

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Jornalismo Popular ou Sensacionalismo?  
O programa Alterosa em Alerta e a divulgação do fato social

Juiz de Fora  
Agosto de 2013

Laís Machado Bernardinelli

Jornalismo Popular ou Sensacionalismo?  
O programa Alterosa em Alerta e a divulgação do fato social

Trabalho de Conclusão de Curso  
Apresentado como requisito para obtenção  
de grau de Bacharel em Comunicação  
Social  
na Faculdade de Comunicação Social da  
UFJF

Orientador: Prof. Ms. Ricardo Bedendo

Juiz de Fora  
Agosto de 2013

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus pelas oportunidades oferecidas e por sempre me acompanhar.

Aos pais, por serem o principal motivo da minha formação e por todo apoio.

Ao Thiago, pelo companheirismo e incentivo.

Ao Ricardo Bedendo, pela confiança, apoio e todo ensinamento que foi dado.

Aos meus amigos, pela paciência e cumplicidade.

## **RESUMO**

Os produtos jornalísticos destinados às classes populares deixaram de priorizar somente o sensacionalismo. A aproximação do público passou a ser feita de outra maneira, porém eles ainda são rotulados como produtos de má qualidade e sensacionalista. No final da década de 1990, vários fatores influenciaram o aumento dos produtos populares, principalmente na TV. O jornalismo popular busca aproximação com o público, leva em consideração a posição socioeconômica e cultural das pessoas. O trabalho analisa a abordagem feita pelo programa Alterosa em Alerta, exibido de segunda-feira ao sábado pela TV Alterosa de Juiz de Fora. A análise foi baseada na pesquisa bibliográfica, análise de conteúdo do programa, além de entrevistas com os profissionais do setor. O programa se propõe apresentar as matérias de interesse público, porém em alguns momentos utilizam as características do sensacionalismo e o entretenimento.

**Palavras-chave:** Jornalismo popular. Alterosa em Alerta. Sensacionalismo.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>06</b>
<b>2</b>	<b>JORNALISMO POLICIAL E JORNALISMO DE SEGURANÇA PÚBLICA: UM DEBATE CONCEITUAL</b>	<b>08</b>
2.1	SENSACIONALISMO	12
2.2	JORNALISMO POPULAR	18
<b>3</b>	<b>APONTAMENTOS E REFLEXÕES SOBRE A LINGUAGEM DO JORNALISMO NA TV:</b>	<b>23</b>
3.1	TEORIA CRÍTICA E O INFOTENIMENTO	27
3.2	OS DESAFIOS DO JORNALISMO POPULAR NA TV	30
<b>4</b>	<b>ALTEROSA EM ALERTA: O DEBATE PRÁTICO ACERCA DOS DESAFIOS DO JORNALISMO POPULAR PERANTE AS INFORMAÇÕES DE SEGURANÇA PÚBLICA</b>	<b>35</b>
4.1	A ESTRUTURA DO ALTEROSA EM ALERTA	37
4.2	POSSÍVEIS DIÁLOGOS COM A TEORIA	49
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>57</b>
<b>6</b>	<b>REFERENCIAS</b>	<b>59</b>
<b>7</b>	<b>APÊNDICES</b>	<b>60</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, os produtos jornalísticos destinados às classes populares passaram por uma transformação. De acordo com Amaral (2006), eles não utilizam tanto o recurso do sensacionalismo. Para a autora (AMARAL, 2006), a aproximação com o público é feita por outras estratégias, como: entretenimento e prestação de serviço. Porém, isso não significa qualidade.

Os produtos populares na mídia brasileira tiveram um aumento no final da década de 1990, principalmente na TV, e alguns fatores explicam isso, entre eles: a televisão aberta passou a veicular novos programas populares. São esses programas que atraíram público e eram responsáveis pelo aumento da audiência.

O que motivou essa pesquisa foi compreender o conceito de jornalismo popular e como ele vem sendo aplicado na mídia brasileira. Por conseguir atingir um número maior de telespectadores e pela sua capacidade de influenciar, a TV foi escolhida como veículo de análise. O programa Alterosa em Alerta foi escolhido como objeto de pesquisa por ser um programa regional popular.

O objetivo do trabalho é propor um debate responsável do jornalismo na área de segurança pública, partindo principalmente do jornalismo popular na TV. Além disso, iremos abordar os principais desafios dos jornalistas em fazer esse trabalho e identificar as características do jornalismo popular no Alterosa em Alerta.

A metodologia utilizada para o desenvolvimento desta pesquisa foi baseada, principalmente, na pesquisa bibliográfica e na análise de conteúdo do programa Alterosa em Alerta. Além disso, para o aperfeiçoamento do estudo foi necessário acompanhar a gravação do programa e entrevistar os profissionais.

O capítulo “Jornalismo Policial e Jornalismo de Segurança Pública: um debate conceitual” apresenta os termos e sugere uma expressão para corresponder ao trabalho que é realizado pelos jornalistas que cobrem área criminal. Aponta os valores notícias e as transformações ao longo dos anos. Estuda-se a história do sensacionalismo e suas ramificações: “imprensa marrom”, “amarela” e “cor de rosa”. Além disso, são citadas as características do jornalismo popular.

No capítulo “Apontamentos e reflexões sobre linguagem do jornalismo” abordamos algumas possibilidades oferecidas pela linguagem da TV, apresentamos o conceito do infotimento e a relação da TV como produto da indústria cultural.

O capítulo “Alterosa em Alerta: o debate prático acerca dos desafios do Jornalismo Popular perante as informações de segurança pública” , destina-se à análise do programa Alterosa em Alerta, relacionando as características e os conceitos trabalhados nos capítulos anteriores.

## **2 JORNALISMO POLICIAL E JORNALISMO DE SEGURANÇA PÚBLICA : um debate conceitual**

O título desse capítulo sugere que devemos problematizar, em primeiro plano, algumas questões conceituais importantes para compreendermos os contextos com os quais o jornalista vai conviver no dia a dia da profissão, assim, nesse sentido a expressão “reportagem policial”, como defende Souza (2001), não corresponde ao trabalho que é realizado pelos jornalistas que cobrem a área criminal porque não retrata a complexidade do tema. Segundo o autor é evidente que o universo criminal tem sua origem na apuração da autoria e das circunstâncias de violação de regras sociais, mas também possui os desdobramentos decorrentes. A partir disso, Souza (2001), afirma que:

(...) isto é: a transformação de boletins de ocorrência em inquéritos, os inquéritos em denúncias, as denúncias em processos, os processos em decisões condenatórias, as decisões condenatórias em internação compulsória nos estabelecimentos penais, os estabelecimentos penais abrigando profissionais da psiquiatria, psicologia, antropologia e serviço social. Portanto, impossível limitar como sendo ‘policial’ a reportagem que envolve tantas atividades interdisciplinares que, além das mencionadas, exigem participação de médicos-legistas, peritos criminais e o aparato técnico-científico especializado. A soma de tudo isso abre espaço para outro ramo do saber, a sociologia. (SOUZA, 2001, p.69).

Bedendo (2012, p.4) compartilha a ideia de Souza (2001) e diz que a denominação jornalismo policial é insuficiente. O professor (2012, p.4) nos aponta que “(...) somente a pausa para pensar, conhecer, interpretar e reciclar, quase que num processo de enfrentamento com o relógio, pode nos fazer avançar na semântica da expressão”.

O conceito de jornalismo de segurança pública, segundo Bedendo (2012), está diretamente relacionado com outras áreas do conhecimento e proporciona uma maior contextualização. Por isso, o pesquisador prefere utilizar esse termo.

Episódios criminais recentes, como o caso dos Nardoni, a prisão e o recente julgamento do goleiro Bruno, as referidas ondas de violência em diferentes regiões, repercutidas nacionalmente, e as frequentes brigas de gangues com as mortes de muitos jovens, nos últimos meses em Juiz de Fora, apresentam em sua gênese fatores históricos/culturais que aumentam o seu grau de complexidade e deixam claro que a expressão “policial” é insuficiente para nos induzir a conhecer os contextos. É por tais vias de pensamento, que a ideia de Jornalismo de Segurança Pública nos atrai mais, porque a expressão “segurança pública” carrega em sua composição semântica força maior de contextualização e de relação entre muitas áreas do conhecimento. (BEDENDO, 2012, p.5)

De acordo com Ramos e Paiva (2007, p.15), a imprensa tem melhorado no tratamento que dá aos assuntos associados à violência, à criminalidade e à segurança pública. Em alguns casos, os principais jornais deixaram de usar fotos explícitas e os populares passaram a evitar recomendações para que a polícia mate criminosos ou desrespeite os direitos para combater o crime.

A bibliografia estudada nos revela que a partir da segunda metade dos anos 1990, alguns veículos de comunicação introduziram as pautas de segurança pública. A mídia passou a incorporar esta temática, segundo as autoras (RAMOS E PAIVA, 2007, p.17), devido aos seguintes fatores: estatísticas de homicídios, o aumento do número de vítimas entre as classes médias e a chegada dos especialistas a cargos de gestão em secretárias de segurança. Ramos e Paiva (2007) afirmam, ainda, que os jornalistas reconhecem essas mudanças, mas acreditam que elas ainda são insuficientes.

Atento a esses desafios, Bedendo (2012, p.6) explica que na segurança pública, “diante do universo de narrativas e de ambientes com os quais vamos nos relacionar, a desconfiança, o *insight* para perceber qual o melhor caminho a seguir são muitos importantes”. Para o professor, muitas vezes precisamos refletir em conjunto com a redação para fazer as nossas escolhas.

o cotidiano do jornalista é alimentado por realidades nem sempre verificáveis, por constatações duvidosas, fatos sem testemunho direto, press releases não raro farsantes, histórias plantadas só para que a equipe de reportagem seja testemunha, títulos criados antes de a matéria existir, horários de fechamentos mais curtos, redações enxutas e profissionais sobrecarregados. (PEREIRA JR, 2006, p.74-73)

Entre as tantas dinâmicas que interferem nessa área de cobertura jornalística, Ramos e Paiva (2007, p.37) destacam que a cobertura da violência, da segurança pública e da criminalidade realizada pela imprensa brasileira é dependente das informações policiais. Como consequência, a imprensa torna-se pouco ativa do ponto de vista da crítica às ações das forças de segurança. Ramos e Paiva (2007, p. 37-38) completam o raciocínio ao argumentarem que a “imprensa tem exercido um papel fundamental na fiscalização da atuação das forças de segurança. No entanto, em grande parte dos textos, ela divulga sem questionar os atos cometidos por elas (...)”.

De acordo com Pereira Jr. (2006, p.105), “por falta de rigor com a informação, muitos repórteres não percebem que repetem o discurso da fonte, atendendo interesses que são dela, não do público”. Citando Kucinski, Pereira Jr. (2006, p.) aponta os “três grandes tipos de controle remoto”: cumplicidade, oficialidade e agendas de consenso.

As autoras (RAMOS E PAIVA, 2007) explicam que a pequena diversidade das fontes está relacionada à dificuldade de encontrar pessoas ou instituições qualificadas e que não tenham ligação com o sistema de segurança. “Apesar do status de fonte principal, as polícias também oferecem dificuldades aos repórteres. Por inúmeras razões, elas costumam adotar posições defensivas e corporativas quando se trata em responder questionamento críticos” (RAMOS E PAIVA, 2007,39).

Nesse contexto, partindo da ideia de Kovach e Rosenstiel (2003, p.21), “a principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar”. Entretanto, Ramos e Paiva (2007, p. 38) apontam que

“na cobertura de segurança, a imprensa abre mão, com maior frequência, do compromisso de promover o debate entre os vários segmentos da sociedade”.

Outro ponto crítico da discussão sobre a atuação e a relação entre imprensa e fontes na segurança pública, diz respeito à formação dos jornalistas. A ausência de especialização na área é apontada em alguns discursos como mais um problema. O coronel da Polícia Militar Augusto Severo (2007, p, 47) defende que “para compreender o relacionamento com a imprensa, é preciso conhecer um pouco a cultura de uma forma policial militar”. De acordo com Severo (2007, p.50): “é importante que os jornalistas possam frequentar as nossas academias e sejam formados não só para compreender a organização policial, mas para compreender o fenômeno da violência da criminalidade, e o papel da polícia nesse fenômeno.”

