capítulo em que analiso especificamente o âmbito da recepção aos telejornais policiais – Capítulo 4.) Ademais, atestam a popularidade (capacidade de atrair a fidelidade de grande número de pessoas) de Marcelo Rezende e Datena, por exemplo, a constante participação de ambos em programas de auditório e de entrevistas, tanto nas próprias emissoras com as quais têm contrato, como em outros canais, sobretudo na internet. Os exemplos de participação desses apresentadores em outros programas são inúmeros e serão omitidos aqui por economia de espaço.

quantidade de fama, dá a esse tipo de programas¹⁵, personificado em seus apresentadores, *status* de autoridades em assuntos morais.

Os jornalistas policiais, ao não medirem esforços para emitirem suas opiniões sobre os assuntos tratados nas matérias jornalísticas, vocalizam, sintetizam e repercutem anseios, valores, visões de mundo, expectativas - em duas palavras: representações¹⁶ sociais -, mais ou menos difusas no universo abrangido pelo que entendem ser sua audiência, e para além desse universo. A partir de suas posições privilegiadas no campo midiático, esses jornalistas, assim, atribuem existência pública e autoridade ao que, sem a ação deles, permaneceria contido no âmbito privado. Sendo assim, podemos dizer que eles detêm grande parcela daquilo que Bourdieu denomina “poder simbólico”, atributo social que lhes dá

A capacidade de fazer existir em estado explícito, de publicar, de tornar público, quer dizer, objectivado, visível, dizível, e até mesmo oficial, aquilo que, por não ter acedido à existência objectiva e coletiva, permanecia em estado de experiência individual ou serial, mal-estar, ansiedade, expectativa, inquietação, [e que] representa um considerável poder social, o de constituir os grupos, constituindo o senso comum, o consenso explícito, de qualquer grupo. De facto, este trabalho de categorização, quer dizer, de explicitação e de classificação, faz-se sem interrupção, a cada momento da existência corrente, a propósito das lutas que opõem os agentes acerca do sentido do mundo social e da sua posição neste mundo, da sua identidade social, por meio de todas as formas do bem dizer e do mal dizer, da benção ou da maldição e da maledicência, elogios, congratulações, louvores, cumprimentos ou insultos, censuras, críticas, acusações, calúnias etc. Não é por acaso que *katègorein* de que vêm as nossas categorias e os nossos categoremas, significa acusar publicamente. (BOURDIEU, 1989, p. 142).

Consolidando discursivamente e “acusando publicamente” determinados valores, percebidos por meio de pesquisas e da “intuição” jornalística como sendo nacionalmente hegemônicos, os programas de “jornalismo policial” ocupam a posição de produtores mais legítimos da visão de mundo legítima

¹⁵ A centralidade desses programas, do ponto de vista das emissoras, é atestada pela massiva presença deles nas disputadas grades de programação, o que confirma a enorme audiência que têm, conforme essa é percebida no âmbito da produção.

¹⁶ Entendido o termo no sentido da Psicologia Social, conforme utilizado na tradição sociológica francesa, mais que na acepção da dramaturgia ou mesmo na da iconologia (WACQUANT, 2013).

para amplos setores da população brasileira, sejam estes constituídos em termos de grupos (nos casos em que há comparativamente maior coesão, noção de pertencimento, representações e objetivos comuns) ou não (quando essa mesma visão de mundo – ou elementos dela – está presente em diferentes grupos).

Dentro do escopo da problemática desta pesquisa, a hipótese é a de que há um discurso mais ou menos difundido em certos estratos da sociedade e que programas televisivos como Brasil Urgente e Cidade Alerta condensam e verbalizam esse discurso, sustentados na autoridade que detêm graças à posição que ocupam no mercado de bens simbólicos nacional. Nesse trabalho de categorização, eles fazem ver, dão existência pública, validade, consagram visões de mundo; criam uma realidade, por assim dizer. Realizam, nas palavras de Bourdieu, um “ato de direito que consiste em afirmar com autoridade uma verdade com força de lei” (BOURDIEU, 1996a, p. 109). Esse ato de lei, realizado de maneira caricatural pelos âncoras Marcelo Rezende e Datena, através de suas atuações sempre incisivas, em tons confessionais, professorais, investidas dos papéis frequentemente a eles atribuídos de “portavozes do povo brasileiro”,

constitui um ato de conhecimento que, por estar fundado, como qualquer poder simbólico, no reconhecimento, produz a existência do que enuncia [...]. Mesmo quando se limita a dizer com autoridade aquilo que é, ou então, quando apenas se contenta em enunciar o ser, *auctor* produz uma mudança no ser: pelo fato de dizer as coisas com autoridade, ou seja, diante de todos e em nome de todos, pública e oficialmente, ele as destaca do arbitrário, sancionando-as, santificando-as e consagrando-as, fazendo-as existir como sendo dignas de existir, ajustadas à natureza das coisas, 'naturais'. (BOURDIEU, 1996a, p. 109).

Do ponto de vista dos personagens televisivos de que tratarei - os apresentadores dos telejornais policiais -, crenças que são na *illusio* própria do campo, os trabalhos que fazem correspondem a retratar a “realidade como ela é” e, ao fazerem-no, a alertarem as pessoas a cobrar do poder público, além de oferecerem os meios de canalização para essa cobrança; prestariam, assim, um “serviço à sociedade”. Um exemplo dentre inúmeros dessa visão do jornalismo como retrato da realidade e prestador de serviço público – visão

essa que será analisada de maneira mais detida nos capítulos seguintes - é dado por Marcelo Rezende, em recente entrevista concedida para um programa de televisão veiculado nacionalmente pela Record. Ao ser questionado sobre o fato de os programas policiais exagerarem na busca pela audiência, crítica afinal bastante corriqueira a esse tipo de programa, feita por pares defensores de um jornalismo “de qualidade”, Marcelo Rezende responde, também como de costume, com uma ênfase inicial na correspondência entre “fato” e relato:

Os programas policiais, eles retratam a vida como ela é. Ninguém sai para filmar o que não aconteceu. Sai para filmar o que está acontecendo. E, fundamentalmente, têm um papel importantíssimo de não disfarçar a realidade, trazer para as pessoas alertas de como a vida se processa.¹⁷

O discurso prossegue, agora mais evidentemente fundamentado na percepção de que se é autorizado a fazer ver, em decorrência da posição de porta-voz ocupada por seu enunciador:

E mais, com isso, instigar as autoridades do país a não só entregarem armas e carros bonitos na época da eleição... e que isso seja um raciocínio permanente. [...] E nós vamos precisar melhorar educação, saneamento básico, saúde, oportunidade de emprego... mas vamos precisar, sim, ter uma polícia efetiva, que reprima nos moldes da lei [...].

Ao focalizar o trabalho de legitimação de determinado discurso a partir da posição ocupada no espaço social, minha questão principal não é como os discursos das pessoas que se encontram no âmbito da recepção repetem – mesmo que seletivamente – os de Marcelo Rezende e Datena, nem como esses internalizam perfeitamente, a partir de seu posicionamento no campo, os anseios desse público, mas como se coadunam essas visões de mundo. Trata-se de investigar a afinidade eletiva existente entre visões de mundo, oriundas de uma multiplicidade de relações sociais passadas e presentes, que se confirmam mutuamente na interação com um meio de comunicação e seus protagonistas internos, dotados dessa posição privilegiada no mercado de bens simbólicos.

¹⁷ Programa “Roberto Justus +”, TV Record, edição do dia 11/06/2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nmdK5ru4ORQ>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

Uma perspectiva relacional do processo de comunicação midiática

Pensar em termos relacionais implica superar a dualidade emissor/receptor, que essencializa a existência dos polos, tornando-os como que entidades fixas do processo comunicacional. As relações de comunicação, seja entre indivíduos, face a face, ou aquelas realizadas por intermédio dos veículos de massa, são relações sociais. Em sua complexidade, apenas analiticamente podem ser separadas parcelas dessa realidade.

É possível avançarmos em relação a perspectivas unilaterais nas quais historicamente se repartiu e ainda se reparte a realidade social (ESCOSTEGUY, 2003), no âmbito das pesquisas sobre relações sociais intermediadas pelos meios tecnológicos de comunicação de massa. Em vez de pensarmos em termos de produtores de conteúdos midiáticos, que, agindo racionalmente com relação a fins, elaboram seus discursos sob a intenção de ludibriar, convencer, informar, entreter suas audiências; ou, por outro lado, considerarmos os sujeitos receptores das mensagens, concebidos seja enquanto indivíduos “dessocializados”, humanos biológicos, ou mesmo atores sociais “dopados”, reprodutores passivos do que veem e ouvem, penso ser mais interessante um enfoque que dê conta dos mecanismos pelos quais determinadas representações surgem, consolidam-se, circulam em determinados setores, arrefecem-se, ressurgem em momentos futuros, recontextualizadas, são ressignificadas, tanto nos meios sociais ocupados por aqueles cujo ofício envolve deterem o poder de repercutir essas representações a amplas parcelas da população – os jornalistas e demais produtores midiáticos -, como nas comunicações de menor alcance, feitas por pessoas menos proeminentes no mercado de trocas linguísticas.

No âmbito dos chamados Estudos Culturais procura-se chamar a atenção para os condicionantes sociais (geralmente denominados “culturais” na referida abordagem político-epistemológica) das ações de produção e recepção da mensagem midiática (MATTELART & MATTELART, 2002). Estudam-se as condições de produção da notícia, por exemplo, como espaço em que se articulam interesses comerciais da empresa jornalística, o *ethos* profissional e o conhecimento sobre as demandas da audiência; do lado da audiência,

consideram-se as mediações socioculturais que conformam a própria apreensão subjetiva da mensagem. Entretanto, mesmo no âmbito desses estudos, como bem mostra ESCOSTEGUY (2003), as pesquisas empíricas privilegiam excessivamente ora o texto, ora a audiência. Como pretendo deixar claro no decorrer deste trabalho, entendo que um não pode ser compreendido sem lançarmos luz sobre a outra. Ambas as atividades são conformadas socialmente e teremos grande ganho heurístico se arriscarmos uma abordagem ao menos minimamente integrada de produção, texto e recepção.

Claro que os quadros dentro dos quais as mensagens emitidas através da mídia são interpretadas, mesmo que dependam de procedimentos inventivos (WAGNER, 2010), não são constructos apenas subjetivos, frutos puramente de uma estrutura cognitiva humana – um dado de natureza, portanto - nem sujeitos a quaisquer tipos de elaborações feitas à vontade por indivíduos autorreferentes. A criatividade inerente ao processo inventivo, para usarmos uma imagem proposta por Roy Wagner, pode ser pensada como homóloga àquela que ocorre no processo de criação musical, em uma peça relativamente aberta de jazz: o músico, no decorrer da peça, constantemente inventa combinações e recombinações a partir de elementos harmônicos, rítmicos e melódicos já existentes, num processo dialético de constante “diferenciação” e “convencionalização” (WAGNER, 2010). A diferenciação traz o elemento “novo”, a combinação relativamente *sui generis* dos elementos; a convencionalização enquadra imediatamente o produto da criação em estruturas de conhecimento compartilhadas, com menor grau de desacordo. O processo interpretativo, portanto, é criativo, mas a criatividade aqui não deve ser concebida como fenômeno que surge *ex nihilo*, da natureza humana, nem das “coisas elas mesmas”; envolve antes a utilização de esquemas já constituídos socialmente e que fornecem fórmulas cuja combinação possibilita a afetação subjetiva pré-reflexiva, o entendimento consciente e a possível tomada de posição.

De qualquer forma, um esquema da comunicação do tipo emissor > meio > mensagem > receptor, elaborado a partir de modelo matemático das Ciências da Informação (MATTELART & MATTERLART, 2002), mesmo que traga de carona parte do universo tecnocrático que o gerou, tem grande valor

analítico. Possibilita abstrair elementos simples de um processo extremamente complexo. Assim como todo procedimento científico, opera por delimitação, seleção, exagero de possíveis similitudes e suspensão temporária de diferenças que não se enquadram no modelo. Ao escrever sobre o processo de comunicação humana, tenho em mente o referido esquema, mas tento não hipostasiá-lo. A dificuldade de grande parte dos estudos de comunicação está em, por força de se demarcar fronteiras temáticas e disciplinares, aliada a um ecletismo epistemológico tido por virtuoso no interior do campo, reificar os conceitos, tomando o modelo matemático, de chave analítica (de inequívoco valor heurístico) a dado de realidade. Esse tipo de mecanismo de reificação foi sintetizado por Bourdieu – seguindo clássica formulação de Marx – como o erro que consiste em se tomar “o modelo da realidade” pela “realidade do modelo” (BOURDIEU, 1983, p. 59). Uma vez que o processo comunicacional é dialético, o que não quer dizer que as partes envolvidas ocupem sempre posições simétricas em termos de distribuição de poder, os sentidos, por assim dizer, circulam, têm autoria compartilhada, são públicos. Sendo assim, apenas analiticamente é possível delimitarmos a existência de um sujeito ou instituição emissores, que produzem um estímulo a ser transmitido a um sujeito receptor. Como modelo sintético, o esquema da comunicação dá conta da explicitação de um mecanismo de funcionamento das relações sociais. Como fruto de uma ambição de correspondência *ipsis litteris* à realidade, é ingênuo.

O destaque mais recentemente dado à complexidade do processo comunicacional, a partir de uma perspectiva mais próxima das Ciências Sociais, esteve muito atrelado ao interesse pelo polo receptor. Esse interesse, surgido no âmbito dos Estudos Culturais (KELNER, 2001; GOMES, 2004), está vinculado a um posicionamento político dos acadêmicos do campo em prol da construção de uma contra-hegemonia que parta dos subalternos, em oposição à ideologia promovida pela(s) classe(s) dominante(s) (KELNER, *op. cit.*). Nos estudos de recepção midiática, empreendidos sob esse referencial teórico, estão em jogo

A noção de que a ideologia é um verdadeiro lugar de luta, a atribuição de poder aos sujeitos e grupos para intervir nos sistemas políticos e significantes e o entendimento dos media

como lugar de construção da hegemonia. (GOMES, *op. cit.*, p. 229).

Trata-se, politicamente, de ajudar a descortinar os interesses e mecanismos ideológicos dos meios de comunicação e afirmar a força das audiências ao mostrar que as pessoas resistem às mensagens da mídia (KELNER, *op. cit.*). Sendo assim, procurou-se migrar do texto (onde se concentra a maior parte dos trabalhos de tendência frankfurtiana e as abordagens semióticas, ambas, em conjunto, dominantes no campo) para o contexto da recepção, investiu-se na crítica cultural da mídia como instrumento de dominação cultural, mas que também fornece elementos para resistência e mudança (*ibidem*). A diversidade de leituras possíveis é enfatizada em uma dupla frente: como realidade em um mundo plural, multicultural, no qual a apropriação negociada da homogênea mensagem midiática depende das condições de uma cultura variada, e como desejo político de construção da contra-hegemonia em resistência à ideologia dominante (*ibidem*). Neste intuito político, falou-se inclusive, a partir de estudos realizados por pesquisadores latino-americanos, em uma pedagogia da mídia, ou, como veio a se consolidar no campo acadêmico, em “educomunicação” – trata-se de “esclarecer as pessoas [sobre] como assistir ‘corretamente à TV” (MARCONDES FILHO, 2008, p. 69).

Na esteira dessa perspectiva epistemológico-política, que foi importante por questionar a unilateralidade do processo comunicacional, suposta nas perspectivas tanto da pesquisa administrativa norte-americana como das formulações frankfurtianas, ambas funcionalistas (MATERLART & MATERLART, 2002), os estudos de recepção, entretanto, geralmente partem de certa sociologia vulgar, imprecisa, justapondo conceitos como “sociedade”, “cultura”, “ideologia”, “popular”, sem procurar discutir minimamente os pressupostos subjacentes às formulações que fazem¹⁸. Acredito que a preocupação teórica com a recepção do discurso midiático deve ser mais bem concebida, em uma chave sociologicamente crítica, como parte do interesse pela produção de sentido assim como essa se dá em um âmbito específico da vida social. Penso não ser produtivo pensarmos em termos de “resistência” às

¹⁸ Uma notável exceção é WILLIAMS, 1985.

mensagens, em termos de “atividade” destacada do receptor. Nos processos comunicacionais há sempre “resistências”, “aceitações”, apreensões inconscientes, discrepâncias entre o que se intencionou comunicar, na fonte, e a efetivação do ato, no destino; enfim, sempre há interpretação. Interpretação esta que não se dá apenas em um eterno presente isonômico e isegórico composto por interactantes liberais, mas que carrega o peso das posições ocupadas no espaço social, encarnadas em disposições dos agentes.

Uma ferramenta conceitual para se estudar a comunicação

Penso ser importante ter como parte da fundamentação teórica deste trabalho uma classificação proposta por Thompson (1998), por acreditar que ela é útil como caracterizadora do mecanismo da comunicação em um nível fenomenológico. Como parte de um plano geral de se esboçar uma teoria social da mídia, Thompson desenvolve uma estrutura conceitual que especifica as formas de ação e interação criadas pela existência dos meios de comunicação de massa. O autor concebe as relações de comunicação como situações interativas (*idem*, p. 78) e classifica os tipos de interação quanto à presença no espaço e tempo, quanto ao direcionamento prioritário do fluxo comunicacional, quanto à quantidade de “vozes” presente na interação e (seguindo, de perto, Giddens), quanto à possibilidade da existência de “deixas simbólicas”. Dentro da tipificação proposta, as formas de interação, caracterizadas pela combinação dos elementos apresentados acima, são: **interação face a face, interação mediada e quase-interação mediada**¹⁹.

A **interação face a face** é aquela realizada, por assim dizer, sem intermediação das tecnologias comunicacionais e que está no fundamento da sociologia interacionista clássica. É aquela realizada por dois ou mais indivíduos em contexto de co-presença física, consequentemente compartilhando-se o mesmo referencial espaço-temporal objetivo. É dialógica - mesmo que as posições de fala não sejam simétricas em relação à distribuição

¹⁹ *Mediated quasi-interaction*, na versão original; expressão inadequadamente traduzida como “interação quase mediada”, na versão brasileira, a qual, entretanto, utilizo como referência nos demais momentos deste trabalho.

do poder - e “orientada para outros específicos”, uma vez que um interlocutor direciona-se o a outro definido e vice versa. A interação face a face também possibilita a existência de uma multiplicidade de “deixas simbólicas”, que são os elementos significativos acessórios à comunicação verbal (gestos, expressões faciais, entonação da voz, vestimentas usadas etc.).

A **interação mediada** é aquela que acontece entre dois ou mais indivíduos com a utilização indispensável de meio técnico, e na qual o retorno é dado com equivalente alcance, assim como em uma conversa. Interações desse tipo são as que se dão através de cartas, *e-mails*, conversas telefônicas, demais mensagens de texto, vídeo, som etc., via internet e telefonia celular²⁰. Os participantes desse tipo de interação não precisam necessariamente estar em um mesmo contexto no tempo e espaço; há relativa limitação das possibilidades da eficácia de deixas simbólicas e é também orientada para outros específicos. Uma vez que possibilita o retorno e depende de sua existência, é de natureza dialógica.

Thompson classifica como **quase-interação mediada** (*mediated quasi-interaction*) o tipo de relação social possibilitado pelos meios de comunicação de massa (televisão, rádio, jornais, revistas), que são aqueles que possibilitam que se comunique de um(ns) para muitos; orientada para um número indefinido de receptores potenciais. É um tipo de interação eminentemente unidirecional. Apesar da existência de mecanismos de retorno, existentes desde pelo menos as “cartas dos leitores”, presentes já nos primórdios do jornal impresso (THOMPSON, 1998), é uma comunicação monológica, já que a participação da audiência é sempre de menor alcance e feita de maneira reativa ao conteúdo elaborado na instância monopolizadora dos recursos de produção e divulgação em larga escala. A possibilidade de transmissão de demais elementos que não os verbais (ainda) é limitada, em relação à comunicação face a face, por exemplo, mas há grande capacidade de difusão das mensagens no tempo e espaço.

²⁰ As chamadas *Novas Tecnologias da Informação e Comunicação* – internet, telefonia celular etc. – não são mencionadas no livro de Thompson, publicado originalmente em 1995. De qualquer forma, as incluí no raciocínio por conceber que se enquadram perfeitamente como exemplos dentro da tipologia estabelecida.

Traduzindo uma constatação muito comum entre os teóricos da comunicação e da tecnologia em geral, nos termos acima desenvolvidos, Thompson afirma que

O intercâmbio de informação e conteúdo simbólico no mundo social acontece, em proporção sempre crescente, em contextos de interação [mediada e quase-interação mediada] [...], mais do que em contextos e interação face a face entre indivíduos que compartilham de um ambiente comum. (THOMPSON, 1998, p. 81).

Efeitos de posição

Pessoas vivendo em coletividade produzem representações sobre o mundo – ou seja, produzem o mundo -, a partir das posições que ocupam no espaço de distribuição de atributos socialmente diferenciados – que são, também, atributos diferenciadores, no sentido em que, sempre que anunciados, estabelecem diferenças. Essas representações tendem a ter menor ou maior representatividade, alcance e eficácia, a depender do sucesso das instâncias de consagração (o campo religioso, intelectual, político, midiático etc.) em realizarem seu trabalho legitimador. Crenças, valores e esquemas de percepção jornalísticos refletem a posição que as pessoas que desempenham esse ofício ocupam no espaço social, dentro do campo jornalístico e na relação deste com os demais, e conformam o trabalho de produção da notícia. Parte do que os jornalistas produzem está determinada pelas urgências características da própria atividade profissional. Urgências essas que, na rotina cotidiana, adquirem vida própria e finalidades em si mesmas. Por outro lado, há os almeçados princípios democráticos, propalados nos códigos de ética da profissão, regimentos, estatutos, manuais de redação etc., e que recomendam atitudes como procurar “apurar os fatos com isenção”, “ouvir todas as partes envolvidas” e “buscar atender o interesse público” (cf., p. ex., FENAJ, 2007 e E.B.C., 2013). Há ainda as constrictões econômicas sofridas pelas empresas midiáticas, as quais, enquanto negócio, vivem da audiência a seus programas - as audiências, afinal de contas, são o produto que essas empresas vendem às empresas de propaganda que, por sua vez, prestam serviços aos anunciantes de bens e serviços. Como lembram VIZEU *et. al.* (2010), o telejornalismo é

sustentado, economicamente, pelo investimento da publicidade, e por uma ideologia que têm como elementos a noção de “veracidade”, “relevância” “interesse público” - e, normalmente confundido com este último, interesse “do público” -, além da noção, muito fortemente atrelada à ideia de “promoção da cidadania”, de que o campo atua como “quarto poder” nas sociedades democráticas (VIZEU, 2010, p. 108).

Nas atuações televisivas de jornalistas como Datena e Marcelo Rezende há, operando, simultaneamente, constrangimentos que podemos conceber como sendo advindos das rotinas da profissão (busca pelo “furo”, pela exclusividade da informação – atitude afim à do publicitário, que, em sua estratégia de convencimento, vende a “exclusividade” de determinado produto - preocupação com a escassez de tempo, limitações tecnológicas e de recursos humanos, prerrogativas do cargo que ocupam na empresa, relações com fontes, com instâncias estatais e com os próprios colegas de equipe), da ética jornalística “universal” (isenção, respeito aos princípios liberal-democráticos, consciência de si próprios como “formadores de opinião”) e da empresa midiática (necessidade premente de agradar a audiência a qualquer custo²¹, desempenho dos programas concorrentes, capacidade de se atender aos anseios dos anunciantes etc.).

Perpassando esses constrangimentos, há ainda o enquadramento dos programas dentro do gênero. Os gêneros, categorias de percepção presentes no universo midiático, decompõem a realidade, classificando as partes decompostas como “jornalístico”, “dramático”, “*fait divers*”, “de prestação de serviço”, “opinativo”, “de entrevista”, “humorístico”, “esportivo”, elementos cuja presença majoritária torna determinado programa um telejornal, uma telenovela, um seriado, um documentário, um “programa de variedades”, de auditório, um “*talk show*”, “um programa de debates” ou a combinação de dois ou mais desses²². Tais categorias, graças às estratégias de endereçamento seguidas no âmbito da produção para se comunicarem com suas audiências,

²¹ Os custos a serem pagos variam de acordo com as políticas editoriais das empresas e mudam sob constrações do mercado, imposições legais e/ou “demandas” da “opinião pública” - anseios modais da audiência, conforme percebidos e incorporados pelos produtores.

²² Exemplos de trabalhos acadêmicos em que se procura definir os gêneros midiáticos são ARONCHI DE SOUZA, 2004; MELO, 2009 e; MELO & ASSIS, 2010.

tornam-se compartilhadas com o público, o qual, por sua vez, passa a perceber o mundo existente fora da tela, em grande parte, dentro do formato cognitivo imposto por esse princípio de [di]visão (BOURDIEU, 1989). Todos esses constrangimentos posicionais (do campo) e disposicionais (do *habitus*), que pesam sobre instituições e indivíduos, conformam os discursos possíveis no âmbito do telejornalismo.

A posição dos jornalistas no campo midiático, como afinal ocorre com qualquer agente em qualquer campo, dá a eles o sentido do jogo, um conjunto de saberes práticos relativos ao que é noticiável, ao que tem valor jornalístico, mas também – e, sobretudo – um saber em relação ao que “dá certo” ou não em termos da aceitação do conteúdo e formato de seus produtos por parte da audiência. É neste sentido que podemos dizer que os jornalistas sabem o que seus públicos querem ouvir ou, em outras palavras, dizer que as condições de recepção já estão incorporadas antecipadamente na produção. Essa atividade, que Bourdieu, ao aplicar sua teoria dos campos à produção literária, chama de “censura antecipada” (BOURDIEU, 1996a, p. 65),

não tem nada a ver com o cálculo consciente [...] é o resultado do *habitus* linguístico que, sendo o produto de uma relação primordial e prolongada com as leis de um certo mercado, tende a funcionar como um sentido da aceitabilidade e do valor prováveis de suas próprias produções linguísticas e das dos outros em seus diferentes mercados. (BOURDIEU, 1996a, p. 64).

Pode-se afirmar, então, que tanto a estrutura mesma dos programas de telejornalismo policial bem como os discursos de seus apresentadores são constituídos por esse saber prático dos produtores midiáticos envolvidos e que, pelo mecanismo da censura antecipada, estão em consonância com o que as audiências dos programas esperam deles. Datena e Marcelo Rezende, jornalistas que, sempre quando interpelados, enfatizam que estão “sendo eles mesmos” na condução dos programas, que os papéis que representam em frente às câmeras correspondem ao que “são” em outras esferas sociais, são profissionais experientes, com longas carreiras no jornalismo esportivo de rádio, gênero de grande apelo popular – e cuja audiência tem composição social muito parecida com a do atual “público” dos telejornais policiais – e passagens por outras poderosas emissoras de televisão. São jornalistas

detentores desse saber prático que os possibilita serem bem sucedidos no campo. Nesses apresentadores, parece-me haver tal coincidência entre posição e disposição que os leva a desempenhar com grande eficiência as funções que ocupam. Essa coincidência explica parcialmente o “sucesso” desses apresentadores tanto no interior do campo (nesse caso, o sucesso é mais comercial que, digamos, intelectual) como para fora dele e, conseqüentemente, explica a “eficácia simbólica” (BOURDIEU, 1996a) de seus discursos.

A “socialização” pela televisão

Uma séria questão a ser discutida por quem se preocupa em investigar a presença dos agentes televisivos na construção/consolidação/legitimação de visões de mundo tem a ver com a especificação da parte que cabe ao próprio meio de comunicação no complexo processo de socialização. Entre as tradicionais instituições socializadoras normalmente focalizadas nas estratificações sociológicas - a família, a escola, a religião, a ocupação profissional - a comunicação mediada pode ocupar um espaço muito pequeno, só detectável através de pesquisa empírica, para circunstâncias específicas e através de um artifício analítico que envolve abstrair a presença de determinados elementos para melhor enxergar outros. No constante processo de socialização atuam diversas instâncias, com relativos graus de autonomia em relação às demais na produção dos esquemas de percepção dos indivíduos. O peso de cada instituição é relativo e contextual. Deixar de fora as outras múltiplas “interferências externas” implica esforço analítico e a humildade epistemológica como pontos de partida (WEBER, 2001).

Enfatizo a presença da televisão, portanto, sem desconsiderar os papéis desempenhados – os quais, em grande parte dos casos, podem ser mesmo determinantes “em última instância” - por outros âmbitos de socialização. O foco aqui adotado tem a ver com meu interesse na participação da comunicação mediada na definição dos temas relevantes, na definição do enquadramento adotado, nos esquemas de percepção e classificação compartilhados pelas pessoas que assistem ao conteúdo televisivo.

À tese de que as clássicas instituições sociais atuam como mediadoras do processo receptivo das mensagens dos *media*, acrescento que, em determinadas circunstâncias, podemos entender que a relação com essas mensagens é que media as demais relações sociais. Na distribuição dos pertencimentos sociais bem como das práticas como conformadores das representações elaboradas pelos agentes, penso que é possível concebermos a atividade de assistir ao conteúdo da televisão, nas circunstâncias específicas que me interessam, como a variável independente.

As investigações do processo de recepção midiática feitas no âmbito dos Estudos Culturais e de seus reprodutores internacionais, ao enfatizarem a atividade do receptor, lembram também que é necessário situá-lo socialmente. Como tenho insistido aqui, o sujeito que assiste à televisão não é um indivíduo des-referenciado, dentro do qual atuam mecanismos cognitivos constitutivos de sua “natureza humana”, que determinariam a fruição de um texto com significados em si mesmo. É, diferentemente, um ser social que recebe, sempre em circunstâncias sociais, o que vê e ouve, interpretando as mensagens a partir de referenciais formados em uma vivência, por assim dizer, para além do sofá (GOMES, 2004). Ao cultivarem essa abordagem mais sociológica, e superarem a unilateralidade das visões mecanicistas, individualistas e mesmo tecnologicistas do processo de interação com os meios de comunicação, essa perspectiva centrada nas mediações sociais e culturais, entretanto, pouco enxerga outros momentos importantes da comunicação social, quais sejam: aqueles em que a força da posição, linguagem e enquadramento do discurso mediático proporciona a base a partir da qual se dão as relações sociais nas demais instituições, ou, dito em outras palavras, momentos em que a televisão faz o intermédio entre o sujeito e demais esferas da vida social.

Os esquemas de visão de mundo e cognição são incorporados no processo de socialização, sendo mais ou menos transferíveis, de acordo com circunstâncias biográficas específicas, de um domínio da prática a outro. Regras, valores, fórmulas de compreensão, suscetibilidade a afetações sensitivas são apreendidas pela criança, na vida em família, antes mesmo do nascimento. As expectativas de pais e familiares em relação ao sexo da

criança que está para nascer, os possíveis gostos, comportamentos, a escolha do nome já contribuem para construir um mundo a ser oferecido “pronto” ao nascituro. Com o passar dos anos, na vida desse indivíduo, outras instâncias, formadas por diferentes processos de institucionalização, fornecem experiências em outros domínios de prática como a escola, o grupo de amigos, os colegas de trabalho, o grupo religioso (LAHIRE, 2002; BERGER & LUKMANN, 2003). As novas experiências de socialização vão intercalando-se às já vivenciadas; determinados esquemas apreendidos em determinados domínios, de acordo com uma combinação de fatores só passíveis de se detectar por meio de pesquisa empírica, são transferíveis a outros domínios; disposições relativas à disciplina, por exemplo, normalmente apreendidas, em nossa sociedade, no âmbito familiar, e que implicam a aquisição de um saber-fazer que se transforma em algo tão “natural”, tornam fácil ao indivíduo desenvolver capacidades de concentração, paciência, cálculo com relação a fins, disposições futuramente valorizadas no mundo do trabalho. Essas mesmas disposições, se ofuscadas por drásticas transformações ocorridas na biografia individual, podem não mais ser transferíveis a outros domínios, uma vez que foram suplantadas por outras, ainda mais fortes (LAHIRE, *op. cit.*).

Portanto, ao investigar, por meio da pesquisa empírica, determinados esquemas que me parecem atuantes, é necessário ter em mente que a história desses esquemas, operando em indivíduos e compartilhados por coletividades, pode ter sido curta para uns indivíduos, corresponder a uma socialização promovida ainda na primeira infância para outros, ou mesmo estar em vias de constituição, em alguns casos. A transferibilidade transcontextual não pode ser dada como ponto de partida, como adverte Lahire (*op. cit.*), o que não impede, claro, que ela seja constatada, no tocante a determinadas disposições, como existente em determinado universo de pesquisa. Neste trabalho me interesso por disposições relativamente duráveis.

Discursos que legitimam visões de mundo

Na pesquisa que aqui desenvolvo, ponho o foco em representações construídas a partir de fórmulas cognitivas transitáveis entre diferentes

domínios. Os esquemas de visão de mundo subjacentes às *performances* telejornalísticas de Datena, Marcelo Rezende e congêneres ressoam em sua imensa audiência também porque fazem sentido para ela. Fazer sentido não envolve simplesmente o compartilhamento mais ou menos sem conflito dos significados de palavras e expressões – a comunicação “sem ruídos” é, inclusive, um valor jornalístico por excelência – a “clareza” na exposição, a dicção compreensível e o timbre de voz esteticamente agradável. Fazer sentido – e esse aspecto me interessa mais especialmente – envolve compartilhar, de antemão, dos mesmos esquemas classificatórios. E esses esquemas, dado o reforço que recebem ao serem confirmados pelos “porta-vozes do povo”, ou seja, por esses jornalistas televisivos, legitimam-se e são legitimados dentro de expressiva parcela da população brasileira. Os discursos desses apresentadores soam como “aquilo que todo mundo tem vontade de falar, mas não tem como”, já que à maioria falta tempo, visibilidade e competência - estas últimas, recursos componentes do capital simbólico. Como produtores de bens simbólicos, Datena e Marcelo Rezende

são pessoas que têm um verdadeiro monopólio de trazer ao explícito, de trazer à ordem do dizer coisas que os outros não podem dizer, não sabem dizer, uma vez que, como se diz, eles não encontram as palavras. (BOURDIEU, *apud* GIRARDI JR., 2009, p. 31).

O discurso no interior desses programas é “pensado” para agradar à maior quantidade de pessoas possível. Senso assim, a tônica desse discurso é conservadora: inclui críticas aos órgãos policiais e de justiça, críticas ao Estado, um clamor por punições mais severas aos “criminosos”, sujeitos normalmente caracterizados nesses programas como encarnações do “mal”, em uma sociedade onde os apresentadores e suas audiências representariam o “bem”, a relativa resistência a mudanças culturais, calcada na defesa de valores tradicionais ligados à família e à religião, a relativização de valores ocidentais modernos ligados à dignidade da pessoa humana, em prol dos mesmos “valores tradicionais”, muitas vezes acionados nestes termos, o apego ao realismo das “provas” e à força das convicções, em detrimento da argumentação como forma de se produzir verdades sempre provisórias, uma descrença em relação às soluções democráticas para os conflitos políticos, bem como uma generalizada desconfiança em relação à própria política, a

personalização da crítica ao atual estado de coisas, a essencialização do comportamento humano, que é tido como um dado de natureza, um liberalismo econômico e político, que tende a valorizar a livre iniciativa, o sucesso como decorrência do esforço individual, a redução da atuação do Estado etc.

Tento captar a presença desses elementos nas falas dos apresentadores dos programas e a reverberação entre as pessoas que declaram assistir e apreciar telejornais policiais. Não defenderei a ideia ingênua de que em todas as circunstâncias as pessoas, “dopadas”, absorvem os discursos dos apresentadores e o replicam em suas vidas cotidianas para além do momento de contato com a televisão. Também não argumentarei, em sentido inverso, que os produtores midiáticos, grandes *experts* em captar os gostos, valores e anseios de suas audiências, moldam instrumentalmente os discursos veiculados a fim de agradar essas audiências. Penso, como tenho dito aqui, que o processo é bem mais complexo, envolve simultaneamente valores e regras profissionais do campo jornalístico, usos da televisão por parte dos receptores – posição também ocupada pelos jornalistas, afinal – disputas no campo econômico por parte das empresas de mídia no interior das quais são produzidos esses programas etc. Ciente dessa variedade de fatores a serem pelo menos minimamente considerados em uma perspectiva relacional, é necessário, repito, evitar-se abordagens unilaterais. Parte de meu esforço neste trabalho direciona-se à constante vigilância para escapar das armadilhas dessas abordagens.

Estrutura da Dissertação

Como estratégia investigativa a ser seguida nesta tentativa de compreensão relacional do mecanismo social de construção, consolidação e legitimação de representações através dos telejornais policiais, dividirei minha atenção em três momentos, os quais estão sempre imbricados em suas manifestações concretas e só podem ser separados analiticamente.

No primeiro capítulo faço um breve histórico do telejornalismo policial, na tentativa de compreender a linguagem desse produto midiático dentro do que se entende por “jornalismo popular”. Não me interessa exatamente uma

genealogia do formato, mas o destaque de características que foram historicamente construídas como sendo constitutivas do que o caracteriza enquanto fórmula no âmbito da produção e enquanto gênero midiático reconhecido pela audiência. Utilizo a classificação “popular”, criticamente, por acreditar que ela tem o mérito de condensar, mesmo que carregando para a análise científica preconceitos de classe - os quais procurarei tornar evidentes - muitos dos elementos que caracterizam historicamente o tipo de programa televisivo que estudo neste trabalho. Ademais, faço uma contextualização do telejornalismo policial no interior da grade televisiva contemporânea, relacionando o sucesso dos programas às mudanças na estrutura de classes no Brasil e à apreensão pelos produtores midiáticos das mudanças recentes na composição da audiência. Ocupo-me também em apresentar como condições de possibilidade desse tipo de programa e do tipo de discurso ali veiculado as constrações do *ethos* profissional, os interesses comerciais das emissoras e a atuação do saber prático que dá aos profissionais envolvidos a capacidade de em grande medida anteverem a recepção.

No Capítulo 2 apresento os resultados de uma etnografia que fiz na redação do programa Alterosa em Alerta – Juiz de Fora, congênera local do formato telejornalismo policial, praticado nacionalmente. A partir dessa investigação empírica, constato alguns elementos contextuais importantes que contribuem para a constituição do que se entende como notícia nesse tipo de programa, bem como as estratégias de legitimação dessas notícias a partir da relação com a audiência. O trabalho nesse universo local deveu-se inicialmente à impossibilidade material de acompanhar *in loco* a produção dos programas Cidade Alerta e Brasil Urgente. Entendo, no entanto, que as conclusões desse capítulo, por razões que mostrarei de maneira mais cuidadosa em momento oportuno, não se restringem apenas ao universo de produção do telejornal, podendo ser, *ceteris paribus*, extensivas aos referidos programas policiais de veiculação nacional.

A investigação dos discursos dos apresentadores será empreendida a partir da análise de edições dos programas Cidade Alerta e Brasil Urgente, transmitidas principalmente de junho a novembro de 2015, período em que foi executada essa parte da pesquisa. O resultado específico desse trabalho será

apresentado no Capítulo 3. Selecionei das edições momentos nos quais se fizeram presentes os temas que me pareceram ter maior afinidade com o que encontrei também no âmbito da recepção, conforme captado por meio de questionários, entrevistas semiestruturadas e grupos focais com um conjunto de jovens agrupáveis em duas classes sociais distintas. No dia 23 de junho de 2015, os dois programas transmitiram simultaneamente uma perseguição policial, ao vivo. Essa matéria específica, transmitida a partir dos dois programas, será analisada com mais detalhes, uma vez que tem especial interesse analítico para minha argumentação, conforme procurarei mostrar.

Tentarei explicitar as falas e atitudes representativas dos apresentadores, comentaristas e repórteres, destacando passagens pertinentes para a argumentação que desenvolvo. Penso ser preciso trazer à tona esses elementos a fim de reconstruir os contextos, no interior dos próprios programas, nos quais se dá a atuação de seus personagens principais.

O ponto chave desta pesquisa é a investigação junto a receptores efetivos e potenciais dos programas aqui analisados. Foi o estranhamento científico inicial em relação às visões de mundo das pessoas oriundas do mesmo universo ocupado por aqueles jovens, telespectadores de telejornais policiais, que pesquisei, que me fizeram ter interesse nos componentes conformadores dessas visões de mundo. Os telejornais policiais são importantes componentes nesse processo. No quarto capítulo apresento os elementos que pude destacar a partir dos discursos de um conjunto de pessoas a respeito dos temas que compreendo poderem dar acesso a representações convergentes em relação àquelas veiculadas pelos telejornais policiais. Seleciono um grupo de classe média, composto por jovens residentes em Juiz de Fora, Minas Gerais, e outro de classe baixa, composto por moradores da pequena cidade vizinha Ewbank da Câmara/MG²³. As razões para a escolha, que serão explicadas no capítulo pertinente, envolvem simultaneamente dois fatores principais: um deles é que a comparação entre as diferentes realidades socioeconômicas e demográficas servirá para

²³ Ewbank da Câmara dista cerca de 40 quilômetros do centro de Juiz de Fora (cidade esta que é polo regional em vários setores). Tem cerca de 3900 habitantes, grande parte dos quais trabalha, frequenta o comércio e utiliza serviços públicos e privados em Juiz de Fora.

explicitar as condições sociológicas que explicam tendências mais “negociadoras” (HALL, 2003) ou mais receptivas ao discurso televisivo; o outro é que a cidade maior, Juiz de Fora, é polo regional e, em vários aspectos, referência fundamental no universo simbólico dos habitantes do município menor em questão.

Assim como os momentos do processo comunicacional só podem ser separados analiticamente, essa divisão por capítulos é arbitrária e não corresponde a passos exatos, empreendidos separadamente, nesta pesquisa. O que selecionei de relevante nos programas estudados teve muito a ver com o que a mim transpareceu a partir das análises das entrevistas. Do mesmo modo, as questões seguidas no roteiro de entrevistas (disponível no APÊNDICE B) tiveram a ver com o que eu conhecia previamente, seja por leitura de bibliografia pertinente, seja por assistir eu mesmo aos programas, conhecer os assuntos mais frequentemente tratados e ter uma noção do tipo de enquadramento promovido. O exercício desenvolvido no empreendimento de pesquisa que dá origem a essa dissertação, portanto, envolveu constantes e intercaladas idas e voltas aos programas, às pessoas que entrevistei e à bibliografia. Assim o fazendo, ambicionei ser rigoroso na montagem do argumento e na elaboração de uma hipótese, confluyente com certa literatura, coerente com um posicionamento epistemológico e ao mesmo tempo atento a certo direcionamento dado por aquilo que os pesquisados me apontavam como sendo os objetos de suas atenções e interesses próprios.

Ao fim e ao cabo procurarei mostrar aspectos nos quais as representações produzidas por pessoas que assistem aos telejornais policiais têm estreita afinidade com aqueles discursos que são produzidos - com o objetivo mesmo de atingir esse “público”, mas também como reprodução de um formato estabelecido no campo telejornalístico – e divulgados amplamente nesses programas. Esses discursos mantêm-se por habilmente concentrarem anseios conscientes e inconscientes, difusos em nossa sociedade, e promoverem a afirmação e reafirmação desses anseios, legitimando-os em cadeia nacional.

1 ELEMENTOS PARA SITUAR O JORNALISMO POLICIAL NA TELEVISÃO BRASILEIRA CONTEMPORÂNEA

“[...] a popularidade – adesão a uma ordem, coincidência em um sistema de valores – é medida e regulada pelas pesquisas de opinião.”

Nestor Canclini (Culturas Híbridas)

Neste capítulo apresento brevemente o que entendo por jornalismo policial na televisão brasileira contemporânea, uma vez que essa definição terá valor heurístico para a argumentação geral aqui desenvolvida. Discuto os elementos apontados como característicos desse tipo de programa por aqueles que classificam os gêneros jornalísticos no interior do campo de produção intelectual sobre o tema. Faço um levantamento do espaço – privilegiado - do jornalismo policial na televisão brasileira, com o objetivo de delimitar, mas, sobretudo, de demonstrar a massiva presença do formato: a quantidade de programas, presentes nas principais emissoras; os números de audiência média desses programas, de acordo com as pesquisas feitas pelo Ibope e demais empresas de pesquisa; a posição dos programas nas grades de programação; a posição do jornalismo policial em relação aos demais formatos de telejornal, em relação à composição de audiência e estrutura do programa. Situo especificamente Brasil Urgente e Cidade Alerta como dois dos programas de maior audiência da televisão brasileira, hoje, e os jornalísticos de maior duração em quase todos os dias da semana.

Discutirei mais detalhadamente a noção de “jornalismo popular”, que será útil tanto para minha tentativa de delimitação do fenômeno pesquisado como para se captar a apreensão nativa dos produtores dos programas de que trato neste trabalho. Parto da ideia de que é importante conhecer aquilo que esses agentes têm em seus horizontes de representação quando produzem determinado tipo de bem simbólico a ser consumido por determinada parcela da população. As representações que informam o âmbito da emissão

dependem daquilo que se presume serem os anseios dos receptores e norteiam forma e conteúdo do que será emitido. Nas palavras de Bourdieu,

[...] as condições de recepção antecipadas fazem parte das condições de produção e a antecipação das sanções do mercado contribui para determinar a produção do discurso. Essa antecipação, que não tem nada a ver com o cálculo consciente, é o resultado do *habitus* linguístico que, sendo o produto de uma relação primordial e prolongada com as leis de um certo mercado, tende a funcionar como um sentido da aceitabilidade e do valor prováveis de suas próprias produções linguísticas e das dos outros em seus diferentes mercados. (BOURDIEU, 1996a, p. 64.).

A noção de telejornalismo policial com a qual trabalho é bastante descritiva e diz respeito a caracteres evidentes da atividade. Jornalismo policial, para meus propósitos, é aquele que acompanha a atuação das polícias. Através de contatos pessoais, dos quais falarei um pouco mais no capítulo seguinte, as fontes principais de notícias são registros de ocorrências policiais, de ações ostensivas nas ruas e informações sobre andamento de investigações. Esse tipo de fonte, que determina a ocorrência de um tipo de matéria, está presente em todo o jornalismo, mas no de tipo policial elas são a tônica.

Tomando-se como ponto de partida essa definição preliminar, pode-se dizer que os atuais telejornais policiais que compõem a grade da televisão brasileira têm seus antecessores mais imediatos no rádio. Muitos dos apresentadores atuais desses programas tiveram passagens pelo rádio, onde apresentavam programas que igualmente acompanhavam e reportavam os resultados imediatos do trabalho da “ronda” policial. Alguns exemplos de grande sucesso no meio foram os programas de Afanázio Jazadji e Gil Gomes. O primeiro ficou mais conhecido por suas contundentes opiniões, caricaturalmente conservadoras, sobre questões morais, e no tratamento do tema da segurança pública. O radialista Gil Gomes caracterizou-se por sua maneira peculiar de reconstituir narrativamente os crimes noticiados, dramatizando detalhadamente os eventos mesmo a partir de poucos elementos de informação disponíveis. Graças a essa habilidade narrativa eminentemente interessante ao meio televisivo, o jornalista fez carreira de imensa repercussão,

já na década de noventa, como repórter do programa policial Aqui Agora, no SBT.

Falta pesquisa histórica consolidada a respeito dos programas do gênero policial na TV brasileira, em esforço que mapeie as diversas versões, de durações variadas, nas grades das emissoras, de acordo com as circunstâncias sócio-históricas que tornaram possíveis e desejáveis esses programas no mercado de bens simbólicos – ou seja, possíveis e desejáveis tanto aos produtores quanto aos consumidores desses bens culturais. De qualquer forma, podemos dizer que existe algum consenso entre os pesquisadores do tema²⁴ sobre quem seriam os ancestrais nacionalmente conhecidos desses programas, na mesma linha “violência urbana” e “utilidade pública”: na televisão, além do mencionado Aqui Agora, existiram também os programas O Homem do Sapato Branco²⁵ e Aqui e Agora²⁶. Já na década de 1990 a recém-criada Rede TV! produziu, dentro do mesmo gênero, o seu Repórter Cidadão, que inclusive foi apresentado por Marcelo Rezende. Outros programas congêneres foram Cadeia Alborgueti, Cadeia, 190 Urgente, todos esses transmitidos nacionalmente pela TV Gazeta, os dois primeiros comandados pelo apresentador Alborgueti, que igualmente ficou famoso pela enérgica *performance*, caricaturalmente moralista; o terceiro, apresentado pelo ex-repórter de Alborgueti, Carlos Massa, quem posteriormente veio a tornar-se reconhecido na TV pelo apelido Ratinho, ainda atuando na linha de jornalismo-denúncia popular, com forte presença do humor. O precursor mais explícito, que misturava notícias policiais com fofocas sobre celebridades midiáticas e matérias de “defesa do consumidor”, é normalmente apontado como sendo o programa O Povo Na TV, transmitido pela TVS na década de 1980.

Comuns a esses programas, combinados das mais diversas formas, estão elementos como o julgamento indignado das notícias, a abertura para

²⁴ Cf., p. ex., ADERALDO, 2008; AMARAL, 2011; OLIVEIRA, 2007; ROMÃO, 2013; VARJÃO, 2015b.

²⁵ Transmitido inicialmente em 1966, na TV Cultura, foi adquirido pela Rede Globo na mesma década; extinto, em decorrência da censura às atitudes do apresentador, durante o Regime Militar, e retomado na década de 1980, passou pela TVS – atual SBT-, Record e Bandeirantes.

²⁶ Transmitido pela TV Tupi, no final da década de 1970 e pela TV Bandeirantes, na década de 1980.

“denúncias” de telespectadores, o tratamento da vida de celebridades, o humor, a exibição de imagens das cenas dos crimes, com bastante presença de sangue e, permeando tudo isso, o moralismo no tratamento das ações “transgressoras”, sejam estas os atos criminosos propriamente ditos, sejam os comportamentos de celebridades midiáticas ou mesmo o julgamento de políticas públicas tidas por imorais. O destaque a esses e outros elementos é normalmente dado, em literatura pertinente²⁷, para definir esses programas como sendo “populares”, “popularescos”, “sensacionalistas” ou tudo isso ao mesmo tempo.