É por esse caminho de reflexão que Ramos e Paiva (2007, p.45-46) acreditam, então, que qualificar o noticiário sobre segurança pública, violência e criminalidade exige esforço dos repórteres, dos editores e das empresas jornalísticas. “Os jornais poderiam avançar muito se estabelecessem novos canais de diálogos com a sociedade e exigissem de forma institucionalizada mais transparência das autoridades” (RAMOS E PAIVA, 2007, p.46).

Os fatores de mediação dos protocolos de produção da notícia na segurança pública apontados nesse debate, nos remetem ao convite para pensarmos, da mesma forma, as interferências históricas e culturais deixadas pela prática espelhada em outra expressão comumente utilizada e desenvolvida no meio jornalístico: o sensacionalismo.

## 2.1 SENSACIONALISMO

Conforme Angrimani (1995), o sensacionalismo está presente na imprensa desde os seus primórdios. Marshall (2003, p.75) acrescenta que antes da invenção da imprensa “os noticiaristas, mesmo os mais amadores, descobriram que a fórmula sexo, sangue e violência é um ingrediente que pode atrair atenção e a curiosidade dos leitores e transformá-los em consumidores potenciais”. Exemplo são os boletins informativos da Roma antiga, que divulgavam notícias sobre crimes e divórcios.

Em rigor, o sensacionalismo está presente em manifestações das eras da pré-imprensa e da imprensa, haja vista que a tendência humana para espiar as desgraças humanas parece estar enraizada na sua própria natureza. Aparentemente, os empresários da informação não fizeram nada além do fato de perceber essa vocação e aplicá-la como instrumento de “*marketing*” na venda de um produto cultural.

(MARSHALL, 2003, p.76)

Angrimani (1995, p.19) complementa o raciocínio ao lembrar que:

Ao analisar a origem da imprensa em dois países diferentes: França e Estados Unidos, verifica-se que o sensacionalismo está, ali, na origem do processo. Na França, por exemplo, entre 1560 e 1631, aparecem os primeiros jornais franceses – “*Nouvelles e Ordinaires*” e “*Gazete de France*”.

Citando Seguin (1959), Angrimani (1995) recorda que antes dos jornais *Nouvelles e Ordinaires* e *Gazete de France*, já existiam algumas brochuras denominadas *occasionnels*, nas quais o exagero e a falsidade eram presentes. Os *occasionnels* também relatavam os *fait divers*. Marshall (2003, p.77) explica que os *fait divers* “eram e são até hoje as categorias de notícias banais apresentadas com base em seu caráter espetacular, sensacional etc”. Segundo o autor, são notícias elaboradas para atrair leitores e vender jornais.

Na França do século XIX, os jornais populares de uma página eram os mais procurados e conhecidos como *canards*, termo que significa fato não verídico ou conto

absurdo, posteriormente folhetim. Ao fazer novamente referência a Seguin (1959), Angrimani (1995) explica que os que faziam mais sucesso eram aqueles que contavam histórias de crianças violentadas, cadáveres cortados em pedaços, desastres de trem, grandes catástrofes e fenômenos naturais. Assim como os *occasionnels*, os *canards* também utilizavam os *fait divers*.

O conceito de *fait divers*, para Angrimani (1995, p.25), é fundamental nesse contexto, já que esse é o “componente indissociável da imprensa sensacionalista”. O autor cita a definição do Grande Dicionário Universal do Século XIX de Pierre Laurousse que, segundo ele, “*fait divers* é uma rubrica sob a qual os jornais publicam com ilustrações as notícias de gêneros diversos quem ocorrem no mundo”. Angrimani (1995) lembra, citando Baillon (1988), que durante a Idade Média, antes dos *occasionnels*, os trovadores populares já usavam os “*fait divers* em suas canções”. Ele (1995, p.25) ainda utiliza o pensamento de Maffesoli (1988), para informar que “*fait divers* permite falar, sem falar, da morte, da violência, do sexo, das leis e de suas transgressões”.

Essa ideia do “sensacional” também teve raízes no continente americano. Nos EUA, o primeiro jornal publicado apresentava características do sensacionalismo. *Publick Occurrences* surgiu no dia 25 de setembro de 1690 e com apenas uma edição, utilizava histórias inventadas para preencher espaço no tabloide. Porém, somente no final do século XIX, o sensacionalismo se consagrou na imprensa. Amaral (2006, p.17) cita os fatores que influenciaram isso:

[...] a popularização dos jornais por intermédio do aperfeiçoamento das técnicas de impressão, da expansão do telégrafo e das redes de cabo submarino, do desenvolvimento do telefone e do surgimento de anúncios. Com o telégrafo, passou a ser possível ser um jornal que publicasse as notícias do dia. A criação do sistema de ensino também foi importante para criar um público leitor de jornal.

Essa ideia é reforçada Marshall (2003, p. 77) que estabelece uma relação entre o

sensacionalismo e *marketing* moderno:

No século XIX, com o desenvolvimento da imprensa de massa, o sensacionalismo acaba se profissionalizando dentro das regras do *marketing* moderno e, assim, passar a tomar conta não só dos jornais, como da imensa maioria dos produtos midiáticos. O nascimento desse fenômeno está localizando principalmente nos Estados Unidos, berço do jornalismo de mercado e altamente empresarial e submetido à lógica da mais-valia do capital.

Segundo Marshall (2003, p.77), “o modelo de jornalismo capitalista se espalhou pelo mundo no século XIX por intermédio do processo de colonização cultural dos países periféricos”. Citando o estudioso Ben Bagdikian (1993), o autor explica que nos séculos XIX e XX, já era costume das cidades americanas garotos jornaleiros que vendiam notícias escandalosas e exageradas. Marshall (2003, p.78), utiliza citação de Bagdikian (1993) para explicar que o sensacionalismo pode estar associado à falta de profissionalização dos “primeiros jornalistas”.

Não havia repórteres profissionais até as primeiras décadas do século XX. Antigamente, os repórteres eram garotos que vinham das ruas e aprendiam a imitar seus predecessores. Quando não havia treinamento e padrões profissionais. A maior das vendas dava-se nas ruas, na mesma proporção em que manchetes chamativas e dramas exagerados afetavam os pedestres. Em jornalismo, assim como outros campos de trabalho, treinamento e profissionalismo tornaram-se padrões após a Segunda Guerra Mundial. (BAGDIKIAN, 1993 apud MARSHALL, 2003, p.156)

A partir do século XIX, a imprensa sofreu várias transformações. Com a introdução da publicidade, ascensão da Revolução Industrial e nova forma de financiamento, as instituições jornalísticas entram em uma etapa mais moderna, que foi caracterizada como *penny press*. A expressão fazia referência ao preço barato dos jornais americanos que, na época, custavam 1 *penny* ou 1 centavo. Segundo Marshall (2003), esse valor era bancado pela publicidade e possibilitou que os setores populares da sociedade tivessem acesso aos jornais. Os jornais passaram a pautar assuntos do cotidiano das pessoas e deixaram de lado os artigos opinativos. Para Marshall (2003, p. 85), “o jornalismo volta-se à realidade, embora sem perder o hábito de olhar tudo com lente de aumento”. Amaral (2006, p.17) completa ao

histórias inventadas. Angrimani (1995, p. 20) destaca que esses jornais “vão moldar o gênero sensacionalista, dando-lhe características que ainda são utilizadas.” Amaral (2006, p.18) acrescenta que “os repórteres estavam 'a serviço' do consumidor e faziam campanhas contra os abusos sofridos pelas pessoas comuns, numa mistura de assistência social e produção de histórias interessantes”.

Nessa linha de reflexão, Kovach e Rosenstiel (2003, p.39) defendem que mesmo com o surgimento do sensacionalismo, a ideia de comunidade e democracia estavam presentes nos jornais:

Em seus piores momentos, Joseph Pulitzer e William Randolph Hearst apelavam tanto ao gosto duvidoso como aos impulsos patrióticos de seus leitores. Pulitzer usava a primeira página de seu jornal para seduzir os leitores, mas na página ensinava-os a ser os melhores cidadãos americanos. Nas noites de eleições ele e Hearst travavam grandes disputas, um alugando o Madison Square Garden para uma festa gratuita, outro projetando um painel iluminado, no alto do prédio do jornal, os resultados das urnas.

Nessa dinâmica de relações e de modificações pautadas nos movimentos e demandas sociais, surge, então, outra importante expressão que ajuda a problematizar, ainda mais, a ideia do sensacionalismo: estamos falando da “imprensa amarela”. Ela teve início em 1890 e durou até 1990. Angrimani (1995) atribuiu o conceito ao jornal *New York World*. A “imprensa amarela” é uma referência a um personagem que vestia camisola amarela para dormir na história de quadrinho *Hogan's Alley*. Ele ficou conhecido como *Yellow Kid* e os dois jornais (*World e Morning Journal*) usavam essa imagem para divulgação. De acordo com Angrimani (1995, p.21), “o personagem passou a ser um registro simbólico para os críticos do estilo sensacionalista de Pulitzer e Hearst”.

No Brasil, o termo “imprensa marrom” é usado quando as pessoas querem duvidar da credibilidade de um veículo de comunicação. Há controvérsias sobre a origem do conceito.

Uma das versões é que a expressão “imprensa marrom” veio da referência à expressão francesa *impremeur marron* pela qual se conheciam os impressores legais do século

XIX da Europa. Citando o Dictionnaire des Expressions et Locution Roberts, Angrimani (1995) explica que origem do termo marrom pode estar associada ao adjetivo *cimarron*, que nomeava os escravos fugitivos ou em situação ilegal na metade do século XVII. Para Marshall (2003 p.91-92)

A imprensa amarela foi engolida rapidamente pela imprensa marrom, quando esta não só potencializou o sensacionalismo como começou a fabricar, manipular, distorcer e subverter os fatos noticiosos. A imprensa marrom inaugurou a era dos escândalos, da denúncia, do jornalismo mexeriqueiro, das sessões de fofocas, das notícias dos bastidores da sociedade, para intencionalmente produzir um ambiente de sensacionalismo. Estão, associadas a esta etapa as reportagens de carácter especulativo e espetacular sobre o mundo da política, dos artistas, das personalidades públicas. Os jornalistas manipulavam arbitrariamente os fatos, imaginando, inferindo, espetaculando, inventando, para deles extrair o máximo do sensacionalismo.

Marshall (2003) e Angrimani (1995) compartilham a mesma ideia que as características da “imprensa amarela” e a da “ imprensa marrom” ainda estão presentes no jornalismo . Porém, Marshall (2003, p.92) destaca que elas:

[...] estão deixando de ser hegemônicas, uma vez que a necessidade primeira da imprensa em auferir lucros, audiências e publicidades faz com que o jornalismo hoje seja preferencialmente condicionado a tratar tudo de maneira que atraia o capital e seja um produto aceito universalmente. A fórmula do espetáculo e do sensacionalismo, natural ou fabricado, acabou condicionada hoje, entretanto, a não ferir os gastos superiores do capital.

A “imprensa cor de rosa” nasceu na segunda metade do século XX. É união das características da “imprensa amarela” com a “imprensa marrom”, possibilitando que a publicidade tenha a mesma importância que a notícia no texto. Segundo Marshall (2003, p.91), “os jornais passam a ser feitos preferencialmente para agradar a todos, sobretudo, o capital. Diluem as referências e os imperativos que sustentavam os pilares do jornalismo idealizado pelas cartilhas e pelos manuais”. A publicidade também começa a ocupar o espaço do editorial.

Abordamos a história do sensacionalismo e suas ramificações, como: “imprensa

marrom”, “imprensa amarela” e a “imprensa cor de rosa”. É necessário entender o processo para conceituá-lo. Como já apresentamos, os jornais escandalosos são presentes na sociedade, mas segundo Amaral (2006, p.22) caracterizar um jornal como sensacionalista é dizer de maneira imprecisa e equivocada que ele apenas se dedica a provocar sensações. Angrimani (1995, p.14), completa que o termo é utilizado quando as pessoas querem duvidar da credibilidade de um meio de comunicação. Ao denominar um veículo de sensacionalista, significa que ele não atendeu às expectativas do público.

Na abrangência de seu emprego, sensacionalista é confundido não só com qualificativos editoriais como audácia, irreverência, questionamento, mas também como imprecisão, erro na apuração, distorção, deturpação, editorial agressivo – que são acontecimentos isolados e que podem ocorrer dentro de um jornal informativo comum.” (ANGRIMANI, 1995, p.14)

Durante a Semana de Estudos da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), realizada em 1969, o jornalista Alberto Dines afirmou que em toda imprensa ocorre o processo sensacionalista, sendo o *lead* uma das estratégias para esse recurso, já que seleciona os principais elementos da história com objetivo de seduzir o leitor. Para Amaral (2006, p.20), muitas vezes, a denominação sensacionalista está ligada aos veículos de comunicação que dão preferência a cobertura de violência, porém, de alguma forma, “é possível afirmar que todo jornal é sensacionalista, pois busca prender o leitor para ser lido e, conseqüentemente, alcançar boa tiragem.” As notícias do gênero sentimentalizam questões sociais, criam penalizações e particularizam os fenômenos sociais.

Em geral, o sensacionalismo está ligado ao exagero; à intensificação, valorização da emoção; à exploração do extraordinário, à valorização de conteúdos descontextualizados; à troca do essencial pelo supérfluo ou pitoresco e inversão do conteúdo pela forma. [...]o sensacionalismo tem servido para caracterizar inúmeras estratégias da mídia em geral, como a superposição do interesse público; a exploração do sofrimento humano; a simplificação; a deformação, a banalização da violência, da sexualidade e do consumo; a ridicularização das pessoas humildes; o mau gosto; a ocultação de fatos públicos relevantes; a fragmentação e descontextualização do fato; o denunciamento; os prejulgamentos e a invasão de privacidade de tanto de pessoas pobres e como celebridades, entre tantas outras. (AMARAL, 2006, p.21)

O conceito de sensacionalismo, como nos aponta Angrimani (1995, pág.16), “[...] é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não merecia esse tratamento. [...] produção de um noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato”. O autor também considera que a denominação é uma estratégia da imprensa com objetivo de passar uma informação de forma diferente e até o veículo de comunicação considerado “[...] não- sensacionalista pode usar em sua produção momentos sensacionalistas. Como se disse, trata-se de um gênero (sinônimo aqui ) de estilo” (Angrimani, 1995, p. 41).

Amaral (2006) destaca que o conceito sensacionalista esteve atrelado durante anos aos produtos jornalísticos destinados às classes populares, porém essa ideia está ultrapassada. Ao contrário de Angrimani (1995), a autora explica que o sensacionalismo é uma maneira de compreender a forma pela qual a mídia atuava em uma determinada época, mas não pode ser compreendida apenas como sinônimo de imprensa, revista ou programa popular. A expressão ficou muito associada ao jornalismo que divulgava a superexposição da violência, publicação de fotos chocantes, distorções, mentiras e utilização da linguagem compostas por palavras chulas, gírias e palavrões. Esse tipo de jornalismo era consumido pelos setores populares devido ao seu baixo custo e linguagem acessível.

Portanto, Amaral nos convida a pensar em outra ramificação do debate conceitual, que propõe observarmos as diferenças entre sensacionalismo e jornalismo popular.

## **2.2 JORNALISMO POPULAR**

Ainda há preconceito em relação aos produtos jornalísticos destinados às classes C, D e E. Segundo Amaral (2006, p. 22), eles são rotulados e condenados por serem sensacionalistas, apresentarem apenas o mau gosto, distorções e se constituírem em meras

mercadorias.

Como já discutimos, o sensacionalismo é o modo que a mídia se comportou durante uma determinada época, mas não deve ser associado ao jornalismo popular (AMARAL, 2006). A autora defende que é necessário que os jornalistas deixem de lado o preconceito com o “universo cultural do leitor desse segmento” (AMARAL, 2006, p. 22). Os jornais são produzidos de acordo com as características culturais de seus leitores, mas não quer dizer que os jornalistas não devam seguir as responsabilidades éticas: “apenas mostra que os jornalistas devem tomar cuidado para separar daquilo que é efetivamente jornalismo para uma determinada camada social, porém em linguagem simples e chamativa” (AMARAL, 2006, p.22).

As notícias dos jornais populares são consideradas distorcidas e são vistas com potencial de retratarem apenas o que desperta emoção e narração. Amaral (2006, p.23) atribui isso à concepção das notícias como o espelho dos fatos:

[...] muitas críticas ao exagero e às distorções da imprensa popular, pertinentes do ponto de vista ético, caem no outro extremo de imaginar possível uma notícia límpida que faça transparecer tal como acontecem. As notícias não emergem naturalmente do mundo real para o papel, não são reflexos do que acontece. São um discurso sobre o mundo, redigidas com base em formas narrativas, pautadas por símbolos, estereótipos, clichês e metáforas [...]

Outros fatores também podem interferir na produção das notícias, como por exemplo: pressão do tempo, posicionamento do jornal, empenho do jornalista, público alvo, pressão política e etc.

Ao longo da história, os jornais tornaram-se “mercadorias”. Porém, eles não deixaram de produzir sentidos, significações e responsabilidades. Amaral (2006, p.23) explica que, apesar de os jornais possuírem características sensacionalistas, não se pode esquecer os demais papéis do jornalismo: construtor da realidade pública e produtor de conhecimento.

A autora argumenta que o sensacionalismo pode abranger várias estratégias, como por exemplo: o uso de artifícios inacreditáveis para ética do jornalismo e estratégia de comunicação com os leitores. Por isso, Amaral (2006, p.24) afirma que é mais adequado caracterizar esse segmento como “popular” e não como sensacionalista.

O jornalismo dedica-se a produzir conhecimentos sobre o cotidiano, e os jornais populares dão visibilidade também aos sentimentos das pessoas sobre o mundo, mas não se resumem mais à produção de sensações com matérias policiaesca. Atualmente, os jornais preocupam - se com que o leitor tenha um sentimento de pertencer a determinada comunidade, percebendo que o jornal faz parte do seu mundo. Assim, o sensacionalismo continua existindo, principalmente por intermédio da exacerbação dos relatos, mas é um conceito que não basta porque é generalista e não dá conta de importantes características dos novos jornais.

Nos últimos anos, os jornais populares passaram por uma modificação. De acordo com Amaral (2006), o recurso do sensacionalismo foi deixado de lado. A aproximação com leitor era feita por outras formas, como: a prestação de serviço e o entretenimento. Entretanto, essa atitude nos jornais populares nem sempre representa qualidade. Apesar de a cobertura jornalística ter uma importância maior, ainda não é a mesma que os jornais de referência. (AMARAL, 2006).

Amaral (2006, p.30) conceitua como o jornal de referência “os grandes jornais consagrados economicamente e politicamente ao longo da história, que dispõem de prestígio no país”. Segundo a autora, esses jornais que também podem ser chamados de *quality paper* (jornais de qualidade) são destinados às classes A e B e considerados veículos de credibilidade entre os formadores de opinião, como por exemplo: Folha de S. Paulo.

Para Kovach e Rosenstiel (2003, p. 48)

Um jornalismo que se concentra na elite especializada - os interesses especiais - pode ser em parte responsável pela desilusão pública. Esse tipo de imprensa não reflete o mundo no qual vive a maioria das pessoas. A cobertura política preocupada com aspectos táticos e dirigidas aos fanáticos do assunto não cumpre uma das responsabilidades do jornalismo. Na verdade, um jornalismo no qual cada matéria é dirigida ao maior público possível deixa de fora grande parte dos leitores.

Já os jornais populares são destinados a um público leitor de baixa renda e pouca

escolaridade, por isso apresentam algumas características: facilidade de leitura, identificação, interatividade, emoção, serviço e entretenimento. Segundo Amaral (2006), o fato de os jornais precisarem sobreviver no mercado entre um público de baixa escolaridade e pouco hábito de leitura demanda dos veículos de comunicação grande aproximação dos leitores. E para atender isso, são utilizados recursos diferentes dos que são usados na imprensa de referência.

Desde os anos de 1980, a imprensa passou por transformações e a tecnologia foi essencial nesse processo. Amaral (2006) cita que foram introduzidas várias estratégias de *marketing* para baixar os custos dos equipamentos. O público leitor passa a ser considerado consumidor. É nesta época que surge a distribuição de brindes e fica estabelecido, o que Amaral (2006), considera como “ditadura do leitor”. Com isso, na maioria das vezes, a necessidade de aumentar circulação sobrepõe - se ao papel da imprensa:

(...) o suposto “interesse do leitor” fica em cima do interesse público. São textos curtos, com muita prestação de serviço e entretenimento. Por terem de aproximar-se de uma camada de público com baixo poder aquisitivo e pouco hábito de leitura, os jornais, muitas vezes transformam-se em mercadorias em todos os sentidos. Com frequência deixam o bom jornalismo de lado para simplesmente agradarem ao leitor, em vez de buscarem novos padrões que reforcem os compromissos sociais com a população de baixa renda. Muitas vezes, optam por agregar valor às notícias e reportagens e rendem - se totalmente às estratégias de marketing como distribuição de brindes e a ênfase no entretenimento e fofocas televisas. Alguns jornais caracterizam-se ainda pelo seu assistencialismo, pela ideia que o leitor popular não se interessa pelos temas políticos e econômicos e por uma relação demagógica e/ou populista com o leitor.

Por essa linha de raciocínio Amaral (2006, p.52) enfatiza que “o interesse público perde a vez para a exposição de interesses pessoais; o compromisso com a verdade convive com a presença de elementos do âmbito ficção, da religiosidade e da superstição”.

É nessa discussão sobre a responsabilidade e os desafios para um trabalho mais amplo e crítico de cobertura dos jornais populares, que Amaral (2006, p.52) destaca que esse tipo de publicação, atualmente, ainda “subverte a lógica de priorizar o interesse público”. Para a autora, os jornais são baseados no entretenimento e não na informação, misturam gêneros,

utilizam fontes populares e muitas vezes tratam um ponto de vista tão particular e individual.

Muitas vezes, o interesse do público suplanta o interesse público não em função da temática da notícia, mas pela forma como ela é editada, com base na individualização do problema, o que dá a sensação de não realização do jornalismo. (...) Nos jornais populares, a lógica é dar destaque a notícias que interferem no cotidiano da população ou tenham características dramáticas. (AMARAL, 2006, p.52-53)

As notícias devem ser de interesse humano, segundo Amaral (2006,p.57), mas “nem toda a história de interesse deveria ser elevada ao *status* de notícia. Essa tênue linha que separa o que é de interesse público e o que é não é flutua de acordo com o mercado no qual determinados jornais se inserem.”

Para Amaral (2006, p.57)

Os jornais populares precisam falar do universo do seu público-alvo, adotam uma estética pragmática, sem levar em conta se as informações são do âmbito do privado ou do entretenimento. Além disso, são obrigados, por interesses mercadológicos, a utilizar determinados recursos, estéticos, estilísticos descolados do discurso jornalístico tradicional.

A autora (2006, p. 57) acrescenta que “em vez de prender o leitor pela informação, o interpela pela estética, por estilo e temáticas ligados historicamente ao universo considerado popular”.

A TV é o veículo de comunicação que será estudado nesta pesquisa. A partir das reflexões acima, iremos abordar a linguagem jornalística na TV e sua relação como resultado da indústria cultural, a relação da informação com o entretenimento e os principais desafios de se fazer o jornalismo popular na TV.

### **3 APONTAMENTOS E REFLEXÕES SOBRE A LINGUAGEM DO JORNALISMO**

#### **NA TV:**

O título deste capítulo sugere que iremos abordar algumas possibilidades oferecidas pela linguagem do jornalismo na TV, bem como expor algumas preposições críticas construídas ao longo dos anos de estudos de alguns pesquisadores.

Os jornalistas, segundo Paternostro (1999, p.64-65), devem ficar atentos às características da estrutura da TV na hora de escrever um texto para ser veiculado no meio:

- Informação visual;
- Imediatismo;
- Alcance;
- Instantaneidade;
- Envolvimento;
- Superficialidade;
- Índice de audiência.

Na televisão, o texto é escrito para ser falado e ouvido. Como já foi citado, a instantaneidade é uma das características desse veículo. Segundo Paternostro (1999) o telespectador (receptor) deve entender a informação de uma vez só. Caso isso não ocorra, o jornalista responsável pelo texto não conseguiu transmitir a informação.

Utilizando o conceito de Pretti (1991), Coutinho (2012, p.53) afirma que a língua falada seria “a base da linguagem da TV e mesmo do rádio, como espaço para apropriação de estruturas populares”. A professora (2012, p.53) explica as diferenças entre a oralidade e escrita, estabelecidas por Pretti: “[...] enquanto a oralidade é marcada pela contextualização, pelo uso de recursos de localização do interlocutor, a escrita seria seu oposto por se constituir em um ato solidário, que abstrai o caráter de situação de comunicação, quando da construção

do texto”.