Para além dos exemplos de programas mais explicitamente caracterizados no tipo telejornal policial, observa-se hoje uma disseminação de características estilísticas do formato para todos os demais programas televisivos. A despeito da argumentação valorativa do autor, coerente com o lugar a partir do qual ela provém²⁸, mas à qual procuramos não nos fiar neste trabalho, creio que não seja exagero afirmarmos, juntamente com VALENTE (*in* VARJÃO, 2015b), que há “certa contaminação dos programas jornalísticos, pelo mesmo tipo de linguagem [dos programas policiais]: discurso autoritário e reprodução de imagens e conteúdos degradantes [...]”. (*ibidem*, p. 18).

1.1 “Jornalismo popular”

Na grade contemporânea da TV comercial aberta, o investimento em programas que combinem esses elementos, percebidos no meio como sendo constitutivos do tipo “popular”, é justificado pelos presumidos interesses da maior parte da audiência. Nesse sentido, é interessante verificarmos uma tentativa de caracterizar o que seria o jornalismo “popular”. A partir dela, tentaremos explicitar uma representação nativa da indústria cultural, levando em consideração o trabalho nativo de definição do fenômeno, e, ao mesmo tempo, procurarmos alguns fundamentos sociais dessa concepção, a qual diz

²⁷ Cf., p. ex., AMARAL, 2006, 2011; BARBOSA & ENNE, 2005; DIAS, 2008; LANA, 2009; VARJÃO, 2015b.

²⁸ O trabalho de onde é extraída a referência mencionada faz parte de uma cartilha didática elaborada pela ANDI, organização da sociedade civil que tem como uma de suas áreas de atuação a monitoração da infração aos direitos humanos na mídia.

muito sobre o que os jornalistas têm em mente quando fazem o telejornalismo policial, esse produto eminentemente “popular”.

De acordo com AMARAL (2011), autora que traz uma perspectiva mais próxima da prática jornalística, no cenário contemporâneo as “mídias usam como estratégia de sedução do leitor a cobertura da inoperância do poder público, da vida das celebridades e o cotidiano de pessoas comuns.” (*ibidem*, p. 20). A preocupação da mídia contemporânea - e, no caso específico estudado pela pesquisadora, do jornalismo - com esses elementos é definidora para AMARAL do que ela entende por ser característico de um “jornalismo popular”. Em uma abordagem histórica, ela detecta, por exemplo, que a realização de sorteios, bem como a abertura para recebimento de “sugestões” dos consumidores é prática corrente em publicações jornalísticas destinadas às “classes populares” desde quando existem essas publicações. No jornal Última Hora, por exemplo, publicado no Rio de Janeiro, de 1951 a 1964, desde sua primeira edição já se anunciava a instalação de urnas na cidade para apuração de opiniões, denúncias e sugestões de seus leitores. Para dar vazão a essa “demanda popular direta”, existia no jornal a seção Fala Povo. Esse tipo de espaço para canalização de demandas, sejam demandas para solução de problemas ou apenas pedidos de participação por meio de mensagens, é característica marcante dos programas televisivos analisados nesta dissertação, como procurarei mostrar no decorrer do trabalho.

Para BARBOSA ([2008?]), mais do que a participação, a característica distintiva desse tipo de jornalismo é o apelo ao “sensacionalismo”. Uma primeira experiência de larga disseminação do formato no Brasil deu-se nos anos 1920, a partir da criação de um conjunto de jornais com esse viés. Para a autora,

Desde os anos 1910, as notas sensacionais invadem as páginas das principais publicações, mas será na década de 1920, com o aparecimento de jornais diários dedicados inteiramente a este tipo de conteúdo que as tragédias e sensações passam a ser responsáveis diretas pelo sucesso desses jornais. Abandonando as longas digressões políticas, passam a exhibir em manchetes, em páginas em que editam, em profusão, ilustrações e fotografias, os horrores cotidianos. (*ibidem*, p. 12).

O que a autora denomina “horrores cotidianos” são as imagens de pessoas ensanguentadas, anomalias físicas, cenários de acidentes e de demais objetos ou eventos que são utilizados por causarem um impacto pela repulsa, nojo, horror, mas ao mesmo tempo despertar a piedade e prenderem a atenção das pessoas, por tocarem em “vontades humanas” de “origem imemorial”. Essas características das notícias, que apelam para essas imagens, pictórica ou verbalmente, apelariam às sensações do público (BARBOSA, [2008?], p. 13). Por isso a autora prefere denominar “jornalismo de sensações” esse tipo de produto cultural.

AMARAL (2011) toma por pressuposta essa associação, de resto unânime nas pesquisas sobre os programas policiais, entre “jornalismo popular” e “sensacionalismo”. Porém, aponta para uma mudança nesse tipo de jornalismo, detectável mais fortemente a partir da segunda metade da década de 1990. Para a autora, essa mudança envolve a passagem do “sensacionalismo” (notícias de violência, sexo, e demais extraordinariedades, sempre em linguagem acessível a camadas menos escolarizadas da população) à maior ênfase no “serviço”, à denúncia, à função do jornal como “porta-voz do povo”, “com editoriais contra a corrupção, cobertura de eleições com pregação do voto consciente e prestação de serviços (seções de direitos trabalhistas, saúde e sexo)”, vagas de emprego etc. (*ibidem*, p. 26).

No jornalismo dito popular interessam pouco as notícias de economia e política, pois essas, além de exigirem conhecimento especializado, competência cultural específica, exigem a disposição subjetiva ao conhecimento desinteressado – ou conhecimento por interesse no próprio conhecimento – típico de estratos sociais em que se detém elevado volume de capital cultural. Nos jornais “populares” as notícias são direcionadas àqueles que comparativamente têm menos interesse nesse conhecimento desinteressado. Por isso, elas precisam ser apresentadas como úteis e/ou simplesmente divertirem. Para serem percebidas como úteis, precisam tratar de temas próximos, que apresentem como evidentes suas possíveis conexões com a vida prática cotidiana. E a vida cotidiana dessas pessoas envolve a utilização de serviços públicos de saúde, transporte, educação e segurança. Uma das facetas utilizadas para se definir esse tipo de jornalismo, então, é o

tratamento mais frequente desses temas, atividade envolvida com a ideia de prestação de serviço, associada ao valor mais geral da “responsabilidade social inerente à profissão” (FENAJ, 2007, p. 1).

A proximidade na relação com o público consumidor implica personalizar o tratamento dos assuntos de interesse, tanto do ponto de vista de quem os recebe (“O Sr. José, usuário de ônibus, encontra problemas todos os dias para ir pra casa...”) como dos que são acusados de serem responsáveis pelos problemas (“O prefeito é o responsável por esta situação que estamos enfrentado...”, “A Dilma está se lixando para o povo...”). Esse elemento da proximidade, procurado através de linguagem simples e tradução dos eventos em termos de “pessoas envolvidas”, está por demais presente nos telejornais policiais.

Para compreendermos as *performances* de Datena e Marcelo Rezende nos comandos de seus programas é preciso também nos atentarmos para aquilo que os próprios jornalistas têm a dizer sobre o que fazem e àquilo que é declarado e alimentado como valor comum do campo jornalístico. Ao fazer o que fazem, esses apresentadores acreditam – ou pelo menos declaram acreditar – estar prestando um serviço público, estar representando a voz dos cidadãos. Assim o fazendo, agem em sintonia com o que se espera, no interior do campo, serem os valores fundamentais dos jornalistas e, ademais, caracterizarem os “bons comunicadores” em relação aos demais.

O livro de AMARAL (2011), no qual embaso parte da argumentação desenvolvida neste capítulo, serve para dar-nos uma noção bem explícita do que os jornalistas no geral entendem serem os gostos populares pelos produtos jornalísticos. “Popular”, no livro, e como é possível se apreender da observação das grades de programação das emissoras de TV aberta no Brasil contemporâneo, está representado por tudo o que diz respeito às classes econômicas C, D e E. Como a “classe C” supostamente tem aparecido aos que produzem para a mídia de massa como o grupo consumidor de seus produtos mais numeroso no país, é para essa parcela da população, com seus presumidos interesses, apreendidos por meio de pesquisas de opinião e em grande medida (re)conhecidos como dados de senso comum dos jornalistas no

dia a dia de seu trabalho, que a programação da televisão é elaborada. Um livro como esse, que inclusive tem o declarado propósito didático de orientar futuros e atuais jornalistas sobre como fazerem um “jornalismo popular com qualidade” (AMARAL, 2011), é fruto da constatação no campo da existência desse novo perfil sociocultural de consumidor. Uma mensagem do livro é: trata-se de tornarmos-nos conscientes das especificidades desse tipo de jornalismo, atinentes ao tipo de gostos desse público consumidor, que agora se tornou a maioria no universo de nossos destinatários. Trata-se de conhecer os gostos dessa classe econômica e buscar as raízes históricas e a estrutura vigente da fórmula repetida na elaboração do material feito para essa categoria de consumidor, agora o *target* hegemônico. A partir da leitura do texto da jornalista AMARAL, portanto, é possível compreendermos o que os próprios jornalistas – mesmo que no caso desta autora trata-se de uma também pesquisadora do jornalismo²⁹ – encaram os formatos, caracterizando aquilo que fazem. O texto é sintomático da percepção que pesquisadores e profissionais no campo têm das transformações ocorridas no mercado de bens midiáticos com o cenário econômico de aumento do “poder de compra” experimentado por determinada parcela da população em anos recentes. A pesquisadora enxerga o sintoma e inclusive faz apontamentos normativos sobre como se produzir um jornalismo “popular de qualidade”, ou seja, um jornalismo que ao mesmo tempo atenda aos pré-requisitos de qualidade do jornalismo de referência (produzido e consumido por pessoas com alto capital cultural relativo) e satisfaça os anseios específicos das “classes populares”, mas não toca nas prováveis causas. Parágrafos abaixo, apresentarei elementos que acredito poderem explicar o fenômeno cujos reflexos nos “anseios do público” foram detectados por AMARAL.

Norteadada pelo interesse classificatório interior ao campo, fruto da luta por imposição de uma forma legítima de afazer legítimo, AMARAL fala em “papel social da imprensa” que melhor seria cumprido por um “bom jornalismo” (*ibidem*, p. 30). Esse, a partir da década de 1980, estaria sendo deixado de lado na imprensa em geral de modo que viria tomando espaço uma “ditadura

²⁹ No campo jornalístico brasileiro há uma divisão nítida entre aqueles que, dotados de diploma universitário, seguem vida acadêmica de pesquisa e ensino e os que, de posse ou não dos mesmos diplomas, seguem carreiras profissionais nos veículos de mídia privados ou públicos.

do leitor”, isto é, a determinação dos interesses comerciais da empresa jornalística, os quais a levam a ambicionar vender a maior quantidade de exemplares possível. Na busca desse intento, a imprensa tem que se aproximar de um público de baixa renda com precária disposição à leitura, o que a faria reduzir a qualidade do material, produzindo “textos curtos, com muita prestação de serviços e entretenimento”. (AMARAL, 2011).

O problema principal, para AMARAL, é o abandono dos “princípios tradicionais do jornalismo” norteados pelo “compromisso com a verdade”, a partir da “submissão da imprensa ao gosto do público”. O fantasma que acompanharia a todo tempo o bom “jornalismo popular” é o fato de que

a imprensa popular busca satisfazer os leitores a qualquer custo, pois são bastante volúveis em função do baixo poder aquisitivo e precisam ser conquistados cotidianamente. Os produtos jornalísticos populares precisam mostrar uma conexão com seu público, pois são mais dependentes de um mercado que muda facilmente. (*ibidem*, p. 52).

Pouco interesse do público consumidor pela leitura desinteressada explica as estratégias de convencimento adotadas no âmbito da produção. Explica em grande medida as escolhas de linguagem, estilo e conteúdo dos telejornais policiais. De todo modo, a imprensa é também instituição componente da indústria cultural e como tal produz mercadorias a serem consumidas. Trata-se, afinal, de sua razão de ser enquanto atividade comercial. Nesse sentido, ela é sempre submetida à demanda, que, por sua vez, é determinada pelo “gosto” do consumidor. O que incomoda aos que lamentam a “perda da qualidade” decorrente das determinações estritas do campo econômico talvez sejam as mudanças ocorridas no próprio público. O problema ideológico subliminar ao argumento, parece-me, não é a submissão ao público, mas a determinado público, ou, mais explicitamente, ao “mau gosto” característico de um público de baixa renda e baixa escolaridade.

1.2 Telejornalismo policial como “jornalismo popular”

No telejornalismo policial, portanto, estão reunidos todos os elementos que se costuma utilizar para se definir o “jornalismo popular”. O trabalho de

AMARAL é apenas um exemplo de esforço envolvido com essa atividade de definição³⁰. O raciocínio, que normalmente opera classificando esse jornalismo em oposição ao jornalismo “sério”, “de qualidade”, ou seja, legítimo, aponta como elementos que caracterizam o primeiro tipo um excesso de sensação, um mau gosto, uma exacerbação do extraordinário por ele mesmo. É como se os elementos que de qualquer forma são constitutivos da atividade jornalística – a busca pelo furo, pela “novidade”, o interesse pelo extraordinário, a concessão de prioridade às fontes “oficiais” (HALL, 1978), o *fast thinking* (BOURDIEU, 1997), a tentativa de se agradar a audiência etc. - no “jornalismo popular” se encontrassem em demasia, explícitos, sem subterfúgios. Teríamos então excesso de violência, sexo demais, eventos sobrenaturais e outros caricaturalmente extraordinários, denúncias, sobretudo referentes à ação do poder público, desmesurado entretenimento³¹. Todos esses elementos, apresentados em grande profusão, estariam ao gosto das frações da população brasileira menos favorecidas econômica e culturalmente.

O jornalismo tido por legítimo no campo, por outro lado, é aquele associado aos temas econômicos e políticos, aos assuntos de geopolítica internacional, assuntos de “interesse humano”, mas que não sejam relevantes simplesmente pela extraordinariedade. As reportagens são baseadas em investigações mais minuciosas, tentam-se ouvir as vozes de atores representativos de diferentes posições envolvidas nos eventos, os textos são maiores e há espaço para análises de especialistas, comentários, crônicas e para a “opinião” sempre comedida e embasada. Esses jornais de referência têm maior prestígio intelectual, por serem produzidos por e direcionados às classes letradas, de maior capital cultural e também de maior poder econômico. Os jornais “populares”, além do baixo prestígio intelectual no mercado de bens simbólicos mais amplo - uma vez que é destinado aos de menor capital cultural - por essa mesma razão destinam-se a quem tradicionalmente e comparativamente tem menor disposição para a leitura. Sendo assim, esses

³⁰ Outro exemplo, no mesmo sentido, é LANA, 2009.

³¹ Entretenimento é conceito nativo difícil de precisar, mas que se encontra normalmente associado à diversão - realização de jogos, brincadeiras, sorteios, piadas, shows de música, notícias de “celebridades” etc. – em oposição e/ou complementação à seriedade do conteúdo informativo, supostamente característico do jornalismo de referência.

jornais precisam ser pequenos, ter pouco texto e, sobretudo, ser baratos. Em um universo de poucos leitores, que além do mais pagam um preço baixo pelo produto, esses jornais também têm menos rendimento econômico.

1.3 “Jornalismo popular” e jornalismo de referência

A tentativa de estabelecimento de uma escrita jornalística mais técnica, que, portanto, eliminasse o máximo possível o conteúdo de “opinião”, de “polêmica”, em prol de um texto “objetivo”³², “conciso” e “direto” remonta aos anos 1950 no Brasil. O “jornalismo popular”, no entanto, jamais se preocupou em adotar o novo estilo de redação. O explícito julgamento dos fatos tornados notícias sempre fez parte do estilo de escrita direcionado às classes populares. O telejornalismo policial praticado hoje combina a técnica noticiosa, que envolve a apresentação do *lead*, como um resumo inicial, impactante, da notícia que será detalhada em seguida, a preocupação em responder às “perguntas mais corriqueiras” (MENDEZ, *apud* BERGAMO, 2011, p. 260) sobre o que aconteceu (Onde? Como? Quais os envolvidos?) e o procedimento de “ouvir todas as partes envolvidas”, com a análise judiciosa do que é apresentado no formato de referência, agora de maneira mais livre e sem presunção de imparcialidade.

A informação não chega somente através da reportagem. Sobretudo em se tratando de notícias monotemáticas sobre crimes e violência entre pobres (ADORNO, 1995), as quais carregam grande possibilidade de se rotinizarem e, assim, deixarem de agradar, elas não são uma novidade, um acréscimo de algo sobre o qual não se tinha conhecimento. A notícia, ou pelo menos sua estrutura, é tida entre os produtores como já sabida de antemão entre aqueles que a recebem, uma vez que, afinal de contas, “o acesso à informação tornou-se universal”³³. Nesse sentido, a apresentação da notícia, que no telejornalismo

³² Para uma instigante reconstrução sócio-histórica da ideia de “objetividade” no jornalismo, cf. SCHUDSON, 2010.

³³ Frase extraída de depoimento que ouvi da editora-chefe do telejornal policial local Alterosa em Alerta – JF, programa que analisarei no capítulo seguinte.

de referência reduz-se a algo sumário, no telejornalismo policial é recheada com os comentários dos apresentadores e com a dramatização reiterada.

O que pretendo destacar é que o telejornalismo de referência vem sofrendo profunda mudança em anos recentes devido às mudanças ocorridas na composição do público consumidor. Diferentemente do jornalismo de maior prestígio até então, tem passado a vigorar de maneira cada vez mais hegemônica um estilo em que todos estão autorizados a se indignar, a se chocar, a opinar. A hierarquia se expressa não em termos de quem está ou não autorizado a agir dessa maneira, mas em termos de quem pode fazê-lo por mais tempo, com maior frequência e alcance de audiência. E os que ocupam a posição de maior prestígio – e, portanto, a posição mais autorizada – são os que satisfazem também os anseios da audiência presumida.

Podemos dizer que a definição de “popular”, naquilo que diz respeito à classificação de produtos midiáticos, quer dizer “aquilo feito para e/ou que é capaz de atingir à maior parcela da população”. Como a maior parcela consumidora no Brasil contemporâneo é composta pela “classe C”, é aos produtos culturais que ela normalmente consome que pode ser atribuído o adjetivo “popular”. Uma história do “jornalismo popular” seria, então, uma história daquelas formas dentro do gênero jornalístico que procuraram atingir os gostos e anseios de uma fatia correspondente à maior parcela dentro de uma totalidade populacional.

1.4 Transformações na composição da audiência

Penso que a definição “jornalismo popular” é útil para descrevermos o fenômeno e para compreendermos uma maneira pela qual se definem no interior do campo elementos do conteúdo e linguagem dos produtos midiáticos. No entanto, descrever o fenômeno e reproduzir uma noção nativa, classificando um produto da indústria cultural a partir de caracteres de distinção cultural, não é suficiente para compreendermos a raiz do fenômeno. Faço referência a esse esforço de definição por acreditar que ele representa um ponto de vista comum no campo, tanto entre pesquisadores-engajados que refletem sobre “a melhor prática na profissão” como entre aqueles profissionais

que têm que lidar cotidianamente na definição dos conteúdos, e que, no desempenho desse ofício, têm em mente determinada imagem de suas audiências e do público consumidor de uma maneira geral. Essa classificação, entretanto, diz muito sobre como os próprios jornalistas concebem aquilo que fazem, mas não toca nas causas do fenômeno do sucesso recente desse tipo de programa televisivo.

Uma causa central, como procurarei desenvolver aqui, tem a ver com a mudança ocorrida no público consumidor desses jornais. Esse público tornou-se mais numeroso com a ascensão de grande contingente populacional à “classe C”. Ao mesmo tempo, passou-se a ter acesso fácil a informações e maiores condições de suprimento da demanda por curiosidades “extraordinárias”, através da internet, o que causou impacto tanto na composição do público consumidor como na forma de consumo.

Para desenvolver esse argumento, é necessário, primeiramente, nos atentarmos para a TV enquanto empreendimento comercial:

Como se trata de uma televisão comercial aberta [...], esse tipo de empresa dá lucro na medida em que ‘vende’ seus espectadores sob a forma de números: índices e perfis de audiência. Ou seja, os clientes da TV são os anunciantes, que compram horários e espaços para os anúncios, a partir de critérios como a quantidade de espectadores (medidos pelos índices do Ibope) e sua *qualidade*, ou seja, o que é denominado *potencial de consumo* desses espectadores (medidos em termos de *classe socioeconômica*). Nessa indústria, que trabalha na interface de bens culturais e grandes anunciantes (porque anunciar na televisão é relativamente caro, dada sua alta audiência), os espectadores são percebidos como ‘consumidores’ [...] e são medidos em termos de idade, sexo e classe socioeconômica. (ALMEIDA, 2015, p. 27.).

Com o aumento quantitativo do que se denomina “classe C”, esta se tornou a principal consumidora da mídia comercial aberta. Conseqüentemente, toda a programação da TV aberta passou a ser direcionada aos supostos gostos dessa classe econômica. É, portanto, no bojo do crescimento desse mercado consumidor que se pode explicar o interesse por essa programação dita popular e a conseqüente manutenção com elevados índices de audiência –

o que, afinal de contas, leva as emissoras a continuarem produzindo os programas – do telejornalismo policial.

Segundo ALMEIDA (2015), a publicidade televisiva nos anos 70, 80 e 90 do século passado foi direcionada majoritariamente às classes econômicas A e B, as quais, conforme os critérios classificatórios da publicidade, constituíam o público consumidor por excelência. A partir da segunda metade da década de 1990 – e com ênfase crescente nos anos 2000 - no entanto, ocorre uma mudança significativa: as programações das emissoras de TV aberta, que historicamente sempre atingiram um público bem mais amplo que aquele de interesse principal da publicidade, mas que eram direcionadas a esse público A/B, tido por consumidor, passam a ser produzidas a partir dos supostos gostos de uma nova classe econômica em ascensão e já numericamente majoritária, dentro dos critérios de classificação utilizados. Os produtores televisivos passaram a perceber suas audiências como sendo compostas majoritariamente de “pessoas do povo”, por membros da “classe C”, até então tratados apenas como consumidores “marginais” no público atingido. A publicidade no veículo também, como não poderia deixar de ser, passou a ser direcionada em maior quantidade para essa “classe C”, parcela que corresponde também à maior parte dos que assistem à TV aberta e que, por isso, consta como público consumidor desse meio de comunicação nas pesquisas de audiência³⁴.

Essa recente transformação no perfil das audiências, cujos reflexos no cardápio da indústria cultural têm sido compreendidos no meio nativo como um “fenômeno da programação popular” (LANA, 2009, p. 12), está relacionada, portanto, à recente percepção sobre qual é a classe econômica correspondente ao *target* majoritário a ser atingido e às possibilidades de interação proporcionadas pela internet. Nesse novo contexto, em que passaram a ser percebidas como necessidades para sobrevivência no mercado de TV aberta a “participação” dos telespectadores, a “interatividade” e “intimidade”, “anônimos

³⁴ Como já afirmado neste trabalho, apesar de no momento estarem sendo implantados e/ou aprimorados mecanismos de aferição de consumo do conteúdo televisivo que se dá através da internet, TV por assinatura, antenas parabólicas, sistemas *on demand* etc., a principal composição dos índices de audiência, sobretudo se levarmos em consideração aqueles valores obtidos pela monitoração em “tempo real”, se dá por meio da medição do consumo de TV aberta por radiofrequência.

e desconhecidos tornaram-se fundamentais” (LANA, 2009, p. 13). Esses valores, percebidos como necessidades da comunicação em um mundo em que a internet tornou possível mesmo aos não detentores de grande volume de capital econômico (antes indispensável para o acesso à informação, à formação e defesa de visões de mundo, à produção de discursos etc.) passaram a ser a regra na indústria cultural: a programação tornou-se mais “popular”, mais preocupada com a “proximidade” em relação a esse público alvo.

Nos termos de MAIA (2011), “As palavras de ordem no novo tipo de telejornalismo são interatividade, proximidade e informalidade.” Como sintoma desse novo perfil do telejornalismo, generalizado para todo o conteúdo televisivo, mesmo apresentadores do tradicional Jornal Nacional da Rede Globo, por exemplo, passaram a conversar entre si e a se direcionarem aos telespectadores de maneira mais coloquial, a comentar as notícias, a ficar de pé e andar pelo estúdio, diferenciando-se no interior de um modelo consolidado desde a criação desse telejornal, no final da década de 1960 (*ibidem*). Algo que ouvi ser proferido por jornalistas na redação do Alterosa em Alerta - telejornal policial local em cujos bastidores realizei pesquisa de campo a ser mais bem descrita no Capítulo 2 - e que aparece com muita frequência nas falas de Marcelo Rezende e Datena é que o jornalismo que fazem é excitante, interessa ao público, enquanto o modelo “antigo” (nacionalmente estabelecido pela Globo e que somente aos poucos está sendo abandonado pela emissora) é “chato”. Segundo declaração perfeitamente representativa de concepção presente no meio, o “povo” não quer mais saber do formato tradicional de telejornal, porque

hoje em dia todo mundo tem acesso à informação através da internet. Ninguém quer então aquela notícia dada de maneira seca, careta. Esse jornalismo acabou. Hoje as pessoas querem proximidade, querem um apresentador que fale com elas como em uma conversa, na língua delas, sem aquela coisa padronizada. (RODRIGUES, 2015³⁵).

Acompanhando a ideia de proximidade está a noção nativa de que o jornalismo nesse novo cenário deve falar a linguagem do público majoritário,

³⁵ Valmir Rodrigues, apresentador do programa Alterosa em Alerta, em entrevista a mim concedida, em junho de 2015.

ser didático e coloquial na apresentação das notícias (AMARAL, 2006; MAIA, 2011), as quais, em decorrência dessa nova maneira que tem se tornado hegemônica, passaram a ser comentadas pelos próprios apresentadores.

[Trata-se de se] *aproximar da comunidade, falar sem ter aquela coisa quadradinha, decoradinha, como se fosse uma conversa, defender, brigar, xingar, se indignar, ou seja, uma pessoa normal dando a notícia.* (LUCHIN, 2015³⁶).

Falar como “uma pessoa normal” implica narrar os eventos em linguagem coloquial e, mais que isso, comentar as notícias.

1.5 Gosto pelo comentário e por participação

As atuações dos apresentadores de telejornais policiais são representativas de um formato norteado pela tentativa de se agradar um público que supostamente quer um telejornal mais coloquial, onde o apresentador não esconde o que pensa, compartilha suas sensações com os telespectadores. A busca de isenção, objetividade, neutralidade, imparcialidade, “profissões de fé dos órgãos da grande imprensa” (ALBUQUERQUE, 1999, p. 23) parece não fazer parte da ordem do dia. Os “comentários”, que até o início deste século restringiam-se em sua maioria às atividades dos “comentaristas” (articulistas) especialmente designados para essa função (BERGAMO, 2011) passaram a compor a *performance* de todos os apresentadores em todos os telejornais no Brasil. Os critérios de excelência nessa nova forma hegemônica de telejornalismo – como se pode depreender pela repetição da fórmula em quase todo o telejornalismo nacional - passam pelo empenho do âncora em se demonstrar envolvido, nos mesmos termos em que se presume serem os da audiência, em expressar suas indignação e emoção, em tomar parte, sempre em nome do mesmo “interesse público” que é declarado como compromisso do jornalismo (ALBUQUERQUE, *op. cit.*; FENAJ, 2007). A “isenção”, tradicionalmente associada ao “ideal de objetividade”, como “lealdade a normas e procedimentos” assépticos que implicariam o não envolvimento emocional do jornalista (SCHUDSON, 2010), passou a ser mais

³⁶ Editora-responsável do programa Alterosa em Alerta, em entrevista a mim concedida, em junho de 2015.

explicitamente sinônimo de tomada de posição do ponto de vista que se espera ser o da audiência. Ser isento implica dar voz às “partes” envolvidas e julgar o “litígio” entre versões dos fatos a partir do que se incorpora como sendo os valores modais presentes na audiência modal. No “novo” tipo de jornalismo, adequado ao que se percebe do novo público, os apresentadores também opinam e o público deseja que assim o façam. A grande presença do telejornalismo policial na programação da TV contemporânea, penso, pode ser explicada pela adequação do formato a esse novo cenário “opinativo”.

Há no meio jornalístico uma apreensão de que os consumidores “populares” (representados pelas classes econômicas B, C e D) não querem mais apenas “histórias incríveis e inverossímeis” (a troca de notícias espetaculares pela internet supre essa necessidade), mas também “prestação de serviços e entretenimento” (AMARAL, 2011, p. 20). A percepção de que a audiência demanda “serviços” leva à abertura para participação reativa nos programas, seja para elogiar ou depreciar a “qualidade”, participar de enquetes e fazer denúncias através da internet e celular. No site do Cidade Alerta, por exemplo, há o item “Portal de Voz”, que desempenha parte desse papel de receber demandas dos telespectadores, e em cujo anúncio se lê:

Ao ligar, você pode fazer denúncias, dar a sua opinião sobre as matérias, deixar recado para o Marcelo Rezende e até para o Percival. Você também pode contar a sua história [...].³⁷

A abertura para participação por mensagem supre esse anseio generalizado por “interatividade”. Também serve como termômetro para aferição da repercussão dos programas junto à audiência. Ademais, através das denúncias, os programas de fato recebem sugestões de notícias. Talvez a maior parte das sugestões se dê por telefone e mensagens de texto ou voz, conhecidas apenas pela equipe de produção do programa. De qualquer forma, algumas das mensagens enviadas por escrito através de mecanismo interno que funciona dentro do próprio *site* do Cidade Alerta ficam publicamente visíveis. Reproduzirei abaixo um “pedido de notícia” que pode ser encontrado na seção de mensagens do *site*. O exemplo é bastante significativo para a

³⁷ Fonte: *site* oficial do programa Cidade Alerta. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/cidade-alerta/portal-de-voz>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

argumentação que desenvolvo aqui e por isso vale a pena citar o texto na íntegra. A mensagem foi supostamente enviada no dia 13 de agosto de 2015. Um frequentador do *site*, aparentemente interessado na solução de um “caso” que o atinge pessoalmente, começa reproduzindo texto de uma notícia de seu interesse, publicada anteriormente em outra página na internet:

Família de homem morto em Ariranha [pequeno município do estado de São Paulo] pede por justiça e prisão dos foragidos [...] Carlos e Lucas³⁸ são acusados pela morte do Sr. Evaldo Costa Silva no encontro de cavaleiros realizado em Ariranha. Os dois estão foragidos e pelos elementos contidos no Boletim de Ocorrência a Justiça deve decretar suas prisões. Carlos e Lucas são acusados pela morte do Sr. Evaldo Costa Silva CONFORME BO, CARLOS E LUCAS SÃO ACUSADOS PELA MORTE DO SR. EVALDO COSTA SILVA. A FAMÍLIA CLAMA POR JUSTIÇA E A PRISÃO DOS FORAGIDOS. A recente morte de Evaldo Costa e Silva no Distrito de Ariranha, chocou familiares e amigos da vítima, e de acordo com a família Silva a sua morte não pode ser esquecida. Pelas Redes Sociais a família vem distribuindo as fotos dos acusados Carlos e Lucas que estão foragidos com objetivo que sejam encontrados e que a justiça seja feita “Carlos não tinha motivo nenhum de ter atirado no Sr. Evaldo, Carlos perguntou a ele se ele sabia o motivo do desentendimento do primo dele Lucas e Jorge filho do Evaldo. Evaldo simplesmente falou que amanhã quando os rapazes estivessem com a cabeça mais fria eles conversaria e se entenderia, afinal era conhecidos um do outro há muito tempo, porém Carlos respondeu dizendo que ele ia resolver era naquele momento, ainda dentro do seu carro tirou a arma e deu 3 tiro no abdômen do Evaldo, então com Evaldo caído no chão ele saiu do carro e disparou mais 2 tiros que passou de raspão na cabeça do Evaldo” explicou um amigo da família.

A demanda explícita da pessoa que subscreve a mensagem e a endereça no título do texto como “dica de matéria para o programa”, vem logo na sequência:

Desculpe estar enviando por esse meio, mas, precisamos que o Marcelo Rezende possa publicar e nos ajudar, pedimos também que possam obter informações a respeito da vítima e sua família e vão constatar que foi realmente uma covardia. nos ajude Marcelo por favor.³⁹

³⁸ Substituí os nomes próprios pessoais que aparecem no texto original por estes, fictícios. Repito o procedimento em toda a citação. Também mantive a grafia original, com a formatação e erros gramaticais, exatamente como consta no *site*.

³⁹ Texto disponível em <<http://noticias.r7.com/cidade-alerta/murais/mande-sua-sugestao-17022016>>. Acesso em 07 dez. 2015.

Abre-se ao telespectador a possibilidade de, por meio de simples mensagens de texto, “fazer denúncias”, pedir ajuda na solução de problemas, opinar, saudar o apresentador, repórteres, o comentarista fixo do programa (Percival)⁴⁰, além da possibilidade de “contar sua história”. Essa última expressão significa, no universo do programa, fazer uma denúncia, “clamar por justiça” (expressão que aparece recorrentemente e que significa exigir punição dos “criminosos” – nem que seja uma punição apenas moral, efetivada pela acusação em rede nacional). Como vimos através do exemplo acima, pessoas seguem o comando do *site*, feito exatamente para possibilitar a realização desse anseio por participação, e enviam “sugestões” de pauta, fazem “denúncias” e solicitam ajuda na resolução de problemas pessoais, aparentemente sem solução pelos meios institucionais estabelecidos. O serviço prestado pela emissora é a cobrança da ação do poder público, mas também a mobilização para a indignação coletiva contra a inoperância, a “lentidão da justiça”, ou mesmo contra o caráter brando das leis – temas principais da crítica veiculada nos telejornais policiais.

A vocalização de indignações pessoais, claro, serve para o programa, na medida em que, ao tornar amplamente conhecido um problema privado, potencialmente vivido de maneira semelhante por muitas outras pessoas, ao mesmo tempo em que agrada a todos os similarmente indignados, cumpre supostamente o papel constitucional do programa e da emissora enquanto prestadores de serviço. O vínculo social estabelecido nesse caso pode ser compreendido como uma maneira pela qual o programa destina seu escopo, forma e conteúdo a determinado público. Esse “modo de endereçamento” específico do telejornalismo policial pode ser nomeado “pacto sobre o papel do jornalismo” (OLIVEIRA, 2007), como uma concepção constitutiva da relação que se estabelece entre jornalistas (compondo os valores internos à profissão) e audiência. A ideia de pacto significa que há uma relação de cumplicidade entre os âmbitos da emissão e recepção, de modo que a partir do primeiro se oferece determinado conteúdo, o qual é implicitamente demandado no

⁴⁰ Percival de Souza, jornalista experiente que fez carreira na cobertura policial para a imprensa, atua no Cidade Alerta na dupla posição de especialista autorizado(r) e “escada” para as piadas de Marcelo Rezende. Através de sua atuação no segundo papel, experimenta fama que não teve em longa carreira na imprensa.

segundo. Entre os jornalistas faz-se a defesa dos objetivos nobres da atividade que exercem – a divulgação da informação precisa e correta e a cobrança do poder público, sempre em prol do “interesse público” – e “promete-se” aos espectadores a persecução desses objetivos. A audiência compreende essa mensagem e, por concordar com a importância desses objetivos prometidos, assiste aos programas, na medida em que a coerência com esses princípios seja explicitamente afirmada e, pelo menos aparentemente, confirmada.

Além de cobrar do poder público, o serviço prestado também se dá na forma de vocalização de protesto, de indignação em relação à lentidão da justiça, de pedido de maior rigidez no tratamento dos criminosos, pela elaboração de leis mais severas pelos políticos, ou na denúncia para ajuda ao trabalho de investigação da polícia. Esse tipo de postura dos telejornais policiais implica uma relação com o público que se resume na noção de vigilância, característica marcante desse “jornalismo denúncia” (OLIVEIRA, 2007), em que “o programa passa a ideia de que faz uma prestação de serviço à sociedade, delatando os abusos e transgressões sociais que possam estar acontecendo ou vir a acontecer” (*ibidem*, p. 21). O exercício de “cobrar” o poder público, enfatizando problemas na execução de políticas públicas e “escândalos” envolvendo políticos compõe a noção de que o jornalismo está prestando um serviço, na verdade, duplo: primeiramente, pela cobrança direta aos “responsáveis” pelos corretos planejamento e execução da política pública, e, além disso, pela conscientização dos “cidadãos” sobre seus direitos e sobre os “problemas sociais”, como a violência e a “impunidade”, conforme veremos mais detalhadamente no Capítulo 3.

1.6 Nova classe consumidora

Para compreendermos as condições de possibilidade da atual hegemonia na grade da TV aberta de programas como Cidade Alerta, Brasil Urgente e congêneres existentes nas emissoras brasileiras é necessário nos atentarmos para recentes mudanças na estrutura de classes no Brasil e, em igual medida, como tenho feito até aqui, para a percepção que os produtores televisivos têm dessas mudanças. Os telejornais policiais são, antes de tudo,

produtos pensados para serem consumidos por determinadas fatias de mercado. A essas fatias correspondem padrões de consumo que, por sua vez, estão objetivamente ligados a “preferências” culturais e disponibilidade de recursos econômicos.

A definição da estrutura de classes com a qual trabalham os produtores de telejornais – bem como dos demais produtos da indústria cultural – é aquela construída no âmbito da publicidade. Trata-se do Critério de Classificação Econômica Brasil⁴¹, a forma como a indústria de propagandas e, daí em diante, toda a mídia, estratifica os consumidores no país. O Critério, elaborado pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa – ABEP, norteia a visão que os jornalistas têm sobre quem são seus espectadores e compõe em grande medida a noção de classe social disseminada pela mídia e presente no senso comum. Entender as mudanças recentes pelas quais passaram essa forma de classificação da população consumidora brasileira ajuda a compreender as transformações pelas quais têm passado o formato dos produtos midiáticos. É fundamental para compreendermos o espaço dedicado às fórmulas supostamente ao gosto da “classe C”. Logo, é fundamental para compreendermos o espaço nas grades das emissoras ocupado pelo telejornalismo policial.

Tem predominado no campo midiático contemporâneo certo discurso otimista em relação à emergência no Brasil de uma “nova classe média” (ALMEIDA, 2015; GROHMANN, 2014). Acompanhada das onipresentes narrativas de superação individual a partir de condições de adversidade, está a buscada imagem de “um Brasil que dá certo”. Essa concepção otimista em relação às transformações na estrutura de classes brasileira tem sua origem nas teses do economista Marcelo Neri⁴² (cf., p. ex., NERI, 2014), autor que aponta para uma inédita ascensão econômica de parcelas mais baixas na estratificação social a um status mediano de renda - e, conseqüentemente, de

⁴¹ Cf. documento disponível em: <<http://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

⁴² Marcelo Neri foi presidente do Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada entre 2012 e 2014 e Ministro da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, de 2013 a fevereiro de 2015.

consumo - a partir da década de 2000 (NERI, 2014). Essa ascensão, também observada nos estratos superiores, estaria sendo, contudo, consideravelmente mais expressiva nas classes baixas. Na metodologia de classificação adotada por NERI, o Brasil teria, em 2014,

em torno de 119 milhões de pessoas na classe C e 29,5 milhões nas classes AB [...]. De 2003 a 2014, apesar do crescimento populacional em geral, a população absoluta nas classes D e E vai diminuir em 44,6 milhões, caindo para quase metade do seu tamanho inicial [...]. (*ibidem*, pp. 23-24).

Apesar de as taxas de crescimento das classes econômicas A e B serem proporcionalmente maiores do que a da classe C (NERI, 2014, p. 25), em termos populacionais essa última seria hoje de longe a mais numerosa. A ascensão generalizada estaria inclusive, para o autor, diminuindo as desigualdades históricas e tornando o Brasil um país majoritariamente “de classe média”.

SOUZA (2012) questiona a abrangência dessa tese e apresenta ponderações a respeito do decorrente otimismo em relação ao “protagonismo” dessa “classe social nova e moderna, produto das transformações recentes do capitalismo mundial, que se situa entre a ‘ralé’⁴³ e as classes média e alta” (*ibidem*, p.26), ao defender que classe não se define apenas por renda. Isto porque há “fatores e precondições sociais, emocionais, morais e culturais que constituem a renda diferencial” e que devem ser levados em consideração (*ibidem*, p. 22). As características definidoras do posicionamento dessa classe no espaço social, a saber, a posse de capital econômico e a de capital cultural, não nos permitem enquadrá-la no mesmo estrato da classe média tradicional. Esta, para o autor, seria historicamente detentora de uma condição mais favorável, transmitida de geração em geração, por herança. O economicismo reinante no senso comum, reflexo do sucesso da ideologia liberal – e que explica em parte o sucesso da tese de NERI -, enxerga apenas o lado material das transformações, de modo que é levado a pensar em ascensão social como sendo sinônimo de ascensão econômica, apenas. As transformações que vivenciamos no Brasil contemporâneo, para SOUZA, são de grande vulto na

⁴³ O autor denomina ‘ralé’ o subproletariado mais desprovido das “precondições sociais, morais e culturais” (SOUZA, 2012, p. 25) que permitem qualquer apropriação de capital cultural e econômico.

ordem econômica, mas ainda não promoveram mudanças substantivas para se efetivarem de maneira duradoura em outras esferas.

[...] a visão economicista ‘universaliza’ os pressupostos da classe média [tradicional] para todas as ‘classes inferiores’, como se as condições de vida dessas classes fossem as mesmas. (SOUZA, 2012, p. 24).

Diante dessa condição de ascensão social sem os privilégios de capital herdado, o autor prefere a designação “batalhadores” para se referir aos membros dessa nova classe. Os “batalhadores” contemporâneos vivem em condições mais precárias que as da classe média tradicional, pois não contam com benefícios de capital herdados. São beneficiados por recentes políticas de assistência, de ampliação do crédito e através de esforços pessoais, no acúmulo de jornadas de duplo emprego ou de trabalho e estudo. Apesar de terem experimentado elevação da renda familiar em anos recentes, dispõem em menor volume do capital cultural, um bem disponível em quantidade caracteristicamente elevada nas classes médias tradicionais. A nova classe trabalhadora, para SOUZA, “não teve o mesmo acesso privilegiado ao capital cultural – que assegura os bons empregos da classe média no mercado e no Estado – nem, muito menos, ao capital econômico das classes altas.” (*ibidem*, p. 50).

De todo modo, a constatação generalizada, seja a de perspectiva economicista, que – por harmonizar-se com os interesses intrínsecos da empresa midiática - ganhou rápida repercussão nos veículos de comunicação de massa (GROHMANN, 2014), na publicidade (ALMEIDA, 2015) e, por sua vez, nas representações que passaram a refletir esse discurso também na internet, seja a partir do que pode ser apreendido por essa versão sociológica mais crítica, presente no debate público, é a de que temos uma nova realidade de classes que tornou majoritários gostos e anseios relativamente comuns a determinada parcela da população economicamente interessante à indústria cultural. Uma constatação definitiva, ainda de acordo com SOUZA (*op. cit.*), é a de que

O trabalhador, ao contrário da ‘ralé’ e de todos os setores desclassificados e marginalizados, é reconhecido como

membro útil à sociedade e pode criar uma narrativa de sucesso relativo para sua trajetória pessoal. (SOUZA, 2012, p. 52).

A nova classe trabalhadora tornou-se útil à publicidade ao se tornar consumidora economicamente relevante. As narrativas de sucesso estão muito presentes entre as pessoas que declaram assistir aos programas Brasil Urgente e Cidade Alerta, como pude observar na pesquisa empírica que realizei e que relatarei no Capítulo 4. São também a tônica no conteúdo de grande parte da atual programação televisiva, o que é uma amostra do que se espera, no âmbito da produção, serem os anseios dos telespectadores.

Todo o precedente diz muito sobre quem os produtores entendem serem seus destinatários. No Critério Brasil o estrato “classe C” coincide economicamente com o que é definido como “nova classe média”. É, portanto, para essa “nova classe média”, “classe batalhadora” ou “classe C” que se tem direcionado a atual programação da TV aberta. GRONMANN (2014) nos traz alguns exemplos empíricos importantes, característicos desse fenômeno de midiaticização da “nova classe média” que tenho procurado destacar. Em notícia publicada pela revista Veja (o impresso semanal de maior vendagem no país), lê-se que: “Globo reforça investida na Classe C em 2012 [...] emissora populariza programação [...] para atrair os 110 milhões de consumidores da classe emergente”⁴⁴. “Classe emergente”, “classe C”, “classe média”, “nova classe média”... são expressões de sentidos homólogos, que aparecem no discurso midiático para se referirem à ascensão econômica – aquela que, afinal, interessa à indústria cultural – de grande parcela da população brasileira. São inúmeros os exemplos que poderíamos arrolar, oriundos de todos os veículos de mídia contemporâneos, mas essa notícia publicada em um dos maiores veículos da mídia brasileira, em referência à atividade da maior emissora de televisão do país, já serve perfeitamente para dar uma noção da presença desse discurso no campo midiático. São os supostos anseios dessa classe que se têm procurado atender com programas que investem na “proximidade” com o público, coloquialidade na apresentação das

⁴⁴ Fonte: notícia publicada na Revista Veja, em de 06 mar. 2012, *apud* GROHMANN, p. 154. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/globo-reforcainvestida-em-classe-c-em-2012>>. Acessado pelo autor citado em: 26 jul. 2013.

notícias e julgamento dos “fatos” noticiados, elementos centrais na formatação dos programas objetos das análises feitas neste trabalho.

As empresas midiáticas utilizam-se de diversos recursos metodológicos para conhecer os gostos e anseios da audiência. Todos esses recursos servem para ajudar a definir a melhor forma de agradar e, portanto, de manter a fidelidade do consumidor (no jornalismo fala-se em “credibilidade” do produto junto aos telespectadores). Ao final, o que importa é o potencial de consumo relativo da audiência que se consegue atingir. Individualmente, os membros das “classes” “A” e “B” têm maior poder de consumo que os da “classe C”⁴⁵. Enquanto coletividade, entretanto, essa última é mais expressiva e responde hoje pelos maiores níveis de consumo do Brasil. Ademais, as estratégias de distinção, tão mais presentes quanto mais subimos na hierarquia de classes, implicam enorme diferenciação de gostos e, assim, a segmentação do mercado. Mesmo que, quantitativamente, as classes superiores representassem maior fatia no mercado, ficaria difícil para a emissora estabelecer uma programação homogênea que atendesse a anseios tão diversificados.

O alvo da televisão aberta é o maior público consumidor possível. Durante muito tempo a maior parte dos consumidores em potencial não correspondia à maior parte da audiência. O direcionamento da atenção da mídia para a “classe C” (considerando-se, claro, os limites conceituais e empíricos dentro dos quais esse estrato vem sendo compreendido no momento) é algo recente, uma vez que a participação desse segmento no mercado consumidor não era tida por relevante. De acordo com ALMEIDA (2015),

[...] exceto grandes anunciantes voltados às camadas populares (como as Casas Bahia), o mercado publicitário parecia sempre se referir a seu consumidor como a classe média, chamada então de *classes AB*. Classe média aqui não é o que estava no meio da classificação, mas sim o topo da pirâmide social. As pesquisas de mercado qualitativas eram quase exclusivamente feitas com esse público, sendo o público

⁴⁵ Fonte: *site* Mídia Dados – Grupo de Mídia. Disponível em: <<https://dados.media/#/app/mosaic/televisaoA>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

alvo da grande maioria das campanhas de publicidade de televisão. (ALMEIDA, 2015, p. 29).

Isso porque as classes econômicas mais significativas para o mercado publicitário eram as “classes” “A” e “B”. Como hoje, de acordo com os mesmos critérios de classificação econômica, a “classe C” é maior numericamente, tem, coletivamente, maior poder de compra e, além disso, assiste em maior quantidade à TV aberta, os produtos, serviços e a programação precisam ser anunciados a essa classe.

No Critério Brasil interessam renda e consumo, no que se entende como “potencial de consumo”. As empresas midiáticas que mais se encaixam em meus propósitos argumentativos - as emissoras de televisão e os anunciantes que têm seus produtos divulgados nessas emissoras - valem-se desses critérios. Importam a elas os anseios de consumo potencial de parcelas da população, estratificadas a partir das variáveis renda, gênero e faixa etária. Às emissoras é relevante ter uma audiência a mais ampla possível, e que abarque a maior quantidade de estratos possível. Interessa poder vender aos diversificados anunciantes diversificada faixa de telespectadores, potencialmente compradores dos produtos vendidos por essas empresas. Aos anunciantes, cabe convencer aqueles que, reconhecidos a partir das mesmas categorias de entendimento estabelecidas pelo Critério Brasil, comprarão seus produtos.

Determinados bens de consumo são destinados a determinados “públicos”. O monitoramento das ações de publicidade que acompanham os programas Brasil Urgente e Cidade Alerta, seja nos intervalos, seja nas ações de *merchandising*, nos leva a crer que o investimento publicitário nos programas por segmento de mercado está em consonância com o que as emissoras apresentam como sendo os perfis de suas audiências. Abaixo, apresento tabela composta com informações de audiência que as emissoras divulgam em seus *sites*, tendo como público alvo possíveis clientes:

Tabela 1: Dados sobre audiência disponíveis em páginas destinadas a anunciantes - sites da Band e Record⁴⁶ (valores percentuais)

Programa	Sexo		Faixa Etária					Classe da ABEP		
	M	F	4 a 11	12 a 17	18 a 24	25 a 49	50+	AB	C	DE
BU⁴⁷	52	48	5	5	7	34	49	32	52	16
CA⁴⁸	42	58	5	6	8	37	44	33	56	11

Fontes: Brasil Urgente: <http://www.band.uol.com.br/comercial/audiencia.asp>

Cidade Alerta: <http://www.comercial.rederecord.com.br/upload/produtos/perfil/CIAL.pdf>

Certamente há variações de audiência em relação a horário (provavelmente expressivas variações, nesse caso, uma vez que os programas têm muitas horas de duração), dia da semana, percentagem de televisores ligados na emissora no horário do programa em relação às demais (indicador denominado *share*), dentre outras metrificações estatísticas à disposição dos produtores da mídia televisiva⁴⁹. De qualquer forma, os dados agrupados na tabela acima são padronizados e correspondem a uma média para os programas, o que é suficiente para meus propósitos aqui. Como se pode observar na tabela, os perfis de audiência individual esperados e divulgados pelas emissoras aos anunciantes apontam um público de iguais proporções entre gêneros e mais concentrado na faixa etária com mais de 50 anos, de membros da “classe C”.