Para Paternostro (1999, p.66)

Quem pretende escrever uma lauda (ou script) de telejornal tem que se preocupar, de imediato, com o fato de que o seu texto vai ser lido em voz alta por alguém (repórter ou apresentador, não importa). Lido em voz alta e captado (ouvido) de uma só vez, pelo telespectador. (PATERNOSTRO, 1999, p.66)

Essa preocupação é marcada pela tensão entre oralidade e escrita:

O estilo do discurso da televisão, escrito para ser lido, resulta, antes de mais nada, num impasse: ora se revela elaborado, segundo as convenções rígidas da gramática, aproximado-se da língua escrita, ora demonstra claramente sua intenção de aproximar – se da língua falada (...) a aproximação da fala natural – parece mais frequente e atende mais diretamente aos objetivos de lazer da audiência. (...) pode-se notar o flagrante contraste entre esse estilo lido e a naturalidade da fala, quando se observam os breves depoimentos colhidos de improviso, que escapam do implacável corte do trabalho final da edição. (PRETTI, 1991, p.234 apud COUTINHO, 2012, p.53).

Fraga Rocco (1990), é citado por Coutinho (2012, p.53), para reforçar a ideia de Pretti (1991). O autor (ROCCO, 1990) considera que os “(...) os códigos que estruturam a linguagem da TV são mais parecidos com os da fala que os da escrita. (...) a TV produz por escrito e constrói rigorosamente por escrito para que se pareçam orais.” (ROCCO, 1991, p.251 apud COUTINHO, 2012, p.53)

Coutinho, (2012) utiliza a citação de Rezende (2000) para explicar que a oralidade seria uma inspiração.

A inspiração da oralidade propicia à TV de comunicar-se com uma vasta camada do público receptor, mas, para consegui-lo, esta é forçada a uniformizar a sua linguagem. A qualidade alcançada – a compreensão imediata do público – tem, como contrapeso, as deficiências próprias de uma limitação linguística, como consequência que atinge principalmente os programas de maior audiência (REZENDE, 2000, p.25 apud COUTINHO, 2012, p.53)

Para atender públicos distintos, o texto jornalístico na TV, segundo Paternostro (1999), deve respeitar algumas características: ser claro, informativo, objetivo, direto e coloquial. Para autora (1999, p.61), o jornalista “[...] ao se colocar como um intermediário entre a TV e o telespectador, precisa rever os seus conceitos. Descobrir o papel da palavra na TV é um novo aprendizado. E obter um resultado de boa qualidade requer dedicação ainda maior.”

Uma das principais características do texto da televisão, apontada por Paternostro (1999), é a linguagem coloquial. A pesquisadora (1999, p. 78) estabelece uma relação entre escrever um texto na TV e contar uma história:

Sempre que o jornalista for escrever para a TV, ele deve lembrar que está contando uma história para alguém, como se estivesse conversando com essa pessoa. É para ela que vai transmitir suas informações. Com essa ideia na cabeça, fica mais fácil escrever um texto que deve ser assimilado, instantaneamente, por milhões de telespectadores. As qualidades da linguagem coloquial passam a ser exigências do texto jornalístico de TV.

Já ressaltamos que o texto da televisão deve ser simples e de fácil compreensão. Porém, Paternostro (1999) nos alerta que é necessário que o jornalista respeite as regras gramaticais. O uso da gíria deve ser evitado, as frases devem ser escritas na ordem direta (sujeito + verbo + predicado), as palavras, expressões e os tempos dos verbos devem ser simplificados e o texto deve ter início, meio e fim. Além disso, a jornalista (1999, p.82) cita duas características fundamentais:

- Precisão: escolher palavras que não possuem duplo sentido e evitar termos que confundem o telespectador.
- Concisão: elaborar frases que tenham toda informação necessária, sem usar palavras exageradas. Evitar redundâncias e adjetivos.

Para autora (1999, p.84), o regionalismo também deve ser considerado na hora de escrever um texto para TV:

Ainda uma observação: no Brasil, a linguagem coloquial, do cotidiano, muda muito de região para região – são os regionalismos incorporados ao linguajar do povo brasileiro. É lógico que na medida em que estamos do entendimento para a nossa mensagem é muito importante levar em consideração o tamanho dos país em que vivemos e os diferentes graus de comunicação que a mesma mensagem deve ter.

Em forma de crítica, Coutinho (2012, p.54), por meio dos autores Eric Nepomuceno (1991) e Rezende (2000), apresenta outras características do texto televisivo. A repetição é citada como consequência da limitação do número de palavras “disponíveis”. Para

explicar isso, a autora utiliza citação de Nepomuceno (1991) que classifica as palavras da linguagem usada nos telejornais brasileiros como uma “pobreza estarrecedora”.

A repetição do telejornalismo também é analisada por Coutinho (2012), por meio de Rezende (2000). O autor sugere que essa característica seria resultado da busca pela linguagem coloquial: uma prática muito comum no estilo de conversação que caracteriza o coloquial é a repetição de palavras. “A repetição é um estilo de redação (...) Em nome do ideal de clareza na comunicação a estrutura sintática direta é a mais compatível com o estilo coloquial.” (REZENDE, 2000, p.97 apud COUTINHO, 2012,p.54).

Citando Fraga Rocco (1991), Coutinho (2012) explica que a utilização de metáforas, o uso de diferentes palavras para expressar uma mesma ideia e a importância do oral são apontados pelo autor (ROCCO, 1991, p.242 apud COUTINHO, 2012, p.54) como “algumas características comuns e pertinentes que ao veículo se mostram constantes na fala televisual: texto simples, baixa taxa de subordinação, inventário lexical redundante, forma direta de interlocução”.

Diferente dos outros veículos de comunicação, a televisão, segundo Marshall (2003, p.88), “instaura a era do audiovisual, magnetizando as massas em torno da imagem e quebrando o clico de três séculos da era alfabética inaugurada por Gutenberg”. Paternostro (1999, p.61) explica que é com a imagem que a TV compete com o rádio e com o jornal, exercendo seu o fascínio e prendendo a atenção das pessoas. A autora (1999, p.65) acrescenta que se “[...] alguém ouve no rádio uma notícia de grande impacto, logo depois liga a TV, em busca de mais informações. Mas principalmente, atrás de algo que nenhum outro veículo pode fornecer: mensagem sonora aliada à mensagem visual.”

Recorrendo a um proverbio chinês, Paternostro (1999, p. 61) afirma que “uma boa imagem vale mais que mil palavras”. Há, portanto, uma relação entre a imagem e o texto:

A imagem parada, a fotografia, revela emoção. A imagem viva, em movimento, carrega uma dose maior de emoção. As palavras devem dar suporte a essa imagem, dar apoio e complementá-la. Frases de efeito precisam ser deixadas de lado. A imagem em movimento transite muito mais efeitos. (PATERNOSTRO, 1999, p.61)

O primeiro passo para escrever um texto de TV, segundo Paternostro (1999), é saber quais são as imagens disponíveis para serem usadas em conjunto com as informações. A partir disso, o jornalista poderá começar a escrever.

Porém, a jornalista (1999, p.73) destaca algumas dicas que devem ser seguidas: o texto não ser descritivo (não há necessidade de descrever o que telespectador está vendo); o jornalista deve identificar os elementos principais da notícia: Quem? Quê? Quando? Onde? Como? Por quê?; saber juntar imagem, emoção e informação para transmitir notícia com qualidade; compreender que uma imagem possui narrativa própria e não precisa ser acompanhada com emoção e que as artes podem auxiliar na compreensão da informação que está sendo transmitida ao telespectador. A partir disso, a autora (1999, p.76) conclui que: “[...] a imagem realmente deve ser uma preocupação constante na matéria, desde a elaboração da pauta, em todas as etapas da produção, até a edição final. Não podemos conceber uma reportagem de TV sem que prevaleça a presença da imagem.”

As características da linguagem jornalística na televisão apresentadas nessa reflexão, nos remetem a pensarmos sobre a televisão como instrumento da indústria cultural, ou seja, objeto de consumo. A partir disso, iremos estudar a relação entre informar e entreter.

### **3.1 TEORIA CRÍTICA E O INFOTENIMENTO**

A televisão é um dos instrumentos da indústria cultural. Adorno e Horkheimer (1990), citados pelo professor (VIZEU, 2003), previam o surgimento de novos tempos com a chegada da TV e explicavam que o meio de comunicação seria um resumo do rádio e do cinema: “acordo entre a palavra, música e imagem realiza-se mais perfeitamente que no

Tristão, enquanto os elementos sensíveis são, na maioria dos casos, produzidos pelo mesmo processo técnico de trabalho e exprimem tanto na sua unidade, quanto o seu verdadeiro conteúdo” (ADORNO, HORKEIMER,1990,p.163 apud VIZEU, 2003, p.18)

Citando Eco, Arbex Jr (2001, p. 51) lembra que a televisão não pode ser considerada um gênero artístico e nem um fato artisticamente unitário. O autor explica que o meio de comunicação é um “serviço” pelo qual veiculam diversos gêneros, entre eles: o cinema, o teatro, shows, espetáculos, telejornais e comerciais.

Existe, no entanto, uma linguagem televisiva, que obedece a leis próprias e, no ato de transmissão, também modifica o modo de recepção dos gêneros veiculados. É completamente diferente, por exemplo, assistir a um filme em casa, pela televisão, e numa sala tradicional de projeção, compartilhada por estranhos. Exatamente por ser um canal de serviços que oferece uma multiplicidade de programas de todos os gêneros – artísticos, jornalísticos, esportivos e etc. –, a televisão permite a fácil transposição dos limites entre ficção e realidade. (ARBEX JR.2001, p.51)

Numa linha ainda mais crítica de pensamento, que privilegia a teoria da expressão simbólica e política da comunicação e, mais especificamente, do meio televisivo, Bourdieu (1997, p.19) ressalta que

[...] o acesso à televisão tem como contrapartida uma formidável censura, uma perda de autonomia ligada, entre outras coisas, ao fato de que o assunto é imposto, de que as condições da comunicação são impostas e, sobretudo, de que, a limitação do tempo impõe ao discurso restrições tais que é pouco provável que alguma coisa possa ser dita. Dessa censura que exerce sobre os convidados, mas também sobre os jornalistas que contribuem para sua existência, espera-se que eu diga que é a política. É verdade que há intervenções políticas, um controle político (que se exerce sobretudo através das nomeações para os postos dirigentes); isto é verdade também que- particularmente em um período no qual, como hoje, há um exército de reserva e uma enorme precariedade de emprego nas profissões da televisão e rádio – a propensão é maior. As pessoas se conformam por uma forma consciente ou inconsciente de autocensura, sem que haja necessidade de chamar sua atenção.

As notícias da televisão que priorizam o espetáculo são definidas, segundo Arbex Jr. (2001), como showrnalismo. A principal consequência desta forma é enfraquecimento ou perda da fronteira entre o real e fictício.

O conceito de infotainment, segundo Dejavitte (2007), foi criado no final do século

XX, devido à necessidade de definir o conteúdo de entretenimento no jornalismo. A autora (DEJAVITE, 2007) afirma que, apesar do termo ter surgido durante a década 1980, só se consagrou em 1990, quando os profissionais da área passaram a emprega-lo. Citando Deuze (2001), Dejavite (2007) explica que “seu conceito no jornalismo está dividido em duas categorias: [1] no aumento de elementos de entretenimento em gêneros de notícias informativos e [2] na elevação e no estabelecimento de gêneros de infotenimento existentes atualmente”. (DEUZE, 2001, p.12 apud DEJAVITE, 2007, p.2) Dejavite (2007, p.2) classifica esse jornalismo como:

O jornalismo de infotenimento é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano – os quais atraem, sim, o público. Esse termo sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos que atende às necessidades de informação do receptor de hoje. Enfim, manifesta aquele conteúdo que informa com diversão.

Essa ideia de infotenimento, que relaciona entretenimento e informação, é destacada com preocupação por Arbex Jr., essencialmente quando se trata da utilização da televisão, segundo o autor (ARBEX,2001), obrigou o telejornalismo a se adaptar ao ritmo das mensagens publicitárias. As notícias são apresentadas por belas mulheres ou por “âncoras”, que atuam como showmen e não tem problema se sabem ou não de que se trata a notícia que será lida no teleprompter. Muitas vezes essa adaptação sobrepõe o jornalismo.

Nessa dinâmica da informação como espetáculo, Dejavite (2007) reconhece que o jornalismo e o entretenimento não tiveram espaços estabelecidos; portanto, saber distingui-los é uma tarefa complicada. É função do jornalismo, segundo a autora (2007), informar e formar opinião pública sobre o que acontece no mundo real. Já o entretenimento busca explorar a ficção e divertir as pessoas. Segundo Dejavite (2007), com a chegada do jornalismo de infotenimento e ideologia do jornalismo deve ser mudada aos poucos.

Esse debate crítico sobre as relações entre informação, jornalismo, entretenimento e televisão é importante para o contexto dessa pesquisa e para a formação profissional de todo jornalista. Diante desses movimentos reflexivos, iremos abordar também os desafios do chamado jornalismo popular na TV.

### **3.2 OS DESAFIOS DO JORNALISMO POPULAR NA TV**

Em 1954, segundo Amaral (2006), o programa da TV Tupi de São Paulo chamado “Tribunal do Coração” já encenava casos pessoais dos telespectadores, julgados em um júri popular. “O povo na TV”, que passou por quatro emissoras: TV Excelsior, TV Tupi, Bandeirantes e SBT, mostrava a vida privada dos integrantes. Em 1966, foi lançado o programa “O Homem do Sapato Branco”, considerado um dos primeiros programas policiais do veículo, passou por emissoras como Globo e Record. A autora (2006) utiliza os exemplos apresentados para explicar que os programas populares fazem parte da televisão há bastante tempo. Amaral (2006, p.44) pontua os fatores que contribuíram para o crescimento dos programas populares:

No final da década de 1990 e início do novo século, houve um boom de produtos populares na mídia brasileira, em especial na televisão. Com a implementação das redes de televisão a cabo e a incorporação de alguns setores ao mercado consumidor, a televisão aberta passou a veicular novos programas populares. Há muitos programas que se apoiam em depoimentos de cidadãos comuns sobre dramas particulares, em que o povo não aparece em sua realidade cultural, mas em seu lado grotesco, feio, deformado, miserável, vítimas, sem destino. Outros baseiam-se na observação do cotidiano de pessoas comuns [...] Há ainda programas de auditórios dos domingos, que misturam vários estilos, e os que se auto-intitulam jornalísticos e priorizam as pautas policiais.

Amaral (2006, p.48) conclui que os telejornais destinados às classes C, D e E buscam contaminar o jornalismo e o entretenimento. O entretenimento é apresentado pela abordagem pouco séria da esfera do crime ou pela escolha de pautas de variedades. Bourdieu (1997) completa a ideia e acrescenta que as notícias de variedades, que estiveram presentes na

imprensa sensacionalista, fizeram vender, aumentar o índice de audiência e ocupar a abertura dos telejornais. Porém, o autor (1997) acredita que essas notícias também distraem; ele utiliza o conceito de fatos-ônibus para caracterizar os fatos que interessam a todos, mas não tratam nada de importante e nem tem a intenção de chocar as pessoas. As notícias de variedades, segundo Bourdieu, ocupam um tempo que poderia ser empregado para dizer outra coisa. Para o autor (1997), o tempo é algo raro na televisão e as coisas fúteis apresentam-se como mais importantes do que as preciosas. Bourdieu (1997, p.23) explica os fatores disso:

[...] uma proporção muito importante de pessoas que lêem nenhum jornal; que estão devotadas de corpo e alma à televisão como única fonte de informações. A televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população. Ora, ao insistir nas variedades, preenchendo esse tempo raro com o vazio, com nada ou quase nada, afastam-se as informações pertinentes que deveria possuir o cidadão de exercer seus direitos democráticos. Sob esse aspecto, orientamo-nos para uma divisão, em matéria de informação, entre eles aqueles que podem ler jornais ditos sérios, se é que continuarão sérios em razão da concorrência da televisão, aqueles que têm acesso aos jornais internacionais, às emissoras de rádio em língua estrangeira, os que têm por toda bagagem política a informação fornecida pela televisão, isto é, quase nada [...]

Nessa dinâmica do debate crítico acerca dos papéis e responsabilidades da comunicação televisiva, Amaral (2006) aponta os principais riscos da popularização: excesso de dramatização, prioridade para o interesse do público e representação dos populares como vítimas ou consumidores.

Dramatizar, segundo a autora (2006, p.119), “[...] é tornar um fato interessante e comovente como um drama apresentando-o sob aspecto trágico ou evocando-o com cores vivas do que as realmente têm [...]”. Amaral (2006) afirma que os jornalistas precisam seduzir o leitor ou o telespectador, no entanto, é necessário conhecer os limites para um fato não tornar um factóide dramatizado.

E por essa reflexão, Coutinho (2012) utiliza a citação de Siqueira (1993) para explicar a função do editor de notícia em um telejornal: “[...] tem que observar atentamente a carga emotiva e informativa das matérias preparadas para veiculação. Uma notícia com

exagerada carga de emoção, visual ou auditiva, pode desequilibrar o telejornal ou ainda provocar reações incontrolláveis dos telespectadores.” (SIQUEIRA, 1993, p.93-94 apud COUTINHO, 2012, p.55)

No fluxo de preocupações com a veiculação de determinadas informações, Amaral acrescenta que (2006, p.121):

O jornalista deve ter respeito pelo sofrimento alheio. Não tem o direito de fazer de fazer as pessoas sofrerem ainda mais, reforçando-as, por exemplo, fazer declarações dramáticas. Velinhos num asilo lúgubre não precisam ser expostos, nem a mãe debruçada sobre o caixão da filha assinada. A dramaticidade da notícia deve ficar evidente não por adjetivos, mas pela descrição dos fatos dramáticos ; ou seja, a descrição da intensidade do fato dependerá de um texto bem apurado e portador de uma tensão jornalística.

Amaral (2009) acredita que alguns momentos a dramatização vem diminuindo no noticiário policial e considera que seu problema atual é priorizar casos factuais, individualizados, como os crimes isolados. Para autora (AMARAL, 2009, p.121-122), “[...] são necessárias ainda mais matérias informativas, colunas, opinativas e reportagens sobre políticas de segurança pública, com cobertura completa e fontes especializadas, mais dados e estáticas”.

Outro fator que representa um dos desafios da prática do jornalismo popular é a prioridade do interesse do público. Como já apresentado no primeiro capítulo dessa pesquisa, o jornalismo deve tratar do interesse público e não o gosto do público. Amaral (2006, p.122) destaca que “[...] as notícias deveriam remeter o interesse particular manifestado pelo leitor a um contexto mais amplo, e não superdimensionado dos fatos somente na perspectiva dos indivíduos ou dos fait divers.”

O jornalista deve refletir sobre como representa a realidade popular e o que costuma dar visibilidade. Conforme Amaral (2006), as pessoas não podem ser tratadas como consumidores insatisfeitos ou como vítimas, mas sim como cidadãos. Os jornais populares supõem que as pessoas do povo não precisam entender como a sociedade funciona ou a

origem dos problemas sociais. A autora (2006, p.123) estabelece as principais diferenças entre o cidadão e o consumidor:

É preciso ponderar que, quando o cidadão e consumidor são confundidos, a educação, a moradia, a saúde, o lazer aparecem como conquistas pessoais e não como direitos. O consumidor contenta-se com respostas setoriais. Já o cidadão não é tão submisso aos ditames do mercado e se preocupa com o debate sobre as políticas públicas de educação, segurança, moradia. A necessidade do cidadão é comer, morar, ter acesso à escola e cuidados com sua saúde, e não necessariamente comprar uma casa ou adquirir um plano de saúde.

Após apresentar os principais desafios enfrentados pelo jornalismo popular, Amaral (2006) nos convida a pensar no perfil do jornalista popular e na possibilidade de um jornalismo popular de qualidade. No primeiro caso, ela afirma que o profissional da imprensa deve possuir algumas características: mesclar responsabilidade social, apurar bem e ter conhecimento sobre o fato e sensibilidade para descrevê-lo do ponto de vista popular, numa linguagem simples e didática. Além disso, o jornalista deve sair da redação para buscar as histórias que vêm da rua, trazer temas sociais e conceder a eles uma abordagem humana, interessante e consistente, ter uma visão ampla sobre os temas mais comuns do cotidiano da população e acompanhar informações sobre o desenvolvimento socioeconômico brasileiro, e principalmente, ser sensível, construtivo e didático.

O jornalismo popular de qualidade, segundo Amaral (2006,p.133),é aquele que apresenta as seguintes características:

- leva em consideração a posição econômica, social e cultural do leitor e por isso fala de um determinado ponto de vista;

- expõe as necessidades individuais das pessoas para servir como ganho para aquelas de interesse público;

- representa as pessoas do povo de uma forma digna;

- publica notícias de forma didática, sem perder seu contexto e sua profundidade;

- agrega o conceito de responsabilidade social da imprensa( o dever de assumir os efeitos sociais das informações que divulga) ao de utilidade social ( o atendimento a interesses concretos dos cidadãos;

- se define pela sua proximidade com o público, pela adoções de elementos do universo cultural do leitor e conexão com o local e o imediato;

- é composto por notícias de interesse público, relatadas de maneira humanizada;

- busca ampliar o conhecimento do leitor sobre o mundo e substituir o ponto de vista individual pelo ponto de vista do cidadão ou da comunidade, sem se dirigir para o campo do entretenimento e do espetacular.

Amaral (2006) finaliza e acrescenta que um bom jornal destinado às classes populares deve considerar o seu leitor também sujeito do que ocorre na sociedade e possui características sociais e culturais específicas. Por esses motivos, o jornalismo deve falar de um lugar diferente, sem abrir mão dos princípios éticos. Todos esses pressupostos devem ser levados em consideração, independente do meio utilizado para a veiculação das notícias. Como destacamos, na televisão, muitas vezes, essas responsabilidades são ainda maiores. E é nesse sentido que vamos buscar ampliar esse debate acerca dos desafios e das responsabilidades do jornalismo e da televisão através da análise de conteúdo do programa da TV Alterosa de Juiz de Fora, chamado Alterosa em Alerta.

#### **4 ALTEROSA EM ALERTA: o debate prático acerca dos desafios do Jornalismo**

##### **Popular perante as informações de segurança pública**

A pesquisa pretende propor um debate responsável do jornalismo na área de segurança pública, partindo principalmente do jornalismo popular na TV. O estudo busca abordar os desafios dos jornalistas em fazer esse trabalho. Por ser considerado o primeiro telejornal popular regional e por sua relevância quanto ao tema, o Alterosa em Alerta, da TV Alterosa de Juiz de Fora, foi escolhido como objetivo de análise da presente pesquisa.

O Alterosa em Alerta foi criado no dia 29 de agosto de 2011, em Varginha, no sul de Minas Gerais. O projeto inicial era do editor responsável pela TV Alterosa, emissora afiliada do SBT, Guilherme Garcia, que percebeu a necessidade de criar um programa destinado às classes populares. Segundo a produtora da TV Alterosa de Juiz de Fora, Juliana Zoet (Apêndice C), que acompanhou a concepção do Alterosa em Alerta, o principal objetivo da atração era “ [...]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. ”

Desde a criação, o programa é apresentado, naquele município, por Fabiano Thibé. Atualmente, é exibido de segunda a sexta-feira, às 11h30, e no sábado, às 19h20, com o resumo dos principais destaques da semana. Devido ao sucesso da atração e ao aumento da audiência, segundo Juliana Zoet (Apêndice C), o Alterosa em Alerta foi implantado em Divinópolis, Juiz de Fora e Governador Valadares. Porém, cada cidade respeita suas características regionais; por esse motivo a linha editorial nem sempre é a mesma.

Em Juiz de Fora, o programa foi criado no dia 13 de fevereiro de 2012 e é apresentado pelo graduando em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora

(UFJF), Márcio Sabones. De acordo com o site oficial do programa<sup>1</sup>, “o Alterosa em Alerta é uma oportunidade de mostrar os fatos quentes da TV Alterosa, com um tempero de quem apresenta a notícia do jeito que ela é, com bom humor e crítica afiada”

A atração abrange a região da Zona da Mata e Campo das Vertentes, conseguindo atingir 133 municípios. Em média, o programa possui 24 minutos de duração e é exibido ao vivo, de segunda a sexta-feira, às 18h40, e no sábado, às 19h20. Além disso, o Alterosa em Alerta é dividido em dois blocos, sendo o primeiro destinado a reportagens maiores.