A própria composição dos itens utilizados para definir as classes econômicas, de acordo com os critérios da ABEP (quais sejam: posse de

⁴⁶ Acesso em: 07 dez. 2015.

⁴⁷ Brasil Urgente: dados sobre audiência nacional, produzidos pelo Ibope, referentes ao período de julho a agosto de 2014.

⁴⁸ Cidade Alerta: dados sobre audiência nacional, produzidos pelo Ibope, referentes a agosto de 2015.

⁴⁹ Em seus sites, as emissoras informam obter os números de audiência citados na tabela a partir do *software Media Workstation*. Trata-se de programa de computador vendido pelo Ibope e que, vinculado às bases de dados desse Instituto, gera para seus usuários informações detalhadas sobre audiência, inclusive com levantamentos minuto a minuto. (Fonte: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/solucoes/consumodosmeios/tv/Documents/MW%20-%20SAIBA%20MAIS.pdf>>. Acesso em: 07 dez. 2015.)

determinados bens de conforto doméstico, disponibilidade de empregada doméstica e escolaridade do “chefe do domicílio”), já dá uma ideia dos termos nos quais a indústria cultural entende os telespectadores. Concebe-os como consumidores. Na apresentação que a Rede Record faz de seu produto Cidade Alerta para os potenciais clientes anunciantes⁵⁰, é apresentada a composição da programação, conforme esses critérios. A audiência seria composta majoritariamente por homens, da faixa etária “maiores de 25 anos”, da “classe C”. Para o mercado são suficientes esses critérios: gênero, idade e poder de consumo, definido pela disponibilidade e possibilidade estimada de se adquirir determinados bens. Para as empresas responsáveis pelos telejornais policiais importam o gosto das pessoas pelos programas e a consequente capacidade que esses têm de atrair audiência para si mesmos e para outros programas da emissora. Interessa o “potencial de consumo” da audiência dos programas, que é aquilo que será vendido aos anunciantes.

Uma possível contestação desse argumento seria afirmarmos que os faturamentos publicitários diretos, tanto do Brasil Urgente, quanto do Cidade Alerta, como se sabe, estão entre os menores em suas emissoras⁵¹, apesar das enormes audiências e longas durações dos programas no interior da grade. Esses telejornais policiais certamente rendem pouco com anúncios, em comparação, por exemplo, com uma novela, uma vez que aparentemente poucas empresas querem associar suas marcas a programas que tratam de crimes. Inclusive os preços para se anunciar nesses programas são bem menores do que os cobrados para um mesmo intervalo de tempo em programas de outros gêneros, com bem menores audiências⁵², o que contribui para explicar o baixo faturamento. Como, então, explicar a manutenção das mais de três horas diárias dos programas nas grades das emissoras? Uma possibilidade de explicação tem a ver com o próprio formato dos programas.

⁵⁰ Fonte: *site* da Rede Record. Disponível em: <<http://www.comercial.rederecord.com.br/produtos/cidadealerta-5?tpoMidia=info>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

⁵¹ Fonte: <<http://otvfoco.com.br/com-baixo-faturamento-cidade-alerta-ganha-insercoes-de-merchandising/>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

⁵² Fontes: <<http://www.band.uol.com.br/comercial/tabela.asp>>; <<http://otvfoco.com.br/confira-o-valor-de-um-anuncio-em-rede-nacional-por-segundo-veiculado/>>. Acessos em: 07 dez. 2015.

Os telejornais policiais são baratos de se fazer. Demandam bem menos recursos humanos e materiais que uma telenovela, por exemplo, que precisa arcar com a manutenção de uma complexa estrutura envolvendo cachês de várias dezenas de atores, locações, equipes técnicas, cenário, figurino etc. Outra razão, complementar à primeira, e talvez ainda mais determinante, tem a ver com a própria maneira pela qual a publicidade interna da emissora é encadeada na programação. Nos intervalos comerciais desses programas, as propagandas que antecedem e sucedem imediatamente os “blocos” são anúncios da própria programação da emissora, sobretudo de seus programas mais diretamente rentáveis (telenovelas, *reality shows* – Record -, programação esportiva – Band). Esses anúncios costumam ser feitos também nos horários de pico das audiências, no interior dos próprios Cidade Alerta e Brasil Urgente, como ações de “*auto-merschandising*”. Portanto, o mecanismo descrito neste trabalho ainda se aplica, uma vez que o que mantém os telejornais policiais no ar não é o investimento publicitário nesses programas, mas a propaganda para os outros produtos da emissora. Cidade Alerta e Brasil Urgente, com seus altos índices de audiência diária, funcionam como vitrines para as programações economicamente rentáveis de suas emissoras. Satisfaz--se, dessa forma, a exigência legal de prestação do serviço de informação à população, em contrapartida ao benefício da concessão pública para radiodifusão⁵³ e, ao mesmo tempo, atinge-se a maior quantidade de consumidores potenciais possível. Às emissoras, então, mais que a preferência por um programa específico, interessa a manutenção da audiência em toda a programação. Os requisitados telejornais policiais cumprem essa função: mantêm alta a audiência das emissoras durante o tempo em que são transmitidos e divulgam às enormes audiências conquistadas toda a grade da emissora. O retorno financeiro do programa, podemos dizer, é indireto – o que não significa, evidentemente, que seja desprezível⁵⁴.

⁵³ A exploração da atividade de radiodifusão é uma concessão pública no Brasil. Por lei, é explorável pela iniciativa privada e, desse modo, é outorgada pelo Estado às empresas de rádio e televisão.

⁵⁴ Para se ter uma ideia da importância que as emissoras atribuem aos telejornais policiais basta mencionarmos os superlativos salários de seus âncoras, conhecidamente alguns dos maiores rendimentos da televisão brasileira. (Fonte: <<http://rd1.ig.com.br/brand-tenta-reduzir-salario-de-datena-saiba-quanto-ele-ganha/>>. Acesso em: 07 dez. 2015.).

2 ROTINA DE PRODUÇÃO E LEGITIMAÇÃO DA NOTÍCIA

“Considerar determinado evento um fato ou não é algo que depende muito menos das ocorrências do dia que do contexto de trabalho desses profissionais, isto é, ainda que o termo ‘fato’ possa ser aplicado a qualquer ocorrência, no contexto de trabalho desses profissionais ele tem uma significação bastante específica, ligada, em primeiro lugar, à sua própria rotina de trabalho.”

Alexandre Bergamo (Reportagem, memória e história no jornalismo brasileiro)

Neste capítulo procurarei abordar o âmbito da produção da notícia no telejornalismo policial. Da complexidade das condições de produção, dificilmente abarcadas por uma pesquisa apenas, sobretudo por uma na qual o foco não é apenas o universo profissional, procurarei enfatizar alguns aspectos que me parecem ser decisivos na constituição daquilo que será a mensagem do telejornal, conforme apreendida por seus telespectadores entre os quais realizei parte desta pesquisa.

Tenho a ambição de atender apenas parcialmente uma recomendação como a de BECKER (1993), segundo a qual:

Ver organizacionalmente representações de conhecimento sobre a sociedade significa incorporar à análise todos os aspectos das organizações nas quais elas são feitas: estruturas burocráticas, orçamentos, códigos profissionais, características e aptidões do público são todos aspectos que marcam o falar sobre a sociedade. (BECKER, 1993, p. 138)

Ao mesmo tempo, julgo importante acompanhar o processo de elaboração dos programas e, sobretudo, do produto principal do jornalismo, a notícia, uma vez que, conhecendo as “escolhas” dos produtores, conhece-se o porquê de seus produtos serem como são. Na rotina profissional, conformados pelo *habitus* jornalístico, esses

trabalhadores decidem como proceder para fazer representações, observando o que é possível, lógico, exequível e desejável, dadas as condições sob as quais estão fazendo e

as pessoas para quem estão fazendo. (BECKER, 1993, p. 138).

Limitações enfrentadas na efetivação da pesquisa impediram-me de investigar *in loco* as realidades de produção dos programas que estão no foco principal das análises empreendidas neste trabalho. De todo modo, as condições de possibilidade dos discursos de Marcelo Rezende e Datena na televisão são dadas por um conjunto de fatores estruturais que acredito poderem ser encontrados com variações pontuais em toda a atividade jornalística no meio. Um desses fatores tem a ver com o próprio formato do produto televisivo do qual fazem parte, formato esse cuja manutenção depende das demandas da audiência presumida dos programas, conforme procurei mostrar em capítulo anterior. Outros, mais específicos da rotina do ofício, serão explicitados em um breve estudo de caso escrito a partir de etnografia feita por mim na redação do telejornal policial local *Alterosa em Alerta*, em Juiz de Fora, durante o mês de abril de 2015. Claro que há muitas especificidades que diferenciam o telejornal local dos telejornais de alcance nacional de que venho tratando, seja no que tange às emissoras nas quais são produzidos, à quantidade de recursos financeiros envolvidos, ao alcance geográfico dos programas etc. Entretanto, acredito que, no que diz respeito ao aspecto dos telejornais policiais que investigo – qual seja: a consolidação e propagação de discursos conservadores - algumas constrições como, por exemplo, o relacionamento dos jornalistas com suas fontes prioritárias, podem ser comuns, *ceteris paribus*, tanto nas realidades dos telejornais produzidos para as grandes redes, a partir de São Paulo, como na pequena redação de um telejornal local produzido em Juiz de Fora, com alcance apenas regional.

Meu interesse não é o de dizer que tudo se dá exatamente da mesma forma nas diferentes realidades, de modo que o conhecimento de uma delas nos permita fazer quaisquer inferências sem maior rigor. Friso as similaridades naquilo que importa para este trabalho, conforme espero deixar claro no decorrer do texto. Acredito que, nesses termos, e sustentado na leitura de considerável referência bibliográfica de pesquisas sobre o assunto, é possível detectarmos homologias estruturais que autorizam a comparação controlada e, assim, induções justificadas. A realidade de produção do telejornal em Juiz de

Fora é particular, mas tem utilidade heurística por corresponder a um “caso particular do possível” (BOURDIEU, 1996b) ⁵⁵. O que temos com o Alterosa em Alerta é um exemplo da reprodução desse formato de programa em toda a televisão comercial aberta brasileira, independentemente do alcance geográfico.

Ademais, acredito que a importância da investigação feita a partir do interior da linha de produção de um programa local se liga também no fato de que mesmo os produtores desse telejornal, bem como muitos de seus telespectadores, o concebem como algo que compartilha as mesmas características gerais de forma e conteúdo dos telejornais policiais “nacionais”. No universo simbólico de quem faz o programa diariamente e no de quem o assiste, Alterosa em Alerta, Cidade Alerta e Brasil Urgente ocupam lugares homólogos. É apropriado dizer que os programas fazem parte de um mesmo “gênero” e, assim, estabelecem em grande medida um mesmo tipo de vínculo ou um mesmo “contrato de leitura” (VERÓN, 1985) com seus telespectadores.

Há no âmbito tanto da emissão como da recepção um entendimento tácito sobre o que se esperar do programa. É claro que, uma vez que se trata de uma atividade social extremamente complexa, grande parte da recepção dos programas é imprevisível. De qualquer forma, não é exagero afirmar, seguindo Becker, que

Os produtores esperam que elementos padronizados tenham efeitos padronizados, de modo que os consumidores de representações feitas com esses elementos responderão de maneiras padronizadas. (BECKER, 1993, p.142).

Essa expectativa de previsibilidade é necessidade mínima para um produto de mercado. Para se investir em determinado programa, parte-se de formatos mais ou menos estabelecidos e, conseqüentemente, do que se espera que a audiência aceitará desses formatos. O conhecimento prévio do que “funcionou” no passado, como constitutivo do saber prático da profissão,

⁵⁵ Para uma instigante análise, feita a partir das realidades próprias - mas também homólogas - de dois telejornais policiais famosos na Bahia (estado da federação com grande quantidade de telejornais policiais locais, e também onde se multiplicam de maneira expressiva os programas policiais também no rádio e na internet), cf. CCDC *et al.*, 2011.

combinado com o conhecimento dos anseios do público a ser atingido, sondado por meio de pesquisas administrativas, determina o que se produzirá.

O entendimento mútuo a respeito do que está em jogo no processo comunicacional é constituído a partir da experiência de produção e consumo de determinado formato ao longo do tempo, mas não há concordância irrestrita por parte dos envolvidos no processo. Esse “acordo” sobre o gênero não implica perfeita coincidência, por exemplo, em relação à nomenclatura adotada. Dificilmente se diria que *Brasil Urgente*, *Cidade Alerta* ou *Alterosa em Alerta* são, para exagerar, telenovelas ou programas de auditório. Mas encontrei entre seus telespectadores quem os classificasse como “programas”, simplesmente, já que ali há elementos de humor e um investimento maior nas opiniões dos âncoras, guardando-se a categoria “telejornal” para os produtos mais “tradicionais”, como o *Jornal Nacional*, o *Jornal da Band* ou o *Jornal da Record*, por exemplo⁵⁶. Há diferentes apropriações, que variam culturalmente. Essas, no entanto, não devem ofuscar a confluência entre categorias de entendimento. Diferentes pessoas que assistem a um mesmo telejornal policial, mesmo que, se instadas a tal, o classifiquem dentro de rótulos diferentes, podem perceber ali um mesmo tipo de produto, a ocupar um mesmo lugar em seus universos simbólicos e a suprir as mesmas necessidades pessoais.

Partindo-se do pressuposto de que desempenham papéis semelhantes junto a seus telespectadores, é possível entendermos o telejornal policial *Alterosa em Alerta*, assim como as dezenas de outros programas congêneres existentes no Brasil, como sendo uma versão regional, com suas peculiaridades relacionadas, sobretudo, ao volume do investimento econômico e abrangência da cobertura, mas também pelo inevitável “sotaque local” mantido e alimentado internamente⁵⁷, dos programas policiais mais famosos

⁵⁶ Essas afirmações baseiam-se na pesquisa empírica que realizei junto a jovens telespectadores, conforme detalharei no Capítulo 4.

⁵⁷ Como bem destaca OLIVEIRA (2007), *Brasil Urgente* e *Cidade Alerta*, apesar de serem programas produzidos a partir de notícias majoritariamente provenientes da região da grande São Paulo – e de, neste sentido, serem em grande medida também jornais “locais” – apresentam-se como programas de cobertura nacional e até planetária, nos quais se noticia sobre “o que acontece no Brasil e no mundo” (trecho de fala frequentemente proferida por Datena ao início das edições do *Brasil Urgente* (*ibidem*)). Esse regionalismo com pretensões cosmopolitas evidentemente está atrelado à ambição do meio televisivo de se atingir o maior público possível (a maior audiência possível), mesmo que os eventos reportados não tenham ocorrido em contextos geográficos de experiência próxima aos sujeitos receptores.

das redes nacionais. É conscientemente reprodutor de um formato que tem sido percebido pelo sucesso experimentado no interior telejornalismo contemporâneo⁵⁸.

Sendo assim, na exposição que farei a seguir, espero conseguir destacar elementos da rotina de produção do telejornal policial Alterosa em Alerta que expliquem forma, conteúdo e tom das abordagens comuns no gênero. Pretendo expor especificamente o funcionamento de um mecanismo através do qual, devido a necessidades inerentes e outras circunstanciais da prática profissional dos jornalistas que trabalham na confecção desses programas, as visões de mundo das “instituições da ordem” (CALDEIRA, 2003, p. 10) são incorporadas nas notícias e nos discursos dos apresentadores. É o que veremos.

2.1 Construção e legitimação da notícia no telejornalismo policial

Neste tópico fundamento-me empiricamente em uma etnografia realizada na redação do telejornal policial Alterosa em Alerta. O programa é transmitido de segunda a sábado, às 11h40, com cerca de 45 minutos de duração⁵⁹, pela TV Alterosa, emissora localizada em Juiz de Fora e integrante de rede homônima que opera no estado de Minas Gerais, retransmitindo a programação nacional do SBT, mesclada com produções próprias. Outras emissoras da Rede Alterosa apresentam suas versões do Alterosa em Alerta para as “praças” respectivas⁶⁰. O programa cuja redação frequentei atinge com sinal “aberto” as regiões da Zona da Mata e Campo das Vertentes. Existe

⁵⁸ Em entrevistas que realizei com a editora-chefe e com o editor de imagens do Alterosa em Alerta, ambos, responsáveis pela definição do que vai ao ar no telejornal, declararam assistir aos programas Brasil Urgente e Cidade Alerta para captarem “o que está sendo feito” em termos de linguagem e estilo nestes principais representantes do gênero no Brasil (FERREIRA, 2015; LUCHIN, 2015).

⁵⁹ O horário de término tem pequenas variações durante a semana. Afirmções válidas no mês de dezembro de 2015.

⁶⁰ As outras “praças” são Belo Horizonte (sede da Rede, produz-se ali alguns programas que são transmitidos para todo o estado), Divinópolis (abarca a região Centro-Oeste de Minas Gerais), Varginha (alcança a região Sul Minas) e Governador Valadares (atinge cidades do “leste” do estado: norte da Zona da Mata, Rio Doce e Jequitinhonha/Mucuri). (As Regiões Administrativas do estado de Minas Gerais estão citadas aqui de acordo com a nomenclatura oficial. Fonte: <<https://www.mg.gov.br>>.)

desde 2012 e experimenta relativo sucesso regional, conforme pode constatar, seja a partir do retorno dado por telespectadores, através de mensagens pela internet, ligando para a emissora ou mesmo indo pessoalmente à redação, seja pelos frequentes rituais de consagração – premiações e comparecimentos em cerimônias promovidas por instituições comerciais locais - dos quais o apresentador do programa tem feito parte na condição de agraciado.

Além da observação participante, baseei-me em entrevistas semiestruturadas realizadas com membros da equipe de produção, na análise de forma e conteúdo de edições do programa e no acompanhamento da atividade recente nas páginas do *Facebook* relacionadas ao telejornal e a seu apresentador.

Procurarei percorrer aqui o trajeto da notícia, da factualidade da ocorrência à sua veiculação feita ao vivo pelo apresentador. Busco nesse percurso compreender a participação de diferentes atores, em grande parte determinadas pelas restrições estruturais advindas da localização em posições específicas do espaço social, na definição da notícia, esse tipo de representação recebida em muitos contextos como a versão mais legítima da “realidade”.

O principal produto do trabalho jornalístico é a notícia. Como atividade socialmente constituída, a notícia é fruto de “complexo processo que começa com as sistemáticas distribuição e seleção de eventos e tópicos de acordo com um conjunto socialmente construído de categorias” (HALL *et al.*, 1978, p. 53). Parte dessas categorias - formas sociais de classificação, condicionadoras do próprio entendimento, no sentido forte dado por DURKHEIM & MAUSS (1981) - é de origem socioprofissional. Adotada essa perspectiva, devemos de antemão partir do corolário óbvio de que não há nada intrinsecamente noticiável em um evento (McDOUGALL, *in* HALL *et al.*, *loc. cit.*).

A notícia tem a ver com a própria rotina organizacional das empresas jornalísticas, no interior das quais os jornalistas precisam lidar com a regularidade da produção. Nesse aspecto, entram em questão a escassez do tempo, a centralidade do evento mais recente, a busca do “furo”, a procura da “novidade”, que leva muitas vezes a se dispensar o trabalho de apuração mais

demorado, o qual atrapalharia a imediata divulgação do acontecimento, a facilidade de acesso a informações - e principalmente a imagens, em se tratando de TV - tidas por representativas, a disponibilidade de recursos humanos e de infraestrutura, organização da força de trabalho, refletida nos cargos e atribuições (produção, editorias, divididas por “áreas de abrangência” dos assuntos etc.), a apreendida possibilidade lógica de enquadramento do evento dentro de um fluxo narrativo, a ética profissional, a linha editorial do veículo, os impedimentos legais vigentes e a presunção de desejabilidade da audiência, implicitamente “pactuada” a partir do “contrato” firmado entre programa e “audiência presumida” (*‘assumed’ audience* – HALL *et al.*, 1978, p. 54) ⁶¹.

A rotina de produção de um telejornal segue, no geral, um padrão de busca pelo fato de presumível maior alcance possível, dentro do escopo de eventos ocorridos também o mais recentemente possível. O alcance é frequentemente garantido com a veiculação de eventos de características extraordinárias, capazes de serem pelo menos mentalmente vivenciáveis pelo telespectador imaginado, em linguagem acessível e com recursos de formato capazes de tornar agradável a experiência de assistir à narração e, assim, manter a fruição do que se assiste. Esses recursos estão materializados nas falas, roupas e gestos dos repórteres e apresentadores, na “clareza”, representatividade e espetacularidade da imagem (uma “boa” imagem é importantíssimo, como se diz no meio), na disposição das notícias no decorrer do programa (“paginação”), nos recursos técnicos de filmagem, sonorização, inserção de legendas etc.

A característica mais visível, e igualmente determinante da rotina de trabalho dos jornalistas, é a preocupação com a escassez do tempo. Os fatos a serem noticiados precisam ser os mais atuais possíveis, sob pena de se perder o “furo” para a concorrência – o que implicaria não obter as vantagens simbólicas e eminentemente práticas, junto aos concorrentes (BOURDIEU, 1997) e, sobretudo, relativamente à capacidade de despertar interesse e

⁶¹ Para um maior desenvolvimento do conceito de “audiência presumida”, em trabalho que, contudo, não cita Stuart Hall, cf. VIZEU, 2005.

fidelidade da audiência. Sendo assim, a urgência do trabalho de apuração, edição e veiculação é uma constante dificilmente negligenciável nesse universo profissional. Faz parte do dia a dia da redação um ritmo frenético, aparentemente caótico, de repórteres que chegam com notícias, telefones que não param de tocar, rápidas negociações entre membros das equipes de reportagem, produção e edição⁶² a respeito do que deve ou não ser feito para compor o produto que irá ao ar dentro de pouco tempo, atendimento a demandas externas, seja de “fontes”, convidados “especialistas”, pessoas querendo sugerir matérias, “denunciar” problemas que enfrentam em seu dia a dia e que imaginam poderem ser resolvidos pela equipe do telejornal, monitoramento de mensagens de telespectadores e de “fontes” através da internet e do telefone celular, troca de mensagens com membros da equipe de redação de outras emissoras da Rede etc. Toda essa atividade culmina na elaboração do programa, a qual, em muitos aspectos, continua durante a própria apresentação, ao vivo, e que só termina, pelo menos no que toca àquela edição específica, quando o telejornal acaba.

A agitação do trabalho, determinada pela dependência da “novidade” e consequente necessidade de monitoramento do tempo, é comumente encarada como parte dos “desafios” da profissão, do que a torna, mesmo que cansativa, prazerosa para aqueles que a executam. Muito frequentemente ouvi do editor de imagem do Alterosa em Alerta, que quase sempre montava as matérias poucos minutos antes ou mesmo enquanto eram transmitidas, declarações como a que se segue:

⁶² Há consideráveis variações locais na distribuição dessas atividades principais do trabalho realizado em uma Redação, a dependerem das realidades de cada empresa. A possibilidade de indução do raciocínio que faço neste texto para a compreensão de combinações específicas existentes em outras realidades que não aquela que investiguei empiricamente é dada pela homologia estrutural, que, no escopo do interesse e objetivo analítico desenvolvidos neste trabalho, se mantém. A divisão que apresento das atribuições principais do ofício jornalístico no interior de uma redação tem a pretensão apenas de corresponder a uma estrutura geral que pode ser encontrada, com maior ou menor especialização de funções, no interior de todas as empresas jornalísticas. Para uma apresentação mais detalhada dessa estrutura, a partir de pesquisa feita no início da década de 90 do século XX em uma empresa de maior porte, cf. TRAVANCAS, 1993.

Aqui a coisa é muito louca mesmo... muito corrida. Mas hoje está um dia até tranquilo. A correria é normal. Está dentro do controle. É louca, mas controlada. (FERREIRA, 2015⁶³).

(Falando, enquanto transforma um conjunto fragmentado de vídeos e fotos em uma matéria de cerca de 10 segundos, que irá ao ar em cerca de 1 minuto!)

As limitações impostas pelo tempo mantêm elevado o nível de adrenalina e aparecem frequentemente vinculadas à autoimagem de heroísmo e à valorização de uma ética do trabalho entre os jornalistas. Representação corrente no meio estabelece o trabalho árduo como característica distintiva do bom desempenho do ofício que exercem.

A equipe que produz o telejornal é relativamente pequena, de forma que não há rígida divisão do trabalho. A pouca especialização, expressa como virtude em frases do tipo “Aqui todo mundo faz um pouco de tudo!”, decorre dos limitados investimentos feitos pelos executivos da empresa em um telejornal de alcance apenas regional, de conteúdo composto principalmente por notícias de criminalidade e com audiência estimada composta por pessoas de baixo poder aquisitivo, quesitos que, combinados, tornam o programa pouco atraente para grandes anunciantes e, portanto, relativamente pouco rentável. Limitados recursos materiais e humanos exigem matérias de baixo custo de produção, mas que tenham grande aceitação pela audiência-alvo do programa. As notícias policiais cumprem muito bem essa dupla função.

2.2 Como os “fatos” chegam à redação

As fontes que informam sobre “novidades” que se tornarão notícias são basicamente órgãos públicos de manutenção da ordem (polícias e bombeiros), prefeituras e câmaras municipais, de Juiz de Fora e de cidades da região de cobertura da emissora⁶⁴, bem como demais órgãos oficiais estatais. São

⁶³ Editor de imagem do programa Alterosa em Alerta, em depoimento que ouvi, na sala de edição de imagem da TV Alterosa – Juiz de Fora, durante a pesquisa.

⁶⁴ A TV Alterosa Juiz de Fora alcança oficialmente um total de 132 municípios, que abrigam em conjunto uma população de aproximadamente dois milhões de habitantes. Não era incomum ouvir das pessoas, no interior da redação, como ênfase argumentativa da importância e “sucesso” do trabalho que fazem, o fato de que “Falamos para mais de dois milhões de pessoas!”.

também relevantes os próprios membros da equipe – sobretudo repórteres -, que sugerem fatos a partir de experiências pessoais interpretadas como representativas de algo que caiba na linha editorial do programa, e denúncias feitas por telespectadores – que costumam enxergar no telejornal e na emissora uma via para solução de problemas, nem sempre claramente discernidos dentre esses o que seriam conflitos pessoais ou problemas de interesse público.

O acompanhamento junto às fontes policiais, seja para obtenção da notícia “nova”, seja para acompanhar o andamento de eventos já noticiados, dá-se por meio da “ronda” (protocolo de telefonemas rotineiros, feitos por várias vezes ao dia, pela equipe de produção) e, também, com cada vez mais intensidade, através da troca de mensagens no aplicativo *WhatsApp*⁶⁵. Pelos *smartphones* pessoais e os da empresa, constantemente conectados ao aplicativo, dentro do qual se vinculam grupos de trocas de mensagem criados pela administração de repartições da polícia militar, civil, florestal, federal, rodoviária federal, corpo de bombeiros, guarda municipal etc., além de grupos criados e administrados no interior da própria equipe de redação, chegam informações sobre “ocorrências”, reportadas diretamente por agentes policiais em trabalho. Há também grupos pelos quais se recebem mensagens de repórteres que estão nas ruas à procura de eventos noticiáveis e o grupo através do qual telespectadores, que ficam conhecendo o número de celular para contato no decorrer do programa, enviam “casos” possivelmente noticiáveis e demandam notícias⁶⁶.

Possibilidades de notícias também chegam via *Facebook*, através dos “perfis” da emissora, do programa e do apresentador – nesse último caso, em

⁶⁵ Programa para *smartphone*, por meio do qual é possível se compartilhar, em tempo real, texto, voz, foto e vídeo.

⁶⁶ A maior parte da interação entre telespectadores que enviam mensagens e a equipe do programa, entretanto, não se dá pela sugestão e apuração de pautas. É constituída em sua quase totalidade pela troca de elogios, cumprimentos e pedidos dos telespectadores para que se mostrem ao vivo fotos enviadas por eles, em reação ao espaço estrategicamente dado pelo programa a esse tipo de comunicação. A interatividade, entendida no interior da redação (conforme ouvi em depoimento pessoal da editora-chefe (LUCHIN, 2015)) como necessidade do atual modelo de jornalismo, e concebida em alguns trabalhos acadêmicos como indicativa da perda de inocência do receptor, configura-se, nesse exemplo, como inocentes trocas de saudações em rede.

claro sintoma da relação de pessoalidade que se estabelece entre a figura cuja imagem aparece na televisão e o telespectador. Faz parte do trabalho cotidiano na Redação acompanhar o que chega por esses meios. Isso envolve tanto a leitura de mensagens propriamente ditas, enviadas por telespectadores e por informantes privilegiados, funcionários dos órgãos referidos acima, além do acompanhamento do que é publicado em outras páginas onde se possa encontrar algo noticiável no programa⁶⁷.

Há também, em menor quantidade, membros de demais órgãos públicos e privados, que se dirigem à emissora, além de telespectadores que ligam ou vão pessoalmente ao prédio da emissora oferecerem e demandarem notícias. Ainda em menor monta, há notícias que chagam prontas das outras emissoras da Rede e outras obtidas pelo acompanhamento ininterrupto do que é divulgado nas emissoras concorrentes⁶⁸.

Das fontes mencionadas, as policiais destacam-se pela frequência, acessibilidade e percepção entre os jornalistas da inerente noticiabilidade dos eventos reportados. Pela frequência, porque as fontes de informação são fixas, constantes, e parecem conceber a divulgação de suas ações como parte constitutiva de seu ofício. Em um universo compreendido por uma população de cerca de dois milhões de habitantes, a maior parte desses residentes em áreas urbanas, há intensa e diversificada atividade social, de modo que o tempo todo chegam aos perfis nas “redes sociais” mantidos pela equipe de redação relatos de apreensões de armas e de drogas, prisões, roubos e furtos, perseguições, assassinatos etc., restando aos jornalistas as tarefas de

⁶⁷ Uma página no *Facebook* muito utilizada como referência para assuntos de repercussão local, similares aos que são veiculados no programa, é o “perfil” Juiz de Fora da Depressão. Exemplar desse tipo de “jornalismo amador” que tem sido possibilitado em grande escala pelo massivo acesso à internet via telefonia móvel, há na página intensa atividade, levada a cabo por milhares de “amigos”. A partir de publicação de algum frequentador da página, relatando dificuldade que tenha enfrentado na utilização de um serviço público ou privado, seja “denunciando” a existência de um buraco em via pública do bairro onde mora ou mesmo uma possível situação de maus tratos a animais etc., inscrevem-se quase que instantaneamente dezenas de comentários de leitores. A constatação dessa intensa atividade de telespectadores potenciais, aliada à possibilidade de se obter, a baixíssimo custo, indicações de fatos noticiáveis, torna a referida página, além de fonte, uma espécie de laboratório para se “testar” o que dá ou não repercussão e, portanto, o que deve ou não se tornar notícia no telejornal diário.

⁶⁸ Como é de costume em ambientes do tipo, havia, em lugar de ampla visibilidade na sala de redação, um televisor permanentemente sintonizado na TV Integração, afiliada regional da Rede Globo e principal emissora concorrente local.

selecionar, “apurar” e divulgar. A acessibilidade aos “fatos”, à “apuração” do ocorrido e suas decorrências no âmbito legal são facilmente viabilizadas através da atuação de “informantes” privilegiados nos interiores desses órgãos.

Agentes policiais que têm acesso mais imediato, mesmo pessoal, às ocorrências e que ocupam relativa posição de comando no baixo escalão – refiro-me especialmente a cabos e sargentos – veem com bons olhos a abordagem do programa – que é tido por eles como valorizador do trabalho que executam - e, assim, chegam a desenvolver relação de cumplicidade com a equipe e até de amizade pessoal com alguns jornalistas. Isso ocorre de maneira destacada em relação ao apresentador, pessoa que afinal de contas é concebida como o porta-voz do programa e da emissora, e cujas opiniões pessoais são percebidas pela audiência como sendo coincidentes com as expressas na atuação enquanto personagem televisivo⁶⁹.

A noticiabilidade, conjunto de categorias do entendimento nativas, em grande medida inconscientes, que estabelecem os critérios definidores do que “rende matéria” ou não, é garantida pela extraordinariedade dos “fatos”, o principal “valor-notícia”⁷⁰ em jogo (HALL *et al.*, 1978). A ocorrência de crimes, acidentes, perseguições e apreensões, mesmo que cotidianas, são extraordinárias por definição; são impactantes; logo, são concebidas como passíveis de manterem a atenção da audiência e, assim, são tidas por noticiáveis. Essas afirmações são perfeitamente válidas para os telejornais de alcance nacional analisados neste trabalho, como poderá ser mais bem atestado pela leitura do Capítulo 3.

2.3 A reprodução do discurso oficial da fonte

Há instituições que, no simples ato de reportarem suas atividades, geram grande quantidade de material concebido como útil no interior do universo

⁶⁹ Cf. depoimento de policial, apresentado no tópico a seguir.

⁷⁰ De acordo com McQUAIL (2003, p. 345), “Um valor-notícia é, essencialmente, um certo atributo do acontecimento noticioso, pensado pelos jornalistas como tendo potencial para transformar os factos numa ‘história’ interessante para a audiência, ou algo que lhe dê uma relevância apelativa.”

jornalístico. Conforme esbocei acima, a polícia é uma dessas instituições. No jornalismo policial, a intimidade entre fontes e jornalistas é tão grande que, de meras gentilezas e trocas de favores, chega-se mesmo a se desenvolver uma sintonia cognitiva. Tornando analítica parte da memória etnográfica de Robert Darnton, fruto de sua experiência pessoal como repórter policial no jornal *The New York Times*, na década de 1960, podemos dizer que a interdependência gera uma relação de “simbiose” entre jornalistas e polícia, a qual leva os primeiros a mesmo inconscientemente adotarem a própria “concepção de crime dos tiras” (DARNTON, 1990, p. 83). Da relação de cumplicidade com as fontes policiais, claramente advinda das mútuas facilidades práticas e simbólicas acima descritas, resulta a necessária incorporação do ponto de vista policial pelos jornalistas que produzem programas policiais⁷¹. A cobertura jornalística, como decorrência da urgência, que impossibilita o aprofundamento, tanto na apuração como na apresentação, além da quase exclusividade das fontes rentáveis, torna-se reprodutora do um discurso emanado das “instituições da ordem”.

A polícia é apresentada como corpo de profissionais responsáveis por eliminar o mal da sociedade. Nessa condição, são vistos como heróis abnegados, pois, apesar de ganharem pouco e conviverem com o perigo, desempenham seu trabalho com bastante êxito (uma vez que, claro, apenas as ações exitosas, do ponto de vista da polícia, são noticiadas; dificilmente se noticiaria o fato de um infrator escapar, por descuido ou imperícia do agente da polícia, por exemplo, ou de um inocente ser alvejado por confusão do policial atirador etc. Casos como esses acontecem, sob o ponto de vista estatístico certamente são até extraordinários, mas não entram na pauta). São eles que apreendem drogas e armas, que prendem bandidos, que conscientizam os cidadãos a respeito de regras de segurança necessárias para o bem-viver em sociedade, que mantêm a ordem, que impõem aos malfeitores desejáveis punições prévias, antes de estes ingressarem – e a despeito do que vier a ser feito posteriormente - no âmbito do sistema penal legal.

⁷¹ Independentemente da crença pessoal que os jornalistas possam vir a ter nos pontos de vista que veiculam, é bom que se diga desde já.

Do ponto de vista dos jornalistas, fruto da posição objetiva que ocupam nessa relação de produção enquanto produtores profissionais de representações (WACQUANT, 2013), a incorporação da perspectiva da polícia é também uma condição para a manutenção de boas relações com a principal fonte da matéria prima a ser manufaturada para se tornar produto vendável aos telespectadores. Além disso, essa perspectiva tem considerável aceitação no universo ocupado pela audiência presumida do programa, uma vez que o discurso veiculado é feito em linguagem coloquial, próxima da empregada pelas pessoas que comumente assistem, os temas são próximos, pois ocorrem quando não em bairros periféricos, envolvendo, como algozes ou vítimas, pessoas residentes nesses locais. Esses fatores coadunam-se na obtenção de audiência potencialmente consumidora, objetivo primordial da empresa, que é articulado na *illusio* (BOURDIEU, 1989, p. 82) do campo jornalístico por meio do valor “credibilidade”, característica moralmente almejada para o produto da atividade jornalística, e “fidelidade” - termo oriundo do meio publicitário, diz sobre a relação com o telespectador que, supostamente, gosta porque confia no programa.

2.4 A “motivação da tropa”

Frequentemente vi policiais militares irem à Redação, durante todo o dia, sugerirem notícias, relatarem o andamento de determinado “caso”, darem “depoimentos”, esclarecerem detalhes de resultados de operações, de modo a afinarem juntamente à editoria a melhor maneira de abordar determinado fato noticioso envolvendo a ação policial. Igualmente comum é a vinculação e participação de policiais nos movimentados perfis da emissora e, sobretudo, do âncora do programa, no *Facebook*⁷². O apresentador publica fotos em que posa junto de policiais, capturadas nos momentos em que o jornalista fazia sua “ronda” pessoal nas repartições policiais, durante a madrugada, à procura de notícias “quentes”, em “primeira mão”. Policiais comentam sempre amistosamente sob as fotos, seja para brincar em relação ao conteúdo da

⁷² Tive acesso exclusivamente às áreas de acesso “público” desses perfis, visíveis a qualquer um a partir de simples cadastro no *Facebook*.

imagem, saudar pessoas ali retratadas, agradecer a “parceria”, elogiar o apresentador por seu desempenho no papel, enfim, expressar um conjunto de sentimentos que revelam uma relação de coleguismo e, por que não, de cumplicidade, conforme mencionei acima.

O apresentador, durante todos os programas, manda “abraços” para soldados, cabos e sargentos da polícia militar, sempre se referindo a essas pessoas por meio de apelidos e/ou epítetos amistosos, denotadores de proximidade pessoal, como, por exemplo: “meu amigo, cabo X” ou o “nosso querido sargento Y, o homem do coturno mais engraxado da cidade”. Lembra e promete, ao vivo, visitas às delegacias e até às casas dos policiais, a fim de “tomarem um café”, “comerem aquela feijoada”, “fazerem um churrasquinho no fim de semana”. Da mesma maneira, publica em seu perfil no *Facebook* fotos - que receberão rapidamente dezenas de comentários afáveis - capturadas durante esses momentos de confraternização junto aos policiais, estando estes trajados para o desempenho de seus ofícios ou à paisana.

Os policiais constituem inclusive um elemento importante do próprio público (DARNTON, 1990, p. 83) uma vez que, além de fontes, compõem parte considerável da audiência. Grande número dos “amigos” do perfil do programa, no *Facebook*, bem como do perfil pessoal de seu apresentador, mostram-se como policiais⁷³ (seja em atividade ou aposentados) ou como pessoas que alegam serem seus familiares, amigos e/ou admiradores. São frequentes, sob publicações feitas originalmente nos perfis do apresentador e do programa, comentários de policiais e seus simpatizantes ativos, em tom de agradecimento e cumplicidade. No exemplo abaixo, o comentário foi bem explícito da relação que me interessa tornar evidente aqui. O apresentador publica uma foto em

⁷³ Prefiro essa alegação indireta, feita a partir das identidades exibidas no *Facebook* no momento da pesquisa. Como afirmo acima, visualizei somente as áreas “públicas”, disponíveis nos perfis dos “amigos” do programa, de seu apresentador e da emissora. Ou seja, tive acesso apenas àquelas telas cuja visualização exige não mais que o prévio cadastro no sistema. Minha argumentação é feita com base nessas informações. Apesar de que, no limite das possibilidades de criatividade inventiva e até simulatória às quais o relativo anonimato na rede pode levar, muita gente possa estar simplesmente mentindo, creio ser dificilmente concebível o fato de que parte considerável dos perfis que acessei seja de pessoas que se passam por policiais, sem sê-lo de fato. De qualquer forma, mesmo se a situação inversa fosse a verdadeira, já haveria nessa espécie de esquizofrenia coletiva um fato social igualmente relevante para o argumento aqui desenvolvido.

que aparece em primeiro plano, na posição de quem segura a câmera para enquadrar a si mesmo e aos demais, secundado por quatro policiais fardados, três deles com as mãos para trás (em posição militar de descanso), o outro com as mãos baixas ao lado da cintura, todos discretamente sorridentes, posando para a fotografia, cientes e aparentemente coniventes com aquela atividade; mais ao fundo, há diversas viaturas da polícia militar. (Os textos serão reproduzidos da exata maneira em que estão escritos):

[Legenda, escrita pelo apresentador:] Na DG agora a pouco com o Sgt. Luís⁷⁴ e sua equipe, droga e uma granada de gás apreendida, não perca no Alerta!!

[Comentário de um “amigo”:] Parabéns. Sou seu fã. Vc com seus comentários no programa esta motivando a tropa, e isso é muito bom. Reformei e fui. Dá um abraço na Maria e no José⁷⁵ eles me conhecem da ROTAM⁷⁶ muito bem.

Existe, como é possível depreender da leitura desses e de outros comentários, uma clara relação de cumplicidade, em que, por um lado, o apresentador demonstra ter trânsito fácil junto ao corpo policial – sobretudo entre praças (soldados, cabos e sargentos), que estão mais frequentemente envolvidos com as atividades ostensivas nas ruas e que também compõem a classe social na qual se situa a audiência modal do programa –, familiaridade “espontânea” com o vocabulário nativo (mostrada na utilização “natural” da sigla “DG”, correspondente à delegacia), além de estar pessoalmente comprometido com a divulgação do ocorrido, uma vez que está fazendo a apuração por conta própria, enquanto consolida e tece novas relações pessoais. Por outro lado há a fala do próprio policial, representativa de uma coletividade, que assiste ao programa e se sente valorizado ao ver serem divulgadas ali, em tom positivo, algumas das ações da “tropa”. Gosta dos comentários do apresentador, que costuma apresentar a notícia do crime sob o ponto de vista da polícia (“A polícia apreendeu...”; “Bandidos presos no

⁷⁴ Nome fictício. Sempre que houver nome pessoal nas citações, procederei dessa maneira. A única exceção ocorrerá com o nome do apresentador, uma vez que nesse caso se trata de “figura pública” midiática.

⁷⁵ “Maria” é uma das atuais e mais constantes repórteres do programa; por isso, é bem conhecida entre os telespectadores. “José” é jornalista, cinegrafista. Atualmente compõe com “Maria” uma das duas equipes de reportagem fixas do programa.

⁷⁶ ROTAM - Ronda Ostensiva Tática Metropolitana é unidade operacional da Polícia Militar de Minas Gerais.

bairro...”, “Suspeito de roubo segue foragido...”), indignar-se e analisar o narrado, julgando a situação a partir de polarizações entre “certos” e “errados”, “bons” e “maus”, “cidadãos de bem” e “bandidos”, costuradas por máximas de cunho moralizador que quase sempre culminam em uma “lição” ao final. Além disso, o policial demonstra e reclama para si relativa amizade com membros da equipe de produção do programa, ao saudá-los por intermédio do apresentador. A mensagem do policial parece subentender que ele tem com essas pessoas uma relação pessoal, alimentada por afabilidades mútuas, e atestadora da confiança também mútua.

Policiais veem-se no programa, aparecendo como heróis que estão contribuindo para eliminar “o mal”, que estão a realizar seu trabalho de maneira produtiva – uma vez que as notícias, espécies de relatório seletivo do que fora realizado com êxito e do que está sendo realizado com empenho, são muitas e seguem um fluxo ininterrupto de novidades rotineiras⁷⁷. A valorização de seu trabalho, que lhes auferir inegáveis ganhos simbólicos em seu relacionamento com uma parcela da população, faz com que continuem com muita boa vontade alimentando de “fatos” noticiáveis os jornalistas, profissionais estruturalmente ávidos por essa matéria-prima.

⁷⁷ Com a aparente contradição quero enfatizar o fato de que a busca pelo extraordinário, característica fundamental da atividade de produção da notícia (HALL *et al.*, 1978), tem inevitavelmente que enfrentar o problema da rotinização desse extraordinário. Estratégias do telejornalismo policial, como a dramatização, as tentativas de “reconstituição” do crime pelos repórteres e as *performances* enérgicas dos apresentadores servem para tentar impor atratividade a notícias recorrentes que, sem essas técnicas, soariam monótonas.

Figura 1: O apresentador Valmir Rodrigues e a cobertura das ações policiais no programa Alterosa em Alerta



Fonte: Edições do programa Alterosa em Alerta assistidas no período considerado neste trabalho.

2.5 “Ajudando a limpar a cidade”

Das notícias veiculadas nas edições do Alterosa em Alerta aqui analisadas, uma das que geraram mais celeuma entre os jornalistas na Redação, durante o período que lá estive, dizia respeito à prisão pela Polícia Civil de um suspeito de ter roubado 19 *tablets* em uma escola estadual localizada em um bairro pobre de Juiz de Fora⁷⁸. Na reportagem são entrevistados, dentro das dependências de uma delegacia da Polícia Civil, o referido suspeito e outro homem, quem supostamente havia interceptado e revendido alguns dos objetos furtados, recebidos por ele como pagamento de uma dívida. Narra-se que duas mulheres, tendo inocentemente comprado os *tablets* do interceptador, procuraram a Polícia Civil. Uma delas haveria alegado tê-lo feito assim que descobriu, ao assistir à edição do dia anterior daquele telejornal, que o objeto recém-adquirido era fruto de atividade criminosa. Com a

⁷⁸ A notícia motivou o esforço de realizarem uma matéria com 2,5 minutos de duração, o que só acontece para assuntos considerados de grande destaque. Foi apresentada, na íntegra, também na edição noturna do programa e retomada, acrescida de “novas informações”, no dia seguinte.

eventualidade de tal acontecimento, duplamente legitimador do valorado alcance de audiência e da defendida atividade de “prestação de serviços” feita pelo telejornal, nada mais eficaz em termos de convencimento do telespectador que a declaração pessoal da própria “benfeitora”. E assim prossegue a notícia, com a voz e silhueta de uma mulher, que fala por trás de um vidro fosco. A pessoa afirma o que a repórter, com ênfase na parte em que se menciona a emissora, acabara de anunciar no “off”:

(Alterosa em Alerta, 25/06/2015):

[...] com o jornal da Alterosa mesmo [referindo-se ao Alterosa em Alerta] [...] que a gente ficou sabendo... A gente viu a reportagem lá, com o Valmir⁷⁹ falando. [Então] A gente resolveu voluntariamente ir até a delegacia e entregar [...] devolver, né.

A notícia cujo trecho expus acima ilustra perfeitamente a maneira como os agentes envolvidos na produção do programa querem que seu produto seja representado: um telejornal comprometido com a população, o que implicaria estar preocupado com a manutenção da ordem; um trabalho que, em decorrência dessa virtude, é reconhecido e valorizado pelo público.

É muito frequente nos discursos conscientemente expressos através das edições do telejornal o fato de que o trabalho ali desenvolvido caracteriza-se pelo acompanhamento do desfecho das denúncias, contribuindo, assim, para a solução de problemas enfrentados por pessoas que vivem em situações de classe equivalentes às da audiência modal do programa. Essa representação, cuidadosamente construída e mantida no âmbito da emissão, parece ser em grande medida compartilhada no universo da recepção. Em vários comentários vinculados a fotos do apresentador junto de policiais, leem-se variações de mensagens como a que segue: “Ótima parceria. Vocês estão ajudando a limpar a cidade.” Em outra foto, dentre muitas outras em que figura ao lado de policiais, viaturas, dependências e/ou logotipos das polícias, o apresentador aparece em uma rua escura, vestindo casaco com insígnia de emissora, e novamente situado em primeiro plano. Ao fundo da imagem há viaturas estacionadas em frente ao que parece ser uma delegacia:

⁷⁹ Apresentador do Alterosa em Alerta.

[Legenda:] Hj de madrugada na delegacia, chopada fechada no [bairro] Jóquei, homicídio no [bairro] Sta Cruz, daqui a pouco as 19:20 no Alerta de sábado!!

[Comentário de uma “amiga”:] É isso aí, larga o aço⁸⁰, o trabalho de vcs junto com a polícia militar estão de parabéns

Em mais um exemplo vemos a familiaridade do jornalista com o universo simbólico policial. A legenda é similar a um rotineiro relatório de atividades, feito por quem está no desempenho do ofício, em texto muito próximo do que poderia ter sido escrito por um agente policial. A divulgação prévia feita a partir do lugar em que a ocorrência fora oficialmente registrada é separada apenas por uma vírgula do convite aos telespectadores para que assistam ao programa. No comentário, a telespectadora confirma o gosto pelo programa, ao inclusive repetir um bordão do apresentador, e parabeniza equipe jornalística e Polícia Militar pelo trabalho que fazem, supostamente em conjunto. É recorrente por parte dos telespectadores, como se depreende da leitura de comentários equivalentes a esse, a ideia de que há uma louvável relação de parceria entre polícia e programa no combate ao crime. O apresentador e os demais membros da equipe (estes, interlocutores invisíveis, também transformados em personagens a partir das menções feitas ao vivo pelo apresentador), a própria emissora – concebida como entidade portadora de uma virtude, tornada impessoal, de um conjunto de pessoas de boa índole - e os policiais são vistos como que estando empenhados na prisão dos criminosos e na conseqüente eliminação do “mal que assola a sociedade”.

Todo esse *feedback* é conhecido e levado em consideração pelos produtores do telejornal policial para a definição do que deverá ser mantido ou eliminado do programa.

⁸⁰ “Larga o aço” é bordão do apresentador. Expressão aparentemente oriunda do meio policial, é usada também por outros apresentadores de telejornais policiais (cf., p. ex., Wagner Montes, apresentador da edição carioca do programa Balanço Geral, da Rede Record: <<https://www.youtube.com/watch?v=VhUI1m0QJPA>>. Acesso em 06/07/2015). É equivalente a imperativos como “Manda bala”, “Metete o dedo”, “Senta fogo” etc. e quer dizer “Atire com arma de fogo!”.