Segundo Márcio Sabones (Apêndice D), o programa teve que passar por algumas alterações, antes de estreiar.

[...] comecei a gravar os pilotos em novembro de 2011 e ficamos gravando até janeiro, quase todos os dias. E foi muito engraçado, porque a gente não sabia qual linha seria a verdade. Então, teve uma época assim que eu comecei mais tranquilo, mas a Elisângela Baptista, que é a editora, falou que queria que eu ficasse bravo, então fiz isso. Teve um cara de Belo Horizonte que veio aqui para assistir e no dia que ele veio montamos um piloto com coisa pesada e eu bravo para valer, mas quando acabaram as gravações a gente foi para sala de reunião e ele falou que não podia ficar assim, porque ia ficar muito chato, já que era só reclama e reclama. Então, decidimos dosar: momentos que em que fico bravo e outros descontraídos. [...] (SABONES, 2013, Apêndice D)

Outro fator que também é destacado por Sabones (Apêndice D), são as principais características do apresentador do Alterosa em Alerta. O profissional explica que o convite para fazer parte do programa surgiu após ele se encaixar no perfil proposto.

[...]O perfil seria um apresentador que consegue interagir bem com o telespectador, mas deve ter um pouco de cuidado, porque não seria aquela coisa dura e muito rígida do telejornal. É um perfil sério para apresentar as matérias, mas ao mesmo tempo ter essa liberdade para você opinar, criticar alguma coisa e também fazer uma brincadeira para dar uma aliviada. E foi muito difícil, mas a minha sorte é que faço teatro e rádio. Geralmente, o estudante de jornalismo é moldado para fazer um telejornal e ser aquela coisa séria e como já tenho essa passagem pelo teatro, isso me ajudou muito. [...] (SABONES, 2013, Apêndice D)

Entretanto, segundo o repórter Evandro Medeiros (Apêndice A), esse perfil de

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.alterosa.com.br/juiz-de-fora/jornalismo/alterosa-alerta/ficha-tecnica-alterosa-alerta-jf/>. Acessado em: 15/08/2013

apresentador não é o mesmo para os Alterosas em Alerta. A edição de Juiz de Fora, por exemplo, explora mais o humor.

Nesse sentido, as discussões apresentadas nos capítulos anteriores, sobre os conceitos de jornalismo popular, de sensacionalismo e os principais desafios da prática e a definição do infotenimento, bem como sua aplicação na TV, servirão de base para a análise a seguir. Para proceder ao estudo, cinco programas foram analisados dos dias 22 a 27 de julho de 2013. A proposta é apresentar a estrutura do programa e relacionar as características apresentadas anteriormente àquelas observadas no programa, a fim de perceber algumas impressões que nos permitam refletir sobre o Alterosa em Alerta e o seu papel social no jornalismo.

#### **4.1 A ESTRUTURA DO ALTEROSA EM ALERTA**

As entrevistas que vão ilustrar esse capítulo foram realizadas em duas datas: nos dias 2 e 10 de agosto de 2013, na sede da TV Alterosa de Juiz de Fora, que fica localizada na Rua Rei Alberto, nº 70, centro da cidade. Ao todo, foram entrevistados quatro profissionais: o editor do dia e repórter Evandro Medeiros, o editor de reportagem Davi Ferreira, a produtora Juliana Zoet e o apresentador Márcio Sabones.

A TV Alterosa é comandada pelo diretor geral Geraldo Costa Neto e também pelo diretor regional Gleizer Naves. O Alterosa em Alerta é formado pelos seguintes profissionais: apresentador Márcio Sabones, caracteres e direção de imagens Michele Clara, áudio Humberto Correia, câmera de estúdio Anderson Mateus, coordenação André Santos, técnica André Bertoldo e Thiago Freire, produção Juliana Zoet e Regina Ramalho, editor de reportagem Davi Ferreira, reportagem Michele Pacheco e Evandro Medeiros, cinegrafistas

Robson Rocha e Antônio Fagundes, estagiárias Glória Maria Baltazar e Jussara Ramos e editora responsável Elisângela Baptista.

Conforme já citado, o programa é dividido em dois blocos. O primeiro bloco tem entre 16 a 18 minutos dedicados às matérias mais longas. Por exemplo, o Alterosa em Alerta do dia 22 de julho apresentou quatro matérias: assassinato da vereadora Daniela de Paula, em Argirita, morte no Shopping Independência, em Juiz de Fora, e homem mata a ex-mulher em Betim e casal é baleado na porta de casa. Além disso, foram utilizadas três notas cobertas<sup>2</sup>, abordando os seguintes assuntos: assassinato no Parque das Águas, em Juiz de Fora, e dois acidentes de carro no município de Muriaé. E também um Loc. Off<sup>3</sup> sobre um acidente de carro na Zona Norte de Juiz de Fora. Com duração entre seis a nove minutos, o segundo e último bloco da atração é marcado por apresentar vídeos engraçados e situações inusitadas da internet. A segunda parte do programa do dia 22 de julho exibiu três notas cobertas: a chegada do Papa Francisco no Brasil, nascimento do filho do Príncipe William, decisão do Tribunal Eleitoral de Barbacena, uma matéria sobre o Campeonato Brasileiro de Mountain Bike em Juiz de Fora e vídeos da internet. De acordo com o editor responsável do dia e repórter Evandro Medeiros<sup>4</sup>(Apêndice A), o conteúdo do Alterosa em Alerta é o mesmo apresentado no Jornal da Alterosa de Juiz de Fora (JA)<sup>5</sup>, porém são realizadas algumas modificações. O editor de reportagem da emissora, Davi Ferreira, estabelece assim uma relação entre os dois programas:

---

<sup>2</sup> Nota lida pelo apresentador com apoio de imagens.

<sup>3</sup> Texto gravado pelo repórter e usado para narrar a notícia.

<sup>4</sup> No dia que foram realizadas as entrevistas, a editora responsável Elisângela Baptista estava de licença médica, por isso, entrevistamos o repórter Evandro Medeiros, que assumiu a função no dia.

<sup>5</sup> O Jornal da Alterosa é apresentado pela editora responsável, Elisângela Baptista. Considerado um dos principais programas da grade da TV Alterosa em Juiz de Fora, o telejornal é exibido de segunda a sexta-feira, às 11h40. Segundo o site oficial, o Jornal da Alterosa “[...] dá voz à comunidade, que cobra soluções dos responsáveis, informa e resgata a cidadania de quem não sabe a quem recorrer”. (Disponível em: <http://www.alterosa.com.br/juiz-de-fora/jornalismo/ja-jf/ficha-tecnica-JA-jf/>. Acessado em: 15/08/2013).

No Jornal da Alterosa, entra o VT inteiro [...]. Já o programa da noite, Alterosa em Alerta, é um formato diferente. Pelo fato da gente ter um problema de tempo e o Sabones comentar as matérias, ou seja, o programa é mais focado no comentário. Então, o que a gente faz? Reduz o tempo ao máximo das matérias que foram usadas de manhã, por exemplo, a matéria sobre fiscalização que entrou com um minuto e oito no JA e no Alterosa em Alerta ela vai entrar com quarenta e sete segundos. E o Sabones completa a matéria, comenta e dá opinião dele. Então, os VTs tendem a ficarem mais curtos, mas é claro que isso não é uma receita de bolo. (FERREIRA, 2013, Apêndice B)

Já a produtora Juliana Zoet (Apêndice C) explica que as pautas são pensadas e marcadas para os dois telejornais (Alterosa em Alerta e Jornal da Alterosa). Na parte da manhã, a produção é voltada para o Jornal da Alterosa com apuração das matérias, notas pé e a ronda. Já à tarde, são marcadas as matérias que exigem uma maior produção. Em média, a equipe de reportagem grava de duas a três matérias por turno.

A gente faz muita matéria de bairro, de serviço. Então, por exemplo, um lote particular que há seis meses o dono do lote não limpa e está dando rato, cobra e escorpião, e vários moradores estão sentindo incomodados com aquilo. A gente vai e faz a matéria, procura o dono do terreno, a Prefeitura e ver se ela já notificou, isso vale matéria. Mas se tem só uma pessoa reclamando, por exemplo, uma briga de vizinho, a gente não faz porque consideramos uma briga muito particular. E se for muito específico, a gente ajuda sem fazer matéria. Além disso, priorizamos o factual; apreensão de drogas, acidentes, homicídio, acidentes, assuntos de saúde, economia, serviço e as matérias ligadas aos assuntos políticos de Juiz de Fora. (ZOET, 2013, Apêndice C)

Além das matérias do Jornal do Alterosa de Juiz de Fora, o Alterosa em Alerta também utiliza o material da primeira edição do Jornal da Alterosa de Belo Horizonte.

Segundo Evandro Medeiro (Apêndice A), “[...] Chega o script, a gente dá uma olhadinha e vê o que casa com o que a gente tem no dia, geralmente matérias policiais que tem o perfil mais próximo do Alerta.” As matérias das outras afiliadas da TV Alterosas são disponibilizadas via ftp<sup>6</sup>, ainda segundo o jornalista (MEDEIROS, 2013, Apêndice A), isso facilitou a comunicação entre as emissoras e ampliou as áreas de cobertura. O programa do dia 26 de julho, por exemplo, apresentou duas matérias de outras afiliadas. A primeira

---

<sup>6</sup> Ftp (FileTransfer Protocol) é um conjunto de regras e procedimentos de comunicação entre duas entidades. O acesso é feito por computadores, via internet.

reportagem, que foi feita pelos jornalistas Max Goulart e Fernanda Moraes e com duração de três minutos e 16 segundos, fala sobre os dois estudantes de medicina presos em Espera Feliz. Já a outra, conta a história de um transexual que conseguiu mudar de nome em Lavras. Essa matéria tem a duração de um minuto e trinta segundos.

Outro conteúdo que também é apresentado no Alterosa em Alerta, segundo Medeiros (Apêndice A), são os planos que tem como objetivo narrar os factuais que acontecem à tarde. Isso ocorre porque a TV Alterosa de Juiz de Fora não possui editor de reportagem neste período, por isso o apresentador Márcio Sabones desempenha essa função.

[...] Alguma coisa que aconteça a tarde, por exemplo, teve um acidente e a equipe fez. Grava um plano de um minuto no máximo, contando o que aconteceu e bem narrativo mesmo. Traz e esse plano é capturado na ilha de edição, é preparado para também entrar à noite. [...] não temos um editor na parte da tarde. O Davi que é editor do jornalismo já deixou uma parte pronta e o Sabones trabalha fazendo reedições apenas. E quando vem o plano contando o que aconteceu, a gente mostra que estava presente no fato, informa sobre isso e chama para reportagem completa no dia seguinte. Mas ao mesmo tempo não faz nenhuma matéria, o que demandaria um editor mesmo, um trabalho muito maior para que fosse feito. E essa matéria entra no dia seguinte. (MEDEIROS, 2013, Apêndice A)

O Alterosa em Alerta do dia 22 de julho ilustra essa situação. Com um minuto e trinta segundos, a matéria sobre um homem que morreu no shopping de Juiz de Fora fornece as principais informações do fato: o que aconteceu, como foi feito o atendimento e qual procedimento será adotado pela família. A reportagem foi gravada no cemitério da cidade e a repórter Michele Pacheco entrevistou a sobrinha da vítima. Além disso, o apresentador explica o posicionamento do shopping por meio de uma nota pé e comenta que o assunto será continuado no Jornal da Alterosa regional. Essa matéria tinha sido veiculada na íntegra no mesmo dia, no Jornal da Alterosa.

No dia 23 de julho, a edição do Jornal da Alterosa retorna o assunto e completa a matéria do dia anterior. A repórter Michele Pacheco faz um vivo com a equipe de socorrista e mostra o que deve fazer em caso de parada cardíaca, já que o comerciante teve a morte

causada por arritmia cardíaca. Além disso, um dos problemas apontados pela sobrinha do comerciante é que o desfibrilador, aparelho usado para reanimar pacientes, que pertencia ao shopping, não funcionou. A partir disso, o telejornal também exibiu uma matéria falando que Juiz de Fora possui uma lei que determina a manutenção de desfibrilador em locais públicos e logo após, uma nota pé<sup>7</sup> informando a situação nos outros shoppings da cidade. A edição completa a matéria e volta ao vivo com a repórter Michele Pacheco explicando qual órgão fiscaliza os estabelecimentos, como que é feita e as penalizações para quem não cumprir a lei.