2.6 “Já passou da hora de as autoridades tomarem uma providência!”⁸¹

Neste tópico, a partir da realidade de produção e do conteúdo do telejornal Alterosa em Alerta, introduzo análise de mecanismo que será abordado em maiores detalhes no Capítulo 4, qual seja, a fluida passagem, no discurso emanado do interior do telejornalismo policial contemporâneo, da crítica ao comportamento desviante à crítica aos políticos, responsabilizando-se os últimos em grande medida até pelos primeiros.

Como procurei desenvolver no capítulo anterior, é característica distintiva do formato telejornalismo policial, concebida na fonte produtora como estratégia para que o produto seja apreciado pelo público, o julgamento dos fatos noticiados, feito pelo apresentador. E o julgamento é feito com mais intensidade quando diz respeito a questões morais, seguindo uma estrutura de “apelo ao consenso”, na feliz formulação de HALL *et al.* (1978, p. 56). A narração da notícia propriamente dita, a apresentação do “fato”, feita, em práticas jornalísticas tidas por mais legítimas no interior do campo (designemo-las “jornalismo tradicional”, “jornalismo nacional/internacional”, “jornalismo de qualidade” ou “jornalismo padrão”, em oposição ao que seria “jornalismo espetáculo”, “popular”, “de sensações”, “sensacionalista”⁸² etc.⁸³) sob o esforço declarado de se alcançar a maior economia de análise e julgamento possível, no telejornal policial fundamenta-se nas opiniões dos apresentadores, as quais

⁸¹ Essa frase, diferentemente daquelas utilizadas nos títulos de outras seções deste capítulo, não é uma citação de fala ou texto específicos. Trata-se, na verdade, de uma tentativa de síntese um pouco mais formal, representativa de locuções muito recorrentes no universo simbólico em análise.

⁸² A pecha de “sensacionalista” (muito utilizada para se referir a esse tipo de produto da indústria cultural, que optei por denominar, de maneira mais descritiva, telejornalismo policial) é uma daquelas categorias difamatórias que ganharam *status* de evidência no universo das pesquisas sobre jornalismo (cf. um esforço para precisar os limites do “conceito” em AMARAL, 2005). Fruto das estratégias discursivas para imposição de uma visão de jornalismo legítimo, está fortemente associada à crítica elitista aos produtos da indústria cultural e a tentativas recorrentes de discernir produtos de “alta cultura” dos de “baixa cultura” (BERGAMO, 2006). Exemplo dessa crítica elitista, direcionada especificamente para o estudo do telejornalismo policial, pode ser encontrado em ROMÃO (2013). AMARAL (*op. cit.*) afirma suspeitar “do poder explicativo do conceito [sic] de sensacionalismo na atualidade” (*ibidem*, p. 2). Eu prefiro negar a essa categoria difamatória nativa o próprio estatuto de conceito.

⁸³ A maior parte dessas classificações decorre de uma tentativa mais ou menos implícita de distinção impingida pelos classificadores, que veem com apreço algo que seria representativo de um gosto elevado, em oposição à vulgaridade das preferências das “classes populares” (BERGAMO, *op. cit.*).

costumam preencher quase a totalidade do tempo da apresentação do programa. Um mesmo acontecimento, apresentável em uma sentença curta, é afirmado, reafirmado, invertido em sua ordem sintática, com ênfases cambiantes, retomado, realimentado com muitos adjetivos, dramatizado, em cada detalhe, comparado com casos semelhantes, em busca do fácil entendimento do público, com ênfase no julgamento moral, sob apelo a presumíveis valores universais, consubstanciados nas figuras de autoridade dos apresentadores e, frequentemente, confirmados por demais “empreendedores morais” (BECKER, 2008) que compõem o elenco de personagens do programa. Fazem-se reconstituições dramatúrgicas dos eventos, rememoram-se casos parecidos, recolhem-se depoimentos com impressões pessoais dos envolvidos, pareceres profissionais de representantes de instâncias estatais, de advogados, dos repórteres que elaboraram a matéria e de outros membros da equipe de produção do programa, construindo-se, por meio da edição, um cenário discursivo que será resumido e julgado, de maneira caracteristicamente enérgica, em tom de indignação, pelo apresentador.

Essas características estilísticas, presentes com maior intensidade em todos os programas que poderíamos enquadrar no formato telejornalismo policial, além de justificarem-se comercialmente para a empresa, dada a atestada aprovação da audiência, estão também associadas ao entendimento nativo de que o público deve ser tutelado, educado, orientado, cognitivamente auxiliado no ato de refletir e se indignar com os problemas do mundo, como procurei mostrar no capítulo anterior.

Acompanhemos a seguir um comentário do apresentador, ritualmente proferido após a notícia sobre o roubo dos *tablets*, mencionada acima. Essas falas são elucidativas do fenômeno que pretendo destacar:

(Alterosa em Alerta, 25/06/2015)

[A notícia termina. Passa-se a exibir o apresentador, que começa sua interpretação e julgamento do que se acabara de assistir:]

[...] o cabra fala, na cara dura, que foi lá pra ver se arrumava alguma coisa pra roubar mesmo... Não tem vergonha na cara de falar uma coisa dessa. A verdade é essa. Por quê? O cara

vai numa escola pública porque sabe que ali são pessoas que frequentam que têm um baixo poder aquisitivo... Nesse país não se leva em consideração de forma nenhuma a educação. Se levasse a educação à sério nesse país, [em] um crime como esse o cabra não tinha nem... É inafiançável... É inafiançável invadir... tirar a oportunidade de crianças que querem melhorar... Não tem nada... não se dá nada nesse país.

A fala transcrita, até então, seguia em tom de indignação, apenas. Daqui em diante, é acrescentada notável dose de ironia:

Aliás, por falar nisso... a [presidenta] Dilma... eu gostei do discurso dela... é a mandioca... a mandioca é uma das maiores conquistas desse país. É uma coisa fantástica! A mandioca é fantástica! Viva a mandioca! [...] aí a mandioca continua entrando... na história... vou te contar... mais uma vez a mandioca aparece aí. A mandioca veio para os pobres alunos dessa escola... que estão [sem os tablets]...

O formato é o que se lê: apresenta-se a notícia, que é seguida do comentário opinativo do apresentador. Haveria inúmeros exemplos a serem utilizados, mas o trecho transcrito ilustra bem a recorrente transição, na estrutura da argumentação, de uma crítica moral ao indivíduo transgressor à crítica difusa aos “políticos” – assim, generalizadamente, ou personificados, como neste exemplo, em que se faz referência à presidenta da República⁸⁴ -, fundamentadas na defesa dos presumíveis interesses dos que têm “baixo poder aquisitivo”. A crítica ao caráter individual do sujeito que havia roubado os objetos em uma escola pública (o “cabra”, que “não tem vergonha na cara”), liga-se à análise de cunho mais coletivo, onde se argumenta que “nesse país não se leva em consideração [...] a educação”, caso contrário, um crime desses seria considerado, por lei, “inafiançável”. Por um momento é acionado, no plano retórico, como que para legitimar a revolta de maneira mais decisiva, a imagem verbal daquelas que teriam sido as vítimas mais diretas do crime: as crianças pobres “que querem melhorar” e das quais estava sendo retirada,

⁸⁴ No dia anterior a presidenta Dilma Rousseff havia feito um discurso na cerimônia de abertura dos Jogos Mundiais dos Povos Indígenas. Em determinado momento da fala protocolar, louvara a importância do tubérculo mandioca como bem natural brasileiro, importância essa que seria comparável à de outros bens alimentares “que foram essenciais para o desenvolvimento de toda a civilização humana ao longo dos séculos” (Fonte: vídeo com trecho do pronunciamento. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/videos/t/edicoes/v/dilma-sauda-mandioca-em-evento-no-rio-de-janeiro/4274453/>>. Acesso em: 8 jul. 2015.). O trecho da fala foi quase que instantaneamente recortado e passou a circular nas redes sociais da internet, normalmente associado a críticas *ad hominem* à presidenta.

através de atividade criminosa, uma “oportunidade”. E se repete a crítica de praxe à impunidade: “não se dá nada nesse país”.

A análise feita pelo apresentador ganha ares de ironia crescente ao transitar para a crítica à Presidenta. A menção à mandioca, tubérculo cuja imagem é comumente evocada com conotação fálica, torna-se ponto de partida para a insinuação sarcástica de que as crianças pobres do colégio assaltado estariam sendo prejudicadas, enquanto Dilma fazia discursos de louvação ao dito produto agrícola “civilizador”. Ao mesmo tempo em que a fala da Presidenta teria algo de supérfluo (afinal de contas, enquanto pessoas inocentes continuam sendo prejudicadas, vítimas da criminalidade, a ocupante do mais alto cargo político do país preocupa-se com algo tão... trivial), ela esconderia, subliminarmente, um conteúdo sádico. Isso porque o objeto de reconhecida potencialidade fálica, louvado pela “líder da nação”, representaria simbolicamente o objeto da tortura imposta aos “pobres alunos dessa escola”.

Figura 2: Apresentador do Alterosa em Alerta comentando o roubo dos *tablets*.



Fonte: Edições do programa Alterosa em Alerta assistidas no período considerado neste trabalho.

A partir da posição de denúncia, cobrança e crítica ao poder público, quase sempre personificado na figura de políticos, cria-se um indiscutível inimigo comum. Já a polícia, “em sua maior parte composta por gente honesta e trabalhadora”, em formulação valorativa comum de se ouvir sendo proferida pelo apresentador, continua fazendo seu heroico trabalho, e o “povo”, sempre interpretado como vítima das circunstâncias, é visto como aquele que continua

levando a pior. Eis um mecanismo resultante da incorporação, no âmbito das rotinas produtivas do telejornalismo policial, da visão de mundo da polícia por parte dos jornalistas, visão de mundo esta que vem mais explicitamente à tona nos julgamentos feitos pelo apresentador. No capítulo seguinte, procuro detalhar um pouco mais o “texto” e a estrutura dos telejornais policiais, mostrando que esse mecanismo retórico está presente também nos julgamentos de Datena e Marcelo Rezende.

Da confluência de interesse da empresa (volume de audiência potencialmente consumidora), valores jornalísticos (que estabelecem a “credibilidade” do “público” como atributo pretensamente atestador da qualidade técnica e moral do trabalho que fazem), limitações materiais vivenciadas pela equipe de redação (facilidade de acesso às fontes, associada à escassez de recursos para produção), perspectiva das “instituições da ordem” (desejosas de reconhecimento e valorização por seu trabalho), anseios civis dos telespectadores (acometidos pela falta de condições de acesso ao mínimo bem estar social, devido à precária condição de classe), generalizada atribuição ao “poder público” - e, na versão personalizada, mais comumente ouvida, na generalizada culpabilização dos políticos - por todos os males que afligem as pessoas, surge a notícia. Mais que isso, desse conjunto de fatores principais, estruturalmente operantes, resulta a eficácia simbólica – isto é, o poder de fazer ver e, portanto, de fazer existir (BOURDIEU, 1996, p. 95) - das notícias veiculadas nesse formato de telejornalismo massivamente presente no *menu* da indústria cultural brasileira contemporânea.

3 ANÁLISE DO TEXTO

“[...] os discursos que circulam nessas trocas [simbólicas], como em um jogo, produzem não apenas signos a serem interpretados (textos), mas signos carregados de valor, de riqueza e de autoridade representados por aqueles que os pronunciam no interior de certas instituições.”

Liráucio Girardi Jr. (Pierre Bourdieu: questões de sociologia e comunicação)

Meu intento neste capítulo é destacar a estrutura geral da apresentação das notícias e comentários dos apresentadores sobre elas nos telejornais policiais. Apesar de me basear no conteúdo de determinadas edições dos programas Brasil Urgente e Cidade Alerta, dando maior ênfase aos elementos discursivos contidos no próprio texto, por assim dizer, do que nos gestos, sons, cenários, recursos gráficos, imagens etc.⁸⁵, procuro encarar esse texto a partir de uma análise socio-lógica, considerando-o não como uma entidade com vida própria e de sentido em si mesma, mas sim como produto das condições sócio-históricas que estabelecem a posição dos agentes envolvidos em um campo de disputa pela definição dos significados, algo que venho tentando desenvolver já desde o capítulo inicial. Nesta empreitada de apreensão desessencializada do discurso, sigo de perto a crítica de Bourdieu, para quem

Não existe ciência do discurso considerado em si mesmo e por si mesmo; as propriedades formais das obras desvelam seu sentido somente quando referidas às condições sociais de sua produção – ou seja, às posições ocupadas por seus autores no campo de produção – e, por outro lado, ao mercado para o qual foram produzidas (que não é outra coisa senão o próprio campo de produção) e, eventualmente, aos mercados sucessivos de recepção de tais obras. (BOURDIEU, 1996a, p. 129)

Além de explicitar as posições de onde emanam os discursos, o que tentei fazer no primeiro e segundo capítulos, a análise dos programas, feita

⁸⁵ Para uma análise pormenorizada desses elementos que aqui trato de maneira secundária, bem como dos recursos técnicos utilizados nesses programas, cf. OLIVEIRA, 2007.

pelo próprio pesquisador, também faz parte da estratégia metodológica que envolverá, em outro momento, o acompanhamento da recepção dos discursos entre pessoas que se declaram telespectadores de Brasil Urgente, Cidade Alerta e/ou congêneres. Minha intenção é a de explicitar uma ideia, com a qual compactuo, de que há apropriações diferenciadas de uma mesma mensagem televisiva. A abordagem que faço dos elementos dos programas, situados, dentro das condições que os tornam possíveis, é delimitada pelas leituras que já fiz, por minhas ambições intelectuais com a pesquisa, e pelo recorte que dou ao trabalho de construção do objeto. Certamente – e aqui farei uma afirmação que, no contexto da argumentação desenvolvida, soa bem trivial, mas que é desconsiderada na prática de muitos intelectuais avessos às “massas” - as apropriações feitas entre as pessoas que compõem a amostra do universo em que investigo certamente não correspondem à análise que os especialistas acadêmicos, ou mesmo especialistas jornalistas, fariam. Um exemplo dessa possibilidade de diferentes apropriações está na própria definição do Cidade Alerta enquanto “telejornal”. Utilizo essa definição neste trabalho e a levei em consideração na elaboração do questionário (APÊNDICE A) que me possibilitou fazer uma primeira aproximação do campo, como desenvolverei melhor no capítulo posterior. Notei que, na questão de resposta livre sobre qual telejornal a que costumavam assistir, derivada de uma resposta anterior em que declararam assistir à TV, a quase totalidade dos respondentes que mencionaram telejornais da TV aberta referiu-se a exemplares de formatos tradicionais, tidos por mais sérios, informativos e imparciais, como o Jornal Nacional ou Jornal Hoje, da Rede Globo, ou o Jornal da Record. Esse resultado contrariou minhas expectativas, criadas pela leitura das pesquisas de opinião mencionadas na Introdução (BRASIL, 2014; BRASIL, 2015; F.P.A., 2013) bem como pelos resultados de pesquisas de audiência apresentadas pelas próprias emissoras em concorrência, de ver muitas menções explícitas ao Cidade Alerta, Brasil Urgente, Balanço Geral e congêneres, como telejornais mais assistidos. Foi só a partir de algumas entrevistas semiestruturadas que pude perceber que não é comum, dentro do universo pesquisado, conceber programas desse tipo como sendo telejornais. Para as pessoas com as quais

eu interagia, eles são muito frequentemente entendidos como programas de variedades, nos quais há notícias, mas há também “histórias”⁸⁶ e comédia⁸⁷, elementos que os desqualificam como programas jornalísticos *stricto sensu*. Este é um pequeno exemplo de como uma questão aparentemente clara, de conteúdo bastante denotativo, incapaz de gerar interpretações diversas, pode ser, de fato, analítica demais e supor um compartilhamento de significados entre pesquisador e pesquisado, compartilhamento esse que, na verdade, não se dá facilmente.

A partir da sondagem entre membros e potenciais membros da audiência desses programas, selecionei temas específicos e identifiquei momentos dos programas onde esses temas são tratados, procurando correspondências entre anseios declarados da audiência, abordagens, discursos e atitudes dos apresentadores. Para além de opiniões conscientes, identifiquei o compartilhamento de um mesmo sistema de pensamento que subjaz as formulações sobre quaisquer temas por parte das pessoas envolvidas. O objetivo, para a consecução do qual essa estratégia foi seguida, é compreender, a partir de investigação empírica, o processo de comunicação que possibilita a constituição de representações vigentes em determinada coletividade.

Na sequência, selecionarei alguns trechos dos programas a que assisti e que considerarei especialmente representativos do que há de mais frequente em termos de conteúdo e forma, a partir do referencial mencionado acima. Sendo assim, o recorte feito aqui é inevitavelmente parcial, não abrange detalhadamente todos os tipos de assuntos tratados nos programas, nem as diferenças específicas que existem nas *performances* dos apresentadores. A

⁸⁶ Marcelo Rezende costuma destacar como seu diferencial no campo profissional em que atua a virtude de ser um bom “contador de histórias” (cf., p. ex., documentário sobre o apresentador, disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Hjg6m8fk-Vc>> Acesso em: 03 dez. 2015). Esse valor autoimputado pelo apresentador está, portanto, em consonância com uma percepção comum, compartilhada entre os que o assistem.

⁸⁷ Nossos personagens em questão são objetos de muitas paródias feitas por comediantes profissionais, bem como por telespectadores “desconhecidos”, por todo o país. O próprio Marcelo Rezende, por exemplo, costuma destacar que o aspecto cômico de sua atuação é em grande parte uma estratégia, inicialmente elaborada por ele aos poucos aceita pela direção do programa, para amenizar um pouco a atmosfera de tensão, medo e horror criada pela sequência de matérias sobre violência.

seleção é explicada não tanto pela maior frequência relativa de cada um dos elementos na composição de todos os programas exibidos durante determinado intervalo de tempo, mas pela ligação do que foi tratado nos programas com o que aparentemente “ficou” deles, como pude identificar a partir da pesquisa juntamente aos reais e potenciais telespectadores.

Valendo-me dos vídeos disponibilizados nos *sites* das emissoras produtoras⁸⁸, nas páginas oficiais dos programas no *Facebook*, bem como de gravações que eu mesmo fiz a partir das transmissões originais ocorridas no período de junho a novembro de 2015, procurei em todo esse conteúdo momentos que fossem pertinentes para os interesses deste trabalho. Das muitas horas de gravação assistidas, uma inevitável seleção foi feita, norteadas pelo que quero evidenciar aqui.

Os programas *Brasil Urgente* e *Cidade Alerta* são transmitidos, respectivamente, pelas emissoras de TV Band e Record, para todo o território nacional⁸⁹. São concorrentes, de segunda a sábado, ocupando mais ou menos a mesma faixa de horário ao final da tarde⁹⁰. Ambos têm expressivas três horas de duração, aproximadamente, de segunda a sexta-feira, e cerca de uma hora

⁸⁸ No período analisado, Band e Record disponibilizavam nos *sites* dos programas as íntegras das matérias divulgadas, diariamente. Apenas em alguns casos também os comentários dos apresentadores, ritualmente feitos depois de cada matéria, são disponibilizados. Desconheço a razão alegada para a última prática por parte das emissoras, mas suponho que tenha a ver com os próprios conteúdos polêmicos das falas dos apresentadores, falas essas que poderiam, se mantidas no ar, causar ainda mais ações judiciais contra as emissoras e contra os próprios apresentadores. Muitas edições completas, bem como trechos específicos de ambos os programas, são gravados e postados por telespectadores “anônimos” em *sites* de compartilhamento de vídeos. Ademais, ao final de junho de 2015, a Record passou a disponibilizar a totalidade de sua programação – o que inclui, claro, as edições nacionais completas do *Cidade Alerta* – para acesso pago *on demand* no *Youtube*. Vali-me de todo esse material, na medida do possível.

⁸⁹ Há estados cujas emissoras locais, retransmissoras da Rede Record, têm suas edições regionais dos programas, as quais, nestes casos, dividem os horários com a edição nacional. Tanto em Juiz de Fora como em Ewbank da Câmara, municípios onde moram os jovens entre os quais estudei a recepção a esses programas, conforme analisarei no próximo capítulo, as versões nacionais, tanto do *Cidade Alerta* como do *Brasil Urgente*, eram transmitidas na íntegra, no período de realização desta pesquisa.

⁹⁰ Atualmente *Brasil Urgente* tem começado às 16h15, todos os dias em que é transmitido. *Cidade Alerta* começa às 16h45, de segunda a sexta-feira e às 17h20, aos sábados. (Informação válida para novembro de 2015. Esses horários de início dos programas variam bastante ao longo do tempo, em decorrência das estratégias de composição das grades de programação, sempre em função das flutuações percebidas nos índices de audiência.).

e meia aos sábados, quando as grades das emissoras são um pouco mais variadas.

Atualmente apresentado por José Luiz Datena⁹¹, jornalista cinquentenário, cuja carreira teve origem na cobertura esportiva, no rádio, o programa Brasil Urgente existe ininterruptamente desde 2001. Apresentado por Marcelo Rezende⁹², de 64 anos, que também iniciou a carreira no jornalismo esportivo, na imprensa escrita, a versão nacional do Cidade Alerta foi transmitida inicialmente de 1995 a 2005, pela Record. Foi retomada pela emissora durante três meses, em meados de 2011, quando inclusive chegou a ser apresentada por Datena, e voltou a ser transmitida em 2012, ininterruptamente até o momento.

Os programas são divididos em blocos, nos intervalos nos quais são exibidas propagandas comerciais aparentemente direcionadas a um público consumidor bastante variado e, além dessas e com maior frequência relativa, anúncios dos próprios programas que compõem as grades das emissoras, em correspondência com mecanismo de autopromoção que analisei no Capítulo 1. Há ações de *merchandising* no interior dos programas. Nessas ações, normalmente se anunciam remédios, farmácias, tratamentos e planos de saúde, o que evidencia o direcionamento específico para determinada faixa etária acima de 50 anos, de acordo com os critérios de classificação usados nas pesquisas de mercado. Há um direcionamento prioritário dos anunciantes para essa faixa etária, portanto, mas há grande número de jovens que assistem a esses programas, nem que seja acompanhando seus avós, situação que pude constatar durante a realização da pesquisa de recepção.

As informações acima são úteis para se compreender melhor as condições de veiculação dos discursos no interior dos programas policiais, bem como para se ter uma ideia do público ao qual são direcionados os textos que examinarei a seguir.

⁹¹ Em ocasionais ausências de seu âncora principal, o programa é comandado por outros apresentadores. Entre os substitutos possíveis figura o próprio filho de Datena, Joel Datena.

⁹² Em ocasionais ausências de seu âncora principal, o programa é comandado por outros apresentadores.

As denominadas “matérias”, correspondentes aos vídeos que são disponibilizados nos *sítes* dos programas, normalmente envolvem a narração feita pelo(a) repórter, acompanhada das imagens disponíveis e às vezes da “reconstituição do crime”; se somadas, ocupam pequena parcela na duração total dos programas. A maior parte do tempo é ocupada pelos comentários dos apresentadores⁹³. Enquanto narram o ocorrido, julgam os envolvidos e articulam o ocorrido com um contexto mais amplo, sempre buscando vítimas e culpados, os apresentadores valem-se da incansável repetição de trechos dos vídeos das matérias, sobretudo quando esses vídeos contêm imagens “impressionantes”. Os comentários são feitos enquanto se têm ao fundo imagens que se repetem indefinidamente.

Os apresentadores ocupam posição destacada na tela. Ficam de pé, sem a tradicional bancada que ainda é utilizada nos telejornais “tradicionais”, em frente às telas nas quais são mostrados trechos que querem destacar a partir das matérias exibidas. A linguagem é bastante coloquial, reservando o jargão jornalístico de maneira mais evidente para as “cabeças de matéria”⁹⁴ e para os repórteres, que precisam atender ao quesito da concisão, uma vez que desempenham a função de apenas relatar a matéria a ser apreciada pelo apresentador, este sim detentor de ampla autoridade enunciativa. O tom de conversa é evidente estratégia para conseguir proximidade com o público. Os apresentadores narram as notícias e compartilham com os telespectadores, como em um bate papo entre conhecidos⁹⁵, suas impressões sobre o que veem e pensam. Há nítido cuidado em explicar aos telespectadores de maneira

⁹³ A mim não importa neste trabalho, faz-se mister reiterar, se as opiniões expressas pelos apresentadores no desempenho de seus ofícios em frente às câmeras correspondem àquilo em que os indivíduos por trás dessas personagens “realmente” acreditam etc. Interessam-me apenas os conteúdos dos discursos proferidos pelas personagens e a repercussão desses discursos junto à audiência.

⁹⁴ Cabeça de matéria é termo utilizado no jornalismo. Corresponde à introdução, lida pelo apresentador, do assunto a ser tratado na matéria feita pelo repórter. Trata-se de um dos poucos momentos em que o apresentador de telejornal policial lê algo durante o programa. A maior parte da atuação, preenchida pelos comentários, é feita de maneira “livre”, contando no máximo com as indicações da direção do programa e com a participação dos comentaristas, fixos e eventuais. Mesmo essa leitura inicial costuma ser aproximada da fala cotidiana pelos apresentadores.

⁹⁵ Tanto Datena como Marcelo Rezende dirigem-se aos telespectadores valendo-se de expressões como “Meus amigos e minhas amigas...”, “Meu senhor e minha senhora...”, “Caros amigos e amigas da Band...”, “A você que me assiste...”, “Pensa comigo...”.

a mais didática possível os eventos narrados e em analisar as notícias; uma preocupação em fazer-se entender, que também é uma preocupação em agradar. As constantes retomadas dos assuntos explicitam bem essa intenção.

Todo o cenário parece ser pensado mesmo para destacar as figuras dos apresentadores, o que corrobora a afirmação a respeito da centralidade que os discursos que emitem têm durante todo o telejornal, conforme tenho procurado defender. Não é exagero dizer: o que temos no telejornalismo policial são horas de manifestações de juízos por parte dos apresentadores, inspirados pelos elementos contidos nos poucos casos exemplares narrados a partir das notícias. Os casos, em grande medida, sobretudo por culminarem na “lição” aprendida com seu desfecho, como se pode dizer da função desempenhada pelos comentários ao final das matérias, parecem ter interesse apenas enquanto servem de mote para as *performances* judiciosas dos apresentadores. Estes reúnem em si as virtudes didatismo, fluência no discurso e capacidade de se indignar em nome dos valores presumidamente compartilhados com os telespectadores.

Figura 3: Imagens capturadas de edições dos programas Brasil Urgente e Cidade Alerta.

(Na coluna à esquerda, Datena, no Brasil Urgente; à direita, Marcelo Rezende, a apresentar o Cidade Alerta.)



Fonte: Edições dos programas, assistidas no período considerado neste trabalho.

Figura 4: Especialistas ajudam a dar autoridade aos discursos dos apresentadores.

(À esquerda, Datena, acompanhado dos deputados estaduais de São Paulo “Delegado Olim” – delegado da Polícia Civil de São Paulo, ao centro da imagem – e “Coronel Telhada” – coronel da Reserva da Polícia Militar do estado de São Paulo, à direita. Na coluna da direita, Marcelo Rezende junto de Percival de Souza, sentado, figura que é ao mesmo tempo legitimadora das opiniões e mote para inserções humorísticas do apresentador.)



Fonte: Edições dos programas, assistidas no período considerado neste trabalho.

3.1 Comentários e julgamentos dos âncoras

Feito esse introito, passarei à apresentação e análise de alguns trechos das falas de Datena e Marcelo Rezende, escolhidas de acordo com que os conteúdos me pareceram estar em consonância com aquilo que também encontrei no âmbito da recepção.

De que exatamente tratam as matérias exibidas nos telejornais policiais? No Cidade Alerta, tratam de assassinatos por traição entre casais, casos de pedofilia, sobretudo dentro das próprias famílias, conflitos entre celebridades ou aspirantes a celebridades amplamente conhecidas pela audiência modal dos programas, casos de emagrecimento forçado que terminaram mal, casos de erros médicos envolvendo a busca por um corpo perfeito, instantes espetaculares captados em vídeos que circulam na internet, muitos crimes passionais, filhos que matam pais, pais que matam filhos, marido traído que mata mulher ou vice-versa, brigas de trânsito, casos de abuso sexual, muitas notícias envolvendo sexo, casal que briga e o homem divulga fotos íntimas da ex-namorada na internet, prisões por tráfico de drogas e apreensão de grandes quantidades de drogas, armas, celulares, dinheiro etc. As matérias mais frequentemente veiculadas no Brasil Urgente tratam de todos esses temas, mas também cobrem enchentes na cidade de São Paulo e região circunvizinha, congestionamentos de trânsito nessas localidades, entrevistas ao vivo com o Secretários de Segurança Pública da cidade de São Paulo, delegados(as), advogados(as), promotores(as) de justiça, chefes de polícia, políticos etc., muitas entrevistas com vítimas de acidentes, de assaltos, pessoas que protagonizaram notícias reportadas em programas anteriores, acidentes de trânsito, incêndios, resgates, enfim, um conjunto de eventos que envolvem mais diretamente a coletividade, relativamente ao Cidade Alerta, cujo tema mais recorrente é a violência em âmbito familiar. No Brasil Urgente se noticiam os crimes e a política de segurança; há mais notícias sobre o que acontece nas ruas da cidade enquanto espaço de circulação pública. A urbe aqui é cenário e também personagem. Há mais notícias de abuso policial e, igualmente, sobre mortes de policiais em ação. Há mais matérias produzidas a partir de estatísticas oficiais. Matérias sobre problemas de circulação nas vias públicas, manifestações (protestos de policiais, protestos contra governantes, protestos

pedindo punição a criminosos que foram notícias no programa – “Que seja feita justiça!”), reivindicações de parcelas da população, impressões sobre andamento de investigações, relações entre casos de homicídio etc.

Nos dois programas, as matérias em si raramente ultrapassam dois minutos e meio e são apresentadas dentro de uma estrutura mais ou menos fixa, seguindo uma mesma ordem - excetuando-se as notícias decorrentes da cobertura ao vivo, como a que narrarei mais abaixo, em que o caráter de relativa imprevisibilidade subverte um pouco essa estrutura. Os casos começam a ser apresentados na leitura, pelo apresentador, da “cabeça” da notícia. No caso de Marcelo Rezende, há uma flexibilização já na leitura da “cabeça”. O apresentador, em vez de ler, costuma “contar a história” – conforme expressão diletta do próprio apresentador - dar uma prévia do que virá na sequência, procurando envolver o telespectador no drama a partir da sugestão de pistas que serão detalhadas e reiteradamente retomadas no decorrer da narrativa. Com fotos das pessoas envolvidas expostas nas telas que compõem os cenários dos programas, apresentam uma “sinopse” do caso e introduzem a matéria. É comum haver comentários já nessa introdução, como uma prévia do julgamento que vai ser detalhado depois da exibição da matéria. À “cabeça” segue a matéria propriamente dita: exhibe-se um vídeo previamente gravado, que pode conter uma simulação dramática encenada por atores⁹⁶, com a voz em *off* do próprio apresentador e/ou do(a) repórter, previamente gravada em estúdio. Na dramatização repete-se mais detalhadamente a história narrada na introdução. Há pelo menos uma “passagem” do(a) repórter – momento em que ele(a) aparece no vídeo para “assinar” a matéria, mostrar que o que está sendo exibido é fruto de um trabalho de apuração (o que parece contribuir para a “credibilidade” da emissão) ou mesmo momento em que o(a) repórter aparece simplesmente para preencher o vídeo, suprimindo falta de imagens para cobrir alguma “informação” -, com a qual se intercalam “sonoras” - quando se transmite o áudio ambiente, captado diretamente dos locais que estão sendo mostrados. O(a) repórter repete, novamente, o ocorrido, em estilo mais próximo do

⁹⁶ Esse recurso é explorado com muito maior frequência no Cidade Alerta.

telejornalismo tradicional, dá outros detalhes sobre o local do “crime”, o nome do “criminoso” e do presídio onde ele está naquele momento. Nesse momento entram trechos de falas das pessoas envolvidas, sejam na condição de vítimas, testemunhas, “autoridades”, “especialistas” e os próprios “criminosos”, que, já detidos, podem ser entrevistados de dentro das delegacias.

Terminado o vídeo com a matéria, volta-se a exibir o apresentador, que começa a comentar o que se assistiu. Para reiterar seus pontos de vista, os apresentadores normalmente contam com a participação ao vivo dos(as) repórteres que elaboraram a matéria - e que trazem “novos” elementos em relação ao ocorrido até o momento - e de comentaristas “especialistas” no assunto criminalidade, normalmente jornalistas veteranos na cobertura policial – como é o caso de Percival, simultaneamente comentarista e personagem cômica, escada⁹⁷ para as piadas de Marcelo Rezende.

Há muita repetição. Para ocupar o tempo do programa, a partir de informações e imagens finitas, às vezes escassas, e ao mesmo tempo envolver os telespectadores, é preciso repetir, recontar e, o que é muito importante, comentar. São os comentários que preenchem a quase totalidade dos programas. É quando os apresentadores assumem a autoridade a eles conferida pela posição que ocupam na estrutura do programa e ritualmente julgam os “fatos”.

Abaixo passarei a citar e analisar alguns trechos dos programas em questão, escolhidos de acordo com a maior representatividade que têm para meus propósitos neste trabalho.

Cabeça da matéria (Cidade Alerta, 02/06/2015):

[Marcelo Rezende:] *Estão distribuindo uns livros aqui... uns livros em escolas públicas... e esses livros que estão distribuindo em escolas **públicas** [com ênfase em “públicas”] podem virar, segundo a primeira impressão, propaganda sobre questões de sexualidade. Os livros estão sendo distribuídos em Guarulhos, a segunda maior cidade do estado de São Paulo, e a prefeitura de Guarulhos quer distribuir os tais livros de Educação Sexual... pra crianças de até onze anos, só que,*

⁹⁷ Termo usado na comédia teatral para se referir à personagem secundária que dá suporte para as piadas do protagonista, podendo servir também de alvo dessas piadas.

segundo reza a lenda [sendo visivelmente irônico], não é bem uma questão de educação sexual. Começa a abrir um leque, sem que se tenha um amparo... de que há uma didática certa para crianças de até onze anos de idade.

Comentário 1 (neste caso feito ainda antes de se exibir a matéria): [Marcelo Rezende, indignado] *Quer dizer... tanta coisa pro sujeito fazer na vida... tanta criança precisando ler um livro bom... o cara vai fazer um livro de sapeca-iaia⁹⁸ – é de sapeca-iaia, é!? [pergunta retórica para alguém da produção, sem esperar resposta]. Põe no Cidade!⁹⁹*

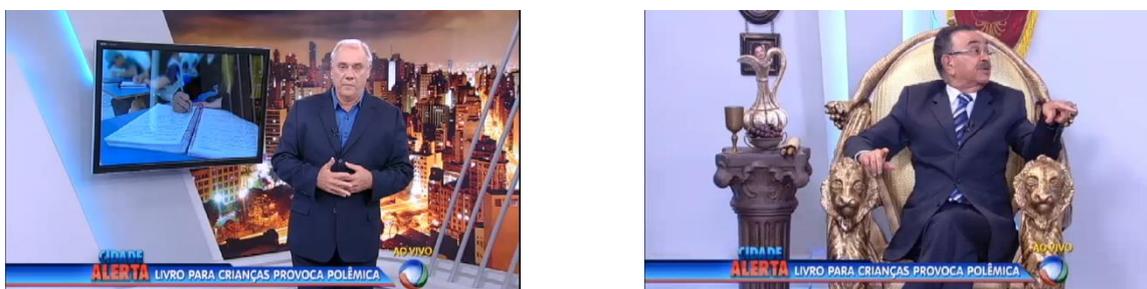
[Segue a matéria, na qual se ouvem uma psicopedagoga e dois vereadores do município de Guarulhos/SP a corroborarem a tese defendida pelo programa – contra a distribuição das supostas cartilhas de Educação Sexual. O “outro lado” é apresentado como sendo composto por baderneiros intransigentes, oriundos de movimentos LGBT e “coletivos feministas”. Conclui-se que “apesar das críticas”, o prefeito pretende implantar as cartilhas na rede municipal.]

Comentário 2: *Engraçado... tanta coisa na vida pro sujeito fazer... Sebastião? Qual era o nome do homem [do prefeito de Guarulhos]? Prefeito de Guarulhos, Sebastião... e tá lá, o homem do PT... Ele podia fazer uma cartilha pra explicar por que que em alguns lugares do partido dele por que que se mete tanto a mão no dinheiro. Ajudava muito talvez uma cartilha anti-Mensalão [...] né, já que ele tá tão preocupado em difundir uma série de coisas [...] eu acho que ele podia fazer: ‘olha, como não fazer Mensalão, livro número 1’; aí entra na área de Moral e Cívica: ‘número 2, como não deixar destruir a Petrobras’; ‘número 3, o que fazer com o dinheiro do BNDES...’ talvez [assim] ele fizesse algo melhor para a população [...] Eu, por mim, se o sujeito quiser subir no telhado e fazer sapeca-iaia no telhado [...] como se fosse uma gata no cio gritando, desde que não me acorde, pra mim tá tudo certo. Eu não me meto com a vida dos outros [...]. Mas eu acredito que essas coisas têm que ser natural, num momento de compreensão natural da vida. Não é goela abaixo de uma criança. [...] A família que prepara. A gente não interfere na família. [...] Isso é atalho e a vida não é feita de atalhos. [...] esses livros são atalhos... que envolvem corrupção [...]*

⁹⁸ Expressão jocosa, sempre utilizada por Marcelo Rezende para se referir ao ato sexual.

⁹⁹ Bordão do apresentador, proferido enquanto aponta para o grande televisor que compõe o cenário. É um comando para dar início ao vídeo.

Figura 5: Marcelo Rezende comenta notícia sobre as cartilhas de “Educação Sexual”. A opinião do apresentador é confirmada pelo “especialista” Percival - na imagem da direita.



Fonte: Edições dos programas, assistidas no período considerado neste trabalho.

Dos aproximadamente nove minutos de duração do assunto no programa, a matéria dura três minutos. O restante é preenchido pelos comentários cujos trechos citei acima. A estrutura do argumento é parecida com aquela que, no Capítulo 2, mostrei estar presente também nos comentários do apresentador do Alterosa em Alerta – Juiz de Fora, e na própria legitimação das notícias desse programa junto aos telespectadores. No caso anterior, tratava-se da crítica aos bandidos, que se tornava no curso do argumento uma crítica à presidenta da República. No caso de Marcelo Rezende, em consonância com o próprio enquadramento promovido pela matéria, da crítica a uma política pública considerada imoral pelo apresentador migra-se para a crítica ao partido do prefeito que teria proposto a política. Da crítica à ação imoral para a responsabilização dos políticos, indiscutíveis inimigos comuns, eis um movimento corriqueiro na retórica do comentário que acompanha as notícias nos telejornais policiais.

Outro exemplo, entre inúmeros que poderiam ser citados, também exhibe a maneira pela qual o apresentador julga os eventos. Em outra matéria, feita com base em gravação de celular obtida pela redação do programa junto a telespectadores – recurso cada vez mais frequente para obtenção de material para os programas, como também mencionei no capítulo anterior – exhibe-se um homem amarrado em um poste, vestindo apenas cueca, sendo chicoteado por um grupo de pessoas. De acordo com a matéria, tratava-se do linchamento de um “traficante”, em Ipatinga/MG, que havia saído da cadeia há 38 dias e que

estaria cometendo pequenos roubos no “morro” no qual morava – daí a retaliação da população. O evento estaria sendo interpretado pela polícia como “acerto de contas com o tráfico de drogas”. Na legenda, sobre o vídeo amador, lê-se: “Vizinhos amarram e agridem ladrão”. A notícia dura cerca de seis minutos, quatro deles ocupados pelos comentários do apresentador.

Cabeça da matéria (Cidade Alerta, 23/04/2014):

[Marcelo Rezende:] *Olha a imagem do homem, me dá imagem, vamo lá. [Muda-se o tom da voz, que se torna mais enérgica:] Repare o homem no poste. Ele é um traficante. Os cara botaram ele assim. Olha lá, tão batendo nele. ‘Nunca mais vou roubar... [interpretando criativamente os gritos repetidos pelo homem que está amarrado ao poste]’ Ele é um traficante. Decidiu que ia aumentar [...] as especialidades dele: começou a roubar os vizinhos. Parece que os vizinhos não gostaram. Aí o cara tá ali [...] preso com um pedacinho de corda fininho de náilon só... é mais escândalo que qualquer outra coisa. Tá gritando por quê? Eu já pedi para parar de gritar! [- exige Marcelo Rezende, imperativamente, como se estivesse sendo ouvido pelo homem que aparece no vídeo]. Ele tinha saído da cadeia há menos de dois meses [...] Mostra o ladrão! Oh meu Deus, eu acho que vou amarrar todo mundo [da equipe de redação] no poste. [ironiza, ao reclamar do responsável pela direção de vídeo, como de costume] [...] Ele saiu e teve uma ideia. Disse assim: ‘agora eu vou ser ladrão e traficante.’ Mas os vizinhos não concordaram. Roubou uma casa, roubou outra, até que os vizinhos descobriram [...] amarraram ele no poste, o que tá errado, né. Que não é pra fazer justiça dessa maneira. Esse é um erro... mas os sujeitos disseram que não aguentavam mais. Só de queixa pra polícia já tinham dado 5328 [sic] e ninguém fez nada. Daí reles pegaram o sujeito e colocaram aí, o que é um erro. [...] Põe no Cidade!*

[Segue matéria, apresentada por uma repórter, que, diante da evidência da agressão mostrada no vídeo, não deixa transparecer seu julgamento sobre o evento. Entrevista a vítima (aparentemente, dias depois do ocorrido), que relata ter sido agredida, um policial militar (“a polícia”, na fala da repórter), que alega parecer se tratar de “acerto de contas entre traficantes e usuários de drogas” e uma senhora, suposta moradora do bairro, representado os “moradores do bairro”, que demanda a prisão do suposto ladrão, inclusive como conselho para o “pior não acontecer pra ele, né!”. A repórter narra que o homem agredido, um jovem de 18 anos, foi solto há 38 dias, depois de ter mais uma passagem pela prisão, dentre muitas que já havia tido e que, desde então, estava cometendo novos furtos pelo bairro.]

Comentário: [Marcelo Rezende:] *Vou te contar uma história: esse negócio tá ganhando um volume que daqui a pouco vai virar uma epidemia. Como a gente cada vez tá mais exposto ao crime, e cada vez mais o crime aumenta, e cada vez mais a*

justiça não condena como deveria, e a polícia não dá cabo de tudo, tá chegando num ponto em que as pessoas vão começar a fazer justiça com as próprias mãos, como nesse caso. E eu já disse: 'não há um caminho pra paz. A paz é o caminho'. E não fui eu quem disse, foi Gandhi. Mas, uma coisa eu sempre digo [...]: 'não dá pra gente trocar o caminho pelo atalho'. O atalho da barbaridade, da justiça com as próprias mãos, esse atalho só acontece nesse momento porque a gente tá completamente exposto. Não há a repressão como deveria. Não há punição como deveria. E aí virou uma pelada no meio da rua, sem hora pra terminar. O problema é que a bola é a gente, né, e os bandidos chutam a gente pra lá e pra cá. E a gente tá cansado de apanhar.

Figura 6: Imagem do homem sendo linchado, amarrado ao poste.

(Em voz off, Marcelo Rezende narra o que está sendo mostrado e julga o ocorrido.)



Fonte: Edições dos programas, assistidas no período considerado neste trabalho.

Marcelo Rezende detecta que se trata de uma “epidemia” anunciada, mas tenta justificar a prática de linchamento. O discurso é relativamente confuso – inclusive por estar sendo improvisado pelo apresentador - mas o que parecia por um instante ser uma crítica negativa à prática largamente difundida do linchamento, torna-se uma justificação da prática. O linchamento, a partir desse tipo de discurso, se torna legítimo, uma vez que se transfere a culpa pela prática de quem a executa para a situação de impunidade em que vivemos no Brasil. As pessoas que “fazem justiça com as próprias mãos” são vítimas e agem para se defender da criminalidade, uma vez que o sistema oficial de justiça não funciona.

Situação equivalente pode ser encontrada nos comentários de Datena, em seu programa. No exemplo a seguir, a defesa do linchamento aparece de

maneira ainda mais escamoteada, dessa vez acompanhada por um discurso de propósitos mais declaradamente conscientizadores. Trata-se de um vídeo também aparentemente gravado por celular, onde se vê um homem estapeando e xingando outro homem, em inglês, dentro de um pequeno mercado. Algumas pessoas acompanham o evento. Através da locução de Datena fica-se sabendo que o episódio ocorreu em Londres - apesar de isso não fazer diferença para o apresentador, já que o mais importante é a própria imagem “impressionante” (que desperta o interesse exatamente por ser extraordinária) e a “lição cívica” a ser extraída do caso. Um homem estaria furtando produtos no mercado e escondendo-os em uma bolsa, quando o dono do estabelecimento percebe a ação e passa a agredir o suposto ladrão. A matéria nesse caso consiste apenas na repetida exibição do vídeo, acompanhada dos comentários irônicos de Datena. Não há trabalho de reportagem:

Cabeça da matéria (Brasil Urgente, 16/06/2015):

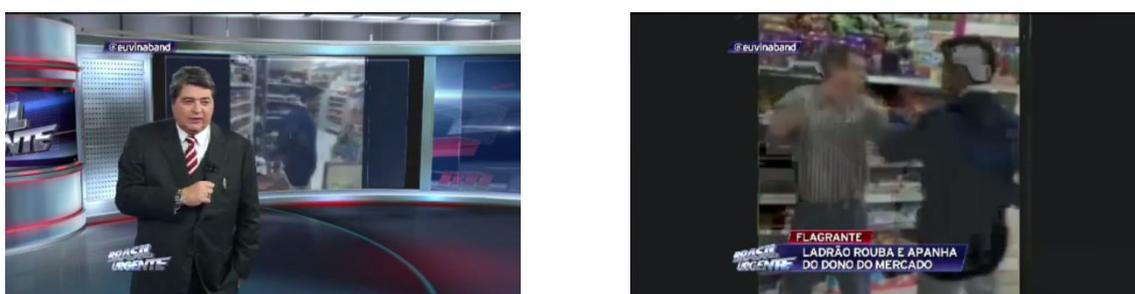
[Datena:] *Ladrão rouba mercado e apanha de dono! O cara tava lá roubando e tal... e de repente o dono do mercado saiu correndo atrás dele [...] Cadê a cena? Deixe eu ver aí. Na tela!*¹⁰⁰

[Passa-se a exibir o vídeo do espancamento. Datena começa a narrar, atribuindo fala às personagens, e a comentar:] *Olha lá ó. O cara tá roubando...[toma-se conhecimento disso apenas através da narração, pois não é possível ver a ação do suposto ladrão]. Aí vem o dono do mercado. Olha o dono do mercado bem lá. Cadê o dono do mercado, hein? O dono do mercado pega o cara: ‘Cê tá roubando aí, é? O que que cê tá roubando aí?’ [o “dono do mercado” puxa a bolsa do “ladrão” e tenta abri-la.] ‘Ah, tô roubando isso aqui... Ah é, pá pá pá...’ [O “dono do mercado” passa a estapear e xingar o outro. Datena continua a fazer a “dublagem”]. ‘Você não volta mais aqui, hein. Deixa aí e não volta mais aqui [...] Dá área daqui, porque se você voltar aqui eu vou encher sua cara de porrada de novo.’ E ele vai falando e vai dando na cara do ladrão: ‘Vai embora daqui.’ E dá mais um. São quantos tapas, hein? [Datena passa a contar os tapas]. E o cara ainda quer levar a bolsa! [...] Esse aí com certeza não volta mais ao mercado. Ou então volta armado, né. Não façam nunca uma coisa dessas. Primeiro, porque... não pode, tem que chamar a polícia. Segundo, porque o cara pode ficar ‘p’ da vida... [Datena volta a contar os tapas e a brincar*

¹⁰⁰ Bordão do apresentador, proferido enquanto aponta para uma das grandes telas que compõe o cenário. É um comando para dar início ao vídeo. É equivalente ao “Põe no Cidade”, dito por Marcelo Rezende.

com isso, reportando-se a membros da equipe do programa]. [...] *Vale a pena contar os tapas aí!* [o vídeo é repetido por várias vezes]. [...] *Você não pode fazer isso porque tem que chamar a polícia, e corre o risco do cara voltar armado com um canhão e meter bala na sua cara!*

Figura 7: Datena brinca com a frequência de tapas e adverte o telespectador, a partir de um evento exemplar, sobre a prática da “justiça com as próprias mãos”.



Fonte: Edições dos programas, assistidas no período considerado neste trabalho.

O vídeo vai sendo exibido e reexibido. No âmbito da emissão espera-se que a imagem, interessante em si mesma, chame atenção dos telespectadores. Não se fica sabendo muito bem o contexto em que o evento ocorreu. Também não se toma conhecimento da sucessão de eventos posteriores ao ocorrido. O vídeo, muito provavelmente capturado livremente na internet, já é espetacular em si mesmo e por isso cabe na pauta do programa. O formato discurso-a-partir-da-notícia é o mesmo seguido no Cidade Alerta e, nesse exemplo em que se exhibe uma situação de linchamento, o encadeamento do argumento de Datena é homólogo ao encontrado no comentário de Marcelo Rezende. Parte-se da empolgação inicial em relação à imagem, e, através da locução, muito próxima da narração esportiva, procura-se chamar a atenção para o caráter espetacular daquilo a que se assiste¹⁰¹. Na sequência, passa-se a introduzir comentários ambíguos do apresentador. A “lição cívica” que Datena transmite a seus telespectadores é a de que “Não façam nunca uma coisa dessas. Primeiro porque... não pode, tem que chamar

¹⁰¹ “Os jornalistas têm ‘óculos’ especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado. O princípio de seleção é a busca do sensacional, do espetacular. A televisão convida à dramatização [...]”. (BOURDIEU, 1997, p. 25).

a polícia.” Não se bate em ladrão porque é ilegal. Deve-se chamar a polícia. Esse é o dever do cidadão. Entenda-se bem: não está em jogo a legitimidade da prática de violência física contra outro ser humano. Não se faz uma coisa dessas “apenas” porque a lei não permite. O complemento dessa “lição cívica” é igualmente racional com relação a fins: o sujeito agredido pode revidar de maneira ainda mais violenta. Nas palavras do apresentador “o cara pode ficar ‘p’ da vida [...] e corre o risco do cara voltar armado com um canhão e meter bala na sua cara.” Há de se temer a possibilidade de retaliação. O medo da retaliação justifica a adoção de determinada prática, assim como no estado de natureza suposto por Hobbes.

Em outro vídeo, que selecionei a partir de edição do Cidade Alerta, transmitida em agosto de 2015, temos a reiteração da defesa da pena capital. Na tela vê-se um homem idoso a caminhar com a ajuda de uma bengala por um lugar que parece ser uma praça.

Cabeça da matéria (Cidade Alerta, 19/08/2015):

[Marcelo Rezende:] *Você vai vendo a imagem... a imagem que você está vendo é uma imagem de dar dó! A imagem de dar dó... o quê que ocorre? Um homem. Um homem caminha com toda calma do mundo. Um homem com o rosto cansado. Um homem tomado pelas dores das juntas. Carregando um peso, aos setenta anos. A única coisa que ele não carrega de peso é o peso da consciência. Ele está sendo preso. Ele abusou das netas de quatro, cinco e seis anos de idade. Exatamente!* [passa a constar no vídeo uma legenda, onde se lê: “Desmascarado: o avô maníaco”] *E, também, agora é acusado de ter violentado uma das filhas, quando a filha era criança. Quando eu digo que as aparências enganam... Põe no Cidade!*

[Segue a matéria. A repórter constrói a narrativa em torno do raciocínio contido no provérbio popular “Quem vê cara não vê coração”, que ela inclusive cita para analisar o caso. Ficamos sabendo que o homem foi preso em flagrante, acusado de abusar sexualmente de uma neta de seis anos de idade. Teria sido denunciado pela própria família, a quem ameaçou com arma de fogo, caso o entregassem à polícia. O depoimento inocente da menina haveria impressionado até a delegada, acostumada a lidar com casos de violência. Uma vez preso, outras vítimas na família se encorajaram e denunciaram a recorrência de outros abusos equivalentes, cometidos pelo mesmo homem, no passado.]

Comentário: [Marcelo Rezende:] *Quando eu digo que não tem idade... E quando é descoberto, já cometeu outros crimes. Imagina esse homem, com essa cara... [o rosto de um senhor*

que usa óculos, cabelo e barba brancos, é exibido no televisor ao lado de Marcelo Rezende]. *Quem vê na rua diz: 'Oh, tadinho, tá com dor na junta.'* Além de massacrar a neta, já tinha massacrado a filha e a polícia tem certeza que ele tem um caminho de violência sexual. Se, na primeira vez que pegassem – é que nunca pegaram... Quando eu digo: se, na primeira vez, se tem pena de morte, três crianças estavam livres do 'avozinho', do 'vovozinho'. Imagina o trauma dessas crianças daqui pra frente. Imagina como elas vão, aos poucos, vão crescendo, se transformando em mocinha, mulher, e nunca elas vão esquecer. Portanto, quando eu digo: 'Pegou? Pegou. Comprovou? Comprovou. Tem que dar fim!' Ou seja, pena de morte ou prisão perpétua. Não pode conviver em sociedade.

A única maneira de eliminar o mal, sobretudo em se tratando de transgressões consideradas as mais imorais, como é o caso de pedofilia, é eliminando definitivamente o sujeito transgressor. Uma vez comprovado o crime, aplica-se pena capital. Assim o fazendo, evita-se a recorrência do indivíduo no mundo do crime. O “pedófilo” é incorrigivelmente mau, afinal de contas, no curioso exercício de previsão do passado contido no discurso de Marcelo Rezende, já estava determinado como destino inexorável do homem abusar de outras pessoas, de modo que, eliminando-se a possibilidade da prática ao eliminar de vez o perpetrador potencial, evitar-se-ia a ocorrência do crime. Em capítulo seguinte mostrarei como esse entendimento está implícito também nos argumentos de jovens que alegam assistirem regularmente a esses programas.

O anseio por maior punição é mesmo a tônica dos discursos dos apresentadores. Além do linchamento e pena capital, faz-se recorrentemente a defesa da redução da maioria penal. Em junho de 2015 o tema povoou intensamente a agenda midiática no Brasil. Isso porque entrou em votação na Câmara dos Deputados uma Proposta de Emenda à Constituição que toca na diminuição da idade a partir da qual o indivíduo passa a responder penalmente como adulto, sem o benefício das garantias asseguradas aos jovens pelo Estatuto da Criança e do Adolescente. No Brasil Urgente o assunto foi abordado, no encadeamento de matéria sobre a morte de uma jovem por complicações decorrentes do fato de ter sido estuprada, espancada e jogada de um penhasco por quatro menores de idade, no estado do Piauí. Datena aproveitou o ensejo para mostrar que já vinha há muito cobrando das “autoridades” a redução da maioria penal, para que casos como aquele não

voltassem a ficar impunes. Para isso, reexibiram trecho de entrevista rápida feita pelo próprio apresentador, em 2013, com o então Ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo. No contexto, fazia-se no programa uma “pesquisa sobre a redução da maioria penal”, como declara o apresentador no início da entrevista. O vídeo começa com a pergunta de Datena. Na legenda lê-se: “Há dois anos [fora gravada a entrevista com o Ministro]. Lei da maioria penal se arrasta por 20 anos”:

(Brasil Urgente, 15/06/2015).

[Datena] - *Ministro, a gente tá fazendo uma pesquisa sobre a redução da maioria penal. O senhor é contra?*

[Cardozo] - *Olha, eu tenho afirmado que é uma cláusula pétrea, mas a gente tem que discutir quais os melhores caminhos pra isso [...] Nós temos que, nesse momento, debater - essa discussão é boa pra sociedade - e verificar que políticas nós devemos ter para enfrentar essa questão da maioria penal.*

[Datena, em tom de indignação] - *Enquanto se debate muita gente é morta por menores, Ministro.*

[Cardozo] - *Veja, isso acontece, mas muita gente também é morta por adultos e nós temos que enfrentar as mortes como um todo. Eu acho que nós temos que ter na Segurança Pública uma ação muito importante, corajosa... e competente. E não adianta ficar empurrando culpa pra um, culpa pra outro. Nós temos que estar juntos pra enfrentar o problema da violência.*

A matéria prossegue, com a narração da repórter, que diz que a entrevista havia sido gravada há “exatos dois anos [e nada de positivo no tocante a esse problema social veio a acontecer até hoje]”, quando Datena interrompe:

Um segundo. [...] Foi bem colocado pela Fabíola [a repórter] ali no início da reportagem [...] porque fazem DOIS ANOS que eu entrevistei o Cardozão. Ele disse uma coisa óbvia: ‘É, não é só menor que mata, é adulto que mata também.’ É claro! Vocês aí em Brasília nem reduzem a maioria penal, como também não votam projetos importantes pra tentar pelo menos atualizar esse Código Penal, que tem quase oitenta anos! [...] Agora, vocês nem melhoram o Código Penal, com medo de alguns políticos serem presos também... ou às vezes, sei lá por quê... por omissão... sei lá o quê... os bons por omissão, os ruins porque são ruins mesmo, entendeu!? Vocês nem melhoram o Código Penal e nem votam a redução da maioria penal [...]

A fala de Datena se estende. O apresentador autoriza a retomada da matéria. O assunto da reportagem é: a redução da maioria penal vinha sendo

“debatido” há bastante tempo no programa, em decorrência das frequentes notícias de crimes praticados por menores. Em trecho da matéria aparece Datena, em outra edição do programa, tecendo seu comentário habitual:

Quantos casos de menores matando todo dia... Eu digo sempre aqui que a gente revela, ultimamente, por essa lei idiota que a gente tem... porque o Estatuto da Menor é muito bom pra defender o menor abandonado pela família. Não pode usar o mesmo Estatuto para defender o menor assassino, estuprador, violentador [...]

A matéria termina e passa-se a exibir a imagem de Datena, ao vivo. O apresentador dá seu parecer final sobre o assunto:

Bom, eu sei lá o que esses caras [os deputados federais] vão votar, mas alguma coisa tem que ser feita. O menor não pode continuar matando e continuar impune. O menor não pode continuar violentando e continuar impune!

Figura 8: Datena indigna-se com a “demora” na aprovação da redução da maioridade penal.



Fonte: Edições dos programas, assistidas no período considerado neste trabalho.

A mesma constatação da “impunidade”, com a recorrente crítica às “leis fracas”, está presente nos comentários abaixo, acompanhada de todos os elementos que tenho tentado destacar. Está presente o mesmo movimento, da crítica à “impunidade” à crítica aos políticos - e, neste caso, explicitamente, à própria democracia representativa. O ensejo é dado por notícia sobre um caso de “roubo consumado seguido de morte”¹⁰²:

¹⁰² Tipificação do crime, conforme fica-se sabendo ter sido registrado no boletim de ocorrência.

Cabeça da matéria (Cidade Alerta, 04/06/2015):

[Marcelo Rezende:] *Presta atenção na história desse moço. Ele é dono de uma empresa de informática. Casado há quatro anos. Ele é pai. Pai de um menino de três anos de idade. O quê que acontece: o menininho faz aula de natação e o pai foi lá. De repente ele [o pai] se deu conta - tá com o filho - de que esqueceu a toalha dentro do carro. Ele volta pra buscar a toalha. Resumo: lá fora estão três bandidos. Os três bandidos atiraram por atirar. Fugiram sem levar nada. E o rapaz é morto.*

[Na reportagem fica-se sabendo que o homem, “um rapaz alegre com um futuro brilhante”, era dono de uma empresa de informática, tinha 39 anos, e foi assassinado em Campinas/SP, quando buscava esposa e filho na academia. Aparentemente três homens abordaram o empresário enquanto ele ia ao carro buscar uma toalha para o filho. Tentaram roubar o automóvel; o empresário reagiu e foi baleado.]

Comentário: *A pergunta que eu faço é: o quê que a gente faz hoje em dia para realmente punir o crime? Não é possível que um sujeito que mate um chefe de família pelo simples prazer de matar seja preso e condenado por essa lei ordinária [no sentido pejorativo] do Brasil. É preciso que a gente, sociedade, que eu e você nos movimentemos. É preciso que a gente faça uma campanha... o Congresso Nacional, quando ele quer mudar a Constituição, eles inventam de qualquer maneira uma Emenda Constitucional. E quando não quer - acontece agora com a redução da idade penal – o Congresso Nacional, ou a maioria da comissão que está estudando a redução da idade penal, é a favor. Então vai votar, até porque o presidente da Câmara, Eduardo Cunha, já se disse a favor. Imediatamente, o governo Dilma, que é contrário à lei, já disse que é inconstitucional. Se fosse ao contrário, aí o Congresso diria que é inconstitucional, o que é na verdade uma absoluta balela e uma absoluta baderna! Então, eu tenho certeza que eu e você temos que ter o direito... porque somos nós, eu e você, que sustentamos... essa farra que é a política brasileira, com exceções.... Somos nós. É o nosso dinheiro. E a gente tem que ter o direito, o direito da gente escolher o que a gente quer pro nosso país. Porque os homens que estão no Congresso – registro, há exceções – boa parte vende voto de cabresto, voto por troca de favor... isso não é uma representatividade do cidadão. Não é possível que três sujeitos que matem num assalto um pai de família, se presos, fiquem doze, treze anos na cadeia não! Eles tinham que ser condenados à pena de morte pela barbaridade cometida!*

Mais que pena de morte ou prisão perpétua, como punição ao “criminoso” sugere-se também o castigo nos mesmos termos do dano causado.

Cabeça da Matéria (Cidade Alerta: 08/06/2015):

[Marcelo Rezende:] *Hoje aqui em São Paulo aconteceu um crime, que foi filmado, e ninguém conseguiu falar com o sujeito.*

Um sujeito que namora uma moça, ele acreditou que estava sendo traído [...] Eu vi a imagem. Aquilo me deu uma irritação – e olha que pra me irritar eu demoro. [...] Há uma imagem desse sujeito batendo na namorada. Ele pagou fiança e ficou livre. O quê que acontece: a Fabíola¹⁰³ o encontrou e falou com ele [...]

Comentário 1: *Como pode um sujeito desse tamanho bater numa mulher [...] Eu vou dizer uma coisa pra você, em toda sua consciência: um sujeito desse devia... devia ter um negócio assim que ele pudesse apanhar, né. Porque a polícia chegou lá e tem que prender. E ele encontrou a repórter e deu gargalhada! [...] Pra ele tá tudo certo!*

[Na matéria mostra-se um homem batendo em uma mulher, sobre a calçada. O vídeo da agressão foi capturado por uma câmera de segurança da Guarda Metropolitana, o que possibilitou que o a polícia chegasse poucos minutos depois. Tratava-se de um casal de namorados. O homem, que suspeitava ter sido traído, “tinha fama de violento na região” e histórico de comportamento violento com a namorada. A repórter entrevista e caracteristicamente acusa o homem à porta do que parece ser a casa dele. Passa-se, então, a filmar o estúdio, de onde Marcelo Rezende questiona a repórter e pede para que ela recontе a “história” em maiores detalhes.]

Comentário 2: *A minha tese é muito simples: um cara que faz isso com uma mulher, ele tinha... devia ter um negócio que fosse assim: olho por olho, dente por dente! Bateu em mulher, apanha! Porque, se vai um cara pra cima dele, eu duvido que ele teria essa euforia toda! Mas com mulher eles têm. Eu vou te contar! Eu vou te dizer bem legal: tinha que pegar, tinha que meter numa cadeia e... Aí não. Aí a lei vai lá – a culpa não é nem do delegado – a lei vai e diz o seguinte: que ele paga uma fiança [irrisória e é solto] [...], pode!?*

3.2 Perseguição policial e tiros ao vivo

Neste tópico analisarei o conteúdo e algumas possibilidades de repercussão dentro do universo pesquisado de uma notícia particularmente interessante para meus propósitos comparativos. Trata-se do acompanhamento, ao vivo, feito simultaneamente por Datena e Marcelo Rezende, de uma perseguição policial. A notícia é bastante representativa dos conteúdos habituais dos programas e em sua apresentação afloram muitos dos elementos que venho discutindo até aqui.

¹⁰³ Fabíola Gadelha. Trata-se de uma repórter do programa. Ficou famosa como repórter da versão regional do Cidade Alerta, em Manaus/AM, por abordar de maneira inquisidora os “bandidos”, julgando-os rispidamente enquanto os entrevistava dentro de delegacias. Adquirida a notoriedade na filial, foi contratada pela TV Record de São Paulo e costuma substituir casualmente Marcelo Rezende na apresentação do Cidade Alerta “nacional”.

A peculiaridade desse exemplo, qual seja ela, a transmissão simultânea de um evento nos dois programas em análise, servirá para explicitarmos os elementos constantes nos discursos de Datena e Marcelo Rezende, motivados pela ocorrência de um mesmo “fato”. Pretendo enfatizar as similaridades das *performances* dos dois apresentadores. O fato de o evento noticiado ter ocorrido ao vivo expos especialmente os apresentadores, tornando suas análises mais espontâneas, afinal de contas a notícia não fazia parte da pauta e precisaram narrar os acontecimentos enquanto esses ocorriam. Diferentemente das matérias cujos trechos analisei até aqui, apresentadores nem membros da equipe do programa sabiam de antemão o que se passaria no vídeo. Não havia neste momento texto a ser lido. Os âncoras falavam o que vinha à cabeça, além de indicações ditadas ao vivo pelas direções dos programas, através dos “pontos” intra-auriculares. Além da peculiaridade da transmissão simultânea, então, essa notícia é interessante para os propósitos deste trabalho pelo fato de que, dadas as condições nas quais foi produzida, julgamentos mais automáticos dos apresentadores vinham à tona.

Com este exemplo tento mostrar também como no produto televisivo telejornal policial busca-se a “boa imagem” a qualquer custo. Trata-se de causar impacto e, com isso, manter os telespectadores sintonizados nos programas. Exibe-se o que se presume interessar às pessoas. Como se entende no contexto de produção desses programas, as pessoas querem imagens espetaculares, “boas histórias” e proximidade. A cobertura de uma perseguição policial, julgada a partir de valores presumidamente compartilhados com os telespectadores, em linguagem coloquial e com recursos retóricos - incorporados (tornados corpos) por esses apresentadores - objetivando a produção de empatia, parece atender perfeitamente a esses anseios.

O intervalo de tempo em que acompanhei as edições diárias dos programas compreendeu principalmente os meses de junho a outubro de 2015, com algumas matérias específicas, selecionadas por sua exemplaridade para o argumento que desenvolvo, extraídas de edições originalmente transmitidas em edições anteriores. Logo no primeiro mês desse período pude presenciar a matéria que talvez tenha gerado maior repercussão midiática, tanto no

momento da transmissão propriamente dita, quanto posteriormente, até o momento. Ainda estão disponíveis nos *sites* dos programas Brasil Urgente e Cidade Alerta os vídeos correspondentes a trechos das transmissões do acontecimento. Estes vídeos são os que, no momento em que escrevo estas linhas, têm de longe os maiores números de visualizações nos *sites* dos respectivos programas e talvez sejam aqueles que têm os maiores números de comentários de frequentadores dos *sites*. Toda a celeuma em torno dessa notícia, presente tanto nos comentários “anônimos” feitos na internet, como na mídia tradicional, demonstra o imenso interesse que essa notícia despertou, seja pelas características plásticas do que se vê no vídeo, seja pela confirmação da relevância do caso para o público - relevância essa atestada pela simultaneidade da transmissão -, seja ainda pelo caráter exemplar do que se passa naquelas imagens em relação ao tratamento dos temas da criminalidade, da política de segurança pública, da estrutura e do dia a dia de trabalho da polícia, do valor diferencial da vida – variável de acordo com a posição nas relações de poder – atribuído por esses programas e da maneira pela qual se desenharam diferentes posicionamentos, representativos de diferentes visões de mundo. Tratou-se, por tudo isso, de um caso exemplar, que vale a pena ser acompanhado mais de perto a fim de entendermos um pouco melhor o *modus operandi* do telejornalismo policial.

Era dia 23 de junho de 2015, por volta das 19 horas, e de repente os dois telejornais habitualmente responsáveis pelas maiores fatias da audiência nacional no horário passaram a transmitir um evento que acontecia naquele exato momento, captado pelas câmeras dos helicópteros de ronda das emissoras concorrentes, provavelmente a partir de um simultâneo acompanhamento de rotina de comunicações da patrulha policial.

Enquanto seguia a apresentação das notícias corriqueiras em seus programas, ambos passaram a transmitir uma perseguição policial pelas ruas do distrito Jardim São Luís, na zona sul de São Paulo. Dois homens em uma moto supostamente haviam cometido algum ato delituoso e fugiam, em alta velocidade, de viaturas da polícia, motocicletas e carros, que entrecortavam perigosamente as ruas do local. A cobertura filmada da perseguição segue sem cortes por aproximadamente dez minutos, nas duas emissoras, preenchidos

com a visibilidade e excitabilidade possibilitadas pela agilidade do helicóptero. No início, em que a perseguição se dava em largas avenidas movimentadas, apareciam no quadro outras viaturas, sobretudo automóveis, que, no entanto, ficavam presas no trânsito. Na sequência da ação, os motoqueiros furtivos adentram ruas mais estreitas, entram na contramão, sobem em calçadas, atravessam becos inacessíveis aos automóveis maiores, quase batem em outros veículos. Apenas uma motocicleta policial, dada a mobilidade característica do veículo, consegue acompanhar a fuga até o desfecho. O clímax da ação dar-se-á a partir da ação desse único policial.

Em determinado momento, enquanto corriam ainda em alta velocidade por uma rua residencial, estreita, escura, mas ainda sob os focos das câmeras dos helicópteros, a motocicleta do policial aproxima-se de maneira até então inédita da moto furtiva. Então, o homem que seguia na carona dessa motocicleta olha para trás e arremessa um capacete que se encontrava em suas mãos na direção do policial. O policial, poucos segundos depois, ainda pilotando a motocicleta, aparentemente saca uma arma e atira na direção dos furtivos. Na sequência, de plasticidade cinematográfica, por um instante a ação passa a ocorrer por trás de residências existentes na rua, e as câmeras das duas emissoras por cerca de dois segundos não conseguem captar exatamente o que está acontecendo. Passado esse momento, os helicópteros contornam os obstáculos visuais e os personagens voltam a aparecer na tela: a motocicleta dos furtivos encontra-se caída no chão, em cima de uma calçada. Os homens permanecem caídos no mesmo local. O policial rapidamente para sua motocicleta, a cerca de um metro de distância, aponta sua arma em direção aos homens caídos e atira mais de uma vez. Ele deixa a viatura ao lado e segue até os homens, que se encontram caídos. Revista-os, afasta-se, efetua mais alguns disparos em direção ao chão e passa a andar pela rua, até o momento sem qualquer movimento além daquele protagonizado pelos personagens centrais daquele evento dramático, e passa a aguardar a chegada de demais viaturas.

Figura 9: Excerto de sequência da perseguição, que culmina em tiro do agente policial em direção aos fugitivos.

(Mesclou propositalmente imagens de ambos os programas, para evidenciar a simultaneidade na transmissão do evento. Observe-se a inscrição “EXCLUSIVO”, exibida no canto superior esquerdo, em alguns dos quadros da filmagem feita pela Band, a despeito da cobertura simultânea – contestadora da efetiva “exclusividade” – feita pela Record.)



Fonte: Edições dos programas, assistidas no período considerado neste trabalho.

Havia pelo menos três helicópteros acompanhando o acontecimento, dois deles transmitindo imagens para a Band, o outro para a Record. As narrações dos apresentadores eram feitas a partir das imagens produzidas para suas emissoras. Daqui em diante relatarei separadamente as duas

abordagens, uma vez que há importantes diferenças nas ênfases dadas por cada apresentador.

Na reapresentação, feita agora a partir das imagens gravadas, Marcelo Rezende claramente enfatiza o heroísmo dos policiais, a maldade e a esperteza nefasta dos “bandidos”. No momento da narração ao vivo da perseguição, uma vez que não se tem controle sobre o que vai acontecer, o discurso é mais fragmentado. Não é possível manter-se seguro em relação ao julgamento dos fatos, já que para a compreensão do presente, com a característica atribuição de sentido que lhe é dada pelo apresentador, é necessário se conhecer o que acontecerá no futuro. Uma vez conhecido todo o evento, é possível apreendê-lo como um todo, com início, meio e fim e estabelecer, a partir do sentido atribuído ao ocorrido, um julgamento mais assertivo. Marcelo Rezende solicita “câmera lenta” em determinadas passagens, retomada de imagens e pareceres comprobatórios de seus interlocutores no momento (o piloto do helicóptero de onde foram transmitidas as imagens - personagem “Comandante Hamilton” - e o comentarista Percival). Todos os elementos, já nessa fase de reexibição, servirão para confirmar a interpretação que o apresentador rapidamente construiu sobre o ocorrido.

A apresentação, agora seletiva, de imagens já gravadas que estão à disposição, bem como a coleta confirmatória de opiniões autorizadas, servirão para comprovar que o policial, exemplo de competência, em atitude heroica, persegue os maldosos bandidos, os quais, nessa condição, demonstram considerável habilidade em fugir, são espertos, malandros, arditos – o que comprova que são muito perigosos. Na interpretação de Marcelo Rezende, os bandidos, além de estarem colocando em risco pessoas inocentes, ao desrespeitarem as leis de trânsito, ainda tentam agredir fisicamente o policial, atirando contra ele um capacete e, em seguida, supostamente atirando contra ele com arma de fogo. O policial, em reação, sobretudo, a esse suposto tiro inicial dos “bandidos”, saca a arma e dispara contra os fugitivos, em “legítima defesa”.

Na transmissão feita no instante em que acontecia o fato, o apresentador afirma:

[O bandido] *Jogou o capacete na ROCAM¹⁰⁴! Jogou o capacete na ROCAM!*

Enquanto repete essa frase, a imagem mostra que a motocicleta dos furtivos aparentemente choca-se contra um poste, sobre uma calçada; eles caem e o policial, que acompanha a situação a cerca de um metro de distância, ainda montado em sua viatura, saca uma arma e dispara cerca de quatro vezes – conforme se pode notar pelo nítido clarão da explosão da pólvora, seguido da movimentação característica da mão que atira (o que pode ser visto em dois dos quadros da Figura 9). Marcelo Rezende parece desprezar o que está sendo mostrado e grita apenas, repetidamente, “Caiu!”, referindo-se aos furtivos.

No instante seguinte é repetida a imagem do clímax da perseguição, já em câmera lenta. Fica mais evidente ainda a parte mais impressionante da ação: os tiros desferidos pelo policial. Rezende continua repetindo o fato de que os “bandidos” arremessaram o capacete no policial, justificando a ação do mesmo e, depois de se repetirem por várias vezes as nítidas imagens, ainda afirma, num crescendo de tomada de consciência em relação da atitude policial, a qual seria imediatamente justificada pelo apresentador:

[...] o homem da ROCAM já pega no revolver... Não sei se ele atirou, hein! Porque pareceu que ele atirou. Porque, se ele atirou, é porque o bandido tava armado.

E repete:

Se ele atirou é porque o bandido tava armado. E ele fez muito bem! [...] Ele tem que defender a vida dele [...]. [afirma o apresentador, no tom autoritário característico].

Os instantes finais da sequência cinematográfica são repetidos, mais uma vez, retomando-se poucos segundos antes do clímax. Rememorando o ocorrido, durante essa nova reapresentação, o âncora continua:

Você vai vendo o homem da ROCAM. A sensação que eu tive é que ele atirou. E se ele atirou é porque o bandido estava armado.

Pede auxílio ao interlocutor de costume:

¹⁰⁴ ROCAM – Ronda Ostensiva com Apoio de Motocicletas é unidade operacional da Polícia Militar do Estado de São Paulo.

Eu percebi que ele atirou... Ele atirou, não foi, Hamilton?

E o “Comandante”, cujas opiniões são ritualmente as mais favoráveis à polícia, divaga:

Olha, Marcelo, não deu para perceber direito, mas é um momento muito tenso. Você vê que ele fugiu. A informação que temos é que estavam armados. O policial estava sozinho, Marcelo. Então, realmente, um momento de muita tensão [para o policial]. Não tinha ninguém para dar cobertura pra ele. Então é normal que ele apontasse a arma...

Marcelo Rezende, como que depois de refletir e confirmar seu julgamento inicial, interrompe Hamilton e brada, enquanto se exhibe a cena final do ocorrido, com os fugitivos caídos no chão, juntos à motocicleta, o policial “herói” em guarda, ao lado, com sua motocicleta caída, *giroflex* ligado:

Sensacional o policial militar da ROCAM! SEN-SA-CIO-NAL! Ele, com todo o cuidado pra não atropelar ninguém, pra não subir em calçada... E aí você vê como um policial militar... bem treinado... ele foi, desviou de tudo [...] Ele vai, e não se tem certeza se ele atirou...

Como que tentando negar o que ficou evidente, insiste:

Porque não há confirmação nenhuma de que ele atirou.

Hamilton, em resposta à insistência de Marcelo Rezende para que fosse focalizado mais de perto o policial a observar os bandidos ao chão, nega o pedido, aparentemente sob ordens da direção do programa, mantém filmando a distância e complementa a sentença que ensaiara em seu último comentário:

É que estão passando orientação para manter esse ângulo [o qual evita que seja transmitida de perto a ação do policial sendo desenvolvida naquele momento], Marcelo, mas um detalhe: esse policial realmente merece uma medalha. Você vê que várias vezes... tentaram, inclusive ... bater com o capacete no policial. Ele está sozinho ainda. Os outros [policiais, que também participavam da perseguição,] perderam o acompanhamento. É um policial que merece realmente elogios e até uma medalha do nosso Governador...

Marcelo Rezende interrompe o julgamento e diz que o que importa é se o policial atirou ou não atirou

Porque pra mim, agora olhando melhor, foi o reflexo do farol da moto, você teve a mesma sensação, meu irmão?

Hamilton:

Exatamente. Eu também tive essa sensação, Marcelo. [...] Eu não percebi o policial atirando... porque ele teria chance de atirar antes, inclusive [...] Você vê que ele realmente agiu da forma correta.

Já durante a quarta reexibição da sequência do clímax:

[Marcelo Rezende:] Repara o de trás [...] ele joga o capacete [...] Nessa hora o de trás se desequilibra [...] E óh, ele atirou no policial. Ele atira no policial. [Isso não fica claro em momento nenhum]. Essa é a impressão que nos dá. Não dá nesse momento para a gente definir a imagem, mas, repara: ele vai, joga o capacete... olha pro policial... algo escapa ali, da moto da frente... O policial segue, SOZINHO... o sujeito de uma coragem exemplar [...] O de trás [fugitivo que segue na garupa] vai tentando se virar... a impressão que eu tenho [é que] tenta se virar pra atirar. É a hora que o corpo dele desequilibra. O policial, a essa altura, vem normalmente...

Hamilton procura defender mais claramente a ideia de que os bandidos se desequilibraram e “caíram” da motocicleta e que por isso se machucaram e, no momento, “aguardam o resgate”:

[...] Nesse ponto [referindo-se às imagens aéreas captadas ao vivo da cena do ocorrido, onde já aparecem outras viaturas] ele perdeu o equilíbrio da moto, acabou derrapando e bateu no poste. Então provavelmente ele se machucou e por isso é que estão aqui, aguardando o resgate. Inclusive, um detalhe: a informação que eu tenho¹⁰⁵ é de que um deles... antes de cair, teria atirado no policial...

O apresentador, ao ser transmitida a imagem que mostra o policial atirando, agora em câmera lenta, detalhadamente, pela quarta vez, interrompe a fala do piloto:

Ele [o policial] atirou. O policial se defendeu. O policial se defendeu! [...] Eu tinha a impressão de que o policial não tinha atirado. O policial REAGIU... ao ataque do criminoso.

E completa a sentença, com sua análise final do ocorrido:

Eu espero, já de antemão, que não me venha com história de corregedoria pro policial, Comissão de Direitos Humanos...

¹⁰⁵ Eis um recurso retórico muito recorrente nas falas do “Comandante Hamilton”. A autoridade de seus pareceres é reforçada pelas “informações” privilegiadas de que ele supostamente dispõe. Não se sabe ao certo de onde vêm essa “informação que eu tenho”, alegada para justificar a ação policial.

porque o policial, sozinho, contra dois bandidos, com tudo ao vivo¹⁰⁶ [...] Eles [os bandidos], querendo atropelar as pessoas, subiram em calçada, tocaram pra cima do policial e o policial, num gesto de defesa, não só da vida dele, policial, mas um gesto de defesa pra gente, sociedade... Ele, no momento em que defende a própria vida, ele nos defende do crime. Exatamente isso!

Atribuindo-se ao outro uma vontade que supomos ser a dele, é bastante difícil negar que os fugitivos “queriam”, de fato, fugir. Nada nos permite afirmar, no entanto, que eles, por exemplo, “queriam” atropelar as pessoas. Esse é um exemplo de como, a partir da descrição aparentemente neutra do fato transcorrido sob os olhos de todos, Rezende a todo momento julga as ações que narra, sempre em favor das instituições de ordem e de punição aos “criminosos”.

Na sequência há nova reapresentação de toda a perseguição, desde seu início. Marcelo Rezende, agora já extremamente seguro quanto a seu julgamento sobre o ocorrido, simplifica o caso para os telespectadores. Agora transparecem mais claramente os personagens envolvidos; fica mais fácil para o apresentador abstrair toda a minúcia e focalizar os elementos dramáticos. Os fugitivos ficam mais enfaticamente caracterizados como maus, ardilosos, espertos, perigosos etc. e o policial mais bem enaltecido como herói:

[Marcelo Rezende:] Repara. [...] O bandido tá ali. As motos [dos demais policiais] se perdem e só vai ficar uma moto, uma moto da ROCAM. [...] Aí você vê os dois criminosos na moto [...] e, repara, só um homem na moto da ROCAM. [...] Eles [os fugitivos] quase são atropelados [em um cruzamento] e eles tão tentando entrar numa bocada que tem ali¹⁰⁷, mas o homem da ROCAM não desiste. [...] Ele tira o capacete para tentar jogar – e é o que ele vai fazer - na roda... da moto do PM, na moto da ROCAM.

¹⁰⁶ É digno de atenção o fato de uma categoria do entendimento oriunda da técnica telejornalística – a noção de “ao vivo” – ser usada para analisar a ação policial. Neste exemplo, é como se o policial estivesse representando – no sentido dramático do termo -, ciente da presença das câmeras e da impossibilidade de repetição da cena em caso de erro.

¹⁰⁷ Não é possível precisar como Marcelo Rezende “deduz” essa última informação a partir da filmagem. Certamente é mais uma atribuição de vontade ao outro, feita a partir da autoatribuída “experiência em lidar com bandidos”. Rezende costuma alegar saber o que passa pela cabeça dos bandidos porque na infância morou em um reformatório de onde seu pai era funcionário, no Rio de Janeiro. (Fonte: entrevista com o apresentador na revista Playboy. Disponível em: <<http://vip.abril.com.br/marcelo-rezende/>> Acesso em: 03 dez. 2015.).

Marcelo Rezende narra e retoma por várias vezes o ocorrido. Em cada vez que narra, ficam mais evidentes os culpados, os que estão do lado do “bem” e os que representam o “mal”. Em nova “recapitulação”, dessa vez na tentativa de explicar o que se passava “pra você que está chegando agora no nosso Cidade Alerta” ¹⁰⁸, sintetiza:

É uma perseguição que você vai vendo, agora, onde dois bandidos fugiam, tentaram baleiar [sic] um PM e o policial da ROCAM, agindo em legítima defesa... resolveu como um policial tem que resolver.

Nesse momento, solicita confirmação do comentarista Percival:

Eu tenho informações que [me asseguram de que a atitude do policial foi em legítima defesa, legalmente amparada]... não é, Percival? Não é uma forma de reagir correta?

Percival dá seu parecer:

Exatamente, Marcelo [...], porque tá em jogo a própria vida dele... e ele tem que ter uma habilidade extraordinária porque ele tem que pilotar num ritmo de velocidade pra não perder de vista os bandidos na moto, que estão em altíssima velocidade, tem que se resguardar e, ao mesmo tempo, se necessário, usar de sua arma. Quer dizer, é uma situação de altíssima adrenalina, Marcelo.

A matéria do Cidade Alerta dura cerca de vinte minutos, desde o início repentino da transmissão das imagens de helicóptero do “Comandante Hamilton” até o fim das reiteradas repetições das imagens, devidamente acompanhadas pelas análises do apresentador. Trata-se de recurso comum nesses programas, como afirmei acima: as matérias, curtas, “rendem” muito mais tempo de transmissão, graças aos comentários dos apresentadores. Estes solicitam repetições, retomadas, associam o que foi transmitido com matérias passadas, tecem explicações, fazem análises, demandam opiniões de comentaristas autorizados, dos repórteres etc. O vídeo da perseguição em si, que correspondeu ao clímax do evento e proporcionou a quase totalidade das imagens repetidas à exaustão, se transmitido ininterruptamente, dura em torno de quatro minutos e meio. Os setenta e cinco por cento restantes da matéria são preenchidos com o recurso opinativo.

¹⁰⁸ Essas recapitulações são comuns na televisão. Acontecem todas as vezes em que se sente que um assunto se estende demais e que se pretende inteirar o telespectador que porventura possa não estar acompanhando aquela transmissão desde o início.

A apresentação no Brasil Urgente tem menor duração. Perfaz cerca de sete minutos, um pouco mais que a transmissão da perseguição em si, a qual, nas filmagens da Band, começam mais cedo na sequência dos eventos em relação às da Record. Os comentários de Datena analisados aqui são feitos quase exclusivamente no decorrer da perseguição. Consumado o ato final, com a queda dos fugitivos e os tiros finais do policial, passa-se para outra matéria. Utiliza-se com menos intensidade nesse caso específico a retomada do assunto e as repetições de imagens. Sendo assim, os comentários são relativamente mais curtos. De qualquer forma, são igualmente representativos.

A matéria também começa com as imagens feitas a partir de helicópteros. Certamente são captadas por uma aeronave própria, diferente daquela utilizada pela Record, pois o ângulo de filmagem é diferente. Nos cerca de três minutos e meio iniciais a cobertura do Brasil Urgente mostra as viaturas, carros e motocicletas, que supostamente estão perseguindo o motoqueiro e seu carona. Só então um dos helicópteros consegue encontrar a moto perseguida, que corre em alta velocidade pelas ruas. O restante do vídeo mostrará os sujeitos em fuga. Enquanto filmam apenas as viaturas policiais, Datena enfatizava a espetacularidade das imagens, a partir de uma narração empolgada¹⁰⁹ que chamava a atenção para o quanto era “emocionante” o que se passava no vídeo. Chama atenção sobretudo para a velocidade com que as viaturas se locomoviam em meio ao trânsito movimentado da região. A constatação da velocidade é acompanhada de um comentário crítico inicial de praxe:

Olha lá em que pau que o cara vai! Num trânsito como esse, o cara tem que ser piloto pra caramba pra evitar uma pancada ali.

À crítica ao “trânsito como esse”, que no discurso rotineiro de Datena está associada à crítica aos políticos e, em momentos mais personalistas, ao prefeito da cidade, segue, no tom pedagógico que caracteriza as tentativas de conscientização “cívica”, muito frequentes nesse tipo de jornalismo. Enquanto

¹⁰⁹ O jornalista humorístico José Simão, escrevendo em 2009 para o jornal Folha de São Paulo, classificou Datena como “o Galvão Bueno das enchentes” (SIMÃO, 2009), uma vez que, assim como o famoso locutor esportivo é capaz de narrar uma partida de futebol de maneira emocionante, o apresentador de programa policial é capaz de carregar de emotividade as monótonas - uma vez que rotineiras - enchentes na cidade de São Paulo.

comenta um “quase acidente”, certamente muito comum, entre uma motocicleta e uma viatura, que, afinal de contas, segue em alta velocidade e na contramão, Datena aproveita o ensejo para fazer uma análise de cunho “prático” sobre como se proceder em casos homólogos:

As pessoas estão às vezes dirigindo, pensando num monte de coisas, e não veem polícia quando vem atrás. Ouviu sirene e giroflex, sai da frente, porque se não...

Vemos em ação a ideologia cívica do jornalismo, componente do “pacto sobre o papel social do jornalismo” (OLIVEIRA, 2007, p. 19). Trata-se de educar o cidadão. Trata-se de prestar informação de “utilidade pública”. Na linguagem do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, consolidação textual dos valores mais explícitos do ofício, a finalidade do trabalho jornalístico é atender ao “interesse público”, compromissado que se deve estar com a “responsabilidade social inerente à profissão” (FENAJ, 2007). Datena parece incorporar esse preceito e pautar sua *performance* enérgica no desempenho do papel de defensor dos direitos e conscientizador dos deveres do cidadão. No entanto, o objetivo da defesa parece ser contribuir “para a promoção das garantias individuais e coletivas” (*ibidem*) apenas dos “cidadãos de bem”, uma vez que aos “criminosos”, reiteradamente julgados e expostos no programa, não costumam ser estendidos os mesmos direitos.

É como se, ao julgar os fatos, mesmo em relação àquelas notícias divulgadas com a nítida intenção de apenas surpreender, indignar, chocar, Datena estivesse cumprindo o papel de prestação de serviços do telejornal, pois estaria conscientizando os telespectadores, seja em relação à inoperância do poder público, seja sobre os perigos do “mundo aí fora”¹¹⁰, seja da vileza dos “criminosos”. Esses aspectos aparecem em geral entrelaçados. A crítica aos políticos imiscui-se à demonização seja da “natureza” humana, seja do caráter do sujeito. Há sempre algo ou alguém responsável e a responsabilidade é sempre singularizada: na maior parte das vezes é o poder público – sobretudo personalizado em políticos específicos - mas pode também ser o “ser humano” ou o caráter do indivíduo.

¹¹⁰ Expressão que ouvi na pesquisa junto a telespectadores desses telejornais, conforme relatarei no capítulo seguinte.

A atitude essencialmente criminosa de determinado sujeito resulta da maldade de caráter individual, mas também é influenciada pelo “mau exemplo” dado pelos políticos corruptos e/ou maus administradores. Do elogio resignado e espantado à esperteza (qualidade pessoal nesse contexto associada à malandragem, isto é, à capacidade de burlar as regras estabelecidas) do motociclista (os bandidos são maus e muitos deles espertos, maliciosos, inteligentes), que é extremamente habilidoso em desviar dos carros, em alta velocidade, por ruas movimentadas da capital, passa-se ao elogio à bravura do policial, que, a despeito das limitações impostas pelos políticos, executa seu trabalho com valentia, à crítica ao “prefeito de São Paulo”, responsável direto pela lentidão do trânsito..., e à conscientização dos demais motoristas, no geral pouco conscientes, e que por isso são tratados de maneira pedagógica pelo apresentador, no sentido de que “em momentos como esse [devem se lembrar de que] precisam dar passagem à viatura policial”. Há também os pedestres, que precisam “aprender a se refugiar quando presenciarem algo assim”... (todas os trechos entre aspas correspondem a falas de Datena durante a transmissão analisada aqui).

Assim que passa a mostrar, também “com exclusividade”¹¹¹, o centro de toda a perseguição, a narração torna-se mais tensa, mais enérgica. A câmera passa a focalizar a motocicleta com os homens em fuga. Confiante na infalibilidade da polícia, Datena afirma:

Ah, a polícia vai chegar, hein. Eu tenho certeza que a polícia vai chegar!

Assim como o faz Rezende, seguem-se elogios impressionados às habilidades como piloto do suspeito que guia a motocicleta, elogios estes imediatamente acompanhados, entretanto, da crítica “cívico-pedagógica” aos perigos dessa forma de direção:

O cara pilota pra caramba essa moto! Não sei como é que não bateu essa moto, colocando em risco parte aí dos motoristas também e a polícia, que vem atrás.

¹¹¹ Legendas com a inscrição “Exclusivo”, ou equivalente, costumam aparecer em destaque nas matérias dos telejornais policiais.

As imagens do núcleo da perseguição – a motocicleta policial acompanhando a fugitiva - captadas para o Brasil Urgente têm menor duração, de modo que o telespectador dá conta da proximidade da motocicleta policial só nos últimos segundos que antecedem a sequência do clímax (o fugitivo que está na garupa vira-se para trás e arremessa o capacete no policial que o persegue de perto; o policial aparentemente dispara com arma de fogo; o piloto da moto aparentemente desequilibra-se, bate em um poste já em baixa velocidade; o policial se aproxima, ainda montado, e dispara mais de uma vez contra os homens caídos). Em decorrência do ângulo de filmagem, diferente daquele captado pelo helicóptero da Record, Datena percebe de supetão a presença do policial já quando este se aproxima mais decididamente, no instante do arremesso do capacete:

E a polícia chegou! [...] O cara tacou o capacete na polícia. Acho que houve tiro ali, hein! Acho que houve tiro ali [...].

Enquanto profere essa última frase, repetidamente, é mostrado na tela o desfecho da sequência, em ângulo próximo ao mostrado pela Record, em que o policial para sua motocicleta e atira contra os fugitivos já caídos na calçada. Datena continua repetindo por várias vezes, veementemente, que houve tiros. E especifica:

Teve tiro aí, do policial. Tiro do policial. Não sei se a hora em que o cara [refere-se aos suspeitos] caiu, apontou o revólver para o policial, mas já antes, quando jogaram o capacete no policial, já houve tiro ali. [...] Não sei se os caras apontaram revólver para o policial. Não vi. Provavelmente, sim. [...] O bandido deve ter apontado a arma pra ele, não dá pra gente ver, e ele [o policial] mete dois ou três tiros ali.¹¹²

A cobertura do evento pelos programas teve ampla repercussão nos dias subsequentes. Na mídia escrita, acusou-se ambos os apresentadores de justificarem a truculenta ação policial e, mais que isso, criticou-se arduamente a

¹¹² Apesar do respaldo à atitude policial, a narrativa relativamente mais equilibrada de Datena - diferentemente daquela de Marcelo Rezende, na qual se apoiou incondicionalmente a ação - foi quase que unanimemente reprovada por pessoas contra a “defesa de direitos dos bandidos” em dezenas de comentários sobre os vídeos postados no site do Brasil Urgente. Esse fenômeno revela o tipo de ânimos acesos por eventos envolvendo a punição dura ao crime. (Fonte: Página no site do programa onde está postado o vídeo. Disponível em: <<http://noticias.band.uol.com.br/brasilurgente/video/2015/06/23/15515903/viaturas-da-policia-perseguem-suspeitos.html>>. Acesso em: 03 dez. 2015.).

exibição da chocante execução ao vivo, no início da noite, sem qualquer classificação indicativa. Organizações civis em prol dos direitos humanos, por exemplo, denunciaram as emissoras e ambos os apresentadores ao Ministério Público. Ficou-se sabendo que os fugitivos eram dois menores de idade, suspeitos de terem roubado a moto na qual fugiam, dois celulares e R\$107,00 de um *motoboy*¹¹³. Soube-se que os suspeitos foram realmente atingidos pelo policial e que haviam sido levados, feridos, para o hospital. O policial que protagonizou a ação, inclusive haveria forjado a cena do crime, tomando a arma dos fugitivos e disparando com ela contra o chão para dar a entender que houve troca de tiros e que, assim, agiu em legítima defesa. Por causa da exposição midiática e da celeuma que se seguiu imediatamente à exibição da perseguição, o policial teria sido preso administrativamente, sendo afastado do trabalho para aguardar o andamento das investigações.

Nos próprios programas em análise, em decorrência das “novidades do caso” e, sobretudo, da ampla repercussão que teve, o assunto foi retomado. Marcelo Rezende, no dia seguinte, em evidente resposta à unanimidade da acusação dos pares - e em consonância com as favoráveis manifestações de telespectadores pela internet - destinou um momento do programa para defender novamente a atitude policial:

(Cidade Alerta, 24/06/2015)

[Marcelo Rezende:] *Ontem eu e você acompanhamos aqui no Cidade Alerta um momento em que um policial militar, numa perseguição... policial esse que levou... que quase leva um capacete – se caísse podia morrer... policial esse que foi alvo de um tiro e depois atirou para reagir... um policial que depois, num momento de sofrimento... só quem já teve em tiroteio – eu estive em vários; talvez eu tenha estado em mais tiroteio que muito policial.... e só quem sabe o que é um tiroteio... naquele momento ele comete o erro de pegar a arma do bandido e disparou dois tiros, agoniado, e diz ele que [foi] a arma que disparou... mas, enfim, o policial estava nos defendendo. [...] Eu não vou deixar a questão do policial [...] em segundo plano... porque vão querer crucificar o policial por um erro, mas era um erro de desespero naquele momento, e ele foi vítima de tiro, foi vítima de o bandido tacar-lhe um capacete em cima e de repente vai todo mundo crucificar o rapaz que até preso já está, quando não deveria estar. Que pelo menos o*

¹¹³ Fonte: <<http://oglobo.globo.com/brasil/pm-que-atirou-em-dois-suspeitos-caidos-no-chao-apos-perseguaocao-em-sp-presos-537009>>. Acesso em: 03 dez. 2015.

recolhessem para ele trabalhar em serviços internos até que se avaliasse melhor cada questão. Se houve um erro, houve muito mais acerto do que erro. E o acerto foi que ele estava, ele, policial, defendendo a minha e a sua vida. Um policial do bem, como é o caso desse rapaz, ele não atira porque quer. Ele atira porque é a última coisa que ele pode fazer para defender a própria vida.

Em reação conivente com o posicionamento favorável de Marcelo Rezende, no dia 26 de junho, houve manifestação de motociclistas em frente à sede da Record, em São Paulo. Os motoqueiros estariam ali para aproveitar o apoio da emissora e protestarem contra a ação do comando da polícia ao prender o “heroico” policial. O Cidade Alerta deu ampla cobertura à manifestação, com filmagem por helicóptero e ênfase na coerência dos propósitos dos manifestantes.

Na legenda do vídeo com a notícia a respeito da manifestação, disponibilizado no *site* da Record, lê-se o seguinte:

Na noite desta sexta-feira (26), um grupo de quase 300 motociclistas se reuniu em frente a sede da Rede Record em São Paulo a favor do policial que baleou dois **suspeitos** em fuga. Os **bandidos** [...]. (grifos nossos)

A própria legenda traz elemento recorrente na cobertura policial: a diferença entre bandidos e meros suspeitos pouco importa na linguagem do programa (Datena, por exemplo, intercambia as expressões “bandido”, “marginal”, “vagabundo”, “criminoso” etc.). No léxico do telejornalismo policial existem apenas “criminosos”, “heróis” policiais, o Estado corrupto e ineficiente e as “vítimas”. Se o sujeito está sendo enquadrado na notícia já se considera que ele cometeu algum crime. As investigações servirão apenas para apurarem detalhes do crime cometido e possibilitarem o enquadramento do criminoso, mas a autoria já foi assegurada pelo julgamento prévio dos apresentadores. Nas categorias de entendimento vigentes no telejornalismo policial não há suspeitos temporários, inocentes até o final do processo legal. O objeto das notícias é o crime; os personagens, representantes do mal, são os criminosos.

Na cobertura da manifestação de motociclistas, Marcelo Rezende reclama para que o cinegrafista que acompanha o “Comandante Hamilton” focalize melhor as motos, para que todos os telespectadores vejam que se

trata de muitas motos – e que, portanto, a reivindicação é legítima e, igualmente importante, espetacular:

Você está vendo, na porta da Record, DEZENAS¹¹⁴ de motociclistas. São motociclistas que aqui vieram para fazer uma reivindicação ao governo do Estado. Qual é essa reivindicação? A reivindicação é para que o policial militar que atirou em dois bandidos em fuga, em dois bandidos em fuga, ele seja solto. Ele foi solto hoje, mas [...] eles vêm protestar contra tudo que andam dizendo condenando o policial militar. Você vai vendo, são quase trezentas motos, aqui na porta da Record. [...] O policial hoje foi solto, mas até esse momento parece... pode o policial ter cometido um erro de mexer na arma do bandido e com isso alterando a cena do crime, mas dizer que o PM atirou por nada é o maior erro de avaliação que eu vejo. Dois bandidos fugiam na motocicleta, jogaram capacete em cima do policial militar... se pega na roda ele cai. Ele deu ordem de parada... os caras não pararam. Tinham várias motos e viaturas atrás dos dois... Acontece o seguinte: é que o policial agiu em nome da SOCIEDADE!