Já no Alterosa em Alerta, é exibida a mesma matéria sobre a obrigatoriedade do uso do desfibrilador. É aproveitada a sonora do responsável pela fiscalização e também do socorrista. Porém, nem sempre o conteúdo do Alterosa em Alerta é o mesmo do Jornal da Alterosa. Uma das principais diferenças são os comentários que o apresentador Márcio Sabones realiza, após a exibição das matérias.

A maioria das matérias entra um comentário, principalmente quando a matéria é muito polêmica, por exemplo, uma de violência. Nós tentamos pegar alguns dados estatísticos e os históricos dos casos. O editor tem função de direção no sentido de fazer o controle do tempo e às vezes ele colabora lembrando que algum fato que pode contribuir nos comentários. Não existe uma interferência grande disso porque eu tenho certa liberdade nos meus comentários. É claro que existe confiança da emissora, nunca tive problemas e nem processos e pretendo continuar assim. (SABONES, 2013, Apêndice D)

O programa do dia 26 de julho apresentou uma matéria feita pela repórter Michele Pacheco e o cinegrafista Robson Rocha. A reportagem abordava a situação dos moradores de rua em Juiz de Fora nos dias mais frios. A equipe entrevistou os moradores de rua, o coordenador do Centro de Referência para População de Rua (Centro Pop), o Secretário de Desenvolvimento Social e os agentes comunitários. Com dois minutos e cinquenta e cinco segundos, a matéria expõe os principais motivos que levam uma pessoa a morar na rua, os

---

<sup>7</sup> Nota ao vivo que completa uma matéria

projetos sociais e as dificuldades. Logo após, Márcio Sabones usa um minuto e quatro segundos do programa para comentar sobre o fato.

Pois é, os Núcleos de Cidadão de rua existem em várias cidades. Em Juiz de Fora, nós temos também o núcleo e o rapaz falando lá que tem várias atividades e alimentação, mas gente muitas pessoas não vão para esses lugares, né? O casal que foi mostrado ali, eles têm medo de serem separados, não é a função. Muitos moradores de rua vivem nas ruas por alguns motivos: desentendimentos em casa, vício, as drogas, o alcoolismo. Então, isso faz com que as pessoas se isolem e vivem nas ruas. E no tempo de frio é complicada a situação porque tá muito frio em Juiz de Fora nesses dias, as pessoas sofrem com isso. E que as pessoas procurem os núcleos para ter esse apoio necessário. Estamos falando de moradores de rua, mas antes disso estamos falando de humanos. É uma vida que está ali e eu acho que ninguém merece viver dessa maneira, mas infelizmente é uma realidade no nosso país. E nós temos que acabar com isso o mais rápido possível. (SABONES, 2013)

Segundo o editor de reportagem, Davi Ferreira (Apêndice B), são reservadas algumas imagens que não foram usadas na reportagem para cobrir os comentários do Márcio Sabones. No exemplo acima, foram utilizadas imagens de moradores de rua, das vias públicas da cidade, das pessoas e dos projetos sociais.

Outra diferença é que no Alterosa em Alerta o humor está presente em quase todo o programa, mas principalmente pelos vídeos de internet que são exibidos ao final de cada edição. Esse material é separado pelo apresentador Márcio Sabones.

Conforme já citado, foi feita uma análise do programa Alterosa em Alerta durante uma semana, a seguir são apresentados todos os dados coletados durante o tempo de pesquisa.

- No dia 22 de julho, foram exibidas 5 matérias, 6 notas cobertas e 1 nota seca e 1

Loc. Off. O quadro abaixo retrata quais foram os assuntos abordados:

Matérias	Entrevistados	Comentário
Assassinato da ex-vereadora Daniela de Paula, em Argirita. O crime ocorreu no dia 18 de abril e até na semana analisada não foi solucionado.	Maria do Carmo – mãe da vítima Domingos de Paulo – pai da vítima Rafael Storck – delegado	O apresentador Márcio Sabones retorna ao caso e pede para as pessoas denunciarem.
Morte no Shopping Independência. Um comerciante de 61 anos sofreu uma parada cardíaca no shopping e não resistiu. De acordo com a sobrinha da vítima, o desfibrilador do estabelecimento não estava funcionando.	Maila Corrêa Pedra – sobrinha do comerciante morto.	Márcio Sabones retorna ao caso e comenta a nota do Shopping Independência
Homem mata a ex-mulher a facada em Divinópolis. O crime aconteceu em um bar da cidade e o ex-namorado foi encaminhado à polícia.	Dona do bar Polícia	O apresentador retorno ao caso e comenta que espera “(...) que ele fique trancado para sempre na cadeia porque um covarde como esse aí não quero vivendo junto a gente não” (SABONES,2013)
Casal é baleado em Betim. De acordo com a Polícia, dois criminosos invadiram a casa e balearam o casal.	Polícia Militar	Não teve comentários.
Campeonato Brasileiro de Mountain Bike em JF.	Roberta Stroppa - campeã brasileira. Rubens Donizete - 3º colocado. Henrique Avanchi - 1º colocado. Carlos Alberto Zanini-organizador. Daniel Grossi- 10º colocado.	Não teve comentários.

Notas	Assuntos	Comentários
6 notas cobertas	- Morte no Parque das Águas; - Acidente em Muriaé; - Capotamento em Muriaé; - Papa chega ao Brasil; - Nasceu o príncipe William; - Tribunal de Justiça Eleitoral suspendeu a decisão judicial que limitava o funcionamento do programa Escola Legal, em Barbacena.	Não teve comentários.
1 nota seca	Um homem atira contra a ex-mulher em São João Nepomuceno.	Não teve comentários.

O Loc. Off foi sobre o acidente de carro na Zona Norte de Juiz de Fora que deixou 7 pessoas feridas. O apresentador não comentou sobre o caso.

-No dia 23 de julho, foram exibidas 3 matérias, 2 stand ups, 1 nota seca e 2 notas cobertas. Conforme retrata o quadro abaixo:

Matérias	Entrevistados	Comentários
O jogador de futebol Marcelinho Paraíba foi preso em Varginha por dirigir embriagado e sem carteira de habilitação.	Polícia	O apresentador retorna o caso e afirma que o pessoal está bravo.
Projeto de lei obriga os estabelecimentos terem um desfibrilador. A iniciativa é do vereador José Friorilo, que também é médico.	José Friorilo – vereador	Não tem comentário.
Acidente em Poços de Caldas entre um carro e um caminhão. Os veículos bateram de frente e um bebê que estava no carro sem o cinto de segurança foi lançado contra o painel do automóvel e morreu na hora. O motorista do caminhão estava embriagado.	Polícia Bombeiros	O apresentador comenta sobre a importância do cinto de segurança e os perigos de dirigir embriagado.

Notas	Assuntos	Comentários
1 seca	- Confirmada a primeira morte por HN1 em Juiz de Fora.	Não teve comentários, mas o apresentador chama uma sonora com o Secretário Estadual de Saúde, Antônio Jorge.
2 Cobertas	- Mulher foi atingida por uma bala em Muriaé. - Prisão de dois homens por tráfico de drogas.	Não teve comentários.

O stand up é sobre um homem que foi preso por tráfico de drogas no bairro São Tarcizio, Zona Leste de Juiz de Fora. Já o outro retorna ao caso da morte no shopping Independência e explica o que as pessoas devem fazer quando alguém sofrer ataque do coração.

O Loc. Off é sobre uma moça que foi atacada por tubarão em Recife. Ela foi transferida para um hospital da cidade e precisou amputar parte da perna esquerda. Porém, a garota não aguentou os ferimentos e morreu. No dia 23 de julho também foram utilizadas três sonoras: médico e responsável pela equipe socorrista, Marcelo Torres, presidente do Sindicato dos Médicos em Juiz de Fora, Gilson Salomão, e o Secretário Estadual de Saúde, Antônio Jorge.

-No dia 25 de julho foram exibidas 7 matérias e uma sonora com o promotor da saúde em Juiz de Fora, Sérgio Rodrigo Barros, sobre a situação do HPS da cidade. O programa apresentou uma nota coberta sobre as mortes causadas em decorrência da gripe A na cidade de Ubá. O quadro abaixo informa quais foram os assuntos do dia:

Matérias	Entrevistados	Comentários
Uma lanchonete foi assaltada no centro de Juiz de Fora.	Mulher que foi assaltada.	O apresentador fala sobre porque não devemos reagir a um assalto e que as leis deveriam ser mais rígidas.
10 lojas foram furtadas no bairro Progresso, em Juiz de Fora.	Ana Rita de Souza - comerciante Capitão Barreto	Não teve comentário.
Assalto em Vitorino Braga.	Moradores do bairro. Capitão Barreto.	Márcio Sabones comenta que o “os bandidos estão precisando de um cabo de enxada”. O apresentar utiliza uma enxada para ilustrar seu comentário.
Uma linha de ônibus foi assaltada quatro vezes em sete dias.	Agmar Barbosa - gerente de tráfego Polícia Militar.	Márcio Sabones retorna ao caso e questiona as leis do Brasil, já que as imagens do circuito interno mostram quem é o responsável pelo roubo, porém o suspeito não foi preso.
Cruzeirense foi preso em Governador Valadares por roubar picanha para secar o Atlético na final da Libertadores.	Quem comentou o roubo. Polícia Militar.	Não teve comentário.
Confusão após o jogo do Galo na final da Libertadores.	Comerciantes que sofreram dano. Torcedores feridos.	Não teve comentário.

<p>Bebê é abandonado no Bairro Democrata, em Juiz de Fora. A criança foi deixada na porta de um salão de beleza do bairro. A responsável pelo estabelecimento encontrou o bebê e acionou a polícia.</p>	<p>Suzana Martins Nogueira – auxiliar admirativa. Maria Elisabeth Cândida – conselheira tutelar.</p>	<p>Retorna ao caso e explica que abandono de incapaz é crime.</p>
---	--	---

-No dia 26 de julho foram apresentadas cinco matérias e um stand up sobre a prisão realizada pela Polícia Civil. O suspeito de homicídio foi preso em Juiz de Fora e é acusado de matar sua companheira. Outras informações sobre o Alterosa em Alerta do dia estão situadas no quadro abaixo:

Matéria	Entrevistados	Comentários
<p>Dois estudantes de medicina foram presos em Espera Feliz. Eles fingiam ser médicos e atendiam as pessoas.</p>	<p>Max Goulart - paciente Nicéia Cabral - paciente Luiz Moura Gomes- Delegado Fernanda Moraes- Gerente do hospital de Espera Feliz.</p>	<p>O apresentador Márcio Sabones comenta sobre o valor da profissão.</p>
<p>Noite Fria x Moradores de Rua. A reportagem fala sobre as iniciativas existentes em Juiz de Fora para auxiliar os moradores de rua e aponta os principais motivos das pessoas escolherem morar na rua.</p>	<p>Antônio Custódio – aposentado e morador de rua. Luiz Guilherme Gomes – autônomo. Responsável pelo núcleo Morador de Rua José Carlos da Silva- coordenador do centro Pop. Flávio Checker – Secretário de Desen. Social Sheila Prática Sombriho – agente comunitária. Paulo Castinho – agente comunitário.</p>	<p>Márcio Sabones retorna ao assunto e fala sobre as iniciativas que ajudam os moradores de rua.</p>

Campo de futebol do bairro Nova Era II pode virar condomínio do Minha casa Minha vida. O local é destinado para um projeto social com crianças e adolescentes.	Maxuel Augusto Rocha – estudante Marco Aurélio – treinador e voluntário do projeto de futebol Talita Maria Ferreira – ex representante de bairro Adriana Rocha – mãe	Márcio Sabones faz um apelo para continuar com o campinho de futebol.
Urubu rei é machucado por uma linha de pipa com cerol, em Juiz de Fora. O animal pode não voltar ao seu habitat.	Romulo Castro- veterinário	O apresentador alerta sobre os perigos com a linha de cerol.
Uma transexual conseguiu mudar o nome em Lavras.	Fabiana Marques de Souza – cabeleira  Rosa de Souza – irmã da Fabiana  Elza de Souza – mãe da Fabiana	O vídeo apresenta falhas no comentário do apresentador Márcio Sabones, por isso não sabemos o que foi comentado.