Não se sabe bem quem são esses motociclistas, assim como não se soube através do Cidade Alerta quem eram os fugitivos. A cobertura da manifestação servia para endossar ainda mais o discurso de Marcelo Rezende a favor da atitude policial. Além de aceito pelo senso comum punitivista tão evidente no Brasil contemporâneo, e observado com bastante frequência nas entrevistas que realizei para este trabalho, como procurarei mostrar no próximo capítulo, o discurso do apresentador estaria ressoando em parcela da população, que se mobilizou para protestar legitimamente na porta da emissora.

No Brasil Urgente do dia 24 foi apresentada reportagem que resumia o ocorrido na noite do dia anterior e informava sobre o afastamento do policial em decorrência de sua atuação, a princípio, ilegal. Em harmonia com a apresentação feita por Datena, em que o âncora alegou, após a transmissão da evidência do fato, que o policial atirou... sem gastar muito tempo na defesa do ato “heroico”, e em reação à mesma repercussão negativa entre pares, a reportagem se refere pela primeira vez ao fato de os fugitivos serem menores (o que, em parte, agrava a atuação do policial, mas, por outro, contribui para confirmar a postura geral do apresentador do programa, amplamente repetida,

¹¹⁴ As palavras em maiúsculas foram escritas dessa maneira para representar a ênfase maior dada a elas na fala do apresentador.

à favor da redução da maioria penal, como expus alhures). Exibe-se trecho de uma coletiva de imprensa com o Secretário de Segurança Pública do Estado de São Paulo, em que o Secretário afirma ter havido aparentemente “séria irregularidade” na ação do policial, que atirou em indivíduos já rendidos. Como parte do procedimento jornalístico protocolar de “ouvir as partes envolvidas”, os responsáveis pela reportagem procuram uma voz especialista autorizada a favor da ação do policial: transmite-se uma declaração, com o triplo de duração, de um ex-Secretário de Segurança também do Estado de São Paulo em que, de maneira oposta, se defende enfaticamente o ato “extremamente profissional do policial militar”, nos seguintes termos:

[ex-Secretário:] Se ele [o policial] tivesse o ânimo de matar, ele atiraria na cabeça do rapaz. Ele não fez dessa forma. Ele procedeu com absoluto profissionalismo. E eu vejo com muita tristeza, um dia depois, que ele foi preso pelo ato heroico, profissional, que ele praticou. [...] Fosse eu o Secretário [atual], eu o chamaria no meu gabinete e daria os parabéns pela atitude dele em defesa da sociedade, em defesa da segurança pública... Ele expôs a vida dele, com muito heroísmo, com muita dedicação, muita coragem [...]

A palavra que fica, claro, é a do último entrevistado. Ele se posiciona como o especialista – sem interesse político, uma vez que não ocupa mais o cargo público comissionada – em afinidade com o discurso recorrente de Datena. É parecer que vem ao final da reportagem, como que em uma conclusão editorial, com muito maior duração que aquela dada ao ponto de vista desfavorável à atitude policial.

O recurso da **imparcialidade tacitamente tendenciosa** é recorrente. Em atendimento ao princípio de equidade, valor fundamental proclamado para a atividade jornalística, deve-se ouvir todas as vozes envolvidas no evento (cf., p. ex., E.B.C. 2013). A voz jornalística, então, seria relativamente neutra, apenas reportando o *status* do debate e, quando julgando, o fazendo em nome da “opinião pública”, do “interesse público”, dos “preceitos constitucionais” etc. Ao mesmo tempo, estão em jogo os inevitáveis interesses comerciais e ideológicos tanto da empresa, como do campo profissional, e que envolvem, claro, uma tomada de posição. Como esse problema é resolvido? No telejornalismo policial, por meio de um recurso bem simples: ouvem-se duas vozes possíveis, talvez as duas maiores chaves interpretativas que surgiram no

momento, e se distribui o espaço de maneira desigual entre elas, só que de maneira escamoteada. É como se a voz dissonante aos interesses do programa constasse apenas para reforçar o posicionamento inicial, ao expor, retoricamente, que, apesar do bom senso dos “cidadãos de bem”, há uma minoria, representada nesse caso por um “político” – que, além do mais, é corrupto por natureza, com todos os “poderosos” da política o são – que defende uma posição errada. O espaço diferenciado dado às diferentes vozes serve para confirmar o discurso que se apoia. A aparente isegoria esconde a assimetria determinada pelos interesses do programa e, supostamente, de seu público. A mensagem implícita é: “há quem pense de maneira diferente, mas quem o faz certamente não tem em pleno funcionamento suas faculdades mentais ou, o que é mais frequente, é guiado por interesses egoístas vis.”

O Código de Ética citado acima traz explícito o importante componente da *illusio* jornalística: “ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas numa cobertura jornalística” (FENAJ, 2007, p. 3). Claro que, pelas relações de “parceria” com os telejornais policiais, os “definidores primários” da realidade (HALL, 1978, p. 57) nesses programas são sempre as instituições da ordem. Foi o que tentei mostrar no segundo capítulo. Aos “bandidos” – sobretudo àqueles mais pobres, personagens da quase totalidade dos casos reportados nos programas e responsáveis pela quebra momentânea da ordem, tão necessária para alimentar de notícias o programa - resta o julgamento monovocal e unilateral feito pelo apresentador a partir da incorporação inevitável do ponto de vista da autoridade oficial.

Nos julgamentos feitos a partir das notícias, os apresentadores atuam como inquisidores dos fatos (OLIVEIRA, 2007), procuram antecipar a justiça formal. Como bem nota OLIVEIRA, o âncora, nesses telejornais policiais,

ao adjetivar os acusados e se colocar como uma autoridade no assunto tratado, se posiciona no lugar de juiz da sociedade, como aquele que julga os indivíduos, substituindo as instituições do judiciário, ou assumindo o papel do próprio Estado, que controla e disciplina os desvios sociais. (*ibidem*, p. 68).

E, como procurarei mostrar a seguir, em grande parte das vezes esses julgamentos encontram ressonância entre aqueles que assistem aos programas. No próximo capítulo investigarei possíveis ressonâncias desse discurso em determinados contextos, tendo como pressuposto que a eficácia simbólica dos signos, “carregados de valor, de riqueza e de autoridade” (GIRARDI Jr., 2009, p. 22), emitidos por Datena e Marcelo Rezende, depende da posição privilegiada que esses jornalistas ocupam diante de suas audiências, nessa (quase)interação (THOMPSON, 1998) de natureza assimétrica que é comunicação mediada pela televisão.

4 A RECEPÇÃO DO DISCURSO

“[...] a eficácia simbólica das palavras se exerce apenas na medida em que a pessoa-alvo reconhece quem a exerce como podendo exercê-lo de direito”.

Pierre Bourdieu (Economia das trocas linguísticas)

“Representações só têm existência completa quando alguém as está usando, lendo, assistindo, ou escutando e, assim, completando a comunicação através da interpretação dos resultados e da construção para si próprio da realidade que o produtor pretendeu mostrar.”

Howard Becker (Métodos de pesquisa em Ciências Sociais)

Stuart Hall, em seu influente texto *Encoding/Decoding*, traz uma equilibrada discussão sobre o processo comunicativo efetivado através dos meios de comunicação de massa, enfatizando que há diferentes possibilidades de apropriação (“decodificação”, nos termos do autor) do conteúdo transmitido, possibilidades essas que variam conforme o grau de “resistência” do receptor em relação à mensagem. Propõe ao final, como ferramenta analítica para nortear futuras pesquisas, três tipos ideais de decodificação: a que implica maior “passividade” do receptor é classificada pelo autor como **posição hegemônica-dominante** e se refere àquelas circunstâncias em que o espectador “decodifica a mensagem nos termos do código referencial no qual ela foi codificada” (HALL, 2003, p. 400); uma segunda posição, intermediária quanto à atividade crítica do receptor, é denominada **posição do código negociado** e

contém uma mistura de elementos de adaptação e de oposição: reconhece a legitimidade das definições hegemônicas para produzir as grandes significações (abstratas), ao passo que, em um nível mais restrito, situacional (localizado) faz suas próprias [sic] regras – funciona com as exceções à regra. (*ibidem*, p. 401)

Em situações de aberta contestação consciente ao discurso transmitido, “é possível para um telespectador entender perfeitamente tanto a inflexão

conotativa quanto a literal conferida a um discurso, mas, ao mesmo tempo, decodificar a mensagem de uma maneira globalmente contrária” (HALL, 2003, p. 401), situação que HALL denomina **posição de código de oposição**.

Conforme procurei defender na Introdução, penso que a interação social através dos meios de comunicação tecnológicos é um processo complexo no qual não há via de mão única. Há sempre em operação a atividade de interpretação, seja por parte daqueles que se encontram ocasionalmente no âmbito da produção (que atuam a partir das constrações do ofício e do que interpretam como sendo os anseios de suas audiências) seja por parte dos receptores (que interpretam as mensagens igualmente a partir de constrações disposicionais advindas da localização no espaço social). Nesse sentido, podemos tomar como referência a tipologia proposta por HALL, e considerar que os jovens de Ewbank da Câmara fazem uma decodificação mais condizente com a **posição hegemônica dominante**, em relação ao outro grupo de jovens pesquisado - como procurarei mostrar na sequência - uma vez que absorvem do programa aquilo que está condito de maneira mais explícita no código, isto é, aquilo que os produtores esperam que os telespectadores encontrem no programa. Claro que há variações nos modos de apropriação encontrados na realidade da recepção cotidiana, tanto no que tange ao conteúdo da matéria transmitida quanto a aspectos estéticos ou outros referentes às próprias *performances* dos apresentadores etc. É o que nos mostra, por exemplo, a declaração de um dos jovens que entrevistei, para quem

Tem hora que ele [referindo-se a Marcelo Rezende] tem uns comentários desnecessários sobre o caso. Por exemplo: fez lesco-lesco¹¹⁵ lá... fez lesco-lesco com sete, com seis, que eu acho que são comentários desnecessários em relação a onde ele está situando, que eu acho que é um jornalismo que retrata a realidade do povo brasileiro... não só do povo brasileiro... é a realidade do povo brasileiro porque tá no nosso cotidiano...

¹¹⁵ Refere-se ao ato sexual. Na verdade, a expressão utilizada por Marcelo Rezende, quase sempre denotando-se perversão associada à atividade criminosa que está sendo objeto da narração do apresentador, é “sapeco-iaíá”. Aparece em frases como: “No início do namoro, Fulano e Fulana estavam no bem-bom, só no sapeco-iaíá... até que começaram as brigas...”

[Paulo¹¹⁶; declara-se “preto”; mãe empregada doméstica; pai pedreiro; ambos os pais cursaram “De 1ª a 4ª do Ensino Fundamental”; renda familiar de 2 a 4 salários mínimos]

Nesse simples exemplo de apreciação de um telespectador sobre a fala – recebida como excessivamente humorística - de Marcelo Rezende, já é possível vermos como um recurso retórico concebido no âmbito da produção como estratégia para se agradar a audiência pode simplesmente falhar em seu intento. O próprio sentido pretendido na emissão está “comprometido” nesse caso. Esperava-se, ao lançar mão de brincadeiras e da redução sexual, uma comunicação imediata, sustentada por um interesse presumido no entretenimento e na “evidente” causalidade sexual, supostamente pouco passível de ser questionada e que, por isso, encontraria fácil assimilação e aceitação. O receptor, neste caso concreto, avalia a *performance* do apresentador, curiosamente, nos mesmos termos moralistas que permeiam todos os discursos que pautam os julgamentos feitos pelos mesmos apresentadores. Ao tentar agradar e fazer-se entender o apresentador está, para este telespectador entrevistado por mim, sendo imoral, comportando-se de maneira inadequada em relação à posição “onde ele está situado” ao tematizar excessivamente o sexo, colocando o impulso “primitivo” na origem de comportamentos criminosos. Esse exemplo serve para termos em conta o fato de que em muitos aspectos os telespectadores fazem leituras “negociadoras” e até “opositoras” e que, nas atividades cotidianas dessas pessoas, apenas como tipo ideal é possível exagerarmos heurísticamente nossa impressão sobre a predominância de um dos modos de recepção.

De toda forma, a afirmação de que o modo predominante entre os jovens de Ewbank da Câmara é confluyente com a leitura hegemônica dominante torna-se mais verossímil se compararmos essa realidade com aquela encontrada entre os jovens de classe média de Juiz de Fora. Nesse último caso, como espero tornar claro no decorrer deste capítulo, a recepção dos programas policiais é muito mais “de oposição”. Chegam inclusive a rechaçar o programa como algo que não faz parte de suas preferências de consumo cultural. Ao perguntar a eles o que pensavam sobre Cidade Alerta e

¹¹⁶ Os nomes dos entrevistados, nesse caso e em todos os demais, são fictícios.

Brasil Urgente, foram unânimes em responder que para eles se tratavam de programas “sensacionalistas demais”, que focalizam exageradamente certos tipos de crimes e apresentam soluções simplistas para os problemas evidenciados. Alegaram a mim que não assistiam aos programas, mas que conhecem alguém – normalmente alguém de “nível intelectual mais baixo” – que assiste e que, no geral, sabem de que se trata. Esse desprezo de classe em relação aos programas fez com que nada pudessem relatar-me sobre os conteúdos. Ao pedir que me contassem sobre alguma matéria a que assistiram, algum caso de que se lembravam, diferentemente do que ocorreu em Ewbank, onde havia inclusive uma memória comum sobre casos mais marcantes, não conseguiam se lembrar, e direcionavam a argumentação no sentido da depreciação dos discursos dos apresentadores. Veremos com mais detalhes neste capítulo que, diferentemente dos jovens da cidade pequena, que veem nos telejornais policiais uma janela que os conscientiza sobre o que acontece no mundo “aí fora”, os jovens de classe média sequer consideram os programas dignos de serem assistidos.

Se no capítulo anterior focalizo o próprio texto, isto é, a estrutura e o conjunto das falas produzidas, sobretudo, pelos apresentadores, no decorrer dos programas, e, no Capítulo 2, detenho-me sobre algumas importantes condições de produção desses textos, neste momento enfatizo as apropriações diferenciadas desse texto. Trato do ponto de vista da recepção, aqui conhecido a partir de entrevistas semi-diretivas e grupos focais, cotejados com os resultados obtidos através de questionários. Esses instrumentos de pesquisa, conforme detalharei melhor abaixo, foram aplicados em grupos de alunos de Ensino Médio de duas escolas, cujas clientelas principais podem ser agrupadas de acordo com duas diferentes origens sociais gerais – classe baixa e classe média. Encaro essas divisões que utilizei como recursos analíticos, inevitavelmente arbitrários, mas que podem contribuir para a elucidação do fenômeno que quero investigar. Ademais, entendo que cada um desses contextos de recepção, apesar de específicos e localizados, são representativos de realidades mais abrangentes que podemos encontrar no Brasil. Entendo cada caso particular estudado, portanto, como um “caso particular do possível” (BOURDIEU, 1996b). O objetivo aqui é compreender a

relação da apreensão e reelaboração das mensagens dos telejornais policiais em contextos de recepção específicos com os valores e representações, oriundos da situação de classe, vigentes nesses universos.

Claro que investigar, através de grupos focais e entrevistas, a relação das pessoas com os programas televisivos implica não adentrar, nessas condições quase laboratoriais, os meandros da própria atividade cotidiana de se assistir à televisão. “Ver TV” é atividade ainda em grande medida doméstica, mas cada vez mais realizada em diversificados espaços, graças às possibilidades de transmissão digital e por *web streaming*. Mais do que isso, é atividade socialmente localizada: assiste-se ou não à televisão como parte de um estilo de vida que estabelece esse hábito como distintivo, associado a outros como ouvir ou não ao rádio, utilizar ou não a internet, frequentar ou não determinados lugares, ter certas preferências musicais, estéticas, dietéticas etc. Esses hábitos e preferências subentendem crenças e valores e estão associados a posições ocupadas no espaço social, as quais refletem a posse de quantidades diferenciadas e diferenciadoras de capital econômico e cultural.

Na investigação que empreendo neste trabalho valho-me da memória dos agentes. Não assisto aos programas junto com as pessoas porque me interessa mais captar aquilo que fica para além das reações que ocorrem no momento da recepção. Muito do que se expressaria quando do acompanhamento do programa, penso, estaria relacionado mais à necessidade sentida pelas pessoas pesquisadas de se manifestarem naquele momento por força da presença do pesquisador. Como me interessa, mais que pela prática cotidiana de assistir à TV, pelos discursos que são reproduzidos a partir dessa prática, julguei ser mais interessante acompanhar essa reprodução “com o televisor desligado”, ou seja, em momentos nos quais os telespectadores estivessem menos emocionalmente impactados pelo que acabassem de assistir. Por isso optei por realizar grupos focais e entrevistas em vez de assistir à TV junto das pessoas.

De todo modo, como mecanismo de controle da pesquisa, também reproduzi para os jovens que declararam assistir habitualmente aos programas em tela trechos de edições previamente gravados por mim, com as

apresentações de matérias entrecortadas pelos longos comentários dos apresentadores, e pedi para que se manifestassem sobre o que viam e ouviam naquele momento. Claro que essa situação, montada quase como um experimento, é bastante artificial em relação ao que se dá normalmente no cotidiano das pessoas, situações em que a televisão pode estar ligada apenas para produzir um som ambiente ou mesmo para “passar o tempo”, quando nem sempre se está prestando atenção no discurso que se vê e ouve, ou, mesmo concentrando-se, não se chega a formular opiniões a partir do que se apreende. Meu intento com essa simulação do ato cotidiano de assistir à televisão foi eminentemente metodológico: serviu para dar às pessoas um pouco mais de recursos que não apenas a memória para expressarem algumas maneiras pelas quais recebem o discurso conservador legitimado pelos telejornais policiais.

Nesta etapa central da pesquisa, meu intuito foi tentar captar as impressões sobre os programas e as visões de mundo das pessoas que os assistem e encontram neles a fundamentação para opiniões a respeito de uma diversidade de assuntos normalmente objetos de notícias nesses programas. Mesmo nos casos em que os temas investigados aqui não sejam objetos das notícias normalmente veiculadas, entendo que eles dão igualmente possibilidade para a emergência de discursos que, como procurarei mostrar, estão igualmente em consonância com uma visão de mundo conservadora presente tanto na instância legitimadora – os programas policiais - como entre os que alegam assistir a esses programas para se “conscientizarem” a respeito do que “acontece no mundo”. Assim, estou partindo do pressuposto de que as representações formuladas pelos indivíduos compõem uma estrutura mais ou menos integrada, conforme subentende postulado fundamental da sociologia *bourdieusiana* (LAHIRE, 2002).

Tentei questionar em um primeiro momento aos participantes das entrevistas e grupos focais sobre as impressões em relação os programas, a repercussão de matérias veiculadas ali, solicitar comentários sobre a atuação do apresentador, a articulação dos temas tratados com demais eventos no cotidiano etc. Fiz isso na tentativa de captar momentos em que discursos apreendidos pela televisão são acionados, cotejados com demais elementos,

oriundos de outras fontes, utilizados como referências de explicações tidas por válidas, autorizadas com a chancela dos que falam a partir da posição privilegiada de especialistas em representações (WACQUANT, 2013). Claro que, como discuti anteriormente, não postulo, nem tenho como ingênua ambição empírica, o discernimento sobre qual parte do conteúdo de uma representação emitida por um sujeito chegou a ele exclusivamente por meio da televisão e qual lhe alcançou por outros caminhos. Como procurei desenvolver na Introdução, o espaço ocupado pela televisão na transmissão de representações é compartilhado com as demais instituições, e na consolidação operada pelo indivíduo há sempre recombinações, adequações de esquemas elaborados em outros contextos às posições e disposições vigentes em determinado espaço social. Minhas ambições, portanto, não estão direcionadas a contextos de comunicação, por assim dizer, “puros”, unívocos, imunes às mediações das demais instâncias produtoras de significados; norteiam-se antes para a captação de confluências, de afinidades eletivas entre discursos veiculados nos programas *Brasil Urgente* e *Cidade Alerta*, assim como apreendidos por este pesquisador, e aqueles presentes nas falas das pessoas que declaram assistir a esses programas.

Em vez de transmissão – algo que subentende unidirecionalidade, univocidade, passividade na recepção, e que simplifica demais o complexo processo de comunicação social -, ressignificação – conceito que, ao reconhecer essa complexidade, confere, entretanto, *status* de novidade à operação de um mecanismo que é, de todo modo, trivial, no âmbito das relações sociais - prefiro trabalhar com a ideia de **legitimação** (BOURDIEU, 1989). Não se trata da transmissão de uma novidade de conteúdo a um sujeito receptor, o qual até então era uma *tabula rasa*, nem da constatação da atividade manipuladora dos indivíduos autônomos nos processos de interação. Trata-se de investigar o reforço promovido sobre determinadas representações sociais a partir do trabalho de sujeitos que falam a partir da televisão.

A postura metodológica, nesta parte do trabalho, foi intencionalmente mais aberta às representações de outrem; diferentemente de muitos trabalhos sobre “opinião pública”, sejam aqueles produzidos no âmbito da Ciência Política, sejam as pesquisas de mercado, tratei de evitar a imposição de uma

definição da realidade aos sujeitos do universo investigado. Procurei fazer perguntas, mas não sugerir respostas e, diferentemente de pesquisas sobre “cidadania”, “participação”, “consciência política” (cf., p. ex., ALDÉ, 2001), não impor temas a partir dos quais medir o “conhecimento” ou “desconhecimento” por parte dos entrevistados.

A partir da aplicação de um questionário – disponível no APÊNDICE A -, realizei um levantamento inicial, com a tentativa de captar preferências, práticas culturais, hábitos de audiência de televisão e aproximações de opiniões¹¹⁷ mais ou menos explícitas sobre temas passíveis de um posicionamento conservador, correlacionando essas variáveis à renda familiar, profissão e escolaridade dos pais¹¹⁸. Ou seja, procurei verificar algumas possíveis relações de interesse entre posse de capital econômico, cultural e representações acionadas pelos agentes. O mesmo procedimento inicialmente seguido em uma escola estadual no município de Ewbank da Câmara, vizinho de Juiz de Fora, foi reproduzido em uma escola privada localizada em um bairro de classe média nessa última cidade. A escolha das duas realidades teve a ver com a intenção comparativa deste trabalho e será detalhada a seguir. Contrastando duas diferentes formas de recepção aos programas policiais meu intuito foi tornar mais visível a relação entre o conteúdo dos discursos veiculados nesses programas e o perfil sociocultural daquela parcela da sociedade brasileira que se vê representada nesses discursos por compartilhar em grande medida das categorias ali articuladas.

¹¹⁷ Enfatizo a ideia de que o questionário capta “aproximações” de opiniões, uma vez que a “efetividade” dessas opiniões, por assim dizer, é algo muito difícil de ser mensurado para contextos de médio alcance, situação que exigiria investigação mais pormenorizada, por meio de entrevistas abertas e/ou observação participante. A concepção liberal que fundamenta as “pesquisas de opinião pública” pressupõe que: 1) todos podem ter uma opinião; 2) todas as opiniões existentes e possíveis têm igual valor; e 3) há um consenso sobre as questões que merecem ser colocadas e sobre as quais se perscrutar opiniões. (BOURDIEU, 2003). Não tenho a pretensão positivista que em grande medida guia essas pesquisas. Minhas preocupações com os contextos de recepção norteiam-se pela tentativa de evitar esses equívocos. As menções que faço a “opiniões” presentes em determinado universo composto por pessoas que declaram assistir aos telejornais policiais são feitas como parte de um exercício analítico e não devem obscurecer o fato de que “Nas situações reais, as opiniões são forças e as relações entre opiniões são conflitos de força [...]” (*ibidem*, p. 242).

¹¹⁸ Uma vez que todos os jovens selecionados, nos dois colégios distintos, pertenciam a um mesmo nível escolar – a saber, ao 3º Ano do Ensino Médio – o critério diferenciador nesse quesito específico foi a escolaridade dos pais, essa sim altamente significativa para um recorte por classe social e de decisiva relevância para a argumentação desenvolvida neste trabalho.

4.1 Detalhamento dos procedimentos de pesquisa

Inicialmente, apliquei o questionário que apresento no APÊNDICE A a 59¹¹⁹ alunos de 3º Ano do Ensino Médio em uma escola estadual na cidade de Ewbank da Câmara/MG. Trata-se do único colégio de Ensino Médio do pequeno município e concentra as pessoas da cidade que, por razões facilmente atribuíveis ao pertencimento de classe (limitações de capital econômico e cultural: falta de recursos para arcar com transporte e demais custos envolvidos no deslocamento para outra cidade, bem como com mensalidades, material didático etc., além de indisposição, desconhecimento, desconfiança em relação ao ingresso em melhores colégios públicos em cidades vizinhas, atitudes características da antecipação do fracasso, normalmente manifestas em expressões do tipo “Isso não é para mim”¹²⁰), não vão, diferentemente de alguns mais abastados, estudar na circunvizinhança mais próspera.

Através dessa sondagem foi possível constatar que a quase totalidade dos pais e mães, os provedores mais frequentes nas famílias nucleares desses alunos de em média 18 anos, é composta por pais pedreiros (80% dos casos com resposta) e mães empregadas domésticas (72% dos casos, excetuando-se as não-respostas e as variações em torno da resposta “dona de casa”). Os graus de escolaridade desses pais e mães (Tabela 2), aspecto fundamental na formação do capital cultural dos filhos, são, majoritariamente, das antigas 5ª a 8ª séries do Ensino Fundamental e 1ª a 4ª Séries do Ensino Fundamental para as mães (32,8% e 31%, respectivamente) e das antigas 1ª a 4ª séries (33,9%

¹¹⁹ Alunos de 3º Ano que estavam presentes - em um total de 70 matriculados, de acordo com os registros da diretoria do estabelecimento - nos três dias em que visitei a escola para aplicação do questionário.

¹²⁰ Frequentemente iniciei e/ou terminei a aplicação dos questionários perguntando, informalmente (mas não sem real curiosidade sociológica, confesso!), sobre planos dos respondentes em relação a uma possível vida acadêmica, uma vez concluído o Ensino Médio que então cursavam. Não foi difícil ouvir essa típica frase ou variações dela nas respostas dos alunos. A antecipação do fracasso, em alguns casos, foi tão explícita e presente que se mostrou de maneira desavergonhada: mesmo havendo alunos que divergissem desse cenário de “pessimismo”, localizando-se, por exemplo, mais próximos de um valor mais geral e legitimado no universo escolar (que enfatiza principalmente o sucesso no mercado de trabalho), houve, camufladas por discursos aclamadores de virtudes populares como esperteza, malandragem e até masculinidade, frequentes chacotas em relação aos que obtinham mais sucesso no mercado escolar e que, por isso, ambicionavam ingresso em uma “Faculdade”.

dos casos) e 5ª a 8ª (16,1%), para os pais. Agrupando-se os valores referentes ao período escolar, temos que 63,8% das mães e 50% dos pais concluíram apenas a Educação Básica.

Tabela 2: Escolaridade pais e mães – jovens de classe baixa – Ewbank da Câmara.

Escolaridade	Mãe	Pai
Não frequentou escola	5,2%	3,6%
1ª a 4ª Ens. Fundamental	31,0%	33,9%
5ª a 8ª Ens. Fundamental	32,8%	16,1%
Ens. Médio incompleto	12,1%	7,1%
Ens. Médio completo	8,6%	12,5%
Ens. Superior incompleto	1,7%	3,6%
Ens. Superior completo	1,7%	5,4%
Pós-Graduação	1,7%	3,6%
Não sabe	5,2%	14,3%

Fonte: Respostas à questão P7 do questionário apresentado no APÊNDICE A.

No que tange à renda familiar, atributo cujo levantamento reputei importante para a tentativa de captar correlações entre classe, audiência aos programas policiais e visão de mundo, o intervalo mais frequente foi o de 1 a 2 salários mínimos¹²¹ - R\$788,00 a R\$ 1.576,00 - (46,3% dos casos), secundado pelas menções “Não menos que um salário mínimo” - R\$788,00” (20%) e “De 2 a 4 salários mínimos” - R\$1.576,00 a R\$3.152,00” (24%).

¹²¹ O valor do salário mínimo adotado como referência diz respeito ao praticado em março de 2015.

Tabela 3: Renda Familiar – jovens de classe baixa – Ewbank da Câmara.

“P13. Qual a sua renda familiar, aproximadamente (considerado todos que contribuem para a renda da sua casa)?”

Não mais que 1 salário mínimo (R\$ 788,00)	27,8%
De 1 a 2 salários mínimos (R\$ 788,00 a R\$ 1.576,00)	46,3%
De 2 a 4 salários mínimos (R\$ 1.576,00 a R\$ 3.152,00)	24,1%
De 4 a 10 salários mínimos (R\$ 3.152,00 a R\$ 7.880,00)	1,9%
De 10 a 20 salários mínimos (R\$ 7.880,00 a R\$ 15.760,00)	-
Acima de 20 salários mínimos (mais de R\$15.760,00)	-

Fonte: Respostas à questão P13 do questionário apresentado no APÊNDICE A.

A escolha por iniciar a pesquisa empírica em um colégio, no caso da cidade de Ewbank da Câmara, deveu-se ao fato de, dadas a inexistência de demais espaços públicos de tal monta na cidade, a escola ser o melhor lugar para encontrar uma considerável quantidade de pessoas, de uma só vez, dispostas e disciplinadas o suficiente para, num período curto de tempo, responderem a um questionário com questões abrangendo temas tidos por polêmicos e pessoais. Ademais, ao tomar em consideração as escolaridades dos pais desses alunos como representativa da escolaridade média dos demais habitantes de mesma faixa etária no município (de acordo com dados disponíveis no site IBGE - Cidades¹²²), é possível deduzir que os jovens pesquisados, além de terem maior nível de escolaridade que seus pais, fazem parte da parcela mais escolarizada do município, em valores estatisticamente significativos. Esse dado sobre capital escolar é extremamente relevante para minha argumentação, uma vez que parto do princípio de que a escola é uma instituição, talvez a mais importante em um município de pequeno porte, que tem(ria) condições de oferecer visões de mundo alternativas, sobretudo no que tange a contextos de experiência distante, àquelas fornecidas pelos meios de comunicação de massa.

¹²² Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=312500>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

O questionário serviu para captar tendências de opinião a serem investigadas mais detalhadamente nas entrevistas e nos grupos focais. Para esse procedimento escolhi alunos que cumprissem pelo menos três condições: a primeira foi que tivessem pelo menos 18 anos (mesmo que tal procedimento não tenha sido exigido pela direção dessa escola estadual, julguei ser mais prudente proceder dessa maneira, uma vez que discutiríamos questões bastante polêmicas e que poderiam gerar constrangimentos pessoais); a segunda foi que tivessem declarado assistir a algum programa policial, seja explicitamente àqueles estudados aqui, sejam outros, congêneres; terceira condição, que consentissem em participar. A partir desses quesitos, pude selecionar 12 alunos - 7 do sexo feminino e 6 do sexo masculino – os quais distribuí em dois grupos. Com cada grupo realizei dois encontros, em dias diferentes, nos quais a discussão foi norteada pelo roteiro apresentado no APÊNDICE B. Como procedimento normal em grupos focais, procurei propor os assuntos, por meio de perguntas e afirmações, solicitando a manifestação relativamente livre dos participantes. A existência de um roteiro, como também é de praxe, não impossibilitou que os participantes levassem a conversa para rumos até então imprevisíveis, ocorrências que procurei não impedir, na medida em que as discussões pareceram-me pertinentes para os objetivos desta pesquisa. De cada grupo focal selecionei para participar de uma entrevista mais aprofundada participantes cujas manifestações pautaram os debates de maneira mais frequente.

A fim de possibilitar uma análise comparativa, estratégia central na argumentação que procuro levar a cabo neste trabalho, apliquei o mesmo questionário, seguindo o mesmo procedimento subsequente, em 27¹²³ alunos de 2º e 3º Anos do Ensino Médio em uma escola privada localizada em um bairro de classe média de Juiz de Fora, escola essa que parece atrair filhos da classe média local. As análises que faço dos discursos têm como foco principal

¹²³ Diferentemente do caso anterior, nesse colégio, como circunstância claramente sintomática da condição de classe, que tradicionalmente leva à maior exigência em relação aos direitos individuais, no Brasil, precisei formalizar pedido de autorização aos pais dos alunos, através da direção do colégio, para que seus filhos respondessem ao questionário. Os 27 pesquisados são aqueles de cujos pais obtive autorização e que estavam presentes nos dois dias em que estive aplicando o questionário no colégio. De todo modo, esse número correspondeu a cerca de 35% de todos os matriculados nos três anos do Ensino Médio, no estabelecimento.

a recepção hegemônica dos telejornais policiais ocorrida entre os jovens de classe baixa, mas o exercício de tornar evidente o fenômeno só foi possível pela comparação contrastiva com a realidade encontrada na pesquisa junto aos jovens de classe média. Sendo assim, quando os dados obtidos nesse último contexto não forem apresentados de maneira explícita – a fim de se evitar a excessiva repetição -, estarão compondo implicitamente as análises.

Dos respondentes do questionário no universo socialmente mais privilegiado, 78% declararam-se brancos, seguidos de 18,5% que se disseram pardos. Não houve nesse colégio quem marcasse a opção “preta” para “cor ou etnia”, o que, já de início, dá-nos uma noção da situação de classe - estruturalmente relacionada no Brasil à cor da pele – ocupada pelos alunos do colégio.

Sobre a escolaridade, 33,3% das mães têm pós-graduação completa, seguidas de 29,6% com ensino médio completo e 18,5% com ensino superior como escolaridade máxima. A fração de mães que cursaram apenas da 1ª a 8ª séries¹²⁴ do Ensino Fundamental, situação que no caso de Ewbank ultrapassa 60% dos casos, aqui corresponde a diminutos 3,7% para 5ª a 8ª séries, sem ocorrência para a opção “de 1ª a 4ª...”. A escolaridade dos pais, comparativamente, também é consideravelmente mais alta. Enquanto que 47% (mais da metade dos casos, se excluirmos a opção “Não sei.”) dos pais dos alunos da escola pública concluíram apenas a Educação Básica (1ª a 8ª séries), a maior parte dos pais de classe média tem pelo menos curso superior (34,6% completaram o curso; outros 15,4% fizeram pós-graduação).

¹²⁴ De acordo com sistema de periodização escolar então vigente.

Tabela 4: Escolaridade dos pais e mães – jovens de classe média – Juiz de Fora.

Escolaridade	Mãe	Pai
Não frequentou escola	-	-
1ª a 4ª Ens. Fundamental	-	-
5ª a 8ª Ens. Fundamental	3,7%	-
Ens. Médio incompleto	-	11,5%
Ens. Médio completo	29,6%	15,4%
Ens. Superior incompleto	11,1%	7,7%
Ens. Superior completo	18,5%	34,6%
Pós-Graduação	33,3%	15,4%
Não sabe	3,7%	15,4%

Fonte: Respostas à questão P7 do questionário apresentado no APÊNDICE A.

As rendas familiares desses alunos do colégio privado, como esperado, estão em faixas bem mais altas, para famílias em média menores (compostas por 3 pessoas, além do respondente, nas famílias mais abastadas, enquanto naquelas mais pobres a média encontrada foi de 4 pessoas, além do respondente): em 30,8% das respostas declarou-se renda “de 4 a 10 salários mínimos”; a mesma percentagem declarou “de 2 a 4...”; o próximo valor mais frequente foi “de 10 a 20 salários mínimos” - 23% das ocorrências - seguido de 14,4% para a opção “de 1 a 2...”

Tabela 5: Renda familiar – jovens de classe média – Juiz de Fora.

“P13. Qual a sua renda familiar, aproximadamente (considerado todos que contribuem para a renda da sua casa)?”	
Não mais que 1 salário mínimo (R\$ 788,00)	-
De 1 a 2 salários mínimos (R\$ 788,00 a R\$ 1.576,00)	15,4%
De 2 a 4 salários mínimos (R\$ 1.576,00 a R\$ 3.152,00)	30,8%
De 4 a 10 salários mínimos (R\$ 3.152,00 a R\$ 7.880,00)	30,8%
De 10 a 20 salários mínimos (R\$ 7.880,00 a R\$ 15.760,00)	23,1%
Acima de 20 salários mínimos (mais de R\$15.760,00)	-

Fonte: Respostas à questão P13 do questionário apresentado no APÊNDICE B.

Entre as profissões desses pais e mães há uma variação de ocupações, como profissionais liberais, profissões que exigem algum tipo de especialização escolar (técnicos de nível médio), funcionários públicos, proprietários de pequenas empresas e, com significativa frequência, correspondente a 16% de todas as respostas para pais e mães, “professores” e “professoras”, conforme declaração espontânea dos respondentes.

É importante chamar atenção para o fato de que os alunos entre os quais pesquisei, nesse colégio privado, como é possível depreender da leitura dos dados acima, pertencem a uma “classe média tradicional”, isto é, a uma parcela da sociedade que herdou dos pais os capitais que lhes auferem essa posição. A condição social dos pais desses alunos já lhes auferia “de berço” grandes volumes de capital econômico e cultural em relação aos pobres e mesmo aos “batalhadores” (pobres ascendentes) (SOUZA, 2012), estes, por sua vez, representados apenas nos perfis mais bem sucedidos encontráveis entre os alunos da escola estadual.

A escolha por pesquisar em escolas de Ensino Médio foi feita também a fim de possibilitar a comparabilidade e também por causa das consideráveis vantagens em relação ao gasto de tempo na aplicação e receptividade à

pesquisa por parte dos respondentes. Aproveitando o ambiente *sui generis* da escola, e almejando conseguir o maior número possível de respondentes, permiti que os questionários fossem autoaplicados: no ambiente da sala de aula, propício à realização de atividades que exigem concentração e boa vontade para a participação coletiva, distribuí os questionários aos alunos, passei instruções gerais e orientei que me indagassem caso tivessem dúvidas. (Apliquei alguns poucos questionários pessoalmente, apenas para testar a clareza das questões para os alunos.) Essa estratégia trouxe para a pesquisa problemas causados pela atribuição de autonomia aos respondentes (ocorrências de questões sem resposta, escolhas múltiplas em questões onde só caberia uma opção, preenchimentos indecifráveis, blefes, brincadeiras e inconsistências de informações - situações em que, por exemplo, o sujeito declara que nunca assiste à televisão, mas lista telejornais a que assiste), mas possibilitou, por outro lado, abrangência mais censitária possível dentro do universo de alunos daquelas escolas.

Claro que, ao realizar a pesquisa entre jovens que cursam o último ano do ensino médio, regularmente frequentadores de suas escolas, não pretendo que os achados sejam válidos igualmente para toda a população circundante, nem para faixas etárias diferentes na mesma classe social. São necessárias outras pesquisas para que se possa fazer esse tipo de dedução, sobretudo em se tratando de fenômeno tão complexo como a produção e circulação de representações sociais. Não deixarei, entretanto, de arriscar aqui algumas induções igualmente fundamentadas em certa literatura pertinente já existente.

Uma vez que a amostra de minha pesquisa é pouco representativa de todo o universo abarcado, poderei fazer poucas inferências a partir desses critérios de classe. Como não conseguirei enxergar uma gradação que dê conta, por exemplo, da variedade de ocupações possíveis, muito menos da variedade de graus de escolaridade e de níveis de renda, a análise será simplificada em termos da seguinte oposição:

- 1) cidade pequena/baixa renda/pouca escolaridade dos pais/pouca possibilidade objetiva de gratificação advinda do capital escolar (portanto, menor investimento relativo nesse tipo de capital, sobretudo

naquilo em que não implica ganhos imediatos nos níveis intermediários do mercado de trabalho, a saber, nas profissões técnicas de nível escolar médio na indústria e comércio. O serviço público é pensado como uma possibilidade remota, mais difícil de acessar, já que exige tempo de estudo de retorno incerto. Equipara-se, nesse sentido, à formação no Ensino Superior não tecnológico).

2) No outro polo, dentro dos propósitos deste trabalho, visualizo o grupo dominante, com relativamente maior capital escolar dos pais (e probabilidade de ganhos nesse campo)/cidade maior/maior contato com a diversidade de visões de mundo/ maior renda familiar etc.

A hipótese que norteia essa estratégia comparativa é a de que o acesso prioritário à televisão como fonte legitimadora de visões de mundo, de opiniões legítimas, através de porta-vozes especialistas em produção de representações, como Datena e Marcelo Rezende, torna as pessoas que o fazem mais frequentemente reprodutoras dessas visões. Na formação das opiniões dos jovens que negaram veementemente ser telespectadores de programas como Brasil Urgente e Cidade Alerta, ao contrário, atuam mais intensamente – e em concorrência com o programa – pelo menos os pais (que possuem, comparativamente, maior capital cultural e, portanto, valorizam mais o fato de se ter uma “opinião pessoal” (cf. BOURDIEU, 2007)) além da própria escola (que geralmente compartilha os mesmos valores dos pais, uma vez que, inclusive, têm frequentemente nas demandas destes – economicamente impostas através das mensalidades – suas referências éticas e pedagógicas). Em outras palavras, a hipótese é que maiores capitais econômico e cultural geram maior disposição em se produzir leituras “opositivas” (HALL, 2003) sobre assuntos apresentados nos telejornais policiais e vice-versa, ao mesmo tempo em que gera maior probabilidade de que as opiniões sejam formadas através da concorrência de outras instâncias igual ou superiormente legítimas. O conhecimento de diferenciadas apropriações de um mesmo conteúdo televisivo, mediado para os receptores por constrições de classe social, tornará mais fácil a visualização do lugar ocupado pelas visões de mundo reverberadas e legitimadas nos telejornais policiais.

4.2 Análise do material dos grupos focais e entrevistas

4.2.1 “Janela para a realidade”

Um primeiro elemento frequente nos grupos focais realizados com os jovens de classe baixa é a ideia de que assistem ao Brasil Urgente, Cidade Alerta e outros telejornais do gênero para conhecerem “a realidade aí fora”, conhecerem o que acontece no mundo e, assim, poderem se precaver contra os perigos, uma vez que o mundo está caracteristicamente perigoso. Alegam apreender o que assistem na TV como exemplos e orientações sobre como proceder. Uma vez que a cidade em que residem é pequena e que, por isso, é relativamente pacata, entendem que estariam sendo ingênuos se tomassem a realidade que conhecem por experiência próxima¹²⁵ como sendo toda a realidade existente. Sobre o porquê de assistirem programas como Brasil Urgente e Cidade Alerta, respondem da seguinte maneira:

Ele conta muito a realidade, né, do Brasil. Se não fosse por eles a gente não iria tá sabendo de nada...

(Priscila; declara-se “parda”; mãe dona de casa; pai vendedor em loja de peças automotivas; ambos os pais têm “Ensino Médio completo”; renda familiar de 2 a 4 salários mínimos)

É pra gente ver como é as coisas. Eles mostram é a realidade, né.

(Maristela: declara-se “branca”; mãe dona de casa; pai pedreiro; mãe cursou “De 1ª a 4ª do Ensino Fundamental”; pai tem “Ensino Médio completo”; renda familiar de 1 a 2 salários mínimos)

¹²⁵ Faço aqui e adiante utilização adaptada do conceito desenvolvido por GEERTZ (1997), no contexto de uma discussão epistemológica sobre a experiência etnográfica. As noções de **experiência-próxima** seriam aquelas que os nativos têm espontaneamente no desempenho das atividades cotidianas e que são acionadas no decorrer dessa experiência. “As pessoas usam conceitos de experiência-próxima espontaneamente, naturalmente, por assim dizer, coloquialmente; não reconhecem, a não ser de forma passageira e ocasional, que o que disseram envolve ‘conceitos’” (*ibidem*, p. 89). Já as de **experiência-distante** exigem exatamente esse esforço de distanciamento que possibilita a generalização conceitual. No caso da aplicação dada por GEERTZ, diz respeito àqueles conceitos elaborados pelo pesquisador a partir do que apreende no trabalho de campo em relação com os nativos. A diferença, como GEERTZ faz questão de especificar, é de grau de conhecimento, não de natureza. Todo conhecimento, claro, é em maior ou menor grau próximo ou distante em relação aos contextos de experiência possíveis em determinadas coletividades humanas.

Claro que não é o tratamento de qualquer “realidade” que agrada a esses jovens, e que explica o interesse deles pelos programas. Trata-se de uma “realidade” a eles inteligível, preenchida com assuntos inteligíveis, apresentados em uma linguagem igualmente inteligível:

O jornal [Nacional] da Globo, por exemplo... não mostra o crime... essas coisas que acontece na favela... é mais de política mesmo, de corrupção, né... Esse jornal não, ele já mostra mesmo, na realidade... (Maristela)

Assuntos de “política”, da maneira em que são tratados no Jornal “da Globo”, chateiam porque tratam de questões especializadas demais, que exigem competência específica para serem compreendidas. A “real realidade” é aquela que lhes é compreensível.

E conhecer a “realidade” tem uma utilidade prática:

Por exemplo: aqui em Ewbank é uma cidade pequena. Não acontece muito esses negócios. Mas a gente pode saber... quando a gente for sair pra fora, saber qual é a realidade. Igual São Paulo [por exemplo]; tem muito assalto, morte...

(Carlos: declara-se “branco”; mãe balconista; pai corretor de imóveis; ambos os pais têm “Ensino Superior Completo”; renda familiar de 2 a 4 salários mínimos)

A concepção vigente é a de que o acesso ao mundo pela TV os tornaria mais conscientes e espertos. Os programas jornalísticos os tornam cientes a respeito da “realidade lá de fora”. É também como se os assistissem para adquirirem conhecimento. Saber, por exemplo, que existe impunidade, uma vez que “de 100% dos crimes, apenas 70% soluciona, e que realmente prende são 50%” (Sara¹²⁶), é percebido como algo que os torna conscientes e críticos em relação a essa realidade. Trata-se de conhecer para se conscientizar, isto é, deixar de ser ingênuo sobre questões importantes concernentes, sobretudo, à vida pública:

Assisto porque eu gosto de ver! A gente fica sabendo sobre crimes e a gente também fica sabendo: “será que isso pode acontecer comigo?” Como exemplo... igual... eu, eu gosto

¹²⁶ Declara-se “parda”; mãe assistente de vendas; pai pedreiro; mãe tem “Ensino Médio completo”; pai cursou “De 5ª a 8ª do Ensino Fundamental”; renda familiar de 2 a 4 salários mínimos.

muito de tomar como exemplo o que outro fez e deu errado, pra você não cometer o mesmo erro. (Paulo)

[...] a gente vai vendo tudo isso, né. Tudo isso pra gente tomar cuidado... não confiar em todo mundo. (Priscila)

Essas afirmações são bastante representativas de um aspecto que tenho tentado destacar neste trabalho, qual seja, o fato de que os discursos veiculados nos telejornais policiais funcionam para aqueles que os assistem como visões de mundo autorizadas que, a partir da posição privilegiada de que emanam, legitimam e reproduzem preconceitos vigentes. Os programas são recebidos nessa chave interpretativa, encarados como janelas imparciais para o mundo, com uma função de orientação para a vida e até de caráter educativo: eles educam a partir de exemplos sobre o que não fazer – os crimes narrados nesses programas – e sobre o que se deve fazer – seguir as lições aprendidas nos julgamentos e “sugestões de conduta” feitas pelos apresentadores através de seus comentários. Um dos jovens dá mais detalhes do que estou procurando destacar aqui:

Por exemplo, estelionatário. Tem muito no país: você acha que é uma coisa e a pessoa vai e cai... completamente diferente. Outro exemplo: dar muita brecha pro vizinho... aí você acha que é normal e vai ver ele é um psicopata... Coisas que você acha que não vai acontecer com você, mas que praticamente tá do seu lado, todos os dias, como por exemplo: assassinato... Igual muita das vezes se fala: não reaja! Muitas pessoas reagem... assaltos... Por isso que eu vejo esses programas... é um alerta pra sociedade! (Paulo)

Ser “um alerta pra sociedade” significa ser um manual de conduta em um mundo perigoso. A recepção, nesse caso, absorve e reproduz os propósitos que são declarados no âmbito dos telejornais policiais para justificarem a existência desses programas!

4.2.2 Coragem para dizerem a verdade

Quando questionados abertamente sobre o que pensam a respeito das coisas que Marcelo Rezende e Datena falam, as respostas que obtive foram

bastante parecidas, de modo que penso poderem ser representadas pela fala de Sara:

A opinião deles, né. Mas a opinião deles representa muito a opinião das pessoas também. Pelo fato de eles trabalharem muito tempo com investigação...

É como se a autoridade dos apresentadores, reconhecida e aceita pela audiência para o tratamento daqueles assuntos sobre os quais esses jornalistas opinam, fosse a eles conferida pela longa experiência que têm no exercício do trabalho que fazem. Além dessa virtude da sabedoria conferida pela “experiência”, aparece nas falas a valorização do discurso dos apresentadores pelo didatismo. Um dos jovens valoriza o fato de Marcelo Rezende apresentar uma reportagem e “ainda acrescentar as palavras dele”. Estas são facilmente compreendidas, por apresentarem as notícias em termos mais próximos da linguagem cotidiana. Outro elemento presente é a suposta coragem que teriam esses apresentadores e que seria responsável pelas atuações enérgicas na tela. A coragem é virtude frequentemente auto imputada durante os programas pelos próprios apresentadores, de modo que chega a compor o conjunto das características distintivas das próprias personagens¹²⁷ que representam. A coragem, que envolve a virilidade com a qual os julgamentos são proferidos, aparece intimamente, tanto em falas dos próprios apresentadores como nas representações dos jovens, associada à experiência. É por terem longa vivência, conhecerem bandidos “de perto” e supostamente saberem como os bandidos pensam que esses apresentadores são destemidos. Uma das entrevistadas ilustra uma forma como se dá a recepção a esse discurso da coragem. Para ela, Marcelo Rezende

[...] fala coisas que a maioria não falaria por medo de cadeia, por medo demais sobre política, coisas assim, que a gente quer falar e ele fala lá, sem medo.

¹²⁷ O epíteto de Valmir Rodrigues, apresentador do programa Alterosa em Alerta, estudado no capítulo 2, é “o apresentador que não tem medo de cara feia”. Uma virtude de Marcelo Rezende, conforme consta no próprio *site* do programa, é resumida na frase “Jornalista que não tem medo de falar a verdade”. Luiz Carlos Alborghetti, jornalista policial tido como precursor dos programas policiais na TV (ADERALDO, 2008) e que ficou famoso na televisão pela *performance* enérgica no combate retórico às “imoralidades”, costumava bradar o bordão: “Se mentiras, sem meias verdades, doa a quem doer.” Arrisco afirmar que se pode encontrar essa ênfase na virilidade, na coragem máscula em nome da “verdade” (que a audiência quer ouvir) compondo os perfis de todos os personagens que comandam o gênero policial.

(Fabiana: declara-se “branca”; mãe funcionária contratada na prefeitura da cidade; pai “gerente de vendas” em uma loja de departamentos; mãe tem “Ensino Médio completo”; pai tem “Ensino Superior Completo”; renda familiar de 2 a 4 salários mínimos)

Além de não ter medo de bandido, Marcelo Rezende não teme retaliação por suas opiniões polêmicas sobre política. É como se fosse perigoso emitir opiniões políticas, uma vez que, o fazendo, está-se referindo a autoridades, a pessoas poderosas que poderiam de alguma forma reagir em prejuízo do emissor. Outro entrevistado confirma essa visão:

A gente não pode falar as coisas que ele fala porque a gente não vive cercado de seguranças. (Carlos)

Há a coragem, mas há também o fato de que, por serem pessoas famosas, os apresentadores são protegidos por seguranças particulares, o que lhes permite falarem o que pensam. Não se põem em questão, portanto, aquilo que é dito. Acredita-se inclusive que os discursos desses apresentadores correspondem tanto à verdade que incomodam os “poderosos” e os “bandidos”. Uma vez que incomodam, geram perigo pessoal para os apresentadores, os quais, por isso, vivem “cercados de segurança”.

Esses adolescentes, portanto, reproduzem um discurso que claramente está presente nas falas desses apresentadores, emitidas repetidamente durante os programas, mas também em entrevistas, em momentos em que se veem instados a legitimar o que fazem também perante os pares. Os trechos de falas de Marcelo Rezende, reproduzidos abaixo, são similares aos que podemos ouvir sendo proferidos também por Datena, e ilustram muito bem a imagem que esses jornalistas procuram construir a respeito do que fazem:

Esses programas são fundamentais porque retratam a vida como ela é, sem nenhuma maquiagem, sem nenhuma luz que escondam as coisas [...] Esses programas incomodam muito o poder público, por que são os únicos onde o sujeito que está ali na frente tem total liberdade para falar o que quiser. [...] Eu sempre digo: eu não sou um jornalista, sou um cidadão, que casualmente tenho essa profissão.¹²⁸

¹²⁸ Fonte: Entrevista publicada no portal IG. Disponível em: <<http://gente.ig.com.br/2012-12-04/marcelo-rezende-tem-fila-de-feinhos-para-me-dar-tiro-botei-muitos-na-cadeia.html>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

*[...] jornalismo que incomoda ao cobrar governantes; não estimula violência, mas contribui para solucionar os problemas sociais ao cobrar dos governantes.*¹²⁹

Quanto questionei, provocativamente, sobre o gosto por esses programas, insistindo no fato de que Brasil Urgente e Cidade Alerta apelariam para um excesso de violência, humilhando as pessoas que aparecem nas matérias e tornando aceitáveis e a tortura e agressão física de outrem etc., os respondentes foram, por um lado, unânimes em negar “piedade a bandidos” e, por outro, em reafirmarem que os programas retratam a realidade como ela é. Uma vez que se trata da “realidade”, não há excessos: imoral não são os programas, mas as atitudes dos criminosos que ali aparecem. As *performances* dos apresentadores são, ao contrário, moralizadoras, sentenciam os desvios aos valores estabelecidos. Algo que não acontece, por exemplo, nas novelas, as quais, conforme ouvi de um dos jovens, “incentivam fazer coisas que não agradam muito a gente” (Júlio¹³⁰). Essa defesa dos telejornais policiais através do ataque ao outro produto de grande aceitação na indústria cultural brasileira, as telenovelas, encontra ressonância entre os jovens que pesquisei e está presente nas falas dos próprios jornalistas em tela, interessados que são também, repito, na legitimação de seus programas junto aos pares. Marcelo Rezende justifica seu ofício lançando mão do mesmo expediente:

*Eu fico vendo críticas [...] [que atribuem ao Cidade Alerta a pecha de ser um programa sensacionalista, por mostrar apenas o] "mundo-cão", aí olho no monitor e a novela em que a garota começou com a bermuda no joelho, quando se busca a audiência, o short já está quase virando um colar. E os caras dando beijo na boca arrochado e mergulhando em piscina nus às 6 da tarde, só de biquinho. E penso se é isso mesmo que representa o que as pessoas querem ver.*¹³¹

Esse discurso de Marcelo Rezende sustenta-se na aura de seriedade associada a todo telejornal, aura essa que não encontra contestação entre

¹²⁹ Fonte: Entrevista dada por Marcelo Rezende no programa *Morning Show* da rádio Joven Pan. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DU6HUnS8tH0>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

¹³⁰ Declara-se “preto”; mãe dona de casa; pai carpinteiro; ambos os pais cursaram “De 1ª a 4ª do Ensino Fundamental”; renda familiar de 1 a 2 salários mínimos.

¹³¹ Entrevista concedida pelo apresentador. Disponível em: <<http://www.paraiba.com.br/2014/12/16/18350-marcelo-rezende-diz-o-cidade-alerta-esta-aprisionado-na-falta-de-recursos>>

aqueles jovens de classe baixa cujas visões de mundo investiguei. Brasil Urgente e Cidade Alerta, para esses jovens, muito diferentemente do que encontrei entre os alunos de classe média, são programas sérios, que tratam de problemas sérios, reais e importantes de serem conhecidos por todos.

Por trás da defesa feita pelos apresentadores - e absorvidas sem oposição por seus telespectadores - de que o trabalho sério que fazem envolve cobrar do poder público soluções para os problemas que assolam a sociedade, como tentei esboçar no capítulo em que analisei as condições de produção das notícias, acabam por julgar tudo o que entendem por imoral, ilegítimo, produzindo um discurso conservador que encontra eco no âmbito da recepção. A crítica, que agrada pela sensação de “desabafo coletivo” proporcionada aos que assistem, traz consigo o discurso moralizador. Afinal de contas, os “noticiários”, ao retratarem a “realidade”, ajudam a discernir o “certo” do “errado”, como ouvi durante um grupo focal:

Acho que [até] a pessoa de doze anos sabe o que é certo e o que é errado. Porque todo mundo vê noticiário; a mídia tá aberta aí pra todo mundo... (Paulo)

4.2.3 Problema 1: criminalidade e mundo degenerado

A sensação generalizada, simultaneamente criada e confirmada para esses jovens nos programas policiais, é a de que as coisas nunca foram tão ruins como atualmente se encontram. A criminalidade nunca foi tão presente, os criminosos nunca foram tão cruéis, a “corrupção”, mal maior que atinge a vida pública, nunca foi tão grande, as pessoas nunca foram tão gananciosas. Como constata um aluno, ao assistir a um trecho da perseguição policial relatada no Capítulo 3: “a sociedade tá indo de mal a pior.” (Paulo)

O discurso contra a criminalidade encontra-se associado à impressão de perigo crescente. A partir do enquadramento promovido pelos telejornais policiais, têm-se a sensação de que o mundo nunca esteve tão violento. Os jovens de Ewbank exprimem essa percepção. Mesmo que a taxa de “crimes

violentos”¹³² registrados no município seja baixíssima e bastante estável no decorrer dos anos (média de um por ano, nos últimos 4 anos, de acordo com estatísticas referentes ao período divulgadas pela Secretaria de Estado de Defesa Social de Minas Gerais¹³³), não foi difícil ouvir dos jovens pesquisados frases como “hoje a violência está demais” ou “antigamente as pessoas podiam ficar até tarde na rua, mas hoje, nem mais em uma cidade pequena como a nossa isso é possível”. A sensação expressa nas falas desses jovens é a de que o mundo nunca fora tão violento, apesar de ser difícil comprovar o real aumento da violência, se tomarmos como referência estatísticas de criminalidade, as quais são geradas a partir de casos que oficialmente tornaram-se ocorrências policiais – e que são os mesmos que potencialmente tornar-se-iam notícias, uma vez que uma fonte de informações para os jornalistas é a própria polícia, como discuti mais profundamente no Capítulo 2. Essa sensação não é atestada pelas estatísticas.

Isso demonstra o quão importante é a participação dos meios de comunicação de massa, sobretudo pelos telejornais policiais, que sobrevivem do assunto violência, na definição da realidade para esses jovens. Uma vez que o aumento da criminalidade nos locais de experiência próxima dos jovens de Ewbank não é atestado pelas estatísticas, pode-se associar o clima de criminalidade crescente ao que conhecem através dos meios de comunicação de massa. Esse sentimento, expresso nos discursos dos jovens, está associado então ao próprio agendamento promovido pelos programas que assistem¹³⁴. O enquadramento nos programas, por sua vez, está relacionado

¹³² São nove os tipos de crime oficialmente classificados na categoria “crimes violentos”: estupro consumado; estupro de vulnerável consumado; estupro de vulnerável tentado; estupro tentado; extorsão mediante sequestro consumado; homicídio consumado; homicídio tentado; roubo consumado; sequestro e cárcere privado consumado. (Fonte: <<http://www.numeros.mg.gov.br>>. Acesso em: 07 dez. 2015.).

¹³³ Disponível em: <<http://www.numeros.mg.gov.br>>. Acesso em: 07 dez. 2015.

¹³⁴ Eis um exemplo interessante que mostra como esse mecanismo de produção do medo não é exclusividade do telejornalismo policial: conforme matéria publicada na área regional do *site* G1, das Organizações Globo (o site tem notícias formatadas de acordo com o modelo de jornalismo “tradicional”, mais “sério”, “de referência”, consolidado no país pela própria Rede Globo e seu “Padrão Globo de Qualidade” (BOLAÑO, 2004)) há uma discrepância em Minas Gerais entre estatísticas oficiais sobre crime e a “sensação de segurança” experimentada no estado (Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2015/05/mg-tem-abismo-entre-estatisticas-de-crimes-e-sensacao-de-seguranca.html>>. Acesso em: 26 nov. 2015). Essa situação em si, seja lá o que vier a significar nesse contexto “sensação de segurança”, já é um

às estratégias de conquista de audiência pelas emissoras, dentro do cálculo econômico do custo/benefício. As notícias policiais agradam – portanto, dão audiência – e são relativamente baratas de se produzir. Ao mesmo tempo, alimentam a *illusio* jornalística naquilo que diz respeito ao preceito ético da necessidade de prestação de serviço, um fundamental “pacto sobre o papel social do jornalismo” (OLIVEIRA, 2007, p. 19).

De todo modo, a percepção de que o mundo está mais perigoso justifica, para os jovens entrevistados, a indignação dos apresentadores, seja cobrando por leis mais rígidas ou exigindo cumprimento das já existentes, desfavoravelmente aos “criminosos”. São nesses termos, inclusive, que deve ser entendida a expressão “fazer justiça”, tão frequente nas notícias e comentários das notícias sobre crimes. “Fazer justiça”, não é, nesse contexto, fazer valer as leis, sopesando direitos e deveres, mas simplesmente punir o quanto antes e de maneira mais intensa possível aqueles que foram condenados a partir do consenso a respeito do que é legítimo (moral) na *performance* judiciosa dos apresentadores, normalmente corroborada pela apresentação da indignação daqueles envolvidos na situação de vítimas nos eventos.

Esse fenômeno, caracterizado pelo anseio por maior punição, legitimado pelos meios de comunicação, não é exclusividade da realidade brasileira. PRATT (2007), de maneira bastante consonante com o argumento que tenho

problema notável para o jornalista que escreveu o texto. O argumento é que, apesar de o jornalismo local da Globo já ter feito várias matérias que atestariam o sentimento de insegurança por parte de moradores, dados da Secretaria de Estado de Defesa Social de Minas Gerais, órgão responsável pela execução da política de segurança pública no Estado, apontariam queda considerável na criminalidade em um intervalo de três meses (janeiro a março), no primeiro semestre de 2015. Uma explicação possível para essa suposta discrepância detectada na matéria, penso, não está necessariamente nos “fatos”, mas nas notícias. Em coerência com tese subsidiária que desenvolvo neste trabalho, a mensuração da suposta sensação de insegurança é fruto das categorias do entendimento jornalísticas e advém do trabalho desses profissionais na definição e apuração dos eventos noticiáveis. Ao jornalismo, por razões que discuti sobretudo no Capítulo 2, os casos de crime enquadram-se nos valores-notícia e, por isso, interessam. Sendo assim, parte considerável das notícias é sobre crime. Não se noticiam crimes apenas porque eles acontecem com grande frequência, mas porque eles enquadram-se perfeitamente nos critérios de noticiabilidade operantes, não apenas nos programas policiais, mas em todo o jornalismo. Então, a grande quantidade de notícias sobre crimes diz mais sobre os tipos de assuntos que mais tocam os jornalistas – também como um reflexo do que interessa à suas audiências presumidas – do que sobre a real representatividade estatística da ocorrência do fenômeno da criminalidade.

desenvolvido aqui, denomina o fenômeno **populismo penal** (*penal populism*) e o associa a um sentimento de senso comum mundialmente generalizado de que a criminalidade está crescendo, contrariando as “evidências” que apontam o seu declínio na maior parte das sociedades modernas (PRATT, 2007, p.66). Para o autor, a mídia contribui enormemente para produzir esse senso comum generalizado. Não se trata de negar aqui que a criminalidade é um “problema social”, a ser tratado com políticas públicas etc. Para o autor, trata-se apenas de evidenciar que

The volume and nature of crime reporting enlarges the dimensions of this problem and increases the immediacy of its threat, making it seem one that is acute, requiring drastic and dramatic action. (*ibidem*, p. 67).

PRATT argumenta que esse fenômeno, apesar de estar presente em todos os meios de comunicação, atinge sobretudo a mídia popular (*popular media*). E isso se deve à frequência das notícias sobre crimes, mas também ao próprio estilo de linguagem, que, como discuti em capítulo anterior, investe na dramatização dos eventos do ponto de vista de “pessoas comuns”, como fruto de uma tentativa de aproximação com telespectadores de baixo capital cultural. Nos termos de PRATT,

In its reporting style, crime analysis becomes personalized rather than statisticalized, as it privileges the experiences of ordinary people, particularly crime victims, rather than expert abstractions. (*ibidem*, p. 67).

O populismo penal, então, lida com aquilo que Sérgio ADORNO (1995) se refere como sendo explicações “psicologizantes” para a criminalidade. O problema, para o senso punitivista, não tem a ver com as condições sociais de produção dos sujeitos que mais provavelmente estarão envolvidos com situações sociais consideradas criminosas. O crime, tido como uma evidência em si, no máximo ganha uma causação coletivista difusa, relacionado ao definhamento de supostos valores atemporais. Quando questionado sobre possíveis causas para a diagnosticada situação de criminalidade em que nos encontramos, um dos jovens que entrevistei afirma:

Ah, a ganância. O amor ao dinheiro é a raiz de todos os maus e é mesmo! A ganância, o meio ambiente, pessoa não procura

ajudar o próximo mais, é individual, egoísta, egocêntrica.
(Paulo)

Estamos diante de concepção muito frequente nesse senso comum conservador (PIERUCCI, 1999) analisado aqui e que pode ser expresso na noção de que estamos vivendo atualmente uma “inversão de valores”. Essa ideia amplamente disseminada nesse universo reflete-se também no alto índice de concordância total (56% das respostas, excluindo-se os que não souberam ou não quiseram responder) que esses jovens demonstraram para a afirmação contida na questão do questionário, como mostro na Tabela 6, a seguir:

Tabela 6: Percentagens de respostas à questão sobre “inversão de valores” entre jovens de classe baixa - Ewbank da Câmara.

“P36. Com a frase: ‘Há atualmente uma inversão de valores, já que ninguém obedece mais a família, os mais velhos, os chefes, os professores nem a polícia’, você:”	
Concorda	45,6%
Não Concorda Nem Discorda	29,8%
Discorda	5,3%
Não sabe/não quer responder.	19,3%

Fonte: Respostas à questão P36 do questionário apresentado no APÊNDICE A.

Tabela 7: Percentagens de respostas à questão sobre “inversão de valores” entre jovens de classe média - Juiz de Fora.

“P36. Com a frase: ‘Há atualmente uma inversão de valores, já que ninguém obedece mais a família, os mais velhos, os chefes, os professores nem a polícia’, você:”	
Concorda	18,5%
Não Concorda Nem Discorda	25,9%
Discorda	48,1%
Não sabe/não quer responder.	7,4%

Fonte: Respostas à questão P36 do questionário apresentado no APÊNDICE A.

A Tabela 7 possibilita a comparação com as impressões sobre a mesma questão, no universo de classe média juiz-forana, composto de jovens na mesma faixa etária e que se encontram em um mesmo nível escolar formal. Pode-se perceber, a partir da visualização das tabelas acima, como é característica do universo de classe baixa, composto por maior número de pessoas que alegaram assistir aos telejornais policiais, a concepção de que vivemos em um estado de coisas moralmente degenerado.

É também sintomática desse diagnóstico do estado de coisas a maior frequência de respostas para a questão “P30. O que mais leva uma pessoa a cometer crimes?” Como se pode ler na Tabela 8, 33,3% dos jovens de classe baixa responderam “Falta de valores como família e Deus”, parcela secundada pelos 26,3% que escolheram a opção “Amizades e influências ruins”.

Tabela 8: Percentagens de respostas à questão sobre motivação dos “crimes” – jovens de classe baixa – Ewbank da Câmara.

“P30. O que mais leva uma pessoa a cometer crimes?”	
A má natureza dela	12,3%
Falta de valores como família e Deus	33,3%
Amizades e influências ruins	26,3%
A falta de oportunidades de estudo e de trabalho	12,3%
Não sabe/não quer responder.	10,5%
Outra resposta	5,3%

Fonte: Respostas à questão P30 do questionário apresentado no APÊNDICE A.

Causalidades que impliquem juízo menos moralizador não são acionadas com tanta frequência: apenas 12,3 % responderam que a principal causa da prática do crime é “A falta de oportunidades de estudo e de trabalho”, em flagrante diferença em relação ao padrão de respostas obtido para a mesma questão no outro universo de comparação – representado na Tabela 9:

Tabela 9: Percentagens de respostas à questão sobre motivação dos “crimes”- jovens de classe média – Juiz de Fora.

“P30. O que mais leva uma pessoa a cometer crimes?”	
A má natureza dela	7,4%
Falta de valores como família e Deus	7,4%
Amizades e influências ruins	7,4%
A falta de oportunidades de estudo e de trabalho	51,9%
Não sabe/não quer responder.	3,7%
Outra resposta	22,2%

Fonte: Respostas à questão P30 do questionário apresentado no APÊNDICE A.

Enquanto nos 5,3% de respostas discursivas, conforme consta na Tabela 8, aparecem afirmações como “A falta de caráter”, “Falta de responsabilidade e amor ao próximo” e “A rejeição de seus familiares e amigos”, isto é, opções que responsabilizam o indivíduo ou, no máximo, seu círculo imediato de convivência, nos 22,2% de “outras respostas” da Tabela 9, o que vemos são tentativas de sofisticação das respostas através de combinações entre as alternativas disponíveis, em maior medida atribuindo também a fatores estruturais a causa do comportamento “criminoso” (algumas respostas foram: “A falta de oportunidades de estudo e trabalho, junto com o meio em que é influenciado”; “Vários fatores, como a convivência com pessoas, criação, falta de estudo.”; “Falta de oportunidades, somada à escolha pessoal.”; “Depende, em alguns casos a falta de oportunidades, em outros a má natureza.”).

A grande frequência de matérias sobre criminalidade, violência e demais imoralidades nos programas é explicada, então, pelo próprio estado degenerado em que o mundo se encontra.

4.2.4 Problema 2: tratamento brando demais aos “criminosos”

Algo que parece contribuir decisivamente para a perpetuação da criminalidade, na concepção desses jovens de classe baixa, em perfeita consonância com o discurso dos apresentadores dos programas policiais, é o fato de as leis serem “fracas” demais. Os “bandidos” presos são soltos com muita facilidade, as punições são brandas, encorajando a reincidência no crime. No geral consideram inclusive que presídios são lugares agradáveis demais para quem comete crimes. 34,5% do universo de 59 respondentes do questionário escolheram, em questão opinativa sobre os presídios brasileiros (questão P28 do questionário), a afirmação “São adequados, pois quem comete crimes não merece coisa melhor.” Essa percentagem corresponde à maior frequência de respostas obtidas para a questão, como se pode ver na Tabela 10, a seguir:

Tabela 10: Percentagens de respostas à questão referente aos “presídios brasileiros” entre jovens de classe baixa - Ewbank da Câmara.

“P28. Sobre os presídios brasileiros, qual afirmação se aproxima mais do que você pensa?”	
São completamente inadequados, pois são desumanos	10,3%
São inadequados, mas não existe outra saída	17,2%
São adequados, pois quem comete crimes não merece coisa melhor	34,5%
São bons até demais, pois fornecem comida e água fresca a criminosos	17,2%
Não sabe/não quer responder.	15,5%
Outra resposta	5,2%

Fonte: Respostas à questão P28 do questionário apresentado no APÊNDICE A.

Contrastivamente, podemos verificar na Tabela 11 o baixo índice de respostas punitivistas entre os jovens de classe média, simultâneo à frequente constatação da inadequação do sistema prisional, neste caso por motivos “humanitários” e não apenas “técnicos”.

Tabela 11: Percentagens de respostas à questão referente aos “presídios brasileiros” entre jovens de classe média – Juiz de Fora.

“P28. Sobre os presídios brasileiros, qual afirmação se aproxima mais do que você pensa?”	
São completamente inadequados, pois são desumanos	55,6%
São inadequados, mas não existe outra saída	25,9%
São adequados, pois quem comete crimes não merece coisa melhor	7,4%
São bons até demais, pois fornecem comida e água fresca a criminosos	3,7%
Não sabe/não quer responder.	7,4%
Outra resposta	-

Fonte: Respostas à questão P28 do questionário apresentado no APÊNDICE A.

Para embasarem o juízo de que o sistema prisional não funciona, os jovens pobres mencionaram durante os grupos focais matérias exibidas nos programas policiais nas quais se mostrou vídeos de presos fazendo festas e desfrutando de regalias de conforto dentro de penitenciárias. A ideia de que há benevolência demais no tratamento dado aos presos permeia o trecho de conversa a seguir:

(Maristela) – [...] *as penitenciárias... igual à de Brasília, não adianta nada. Eu acho um absurdo [...] aqui no Brasil os presos recebem pra ficar presos!*

(Priscila) - *Você vai pra cadeia e engorda, né!?*

(Maristela) – *Engorda! Volta gordo. Em Ewbank mesmo tem caso de gente que voltou de lá enorme.*

(Paulo) - *E falam que foi mil maravilhas: tem [conexão de internet] wi-fi, televisão...*

(Maristela) - *Eles têm boa vida. Acho que preso não tinha que ter boa vida dentro de cadeia não.*

(Eu pergunto:) – *Vocês acham que os presídios estão bom demais?*

(Todos(as), quase em uníssono:) - *Demais... é um absurdo!*

(Tábata¹³⁵) - *Eu tava vendo uma reportagem, que nos Estados Unidos, em algum lugar lá, os presos não ficam nessa boa vida como no Brasil não. Eles trabalham, ficam algemados, trabalham no sol... e eu acho que no Brasil também deveria ser assim.*

Esse tipo de matéria sobre “regalias” do sistema penitenciário brasileiro é realmente presente nos programas policiais e é sempre acompanhada, ora da indignação (mais recorrente nas falas de Datena), ora da ironia (mais característica nos discursos de Marcelo Rezende), dos apresentadores. A simples repetição dessas matérias dá aos telespectadores a impressão de que essa é a situação normal nos presídios brasileiros e legitima um senso comum conservador, também presente em contextos urbanos da cidade de São Paulo, onde vivem os profissionais que produzem esses telejornais, senso esse para o qual “A Justiça, instituição de referência básica quando se trata de direitos individuais, também é vista como geradora e confirmadora de privilégios — ‘coisa de rico’” (CALDEIRA, 1991, p. 169)¹³⁶.

Uma vez que as leis são fracas e as instituições falhas, os jovens declarados espectadores de telejornais policiais apoiam inclusive o linchamento de “bandidos”, como pode ser verificado na Tabela 12.

¹³⁵ Declara-se “branca”; mãe empregada doméstica; pai bombeiro hidráulico; mãe cursou “De 1ª a 4ª do Ensino Fundamental”; pai cursou “De 5º a 8ª do Ensino Fundamental”; renda familiar de 1 a 2 salários mínimos.

¹³⁶ Marcelo Rezende, por exemplo, costuma associar “direitos humanos” a “privilégios de bandidos” (CALDEIRA, *op. cit.*). É o que se pode verificar em várias falas do apresentador, exemplificadas através da seguinte: “O policial RE-A-GIU ao ataque do criminoso. Eu espero, já de antemão, que não me venha com história de Corregedoria pro policial, Comissão de Direitos Humanos... porque o policial, sozinho, contra DOIS bandidos, com tudo ao vivo...” (Trecho de comentário de Marcelo Rezende feito instantes após o término da perseguição que narrei em capítulo anterior. Fonte: <<http://noticias.r7.com/sao-paulo/policial-envolvido-em-perseguido-que-terminou-com-dois-baleados-e-afastado-diz-pm-24062015>>. Acesso em: 07 dez. 2015).

Tabela 12: Percentagens de respostas à questão referente ao espancamento de “bandidos” com as próprias mãos - jovens de classe baixa - Ewbank da Câmara.

“P35. Sobre as pessoas espancarem bandidos com suas próprias mãos, sem esperar pela polícia, qual a opção mais próxima de sua opinião?”	
Sou completamente contra	10,3%
Considero que alguns bandidos, a depender do crime, merecem ser linchados	43,1%
É um ato de legítima defesa dos cidadãos de bem	27,6%
Alguns bandidos merecem ser linchados até a morte	12,1%
Não sabe/não quer responder.	6,9%
Outra resposta (anote):	-

Fonte: Respostas à questão P35 do questionário apresentado no APÊNDICE A.

Situação bastante diferente encontrei entre os pesquisados de classe média:

Tabela 13: Percentagens de respostas à questão referente ao espancamento de “bandidos” com as próprias mãos - jovens de classe média – Juiz de Fora.

“P35. Sobre as pessoas espancarem bandidos com suas próprias mãos, sem esperar pela polícia, qual a opção mais próxima de sua opinião?”	
Sou completamente contra	48,1%
Considero que alguns bandidos, a depender do crime, merecem ser linchados	18,5%
É um ato de legítima defesa dos cidadãos de bem	14,8%
Alguns bandidos merecem ser linchados até a morte	-
Não sabe/não quer responder.	7,4%
Outra resposta (anote):	11,1%

Fonte: Respostas à questão P35 do questionário apresentado no APÊNDICE A.

As oposições declaradas ao linchamento entre os jovens representados na Tabela 12, conforme percebi na análise das entrevistas, estiveram mais relacionadas à percebida ineficácia do procedimento, por assim dizer, do que a posicionamentos em defesa dos direitos humanos. Se há algum problema na institucionalização da prática do linchamento, ele está no fato de que a justiça com as próprias mãos pode não surtir efeito no indivíduo criminoso – que voltará a cometer crimes. Do mesmo modo declaram-se a favor de prisão perpétua e pena de morte, entrando em divergência apenas sobre a eficácia maior de um ou outro procedimento em vingar o crime cometido. A pena capital seria interessante porque eliminaria definitivamente o indivíduo criminoso, mas, ao mesmo tempo, conforme alegaram outros participantes da discussão, seria uma punição que inflige pouco sofrimento em comparação com a prisão perpétua. Esta manteria o castigo por toda a vida do criminoso e, por isso, seria preferível.

O fato de as leis serem fracas e, assim o sendo, incentivarem a criminalidade, decorre, de acordo com argumento que ouvi mais de uma vez, dos interesses vis dos políticos. É o que está presente no encadeamento feito nesse pequeno trecho de conversa entre duas jovens durante uma atividade de grupo focal, ao analisarem as razões da prática do linchamento:

(Priscila) - Começa na lei, né. Uma pessoa mata e fica pouco tempo na cadeia...

(Sara) - As pessoas só fazem isso porque não tem aquela lei que vale. A lei só tá no papel... Eu lincho o cara porque eu sei que ninguém vai prender ele e se prender vai ficar pouco tempo, como a Priscila falou. Daí eu vou ficar revoltada com isso e querer fazer a minha justiça porque a justiça de verdade não funciona. A não ser em casos que são tão absurdos [isto é, que têm sua inegável imoralidade confirmada pela ampla repercussão midiática] que até a lei funciona. Quantos casos que a gente vê que a pessoa mata, a polícia prende, mas a pessoa no máximo fica em prisão domiciliar. A lei é fraca justamente porque ela é feita por ladrões, os políticos, porque eles pensam justamente assim: se um dia for eu, pelo menos eu não vou tá na merda. É um pensamento lógico.

As leis, além de brandas para aqueles que são incriminados, são permissivas aos poderosos:

(Leandro)¹³⁷ - *Porque lá [nos Estados Unidos] é assim: 16 anos maioridade penal, mas não tem brecha pra escapar. No Brasil é um monte de brecha. Deputado isso... dá uma enroladinha... escapou... tem brecha. Brecha pra todos [os poderosos].*

(Paulo) - *No Brasil, pobre não tem vez.*

(Priscila) - *É, no Brasil, se você tem um bom advogado, você se livra de qualquer coisa...*

Uma das provas de que as leis punem desigualmente os desiguais é trazida com mais detalhes para a conversa. Se a mídia, sobretudo a internacional, não ficasse em cima, cumprindo seu papel de “cão de guarda da sociedade”, vigiando a ação do poder público, seria diferente:

Tirando uma coisa que foi assim... que além de [repercutir] no Brasil, teve repercussão lá fora. Igual o negócio da... Petrobras: eles puniram porque teve repercussão lá fora. Se não, não ir punir ninguém. (Tábata)

Todos os participantes da discussão demonstram concordar com essas análises, as quais parecem resolver para eles toda a questão sobre a qual vínhamos conversando naquele momento no andamento do grupo focal. A polícia prende porque julga pela legitimidade (não necessariamente pela legalidade) das práticas. O que está implícito, portanto, é que o julgamento policial é antes de tudo moral. A justiça, infelizmente, dentro desse raciocínio, não pune o tanto quanto deveria, uma vez que a lei penal é branda demais. Tudo isso se deve ao fato de que as leis são fruto de más intenções de quem as elabora, os políticos, que, nessa ação, racional, têm como fim o favorecimento próprio. Trata-se de argumento perfeitamente coincidente com aquele presente no cerne do discurso legitimador dos programas policiais, como tentei mostrar de maneira mais detida no Capítulo 2.

4.2.5 Problema 3: políticos como “inimigo comum” e desinteresse pela política

Se há outro consenso entre esses jovens, como esbocei acima, é o de que o “governo” é um grande responsável pelo estado de coisas em que nos

¹³⁷ Declara-se “pardo”; mãe dona de casa; pai pedreiro; mãe cursou “De 1ª a 4ª do Ensino Fundamental”; pai tem “Ensino Médio completo”; renda familiar de 1 a 2 salários mínimos.

encontramos. Ninguém discorda das colocações dos apresentadores contra os “políticos” e a “política”. O mesmo jovem que acha exagerada a conotação sexual de algumas intervenções de Marcelo Rezende, afirma que, no que diz respeito ao “governo, eu acho certíssimo quando ele fala”. Quando pergunto o que é falado sobre o “governo”, o jovem sintetiza da seguinte maneira:

Ah, que podia melhorar as regras da legislação brasileira, que não muda. A maioria penal, concordo entre aspas, porque para você baixar a maioria penal, tinha que ter mais cadeias... e você vê, a cadeia não comporta nem quem é maior de idade, quem dirá menor de idade. Lei do... negócio de menores... ser mais rígido, concordo quando ele [Datena] fala. Que menor de idade sabe... tem coisa pra roubar... aqui arquiteta tudo, mas estudar não pode... aí vem outros meios que adolescente não pode isso, não pode aquilo, mas matar e roubar pode... (Paulo)

Ao procurar endossar algo proferido pelo colega, uma participante do grupo traz outro exemplo de crítica indiferenciada ao “governo”. É um trecho inocente, mas bastante característico e revelador de elementos recorrentes mesmo em discursos mais bem articulados e até mesmo engajados, existentes alhures:

Ultimamente o governo não tá nem aí pra gente. Se acontecesse alguma coisa com alguém da família deles, eles iam procurar. Agora, com a gente aqui eles não tão nem aí. A pessoa pode... no caso, ser assaltada. Reagiu, já tá sendo morta.... Então... fica impune. Ninguém faz nada! (Tábata)

Constitui a visão de mundo desses adolescentes a ideia de que todos somos gananciosos por natureza. A política é uma esfera que dá margem para aflorarem esses “instintos”, sobretudo naqueles que têm esses impulsos mais acentuados. A violência e todos os demais males que esses jovens veem sendo noticiados nos programas policiais estão associados à ganância, sobretudo à dos políticos.

Marcelo Rezende e o Datena falam a realidade. Uma visão da realidade ampla, que todo mundo conhece e a que é. Bate muito na tecla do governo. Sobre o governo federal, estadual, legislativo, executivo... pra dar um jeito e não dá... as pessoas só pensam em dinheiro e o resto é o resto. (Paulo)

É dessa maneira que a crítica aos “políticos”, tão presente nas falas dos apresentadores dos telejornais policiais, repercute entre os que se informam

através desses programas sobre o que ocorre para além de seus ambientes de experiência próxima: torna-se crítica à origem dos problemas “estruturais” - aqueles que são percebidos por esses jovens como correspondendo a sérias questões de interesse público e não apenas como demandas privadas. A própria desigualdade social, por exemplo, encontra uma explicação característica. Nesse pensamento tipicamente conservador, o mundo está posto, de modo que o sucesso pessoal – entendido como ascensão econômica - é em grande medida atribuído ao esforço pessoal, mas também atribuído ao “governo”:

[...] é por causa do governo, porque o governo de hoje às vezes não dá muita condição pras pessoas não. (Tábata)

Descrença em políticos gera desconfiança em relação à política¹³⁸: não há vínculo partidário; não há voto partidário; política é para esses jovens apenas bagunça, briga e corrupção.

[...] Agora qualquer um pra mim tá melhor que a Dilma. Votaria em quem aparecesse de melhor. Se o Aécio se candidatar eu votarei nele. (Sara)

A crítica generalizada dos apresentadores aos políticos e à política ganha especial receptividade em um município pequeno, no qual as disputas eleitorais tradicionalmente polarizam preferências, dividem as amizades e desestabilizam relações de parentesco em torno de candidaturas. Os jovens de Ewbank afirmam veementemente e com orgulho não se interessarem por política. Para eles, o termo está associado, no que diz respeito à experiência distante, à corrupção, atividade imoral, de acordo com o que aprenderam na televisão, e, no que tange à experiência próxima, remete à situação de permanentes conflitos pessoais que se atualizam nos períodos de eleição

¹³⁸ É importante atentar-se para o fato de que essa desqualificação sistemática dos políticos – e, conseqüentemente, da política -, que encontra ressonância entre esses jovens de classe baixa, emana de emissoras que fazem parte de grandes oligopólios de mídia, como bem mostrou LIMA (2015). Trata-se de estratégia (no sentido *bourdieusiano*, isto é, enquanto razão prática e não apenas como cálculo consciente) dessas empresas jornalísticas para se legitimarem como os únicos intermediários credenciados dos anseios da população no espaço público (*ibidem.*). Essa estratégia está nitidamente presente na concepção nativa de que o jornalismo é fiscal do poder público, sempre em nome do interesse público, atuando no Brasil como um “Quarto Poder” constitucional (para essa discussão, cf. tb. ALBUQUERQUE, 1999).

municipal¹³⁹. Ter interesse por “política”, para esses jovens, significa se envolver com algo relacionado à intriga, confusão e corrupção¹⁴⁰.

Para esses jovens ewbankenses, políticos são todos iguais. Não há diferenças ideológicas relevantes, uma vez que desconfiam até que possa existir entre os políticos algo além do puro interesse na maximização do lucro econômico pessoal. O critério de definição é apenas moral e não ideológico. Esse ambiente reforça a aceitação das opiniões “apartidárias” de Marcelo Rezende e Datena, cujos ataques, ao referirem-se à origem do “mal”, dirigem-se aos que estão no poder, independentemente das legendas. Conforme se repete nos julgamentos categoricamente binários desses apresentadores, há apenas os pouquíssimos políticos “honestos” e uma grande maioria de “desonestos”.

4.2.6 Soluções condizentes com as dos apresentadores

O maior problema social identificado por esses jovens é a impunidade. Esta explica tanto os crimes cometidos pelos políticos – a corrupção, os crimes de colarinho branco (“estelionato e lavagem de dinheiro”, como resume um dos

¹³⁹ Tanto que, ao serem questionados a respeito de suas preferências partidárias, associam “partido” imediatamente à polarização da política local. A preferência nesse caso não tem a ver com legenda partidária, mas sim com afinidades pessoais e conveniências conjunturais. Uma informação etnográfica importante de termos em mente é que as posições políticas naquela cidade são compreendidas a partir das cores e números das “bandeiras” dos candidatos a prefeito. Há dois grupos, os verdes (número 20) e os amarelos (número 45), dentro dos quais são arregimentadas as preferências em todas as eleições municipais. Independentemente das coligações partidárias “oficiais”, o que opera no entendimento das pessoas é que o candidato a prefeito do “amarelo”, por exemplo, é apoiado por candidatos a vereadores que, por relações de amizade pessoal e, sobretudo, de inimizade em relação aos oponentes, se posicionam no lado “amarelo”. Os eleitores transitam entre as cores aos sabores dos acordos feitos em cada eleição ou até durante um mesmo pleito, sempre norteados por preferências relacionadas a favores pessoais - e expectativa de perpetuação desses favores -, relações de parentesco e amizade. Desconhecem ou não se interessam pelos partidos nacionais.

¹⁴⁰ O discurso anticorrupção é a tônica popular do momento no Brasil e se seguiu à enorme repercussão que teve a descoberta de esquemas recentes que ocorriam sob os dois mandatos do Presidente Lula (2003 – 2011), envolvendo políticos do PT, de outros partidos e empresários. Faz parte da pauta principal de todos os veículos de comunicação e esteve presente nas principais manifestações de rua ocorridas no país desde pelo menos junho de 2013, momento em que as demandas tinham fontes de classe mais diversificadas, até as mais recentes manifestações anti-PT, que têm emanado de uma classe média tradicional (CAVALCANTE, 2015). Mais que uma crítica à corrupção ou ao partido que atualmente está na liderança do executivo nacional, parte significativa desse discurso tem se dirigido ao próprio sistema político como um todo (*ibidem*).

jovens) – como aqueles de violência mais explícita, que envolvem pessoas de classes inferiores e que ocupam a maior parte do conteúdo dos programas policiais. A impunidade é o problema; as leis são “fracas”, porque, por um lado, não atingem os poderosos e, por outro, são brandas demais para aqueles que elas punem. Logo, as soluções apontadas passam sempre por recrudescimento do combate ao crime. Como isso é feito? Através da redução da maioria penal, da instituição da pena de morte e prisão perpétua (possível dúvida entre escolher uma ou outra solução, como disse, existe apenas em relação à eficácia técnica de uma ou outra prática a ser adotada¹⁴¹) para diversos tipos de crime.

Acho que há três tipos de crime que têm que ter pena de morte: estupro, lavagem de dinheiro e assalto seguido de morte, que é estelionato [sic]. (Paulo)

Acho que não pena de morte, mas prisão perpétua. Por exemplo, na China, sei lá, roubou uma bala é a mesma punição pra quem roubar um banco. Pouca gente faz isso lá. Não faz por medo. O filho do cara lá morreu mesmo o pai dele sendo autoridade lá... (Fabiana)

Não só para estupro, um dos crimes considerados mais graves, neste e em outros contextos sócio-históricos nacionais (PIERUCCI, 1999), linchamento e prisão perpétua são pensados como punição até para assaltantes:

[...] uma boa coça, chamar a polícia e prisão perpetua. Porque eu acho que não é assim: eu vou roubar pra comprar pão etc. É uma coisa pensada. (Fabiana)

Prender bandido não funciona, porque tu vê prendendo um monte e um monte é solto... Tem que bater e prender pra sempre! (Carlos)

Reservas explícitas à prática do linchamento, para esses jovens, têm a ver com a falibilidade do ato na efetivação daquilo a que se presta, conforme conseguem formular. No geral entendem que é uma boa forma de punir quem comete crimes, uma vez que a justiça não atuará a contento, mas que pode levar equivocadamente à punição de inocentes:

¹⁴¹ “Acho que prisão perpétua é melhor porque tem pressão psicológica muito maior que pena de morte.” (Sara). “[...] só a prisão perpétua faz o cara refletir na vida dele”. (Júlio).

Eu não acho [o linchamento algo] muito certo não. É igual ao caso que aconteceu¹⁴². Falaram que um tinha roubado, mas não tinha roubado. Morreu à toa. (Paulo)

O problema do linchamento não é de princípio. Tem a ver mais com a falibilidade do ato. Pode ser que linchem um sujeito inocente, equivocadamente... Não há nada contra, por princípio, à prática de se “fazer justiça com as próprias mãos”. O problema, não é exagero repetir, é de ordem técnica. Até porque, como intervém outro jovem,

[...] se é um negócio que é confirmado, que você ter certeza, você sabe que foi ele mesmo, executa!¹⁴³ (Leandro)

Esses jovens não veem problema na aplicação de violência contra os “criminosos”, uma vez que “essa brutalidade é apenas equivalente à brutalidade [desses sujeitos] que passaram os limites da humanidade” (CALDEIRA, 1991, p. 172). A questão de interesse, portanto, não é o benefício da humanidade, pensada assim genericamente, como direito difuso amplo, mas aquilo que diz respeito às privações práticas que experimentam, decorrentes de sua precariedade de classe, no usufruto do bem estar social. Os anseios são particularizados e dizem respeito à experiência próxima, não à defesa de direitos de uma maneira geral (CALDEIRA, 1991). Interessa a escola que lhes parece não educar adequadamente, os serviços de saúde que não funcionam a contento, o transporte público que não funciona, os serviços de saneamento que são insuficientes e defeituosos e a violência que é percebida como algo que está cada vez mais presente e sobre a qual os “políticos” têm grande quantidade de culpa, seja, de um lado, por simplesmente não se importarem com a solução do problema, seja por representarem maus exemplos com suas atitudes ímprobas. Em outras palavras, os direitos sociais, experimentados como privações de classe subalterna, sobressaem-se em

¹⁴² Não pude investir mais nesse assunto para saber onde de fato “aconteceu” o evento memorado. De todo modo, certamente foi algo conhecido por meio de um noticiário televisivo, uma vez que, por um lado, esse tipo de notícia sobre linchamento tem sido bastante recorrente em anos recentes e, por outro, não ouvi outras menções à ocorrência de evento sequer similar em contexto local.

¹⁴³ Nessa afirmação estamos diante de formulação idêntica àquela feita por Marcelo Rezende no comentário sobre a agressão física de um homem à namorada, em matéria do Cidade Alerta que mencionei no Capítulo 3.

visibilidade aos direitos individuais. As privações de liberdade importam menos que a melhora de vida e o combate ao crime.

4.2.7 Opinião punitivista e condição de classe

O discurso humanitário é normalmente possibilitado por uma situação de classe favorável que faz com que as privações não sejam experimentadas como urgências que impedem o próprio pensamento. Os jovens de classe baixa que investiguei não dispõem dos privilégios advindos dessa condição, uma vez que experimentam realidade bem mais precária.

Entre os alunos de classe média, que não precisam nem sentem que precisarão em um futuro próximo trabalhar para se manter, os anseios por trabalho, quando existentes, estão associados à autonomização financeira em relação aos pais e ao sucesso profissional como decorrência a médio e longo prazos do investimento em capital escolar. A dedicação à atividade escolar, possibilitada por um ambiente de classe favorável, reflete-se no humanismo generalizado presente nos discursos. No caso em questão, esse humanismo consegue superar, pelo menos no âmbito do discurso, a discriminação da pobreza, que costuma estar atrelada à defesa liberal da meritocracia em classes de relativo sucesso econômico. Parte da explicação para isso advém do fato de que os pais desses jovens fazem parte de uma burguesia ascendente detentora mais de capital cultural que de capital econômico. Pais e mães desses jovens são funcionários públicos de médio escalão, profissionais liberais e no máximo pequenos comerciantes. Não são, portanto, grandes capitalistas. A escolha de uma formação relativamente humanista para e por esses alunos está relacionada à própria formação humanista de seus pais. Nos casos em que essa conexão é mais fraca, o próprio efeito do ambiente escolar contribui para a equalização dos discursos. (Nos grupos focais que realizei era patente a unanimidade de opiniões, muito característica daquele espaço bastante homogêneo em que os alunos se formam em grande medida a partir da frequência às mesmas aulas e de uma similar origem de classe. As divergências esperadas nesse tipo de experimento metodológico, quando

existentes, decorriam mais de pequenas diferenças de ênfase que de pontos de vista claramente conflitantes. Tanto isso é verdade que precisei o tempo todo simular o contraditório para tentar, em vão, criar ou evidenciar discordâncias.)

Os jovens de classe baixa vislumbram, no horizonte imediato, uma vez concluído o Ensino Médio, começarem a trabalhar enquanto estudam em uma faculdade ou curso técnico para poderem ter um “bom emprego” – entendido como emprego bem remunerado – no futuro. O trabalho remunerado é urgência em um universo em que não se tolera muito facilmente o investimento “desinteressado” nos estudos. Estes, ao mesmo tempo e contraditoriamente, são reconhecidos como condição para o acesso a “boas” profissões, mas devem ser conciliados com atividades remuneradas. Esses jovens, escolhendo o necessário, acreditam que é perfeitamente factível e até desejável – uma vez que têm como valor apenas aquilo que é fruto de grande esforço pessoal – a dupla jornada trabalho/estudo. A busca de um curso superior, que no outro universo pesquisado está também associada à busca de autocompreensão e, muito frequentemente entre jovens daquela idade e classe social, à vinculação a “causas sociais”, vincula-se neste caso à busca por ascensão social. Esses jovens pobres esperam viver no futuro o mais próximo possível em melhores condições econômicas que aquelas enfrentadas por seus pais. Percebem-se como portadores de uma promessa de condição de classe melhor tanto para si mesmos como para seus pais, dos quais não mais dependerão e aos quais poderão retribuir assim que puderem, sempre o mais rápido possível.

Nesse universo de relativa privação material, as carências são experimentadas também como questões materiais. Os “direitos humanos” dentro dos quais se classifica o direito à vida, à liberdade de ir e vir, à privacidade, à dignidade da pessoa etc., estão em um plano por demais abstrato para esses jovens, uma vez que, nesse sentido, dizem respeito a uma experiência bastante distante. As possíveis afrontas a esses direitos nos discursos dos apresentadores dos programas policiais sequer são percebidas, pois se sobressaem outras preocupações. Quando presentes, aparecem em sentido equivalente àquele apontado por CALDEIRA (1991), quando a autora se refere à população da cidade de São Paulo, em contexto imediatamente

posterior à promulgação da Constituição de 1988, no qual a disputa por direitos fez parte da pauta política nacional:

a reação à defesa dos direitos humanos forçou de modo tão negativo e enfático a associação com criminosos, que atualmente a defesa de direitos humanos suscita massiva oposição junto à população. (CALDEIRA, 1991, p. 164).

Claro que, no plano do discurso, na maior parte das vezes as posições não são claramente articuladas. Diferentemente do que foi encontrado por CALDEIRA, naquele momento sócio-histórico específico, creio que não encontraria entre as pessoas que pesquisei quem declarasse abertamente ser “contra os direitos humanos”. De todo modo, explicitamente declaram ser “contra o que eles consideram ser ‘regalias para bandidos’” e, ao defenderem punições sem limite, convergem com os discursos dos apresentadores e “acabam reagindo contra a ideia de direitos humanos de um modo geral” (*idem*).

Os telejornais policiais, ao se pautarem pela cobertura rotineira da criminalidade, transmitem a sensação de que o mundo está decaído. Ao apelarem para a indignação quase ritual de seus telespectadores em relação ao atual estado de coisas – indignação essa que pude observar a partir dos grupos focais e entrevistas – contribuem, a meu ver, inclusive para a aceitação do uso da violência. Como é constatado por vasta literatura sobre o tema (cf., p. ex., ADERALDO, 2008; OLIVEIRA, 2007; ROMÃO, 2013; VARJÃO, 2015a; VARJÃO, 2015b) há nesses telejornais clara banalização da violência (repetição das imagens de execução, sem cortes, como na cobertura da perseguição policial, analisada no capítulo anterior, vídeos de linchamento e humilhação dos acusados, que se tornam rapidamente “criminosos”, através dos julgamentos feitos através dos comentários dos apresentadores) sempre, é bom lembrar, em nome da audiência, ou, na linguagem utilizada pelos interessados na defesa dos procedimentos utilizados nesses programas, em nome do direito à “liberdade de expressão” (VARJÃO, 2015b) e mesmo do “interesse público”. Com os bandidos, maus caracteres etc., pode-se fazer tudo – já que eles fazem o mesmo e até pior. A violência física e simbólica é facilmente tolerada e até desejada.

4.2.8 Ticket-Thinking

Assim que um dos grupos entre os jovens de classe baixa toca no assunto mais pautado na agenda midiática (McCOMBS, 2009) do momento – assunto esse que está, claro, presente nos comentários de Datena e Marcelo Rezende, e que é rapidamente acionado, ora como explicação, ora como indício do fato de que o mundo está degenerado –, o “escândalo de corrupção na Petrobras”, pergunto, como se desconhecesse a agenda vigente: “o que aconteceu na Petrobras?”. Todos titubeiam, como se eu estivesse questionando sobre algo óbvio demais, evidente demais e para que, por isso mesmo, jamais se viram instados a elaborar uma explicação. Uma vez que se trataria de assunto por demais conhecido dos interlocutores, restringem-se a reproduzir algumas sentenças curtas, como manchetes jornalísticas: “Corrupção!”; “Ele desviou mais de dez milhões...”; “O cara foi revelado e entregou o outro lá...”; “Lavagem de dinheiro.” Pergunto, então, “O que é lavagem de dinheiro?”, e obtenho a seguinte resposta:

Ah, professor¹⁴⁴ ... [como se eu estivesse perguntando algo cuja resposta é óbvia demais] Você superfatura algum orçamento, algum planejamento de obras. Por exemplo, fazer usinas... ou termelétrica... um cimento que custa 5 reais, você vai lá e fatura por 10. E não é um que compra, são vários... e muitas vezes não é ele [o responsável pela compra superfaturada] que paga. Quem paga é o povo brasileiro. (Paulo)

O telejornalismo policial (e nisso ele pode facilmente ser compreendido dentro da categoria “jornalismo popular”, defendida por AMARAL (2006)) opera com essa confusão generalizada com relação aos termos do debate. Uma vez que os assuntos são complexos, envolvem conhecimentos muito especializados, a sensação de participação daqueles que não dispõem das condições para compreender o que ocorre se dá em termos da denúncia, com apelos a uma facilmente inteligível ganância humana geral, a uma esperteza dos agentes, sempre envolvendo algo imoral. Essa linguagem é facilmente compreendida por aqueles que assistem aos programas e é inclusive

¹⁴⁴ Apresentei-me no contato inicial como estudante de Mestrado da Universidade Federal de Juiz de Fora, graduado em Ciências Sociais. Imagino que tenham sido essas informações, aliadas à maneira respeitosa – talvez quase cerimoniosa – pela qual me compeitei, as responsáveis pelo fato de aqueles jovens atribuírem a mim a alcunha de “professor”.

responsável em grande medida pela ampla aceitação desse tipo de telejornal na parcela da população brasileira ao qual ele é direcionado.

As pessoas repetem manchetes simplificadoras assistidas na mídia, fazem um julgamento do que pode ter vindo a acontecer, com base em elementos da experiência pessoal, associados a outros colhidos aleatoriamente de outras manchetes e constroem com esse material uma visão de mundo. Por diversas vezes repetiram quase bordões que poderiam ser facilmente lidos ou ouvidos nas análises de Marcelo Rezende e Datena. Esses jargões reproduzem uma forma de pensamento em bloco, denominada por ADORNO (1950) *ticket thinking*, forma esta simplificadora, redutora da complexidade dos eventos em termos de preconceitos, quase sempre conservadores – porque a reafirmação acrítica do que está posto contribui para a reprodução do que está posto. Esses “*tickets*” podem ser utilizados em diferentes contextos, são intercambiáveis e estão sempre à disposição; exigem pouco esforço para serem acionados, de modo que a simples menção a determinado evento – conhecido apenas através dos meios de comunicação de massa – desencadeia imediatamente um conjunto de análises sobre eles, materializadas em afirmações sumárias, no formato de manchetes, muito parecidas com aquelas proferidas pelos jornalistas em busca da “clareza” na emissão.

O pensamento em bloco está presente na crítica generalizada aos políticos como inimigo comum e também na caracterização dos criminosos “comuns”. Há duas opções de entendimento das ações das pessoas, retratadas nos telejornais policiais: existem ações corretas e ações incorretas. Do mesmo modo que há dois tipos de pessoas - os “criminosos”, “vagabundos”, “maus-caracteres” e as “pessoas de bem” – e dois tipos de políticos – os “honestos” e os “desonestos”. A defesa dos valores, supostamente comuns, legitimada, entre os jovens de classe baixa, pesquisados aqui, em grande medida através da confirmação que obtêm pelo acompanhamento dos telejornais policiais, evidencia uma categoria do entendimento dualista. Há apenas duas possibilidades no esquema classificatório em jogo: por um lado, os corretos, as pessoas de bem, que são “conscientes” (na acepção que denota o fato de que não são ingênuas, pois

conhecem a “realidade”, sobretudo em seu aspecto mais vil, concernente à violência), que respeitam a moral e os valores estabelecidos; do outro, os transgressores, criminosos, maus-caracteres etc. Trata-se de uma “automatização do pensamento binário” (ADORNO, 1950), fruto de um processo em que a necessidade de se fazer entender pela audiência promove a confirmação de anseios e visões de mundo, igualmente “binários”, disseminados nessa audiência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho procurei destacar fatores condicionantes da produção, circulação e legitimação de certa visão de mundo conservadora através dos telejornais policiais no Brasil. Para ir além da simples atribuição da pecha de sensacionalistas a esses programas, acusação relacionada a um gosto de classe que absorve as categorias oriundas da disputa pela definição do jornalismo legítimo, “de qualidade”, entendi que se deve procurar verificar aquilo que os produtores desse bem de consumo da indústria cultural entendem que estão fazendo quando o fazem, os constrangimentos do campo profissional a que estão submetidos ao fazerem o que fazem, bem como que estrato social de espectadores/consumidores acreditam pelo menos potencialmente atingir.

Muitos produzem opiniões na sociedade contemporânea. Jornalistas compõem um grupo de especialistas nessa atividade. Poucos, porém, conseguem repercussão massiva. Os que o conseguem, no mundo moderno, o fazem através dos meios de comunicação de massa. A televisão, que emprega grande parte dos jornalistas, com recursos econômicos e concessão estatal para atingir amplas parcelas da população e manter esses produtores em atividade *full-time*, tem o privilégio de (re)produzir o discurso dominante. É inclusive útil para a empresa midiática (re)produzir esse discurso, uma vez que o sucesso comercial – que, afinal, paga os salários dos produtores, põe à disposição deles os recursos técnicos e, assim, mantém a empresa em funcionamento – depende do investimento publicitário, que, por sua vez, depende da audiência útil que se é capaz de manter. Reproduzir anseios da audiência é reproduzir visões de mundo dominantes nesses meios e contribuir para a manutenção dessa dominação.

É necessário, antes de qualquer coisa, manter-se a atenção do telespectador/consumidor, que, afinal, é a razão de ser do programa. Os julgamentos feitos pelos âncoras dos telejornais policiais não buscam uma compreensão “desinteressada” (porque interessada aparentemente apenas nela mesma) do mundo, uma vez que o público é presumidamente não dotado

das disposições elementares que o levaria a consumir e a se interessar por esse tipo de produto. A verborragia precisa ser efusiva, ao gosto do espetáculo, para atrair esse estrato do público. A ponderação, circunspeção e reflexão demoradas chateiam. Com essa necessidade de comunicação rápida, enfática e ao mesmo tempo agradável para um receptor percebido no âmbito da produção como estando nivelado por baixo em termos de capital cultural – ou seja, de boa vontade cultural em relação à conversa mediante razões –, inevitavelmente impera o lugar comum, isto é, os raciocínios pré-construídos, disponíveis à reflexão mais imediata, que vêm à mente quase que sem esforço. A aceitação da “opinião” emitida nos julgamentos feitos pelos apresentadores fundamenta-se duplamente nessa necessidade estrutural do próprio processo comunicacional – é preciso falar e ser compreendido (“comunicar é ser entendido” – como estabelece máxima repetida por profissionais de marketing) imediatamente, por um público eminentemente disperso (como no geral é o telespectador de TV) e que não tem por hábito esse tipo de atividade intelectual – e pelo fato de esses julgamentos serem sentidos como se fossem exatamente aquilo que se pensa, se quer dizer, mas que não se sabe como dizer por nem se encontrar as palavras (BOURDIEU, *apud*. GIRARDI JR., 2009, p. 31).

Busquei investigar, também, no próprio “texto”, produzido cotidianamente no interior desses programas, os temas mais frequentes, bem como as inflexões mais comuns nas abordagens desses temas, norteado eu estava pelas apreensões que mais recorrentemente encontrei no âmbito da recepção a esse texto.

Uma vez que o sentido do “texto” está sempre em disputa e reside também na atividade do leitor, julguei que se tratava também de procurar levar essa concepção à sério e tentar ir além de interpretações internalistas, as quais se atêm exclusivamente às obras culturais ou no máximo a possíveis correlações existentes entre obras. Nesse intento, procurei ir àqueles que fazem uso cotidiano desses produtos simbólicos de tipo especial que são as representações sociais, portadoras que são, por excelência, de visões de mundo. Os consumidores dos produtos midiáticos, ou, mais especificamente, nos limites deste trabalho, dos discursos emanados do interior desses produtos

– e, conseqüentemente, das visões de mundo subjacentes a esses discursos –, têm como atributo de classe o consumo desses produtos. O gosto ou o não gosto coletivo pelos telejornais policiais, que leva a efetivamente se assistir, a afirmar ou a negar que se assiste, a simplesmente desprezar esses programas como bem simbólico de mau gosto ou a aprová-lo inadvertidamente, como meio de informação fidedigna e julgamento “correto” sobre a “realidade”, depende de um conjunto de fatores, sobretudo oriundos da situação de classe. Tente correlacionar alguns desses fatores, de maneira comparativa, nesta pesquisa.

As “curiosidades” apresentadas nos telejornais policiais fornecem elementos para as discussões cotidianas das pessoas que os assistem. Ao forçar os pesquisados a conversar e a refletirem sobre temas polêmicos, o que fiz foi criar um ambiente artificial, que emula, com todas as peculiaridades de uma situação controlada, possíveis apresentações de razões que ocorrem nas demais esferas da vida. Minha hipótese, comprovada pelo que pude ver, foi que os recursos e imagens mobilizados para sustentar os pontos de vista apresentados são em grande medida oriundos desses programas, mais ainda do que “da internet” (frequentemente, durante os grupos focais e entrevistas, ouvi expressões como: “Você viu no ‘programa X’...”; “Não sei se você viu...”; “Porque eu vi ontem no ‘programa Y’... o cara que... não sei se vocês viram...” – a recorrência do verbo “ver”, neste caso, remete à tomada de conhecimento através da televidência). Pude perceber que os universos de possibilidade imaginativa, naquilo que transcende o cotidiano próximo a essas pessoas, são compostos em considerável medida por aquilo a que telas têm acesso a partir da TV. Muitos dos temas sequer são presenciados na vida prática próxima, como os casos de crimes violentos, por exemplo, em geral raríssimos no município de Ewbank da Câmara. Por isso, nesses casos, a argumentação das pessoas que ali vivem é feita com base apenas no que conhecem de perto, supondo sentimentos possíveis que provavelmente estariam em jogo naquele universo conhecido através da TV. E “através da TV”, claro, implica dizer: a partir dos esquemas de visão de mundo daqueles que produzem o que é visto na TV. No que concerne ao objeto deste trabalho, tudo o que excede a experiência imediata, presencial, é compreendido à luz do que se conhece pelo

telejornal policial, a partir de categorias próprias aos telejornais policiais. Claro que não é possível desprezar a importância da experiência próxima - para manter aqui a definição proposta por GEERTZ (1997) - na determinação das atitudes cotidianas. Percebi que parece operar entre os jovens de classe baixa, do pequeno município, que declaram assistir aos telejornais policiais, o seguinte mecanismo: para os assuntos próximos, vale a experiência, passada e presente, imediata; para assuntos distantes, “teóricos”, por assim dizer, vale o relato e o julgamento conhecido através da TV. A ação social depende daquilo que se incorporou inconscientemente, como prática, além do que se conheceu como representação consciente. Grande parte do que se concebe como mundo possível é dado a partir de elementos que só são conhecidos para esses jovens a partir da TV. A autoridade do que recebem através da TV, por sua vez, vem de um conjunto de fatores como, por exemplo, o próprio deslumbramento em relação ao meio sócio-técnico, à entrega do direito de veredito aos que se apresentam como especialistas e ao próprio desconhecimento prático do que se lhes apresenta. Para os adolescentes de colégio público, investigados neste trabalho, para os quais o campo escolar exerce comparativamente menor influência, é esse mundo transmitido pela TV que fala mais alto no que tange aos assuntos “distantes”, ao julgamento moral dos assuntos distantes.

De todo modo, não é direta a incorporação do que se conhece na TV para a experiência presencial prática. Muitas vezes os telejornais policiais apenas confirmam aquilo que de alguma forma “faz sentido” dentro do universo de vivências familiares. O discurso dos telejornais policiais tem seu lugar de validade sobretudo para tratar daquilo que diz respeito a assuntos que fogem da experiência próxima. No que é próximo, pode-se até questionar a TV. O que é produzido na TV o é feito também na tentativa de se espelhar o que é próximo da experiência próxima da audiência. Mas nem sempre se atinge esse objetivo com perfeição. Nesses casos, a TV, para quem a assiste, tem autoridade sobre os assuntos que excedem o mundo cotidiano. Nos demais, a TV confirma aquilo em que se acredita. Assim o fazendo, torna a crença mais forte.

Os adolescentes, claro, são em grande medida influenciados pelos pontos de vista dos pais e demais familiares mais velhos, com os quais residem. De qualquer forma, a maior parte dos alunos de classe baixa que entrevistei já possui atualmente mais escolaridade que seus pais, os quais representam parcela significativa da população total da cidade, dado que leva ao corolário de que os alunos entrevistados já ocupam parte da fração mais escolarizada de Ewbank da Câmara. A valorização do capital cultural e o debate de ideias que o acompanha é princípio operante no universo escolar. Em uma cidade pequena como essa em questão, a escola é o único local – se não, pelo menos o mais importante – onde se promove minimamente esse tipo de discussão. As mínimas discussões travadas a respeito do que excede a experiência cotidiana é feita apenas na escola. Sendo assim, esses adolescentes, mesmo que, pela posição nas famílias, ainda não exerçam autoridade moral sobre os pais e, pela idade, ainda não atuem como “formadores de opinião” na coletividade, representam as únicas vozes existentes em contato com esse mundo. O “mundo”, naquela cidade, no que foge das urgências de experiência próxima, é exemplificado por aquilo que os discursos desses adolescentes representam.

Procurar focalizar tão simultaneamente quanto possível no formato sequencial da escrita científica um complexo fenômeno tem a ver com o objetivo de tentar dar conta de um processo de produção de sentido através da “quase interação mediada” (THOMPSON, 1998), o que envolve verificar aquilo que os emissores da mensagem fazem e entendem estar fazendo e aquilo que a mensagem parece significar para o pesquisador e em determinados universos possíveis de recepção aos quais esta mensagem é direcionada. Claro que é impossível exaurir o tema da produção e circulação de representações e dar conta de todas as infinitas possibilidades interpretativas existentes tanto no âmbito da recepção propriamente, como no contexto de emissão. O que procurei neste trabalho foi explicitar o que me pareceram ser saliências, afinidades eletivas entre conteúdos discursivos relativamente ubíquos, afinidades essas que me permitiram afirmar a operação de um mecanismo de legitimação mútua de visões de mundo, tanto do ponto de vista dos produtores midiáticos – que recebem, através da percebida adesão da

audiência, o aval para o que fazem – como das pessoas que assistem regularmente a esses programas – e que, em grande medida, gostam do que assistem porque encontram ali a confirmação para suas crenças mais arraigadas.

Neste esforço, concluo ser possível afirmarmos que o telejornalismo policial, exemplificado neste trabalho tanto pelos programas de amplo alcance nacional, Brasil Urgente e Cidade Alerta, bem como pelo congênere local Alterosa em Alerta, atestador da reprodução em diferentes níveis de um formato que comercialmente “dá certo”, condensa, amplifica e repercute – numa palavra, legitima - certo discurso conservador, de todo modo amplamente difundido na sociedade brasileira e manifesto caricaturalmente nos anseios por punição e por correção autoritária das “mazelas sociais”. A eficácia simbólica dos juízos desses apresentadores resulta do fato de seus discursos serem facilmente compreendidos, apresentarem-se prontos, indiscutíveis, como algo que todo mundo (ou pelo menos as pessoas “sóbrias”, “eticamente comprometidas”, “responsáveis”, ou, em uma expressão, tão comum na gramática conservadora bastante acionada nos últimos anos, no Brasil, os “cidadãos de bem”) entende porque já sabe de antemão. Não há novidade. É como o compartilhamento de uma indignação comum, sobre a qual não há grandes controvérsias entre os interlocutores, como o que acontece nas discussões sobre o clima ou sobre a imoralidade de desvios tidos por violadores da moral vigente dentro de certa visão de mundo amplamente estabelecida em determinado universo social.

O campo jornalístico, corresponsável pela conformação dos discursos emanados dos telejornais policiais, definitivamente não pode ser compreendido sem se atentar para sua relativa dependência em relação ao campo econômico. Excetuando-se talvez o jornalismo feito no interior de entidade confessional, pública, fundacional, isto é, naqueles setores com nenhuma ou muito pouca dependência do mercado publicitário, o telejornalismo hegemônico, para existir, depende da aceitação de seu produto pelos consumidores. Essa dependência determina de maneira fundamental os objetivos, linguagem, regras de conduta, valores e estrutura de distribuição de cargos e funções de prestígio no interior do campo. Talvez, mais que em

qualquer outro campo de produção cultural que se pretenda parte de uma cultura legítima (BERGAMO, 2011), o jornalismo seja aquele que mais depende do sucesso de mercado. É preciso ser aceito por muitos leigos para se ter prestígio no exercício do ofício. Em outros termos, o campo jornalístico é altamente heterônomo em relação ao mercado (BOURDIEU, 1997). Essa heteronomia, acredito, intensificou-se com a relativa massificação da internet via dispositivos móveis e a decorrente capacidade de qualquer pessoa, em tempo real, ter acesso a informações antes estritas ao monopólio da experiência pessoal ou daquela reportada pelo jornalista.

No telejornalismo policial, a legitimidade se dá pela audiência. Apesar de o jornalismo policial, sobretudo o televisivo, historicamente não encontrar consagração entre pares, dentro das fronteiras em disputa a respeito do que se defende como o mais puro no jornalismo, ou seja, naquilo que há no campo como mais autônomo em relação à influência sobretudo do campo econômico, ele hoje tem experimentado evidente consagração comercial, o que faz aumentar a presença desse tipo de jornalismo e, conseqüentemente, faz viabilizar a naturalização dos discursos conservadores neles veiculados.

Marcelo Rezende, Datena e os demais apresentadores de telejornais policiais ocupam posições de menor prestígio do ponto de vista dos valores jornalísticos culturais dominantes, naquilo em que esse campo se aproxima das elites artísticas e culturais. Isso é verdade. Já no que os insere no telejornalismo “popular”, isto é, nesse tipo de produção da indústria cultural de ampla aceitação em significativa parcela das classes mais baixas da população consumidora, esses jornalistas, que falam a partir de seus respectivos programas, são detentores de autoridade, em muitos aspectos e para muitos grupos de destinatários, inigualável.

REFERÊNCIAS

ADERALDO, Guilherme André. **Das ruas à tela: a representação da violência na mídia eletrônica**. 2008. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social)- Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas/SP, 2008.

ADORNO, Sérgio. Violência, ficção e realidade. In: SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense / ECA-USP, 1995. p. 181-188.

ADORNO, Theodor *et al.* **The Authoritarian Personality**. New York: Harper & Brothers, 1950. (Studies in Prejudice Series, v. 1).

ALBUQUERQUE, Afonso de. A modernização autoritária do jornalismo brasileiro. **Revista ALCEU**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 100-115, jan./jun. 2010. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Albuquerque.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2015.

_____. A narrativa jornalística para além dos *faits-divers*. **Revista Lumina - FACOM/UFJF**, Juiz de Fora, v. 3, n. 2, p. 69–91, jul./dez. 2000. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/03/R5-Afonso-HP.pdf>>. Acesso em: 05 dez. 2015.

_____. Um outro quarto poder: imprensa e compromisso político no Brasil. **Revista Contracampo**, Niterói/RJ, n. 4, p. 23-57, jan. 2000. Disponível em: <<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/414/201>>. Acesso em: 05 dez. 2015.

ALDÉ, Alessandra. **'A construção da política'**: cidadão comum, mídia e atitude política. 2001. Tese (Doutorado em Ciência Política)-Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

ALMEIDA, Heloisa Buarque. “Classe média” para a indústria cultural. **Revista Psicologia USP**, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 27-36, jan./abr. 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/0103-6564D20140009>>. Acesso em: 16 jul. 2015.

AMARAL, Márcia Franz. Imprensa popular: sinônimo de jornalismo popular? In: Intercom/Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29, Brasília. **Anais...** 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/63557889706955819390718237293726753880.pdf>>. Acesso: 05 dez. 2015.

_____. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2011.

_____. Os (des)caminhos da notícia rumo ao entretenimento. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 63–73, jan./jun. 2008. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p63/10221>> Acesso em: 05 dez. 2015.

_____. Sensacionalismo, um conceito errante. **Intertexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 13, p.1-13, jan./jun. 2008. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/download/4212/4464>. Acesso em: 26/06/2015.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

BARBOSA, Marialva Carlos. Jornalismo no Brasil: dois séculos de história. In: **Memória do Jornalismo Brasileiro**. Escola de Comunicação da UFRJ, Rio de Janeiro. [2008?]. Disponível em: http://memoriadojornalismo.com.br/upload/imagem_0140603053047.pdf. Acesso em: 05 dez. 2015.

BARBOSA, Marialva Carlos; ENNE, Ana Lucia Silva. O jornalismo popular, a construção narrativa e o fluxo do sensacional. **Revista ECO-PÓS**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p. 67–87, ago./dez. 2005. Disponível em: http://www.e-papers.com.br/produtos.asp?codigo_produto=881. Acesso em: 05 dez. 2015.

BECKER, Howard S. Falando sobre a sociedade. In: _____. **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1993. p. 135-152.

_____. **Outsiders: estudos de sociologia do desvio**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERGAMO, Alexandre. Imitação da ordem: as pesquisas sobre televisão no Brasil. **Tempo Social – Revista de Sociologia da USP**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 303–328, jun. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ts/v18n1/30019.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2015.

_____. Reportagem, memória e história no jornalismo brasileiro. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 233-269, jan./ago. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/mana/v17n2/a01v17n2.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2015.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 2003.

BOLAÑO, César. **Mercado brasileiro de televisão**. 2 ed. rev. e ampl. São Cristóvão/SE: Editora da Universidade Federal de Sergipe; São Paulo: EDUC 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

_____. **A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer**. São Paulo: Edusp, 1996a.

_____. A opinião pública não existe. In: _____. **Questões de sociologia**. Lisboa. Fim de Século, 2003. p. 233–245.

_____. Esboço de uma teoria da prática. In: ORTIZ, Renato. (Org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. Trad. Paula Montero e Alicia Auzmendi. São Paulo: Ática, 1983. p. 46-81.

_____. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

_____. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas: Papyrus, 1996b.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. **A profissão de sociólogo**: preliminares epistemológicas. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BRASIL, Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2014**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Relatório Final. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-total-de-pesquisas/relatorio-final-pesquisa-brasileira-de-midia-2014.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

BRASIL, Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2015. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

BUDÓ, Marília de Nardin. Mídia, opinião pública e política penal. Sipecom – Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação, 5, Santa Maria/RS, **Anais...** 2013. Disponível em: <http://coral.ufsm.br/sipecom/2013/wp-content/uploads/gravity_forms/1-997169d8a192ed05af1de5bcf3ac7daa/2013/09/Artigo-Mar%C3%ADlia.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2015.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. **Cidade de muros**: crime, segregação e cidadania em São Paulo. São Paulo: Editora 34; Edusp, 2003.

_____. Direitos humanos ou “privilégios de bandidos”?: desventuras da democratização brasileira. **Novos Estudos Cebrap**, n. 30, p. 162-174, jul. 1991. Disponível em: <http://novosestudios.uol.com.br/v1/files/uploads/contents/64/20080624_direitos_hu manos_ou_privilegios_de_bandidos.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2015.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2006.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CAVALCANTE, Sávio. Classe média e conservadorismo liberal. In: VELASCO E CRUZ, S; KAYSEL, A; CODAS, G. (Orgs.). **Direita, volver!** O retorno da direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2015, p. 177–195.

CCDC – CENTRO DE COMUNICAÇÃO, DEMOCRACIA E CIDADANIA *et al.* **A construção da violência na televisão da Bahia**. Salvador: CCDC/UFBA; Cipó Comunicação Interativa; Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2011. (DVD).

CHAMPAGNE, Patrick. A visão midiática. In: BOURDIEU, Pierre *et al.* **A miséria do mundo**. Petrópolis: Vozes, 1997.

DARNTON, Robert. Jornalismo: toda notícia que couber, a gente publica. In: _____. **O beijo de Lamourette**: mídia, cultura e revolução. São Paulo: Cia das Letras, 1990, p. 70–97.

DIAS, Ana Rosa Ferreira. **O discurso da violência**: as marcas da oralidade no jornalismo popular. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

DURKHEIM, Émile; MAUSS, Marcel. Algumas formas primitivas de classificação. In: MAUSS, Marcel. **Ensaio de Sociologia**. São Paulo, Perspectiva, 1981. p. 399-455.

E.B.C. - EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Somente a verdade**: manual de jornalismo da EBC. Brasília, 2013.

ENNE, Ana Lucia Silva. O sensacionalismo como processo cultural. **Revista ECO-PÓS**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 70–84, jul./dez. 2007. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1018>. Acesso em: 05 dez. 2015.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Dados para uma radiografia dos estudos brasileiros de recepção. **Revista Ícone**, PPGCOM – UFPE, Recife, n. 6, p.123-138, 2003.

FENAJ – FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. Código de ética dos jornalistas brasileiros. Vitória, ago. 2007. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros..pdf>. Acesso em: 25 mar. 2015.

FERREIRA, Davi. **O trabalho na edição de imagens do telejornal Alterosa em Alerta**. 2015. Entrevista concedida a mim na sala de reuniões da TV Alterosa – Juiz de Fora, Juiz de Fora, 12 jun. 2015.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. **Pesquisa de opinião pública ‘Democratização da Mídia’**. São Paulo, 2013. Disponível em: <http://novo.fpabramo.org.br/sites/default/files/fpa_pesquisa_democratizacao_da_midia_0.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2014.

GEERTZ, Clifford. Do ponto de vista dos nativos. In: _____. **O saber Local**: novos ensaios em antropologia interpretativa. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 1997. p. 85-107.

GIRARDI JR., Liráucio. **Pierre Bourdieu**: questões de sociologia e comunicação. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2009.

GOMES, Itania Maria Mota. **Análise de telejornalismo**: desafios teórico-metodológicos. Salvador: EDUFBA, 2012.

_____. **Efeito e recepção**: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.

_____. Metodologia de análise de telejornalismo. In: _____ (Org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 17–47.

GROHMANN, Rafael. A midiatização da nova classe média: identidades discursivas na revista *IstoÉ Dinheiro*. **Revista RuMoRes**, São Paulo, n. 16, v. 8, p. 146-165. jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/viewFile/89643/92456>>. Acesso em: 05 dez. 2015.

HABERMAS, Jurgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. São Paulo: Unesp, 2014.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In:_____. **Da diáspora: identidade e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003. p. 387-404.

HALL, Stuart *et al.* The social production of news. In:_____. **Policing the crisis: mugging, the state, and law and order**. London: The Macmillan Press, 1978, p. 53-77.

JACKS, Nilda *et al.* Estudos de recepção no Brasil: panorama da última década. **Encontro da Compós, 21**, Juiz de Fora - Universidade Federal de Juiz de Fora, jun. 2012.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e os novos meios de comunicação**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KELNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LAHIRE, Bernard. **Homem Plural: os determinantes da ação**. Petrópolis: Vozes, 2002.

LANA, Ligia Campos de Cerqueira. **Para além do sensacionalismo**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2009.

LIMA, Venício A. A direita e os meios de comunicação. In: VELASCO E CRUZ, S; KAYSEL, A; CODAS, G. (Orgs.). **Direita, volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2015. p. 91–113.

LUCHIN, Liliane. **O trabalho na chefia de edição do telejornal Alterosa em Alerta**. 2015. Entrevista concedida a mim na sala de reuniões da TV Alterosa – Juiz de Fora, Juiz de Fora, 16 jun. 2015.

MATTELART, Armand. & MATTERLART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

MAIA, Aline Silva Corrêa. O telejornalismo no Brasil na atualidade: em busca do telespectador. Intercom/Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 16, São Paulo. **Anais...** 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0839-1.pdf>>. Acesso em: 05 dez. 2015.

MARCONDES FILHO, Ciro. Martín-Barbero, Canclini, Orozco. Os impasses de uma teoria da comunicação latino-americana. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 35, p. 69-85, abr. 2008.

McCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2009. (Coleção Clássicos da Comunicação Social).

_____ ; SHAW, Donald L. The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, London. v. 36, n. 2, p. 176-187, Summer 1972.

McQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MELO, José Marques. Gêneros jornalísticos no Brasil: o estado da questão. *Intercom/Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 32, Curitiba, **Anais...** 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0763-1.pdf>>. Acesso em: 05 dez. 2015.

MELO, José Marques; ASSIS, Francisco (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; SIMÕES, Paula Guimarães. Enquadramento: diferentes operacionalizações de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 27, n. 29, p. 187-235, jun. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v27n29/a12.pdf>>. Acesso em: 05 dez. 2015.

MISSE, Michel. Sobre a Construção Social do Crime no Brasil: esboços de uma interpretação. In: _____ (Org.). **Acusados e Acusadores: Estudos sobre ofensas, acusações e incriminações**. Rio de Janeiro: Revan, 2008. p. 13-32.

NERI, Marcelo. A classe média brasileira. In: **Assuntos Estratégicos: social e renda**. Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República. Brasília, n. 1, nov. 2014. Disponível em: <<http://www.sae.gov.br/imprensa/noticia/destaque/assuntos-estrategicos-social-e-renda-a-classe-media-brasileira/>>. Acesso em: 05 dez. 2015.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

OLIVEIRA, Danilo Duarte. **Jornalismo policial na televisão: gênero e modo de endereçamento dos programas Cidade Alerta, Brasil Urgente e Linha Direta**. 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)-Programa de Pós Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

PAIXÃO, Patrícia (Org.). **Jornalismo policial: histórias de quem faz**. Jundiaí, SP: Editora In House, 2010. (Escrito por alunos de jornalismo da UNIBAN Brasil)

PIERUCCI, Antônio Flávio. **Ciladas da diferença**. São Paulo: Curso de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo; Editora 34, 1999.

PRATT, John. **Penal Populism**. New York: Routledge, 2007.

REZENDE, Marcelo. **Corta pra mim: os bastidores das grandes reportagens**. São Paulo: Planeta, 2013.

RODRIGUES, Valmir. **A condição de apresentador do telejornal Alterosa em Alerta**. 2015. Entrevista concedida a mim na sala de Redação da TV Alterosa - Juiz de Fora, Juiz de Fora, 12 jun. 2015.

ROMÃO, Davi Mamblona Marques. **Jornalismo Policial: indústria cultural e violência**. 2013. Dissertação (Mestrado em Psicologia)-Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis: Vozes, 2010. (Coleção Clássicos da Comunicação Social).

SIMÃO, José. Enchentes! Banana boat sem IPI! **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28 nov. 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2811200904.htm>>. Acesso em: 20 ago. 2015.

SOBRINHO, Danilo Angrimani. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus, 1995. (Coleção Novas Buscas em Comunicação, v. 47).

SOUZA, Jessé *et al.* **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** 2 ed., rev. e ampl. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

_____. A nova visibilidade. **Revista MATRIZES**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 15–38, abr. 2008. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/82/124>>. Acesso em: 05 dez. 2015.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. O Jornal Nacional e sua recepção entre jovens universitários. *Intercom/Encontro de Núcleos de Pesquisa da Intercom*, 5, Rio de Janeiro. **Anais...** 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/r0477-1.pdf>>. Acesso em: 05 dez. 2015.

_____. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Sumus, 1993.

VARJÃO, Suzana (Org.). **Violações de direitos na mídia brasileira: ferramenta prática para identificar violações de direitos no campo da comunicação de massa**. Brasília: ANDI, 2015a. (Guia de monitoramento de violações de direitos, v. 1).

VARJÃO, Suzana (Org.). **Violações de direitos na mídia brasileira: um conjunto de reflexões sobre como coibir violações de direitos no campo da comunicação de massa**. Brasília: ANDI, 2015b (Guia de monitoramento de violações de direitos, v. 2).

VERÓN, Eliseo. **El análisis del “Contracto de Lectura”**: um nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. In: *Les medias: experiences, recherches actuelles, applications*, IREP, Paris, 1985. (Traduzido por Olga. Cátedra de Semiótica de los medios II, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires). Disponível em:

<http://www.catedras.fsoc.uba.ar/delcoto/textos/veron_eliseo_analisis_del_contrato_de_lectura.pdf>. Acesso em: 07 dez. 2015.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. 4. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

WACQUANT, Loïc. Poder simbólico e fabricação de grupos: como Bourdieu reformula a questão das classes. **Novos Estudos - CEBRAP**, n. 96, p. 87-103, jul. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002013000200007&script=sci_arttext>. Acesso em: 05 dez. 2015.

WAGNER, Roy. **A invenção da cultura**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

WEBER, Max. Conceitos sociológicos fundamentais. In:_____. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1991. p. 3-35.

_____. **Metodologia das ciências sociais**. Parte 1. 4 ed. São Paulo: Cortez, 2001.

WHITE, Robert A. Recepção: a abordagem dos estudos culturais. **Revista Comunicação & Educação**, São Paulo, n.12, p. 57-76, mai./ago. 1998. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36359>>. Acesso em: 05 dez. 2015.

WILLIAMS, Raymond. **Keywords**: a vocabulary for culture and society. New York: Oxford University Press, 1985.

_____. **Televisión**: tecnología y forma cultural. Buenos Aires: Paidós, 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

- *Facebook*: visualizações públicas dos perfis dos apresentadores, dos programas e das emissoras.

- Edições dos programas analisados, transmitidas de segunda a sexta-feira durante os meses de junho a novembro de 2015.

- 3 Parda
- 4 Amarela
- 5 Indígena
- 6 Outra (*anote*): _____
- 7 Não sabe/não quer responder.

P6. Qual é ou era a principal profissão de seus pais? (*considerar os “pais de criação” ou responsáveis*)

- a. Profissão MÃE _____
- b. Profissão PAI _____

P7. Qual é ou era o grau de escolaridade de seus pais? (*considerar os “pais de criação” ou responsáveis*)

- a. Escolaridade MÃE:
 - 1 Não frequentou escola
 - 2 De 1ª a 4ª do Ensino Fundamental
 - 3 De 5ª a 8ª do Ensino Fundamental
 - 4 Ensino Médio incompleto
 - 5 Ensino Médio completo
 - 6 Ensino Superior incompleto
 - 7 Ensino Superior completo
 - 8 Pós-Graduação
 - 9 Não sabe

- b. Escolaridade PAI:
 - 1 Não frequentou escola
 - 2 De 1ª a 4ª do Ensino Fundamental
 - 3 De 5ª a 8ª do Ensino Fundamental
 - 4 Ensino Médio incompleto
 - 5 Ensino Médio completo
 - 6 Ensino Superior incompleto
 - 7 Ensino Superior completo
 - 8 Pós-Graduação
 - 9 Não sabe

P8. Qual é a sua situação conjugal? (*situação de fato*)

- 1 Solteiro(a)
- 2 Casado(a) ou amigado(a)
- 3 Separado(a)
- 4 Viúvo(a)

P9. Você tem filho(s) ou filha(s)?

- 1 Sim (**P9a.** Se sim, quantos(as)? _____)
- 2 Não

P10. Em qual município você reside atualmente?

- 1 Juiz de Fora ou Ewbank da Câmara Estado: MG
- 2 Outro (*anote*): _____ Estado: |____|_____

P10a. Em que bairro você mora? _____

P11. Você já morou em outro(s) município(s)?

- 1 Sim (P11a. Se sim, em qual(is)? _____)
- 2 Não

P12. Além de você, quantas outras pessoas moram na sua casa? _____

P13. Qual a renda da sua família, aproximadamente (considerado todos que contribuem para a renda da sua casa)?

- 1 Não mais que 1 salário mínimo (R\$ 788,00)
- 2 De 1 a 2 salários mínimos (R\$ 788,00 a R\$ 1.576,00)
- 3 De 2 a 4 salários mínimos (R\$ 1.576,00 a R\$ 3.152,00)
- 4 De 4 a 10 salários mínimos (R\$ 3.152,00 a R\$ 7.880,00)
- 5 De 10 a 20 salários mínimos (R\$ 7.880,00 a R\$ 15.760,00)
- 6 Acima de 20 salários mínimos (mais de R\$15.760,00)

P14. Você faz algum curso além da escola regular?

- 1 Sim (P14a. Se sim, qual(is)? _____)
- 3 Não

BLOCO: PRÁTICAS CULTURAIS

Agora gostaria de lhe fazer algumas perguntas sobre suas práticas e preferências culturais.

P15. Apresentarei uma lista de atividades e gostaria que você dissesse, aproximadamente, quantas vezes, nos últimos 3 meses, você saiu de casa para praticar cada uma delas: (anotar número correspondente à quantidade de vezes)

EVENTOS	Nº vezes em 3 meses	EVENTOS	Nº vezes em 3 meses
a. Ir ao cinema		e. Sair para dançar	
b. Assistir a uma peça teatro		f. Ir a um museu ou galeria de arte	
c. Assistir a um espetáculo de dança		g. Ir a um clube esportivo	
d. Ir a um show de música		h. Ir assistir a um jogo de futebol	

P16. Quando você está em casa, quais das seguintes atividades você costuma praticar, e com que frequência:

ATIVIDADES	Nunca	Menos de 1 vez/semana	1 ou 2 vezes/semana	3 ou 4 vezes/semana	5 ou 6 vezes/semana	Todos os dias
a. Assistir televisão						

b. Ouvir rádio						
c. Ler jornais ou revistas (meios digitais ou impressos)						
d. Ler livros não-didáticos						
e. Assistir filmes em DVD						
f. Acessar a internet						
g. Jogar videogame						

P17. Se você respondeu acima que assiste TV (se não, pular para P19), que programas você mais assiste? (anotar três programas que lembrar)

P18. Se você respondeu que assiste algum telejornal (se não, pular para próxima pergunta), de qual telejornal você mais gosta?

P19. Se você respondeu que lê jornal ou revista, impressos ou digitais (se não, pular para próxima pergunta), qual(is) você lê? (anotar os que lembrar)

P20. Se você respondeu que acessa a internet, qual site, blog ou rede social costuma acessar mais? (anotar os três principais)

P21. Vou citar algumas atividades e gostaria que você me dissesse, para cada uma, se você a pratica com regularidade, pratica às vezes, não pratica agora, mas já praticou, ou se você nunca praticou:

ATIVIDADES	Nunca	Já praticou	Às vezes	Regularmente
a. Aulas ou grupos de dança				
b. Aulas ou grupos de teatro				
c. Aulas ou grupos de música ou coral				
d. Literatura, escreve romance ou poesia				

P22. Em termos religiosos, você se considera:

- 1 Católico
- 2 Evangélico (De qual denominação? _____)
- 3 Espírita kardecista
- 4 Umbandista
- 5 Do Candomblé

- 6 Budista
- 7 Muçulmano
- 8 Judeu
- 9 Agnóstico
- 10 Ateu
- 11 Outra religião (*anote*): _____
- 12 Não sabe/não quer responder

23. Você frequenta algum templo, igreja, centro ou outro local de culto religioso?

- 1 Sim.....
- 2 Não (*Pular para P26*)

P24. Se sim, com que frequência?

- 1 Mais de uma vez por semana
- 2 Entre uma vez por semana / a cada duas semanas
- 3 Entre uma vez por mês / a cada dois ou três meses
- 4 Muito esporadicamente

BLOCO: IDENTIDADES

Agora gostaria de saber as suas opiniões sobre alguns assuntos considerados polêmicos, como política, homossexualidade, violência etc.

P25. Em sua opinião, programas sociais como o Bolsa Família:

- 1 Ajudam pessoas necessitadas que não tiveram oportunidades
- 2 Podem até ajudar, mas devem ser temporários
- 3 Tornam as pessoas acomodadas
- 4 Sustentam quem não gosta de trabalhar
- 5 Outra resposta (*anote*): _____
- 6 Não sabe/não quer responder.

P26. Se você soubesse que um filho seu é gay, ou que uma filha sua é lésbica, como você reagiria? Você:

- 1 Ficaria contente
- 2 Não se importaria pois acha isso indiferente
- 3 Não gostaria, mas procuraria aceitar
- 4 Não aceitaria e expulsaria ele ou ela de casa
- 5 Outra resposta (*anote*): _____
- 6 Não sabe/não quer responder.

P27. Qual das seguintes alternativas se aproxima mais da sua opinião? A homossexualidade é:

- 1 Uma inclinação que vem desde o nascimento
- 2 Uma opção de cada pessoa
- 3 Fruto do meio em que a pessoa cresce
- 4 Um problema de caráter
- 5 Um tipo de doença
- 6 Outra resposta (*anote*): _____
- 7 Não sabe/não quer responder.

P28. Sobre os presídios brasileiros, qual afirmação se aproxima mais do que você pensa?

- 1 São completamente inadequados, pois são desumanos
- 2 São inadequados, mas não existe outra saída
- 3 São adequados, pois quem comete crimes não merece coisa melhor
- 4 São bons até demais, pois fornecem comida e água fresca a criminosos
- 5 Outra resposta (*anote*): _____
- 6 Não sabe/não quer responder.

P29. Com relação à frase: “Imigrantes de países ou regiões mais pobres devem ficar em seus lugares de origem, pois já temos muitos miseráveis por aqui”, você:

- 1 Concorda
- 2 Não Concorda Nem Discorda
- 3 Discorda
- 4 Não sabe/não quer responder.

P30. O que mais leva uma pessoa a cometer crimes?

- 1 A má natureza dela
- 2 Falta de valores como família e Deus
- 3 Amizades e influências ruins
- 4 A falta de oportunidades de estudo e de trabalho
- 5 Outra resposta (*anote*): _____
- 6 Não sabe/não quer responder.

P31. Com a seguinte afirmação: “Mulheres devem se vestir adequadamente para que não sejam incomodadas”, você:

- 1 Concorda, pois dependendo da roupa, ela pode incentivar um ato de abuso ou de violência
- 2 Concorda, pois se uma mulher quiser ser respeitada, ela deve se dar ao respeito
- 3 Concorda em partes, pois depende do tipo de roupa que a mulher esteja vestindo
- 4 Discorda, pois a mulher sempre deve ser respeitada, não importa a roupa que esteja vestindo
- 5 Outra resposta (*anote*): _____
- 6 Não sabe/não quer responder.

P32. E sobre esta outra frase? “Só vale a pena estudar se for para ganhar dinheiro com isso”. Você:

- 1 Concorda
- 2 Não Concorda Nem Discorda
- 3 Discorda
- 4 Não sabe/não quer responder.

P33. Em sua opinião, quando a polícia deve usar a violência contra manifestantes?

- 1 Nunca, pois a manifestação é um direito democrático
- 2 Quando houver depredação do patrimônio público ou privado
- 4 Se os manifestantes estiverem bloqueando vias públicas
- 5 Sempre, pois toda manifestação é uma baderna
- 6 Outra resposta (*anote*): _____
- 7 Não sabe/não quer responder.

P34. Sobre piadas envolvendo negros, nordestinos, gays, obesos, deficientes físicos etc., você:

- 1 É sempre contra, pois essas pessoas devem ser respeitadas em qualquer ocasião
- 2 É contra, a não ser que a pessoa dê autorização para entrar na brincadeira

- 3 É a favor, pois uma piada é apenas uma piada, não tem nada a ver com política ou outras questões
- 4 É a favor, pois pessoas nas condições descritas são realmente engraçadas
- 5 Outra resposta (*anote*): _____
- 6 Não sabe/não quer responder.

P35. Sobre as pessoas espancarem bandidos com suas próprias mãos, sem esperar pela polícia, qual a opção mais próxima de sua opinião?

- 1 Sou completamente contra
- 2 Considero que alguns bandidos, a depender do crime, merecem ser linchados
- 3 É um ato de legítima defesa dos cidadãos de bem
- 4 Alguns bandidos merecem ser linchados até a morte
- 5 Outra resposta (*anote*): _____
- 6 Não sabe/não quer responder.

P36. Com a frase: “Há atualmente uma inversão de valores, já que ninguém obedece mais a família, os mais velhos, os chefes, os professores nem a polícia”, você:

- 1 Concorda
- 2 Não Concorda Nem Discorda
- 3 Discorda
- 4 Não sabe/não quer responder.

P37. O que você pensa sobre a frase: “Greves e protestos não resolvem nada.”

- 1 Concorda
- 2 Não Concorda Nem Discorda
- 3 Discorda
- 4 Não sabe/não quer responder.

P38. Sobre a política de cotas para universidades, o que você pensa?

- 1 Sou a favor, porque ajuda a diminuir a desigualdade
- 2 Sou a favor apenas de cota para pobres, não de cota racial
- 3 Sou contra, porque o esforço pessoal deve ser valorizado
- 5 Sou contra, porque com as cotas a qualidade do ensino superior diminui
- 6 Não sabe/não quer responder.

P39. Com a frase “A cadeia para menores de 18 anos vai diminuir a criminalidade juvenil”, você:

- 1 Concorda
- 2 Não Concorda Nem Discorda
- 3 Discorda
- 4 Não sabe/não quer responder.

P40. Sobre a pena de morte, você é:

- 1 Inteiramente contra
- 2 Contra, mas favorável à prisão perpétua
- 3 Favorável apenas para crimes “bárbaros”
- 4 Favorável para todos os tipos de crimes
- 5 Não sabe/não quer responder.

P41. Ainda segundo sua opinião, pessoas que não têm sucesso profissional:

- 1 Geralmente tiveram menos oportunidades do que outros

- 2 Tiveram menos oportunidades, mas geralmente não se esforçaram muito
- 3 São sempre aqueles que não se esforçaram o suficiente
- 4 São os que, naturalmente, não têm competência
- 5 Não sabe/não quer responder.

Muito obrigado por sua colaboração! Você contribuiu demais para com a pesquisa!

APÊNDICE B: Roteiro para grupos focais e entrevistas

1 – Você assiste à TV? Na televisão, que tipo de programa, em geral, você prefere? Quais são os programas a que mais assiste? Tem algum que você nunca perde?

2 - Você assistiu a alguma notícia ultimamente que tenha lhe chamado a atenção? Por que esta notícia lhe chamou a atenção? (Pedir para detalhar um pouco a notícia. Se aparecer algum tema específico, pedir para discorrer um pouco mais sobre o tema.).

3 - O que mais costuma fazer na Internet? O que mais acessa? (Se responder *Facebook* e/ou outras redes sociais, perguntar que tipo de página ou perfil segue, que tipo de coisa mais gosta de fazer nesses locais, se costuma postar/comentar alguma coisa e que tipo de coisa costuma postar/comentar mais.)

4 - Costuma confiar mais no que os pais falam ou no que veem e ouvem na internet, com os amigos etc.?

5 - Quais você acha que são os principais problemas hoje no Brasil? Quem, ou o quê, é responsável por essa situação? (Se aparecer, investir: “corrupção”, “falta de ação do poder público”; “leis fracas”).

6 - Você conhece e gosta das ideias de algum partido e/ou grupo?

7 - Falando em geral, o que você gostaria que fosse diferente no Brasil? Por quê?

8 - O que você acha que causa a pobreza? Já pensou sobre isso? Sempre haverá pessoas pobres?

9 - Por que está estudando? O que pretende fazer quando concluir o Ensino Médio? (Se responder “Entrar na faculdade” ou “Entrar em um curso profissionalizante”, perguntar qual curso mais lhe interessa e por quê. Verificar se pensam que “Só vale a pena estudar se for para ganhar dinheiro com isso”)

10 - O que mais influencia sua opinião sobre as coisas? Você costuma mudar de opinião depois de ouvir outras pessoas ou mantém posicionamento firme?

11 - O que você acha sobre homens ficarem com várias mulheres e mulheres e vice-versa?

12 - O que você acha sobre mulheres usarem roupas curtas?

13 - O que você acha sobre alguém ser homossexual (trans., bi. etc.)? Se fosse seu filho?

14 - Piadas sobre “minorias”, o que acha?

15 - Você acha que todos deveriam receber os mesmos salários ou que alguns merecem mais que outros? Por quê?

16 - O que você acha que é se dar bem na vida? Dê exemplo.

17 - Como você se sente sobre ou o que você pensa sobre se posicionar politicamente à esquerda ou à direita?

18 - O que acha de Brasil Urgente, Cidade Alerta, esse tipo de programa? Fale um pouco sobre. De que eles tratam ali?

19 - O que você acha que causa a criminalidade? (O que leva? Sodar a causa que apresenta para comportamento do indivíduo “criminoso”).

20 - Punição. O que deve ser feito com quem mata? Quem estupra? E quem rouba? O que acha sobre: cadeia para menores de 18; pena de morte; prisão perpétua; linchamento; “olho por olho, dente por dente”.

21 - O que acha de políticas assistenciais e compensatórias (bolsas, cotas)?

22 - Qual a causa da pobreza? (Sondar a noção de mérito pelo esforço pessoal).

23 - O que pensa ser sucesso profissional? O que leva a essa situação?

24 - (Caso não toque espontaneamente nesses assuntos, perguntar o que acha sobre: aborto, descriminalização do uso de drogas, posse de armas, polícia, política, Bolsa Família, Prouni, “bolsas do governo” no geral, cotas, implantação de uma ditadura no país, piadas sobre negros, gordos, homossexuais, nordestinos etc.).