-No dia 27, sábado, o Alterosa em Alerta apresentou 3 matérias, 3 notas secas e duas cobertas. O quadro abaixo explica quais foram os temas abordados.

Matérias	Entrevistados	Comentários
Origem do Papa Francisco.	Parentes do Papa (primos de terceiro grau). Pessoas que moram na cidade.	Não teve comentários
Carro bate em uma charrete. O acidente foi no Sul de Minas.	Condutor do veículo. Polícia Rodoviária Federal.	Márcio Sabaones fala sobre os cuidados sobre animais na estrada.
Saiba como prevenir da gripe.	Pessoas que moram em Belo Horizonte. Comerciante. Coordenadora de doenças.	O apresentador alerta sobre os riscos da gripe.

Notas	Assuntos	Comentários
3 secas	- Início de vigília do Papa. - Número de casos de dengues em Juiz de Fora. - Papa participou da encenação da Via Sacra na praia de Copacabana.	Não teve comentários
2 cobertas	- Acidente em Muriaé. -Suspeita de bomba em ônibus.	O apresentador comenta sobre os trotes .

Durante a semana de análise, foram encontradas: 23 matérias, 11 notas cobertas, 5 notas secas e 3 stand ups.

Apresentamos a estrutura do Alterosa em Alerta, as principais diferenças entre a atração e o Jornal da Alterosa e o funcionamento do programa. A partir disso, podemos relacionar o programa com as referências bibliográficas estudadas.

#### 4.2 POSSÍVEIS DIÁLOGOS COM A TEORIA

Segundo o apresentador Márcio Sabones (Apêndice D), a principal função do Alterosa em Alerta é divulgar as notícias que não são transmitidas pela imprensa. O profissional (SABONES, 2013, Apêndice D) exemplifica essa situação afirmando que os problemas dos bairros não são mostrados pelos veículos de comunicação, mas no Alterosa em Alerta podem render matérias. Para Juliana Zoet (Apêndice C), as chamadas “matérias de bairros” são uma das formas de se aproximar do telespectador, já que as pessoas se identificam porque é “ [...] é aquilo que elas querem ver [...]”. Conforme ressaltou a autora

Márcia Franz Amaral (2006), os produtos jornalísticos populares precisam falar do cotidiano das pessoas, mas levando em conta a posição econômica, social e cultural do público. Além disso, segundo a pesquisadora (AMARAL,2006), os jornalistas precisam

conhecer os temas mais comuns do cotidiano da população e acompanhar o desenvolvimento socioeconômico dos brasileiros.

Um exemplo é a reportagem exibida no dia 26 de julho, sobre o campo de futebol do bairro Nova Era II, que pode virar condomínio do Minha Casa Minha Vida. A matéria começa com a sonora do Maxuel Augusto Rocha, um menino de oito anos que participa da escolhinha de futebol desenvolvida naquele local. Para ele, a iniciativa é uma forma de evitar que as crianças do bairro brinquem na rua. Logo após, o treinador Marco Aurélio de Oliveira destaca a importância do projeto social e explica o que pode acontecer, caso o projeto acabe. A repórter Ludmila Fam faz uma passagem<sup>8</sup> no campo de futebol para explicar que cerca de 120 crianças e adolescentes são assistidos pela ação. Duas moradoras do Nova Era II reforçam a ideia de o campo de futebol não poder dar lugar ao condomínio do programa do governo federal. A reportagem que teve duração de um minuto e vinte cinco segundos termina com imagens dos meninos jogando futebol.

Outro exemplo que também ilustra essa situação é a matéria que era para ter sido exibida no sábado, dia 27 de julho, mas devido a problemas técnicos, foi ao ar somente na quarta-feira, dia 31. A reportagem aborda um dos problemas do bairro Previdenciários que, segundo o apresentador Márcio Sabones, foram os moradores que entraram em contato com a produção do programa para relatar o fato. A matéria começa com um plano sequência<sup>9</sup> da repórter Michele Pacheco explicando a situação do esgoto no bairro. Em seguida, um morador comenta que as crianças estão brincando no esgoto e as famílias estão sem água, mas até agora a Prefeitura de Juiz de Fora não fez nada. Outra moradora explica que é necessário terminar as obras que foram realizadas há um ano no bairro Previdenciários para evitar problemas como esse. O apresentador Márcio Sabones informou por meio de uma nota pé a

---

<sup>8</sup> É o momento em que o repórter aparece na matéria para destacar alguma informação.

<sup>9</sup> É um plano que registra a ação de uma sequência inteira, sem cortes.

posição da Prefeitura de Juiz de Fora.

Conforme já citado por de Kovach e Rosenstiel (2003), a principal função do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações necessárias para serem livres e se autogovernarem. Sabones (2013, Apêndice D) compartilha essa ideia e estabelece uma relação entre o programa e a função desempenhada pelo jornalismo:

[...] Eu vejo o Alterosa em Alerta como um aliado à segurança pública, porque não é a gente está puxando saco de polícia, de forma alguma, até porque quando a polícia faz coisa errada a gente mostra também. É um aliado no sentido de você mostrar o caminho para as pessoas, uma realidade em que a cidade passa e que nos outros canais você não ver. O Alterosa em Alerta tem essa função de você dar a notícia, mostrar a realidade e também ajudar as pessoas a pensarem, se autogovernarem sobre essa coisa que o cara está assistindo televisão e aprendendo como fazer um bolinho de milho, mas têm três pessoas morrendo ao lado da casa do cara. Então, o cara autogovernar é no sentido que ele pode denunciar e se essa denúncia não chegar à polícia, não tem estatística.

A matéria que abriu o programa no dia 22 de julho pode exemplificar a questão acima apresentada pelo Sabones (Apêndice D). A reportagem é sobre o assassinato da vereadora Daniela de Paula, em Argirita. A matéria começa com a equipe do Alterosa em Alerta voltando ao local e mostrando que o crime ainda não foi solucionado. Para isso, a mãe da vítima é entrevistada e, logo após, a repórter Ludmila Fam retorna ao assunto e explica o que aconteceu com a Daniela de Paula. O pai da vereadora e um amigo da família também são entrevistados e reforçam a ideia de que o crime deveria ser solucionado. A repórter faz uma passagem em Leopoldina para situar que o assassinato está sendo investigado na cidade. Segundo ela, a maior dificuldade é a falta de testemunhas. Um delegado da Polícia Civil explica como andam as investigações e destaca a importância das pessoas fornecerem informações sobre o crime. A matéria termina com as imagens dos moradores de Argirita rezando na praça da cidade.

Logo após a exibição da matéria, o apresentador do Alterosa em Alerta retorna ao caso e pede para as pessoas denunciarem, já que a polícia não tem nenhuma informação sobre o fato. Sabones passa o número do disque – denúncia (181) e argumenta o quanto deve ser difícil perder um filho.

De forma semelhante ao que enfatiza Paternostro (1999), a linguagem do programa *Alterosa em Alerta* é simples e de fácil de compreensão. Amaral (2006, p.155) explica que escrever estilo de texto “é um dos desafios do jornal popular: não produzir apenas o texto que se adequa às expectativas do leitor, mas levar as pessoas, progressivamente, a apreciarem um texto melhor de qualidade”. Para Sabones (2013, Apêndice D):

Uma linguagem popular e simples, respeitando a língua portuguesa e tendo cuidado com a concordância verbal. Às vezes, a gente escorrega, mas é muito pouco, porque existe um cuidado da gente trazer as palavras corretas com simplicidade, já que no telejornal é mais sofisticado, mas como é um jornal voltado para o popular, então é amigo do povo mesmo.

Além das características da linguagem apontadas acima, o *Alterosa em Alerta* também usa expressões do bordão. Por exemplo, Márcio Sabones faz a chamada para o programa no dia 25 de julho, e utiliza: “se segura porque a marimba tá brava hoje”, e também uma das principais citações do apresentador é o “leite vai ferver”.

Podemos perceber as características da linguagem coloquial no *stand up*<sup>10</sup> feito no mesmo dia, com a repórter Michele Pacheco. Como se fosse uma conversa, a jornalista começa o *stand up* da seguinte maneira: “Sabones a equipe da Sexagésima Companhia cumpriu um mandado de busca e apreensão na casa de um suspeito de tráfico no bairro São Tarcísio, zona leste de Juiz de Fora.” Michele Pacheco aponta os materiais que foram apreendidos e utiliza as seguintes expressões:” Olha só o que os policiais encontraram lá dentro, são vários aparelhos eletrônicos” e “o tamanho desses monitores, dá inveja, né?”.

Quanto à classificação do *Alterosa em Alerta*, Márcio Sabones (2013, Apêndice D) explica que, apesar de o telejornalismo misturar informação e entretenimento, o apresentador classificaria o programa como jornalismo popular, porque “[...] a participação do público é um dos pontos fortes do *Alterosa em Alerta*. Em média, acho que cinquenta por cento do que sai no jornal é feito pelo povo, principalmente pelas mensagens via sms.”

---

<sup>10</sup> Quando o repórter faz uma gravação no local do acontecimento para transmitir informações do fato.

A participação do público citada pelo apresentador é feita da seguinte maneira: os telespectadores mandam mensagens de celular para o número 9934-3420, que é o contato da TV Alterosa. No decorrer do programa, Márcio Sabones incentiva as pessoas a participarem da atração, seja comentando alguma matéria que foi exibida, dando sugestão de pauta e até mesmo falando o que achou do programa. Algumas dessas mensagens são exibidas no Alterosa em Alerta. No programa do dia 25 de julho, logo após a matéria sobre uma lanchonete do centro de Juiz de Fora que foi assaltada, o apresentador comenta sobre o fato e a telespectadora Gisleine, do bairro Arco-Íris, manda uma mensagem falando que: “As leis deveriam ser mais rígidas no país.”. A produtora Juliana Zoet (Apêndice C) destaca que essa interação funciona como um *feedback*.

[...] As pessoas comentam as matérias e como a gente não tem essa medição de audiência, o nosso *feedback* são as mensagens que a gente recebe. Às vezes as pessoas mandam mensagens indignadas com determinada matéria, já outras não recebem tantas. Além disso, aproveitamos muitas sugestões de matérias de bairro.

O público também pode participar do programa por meio do e-mail, facebook, telefone e visita à redação. Porém, segundo Zoet (Apêndice C), os telespectadores utilizam mais o celular. Isso ocorre, segundo a produtora, devido à facilidade de enviar as mensagens de texto. Além disso, a participação popular pode auxiliar na produção de algumas matérias, como por exemplo, imagens e vídeos cedidos. O caso do homem que morreu no shopping de Juiz de Fora, exibido no dia 22 de julho, traz uma foto feita por telespectador que estava presente no fato.

Evandro Medeiros (Apêndice A) trabalha na TV Alterosa de Juiz de Fora há seis anos como repórter do Jornal da Alterosa. Com a criação do Alterosa em Alerta, ele e os outros profissionais da equipe do Jornal da Alterosa passaram a serem responsáveis pelo Alterosa em Alerta. O jornalista (MEDEIROS, 2013, Apêndice A) aponta como a interação com o público mudou, após o Alterosa em Alerta.

[...] O Jornal da Alterosa tem uma pegada bem popular e então, na rua as pessoas param para cumprimentar e falar. Nas classes populares, principalmente. Mas o Alerta aumentou isso e aumentou demais. É a ponto de deixar se ser: “Evandro, te vi no Jornal da Alterosa” para ser: “Evandro, manda um abraço para o Sabones.”

Já Márcio Sabones (2013, Apêndice D) explica como funciona a interação com os telespectadores do Alterosa em Alerta, reforçando o papel desenvolvido pelo apresentador.

Tem gente que me cumprimenta na rua como se me conhecesse há anos e eu não conheço a pessoa. Querendo ou não, você está dentro da sala das pessoas. De repente, o cara está em casa e me vê todos os dias e a gente conversa, apresenta o jornal direitinho com as informações, mas aí a gente também bate um papo. Então, muda a posição, porque eu não me sinto somente como o cara que só passa a informação para as pessoas, mas sim um mediador nesta história, porque a informação vem do público, ela chega para gente e fazemos a matéria, porém eu estou no meio disso para conversar o que você trouxe e mostrando a realidade. Eu não só sou aquele cara que fica do outro lado com a caixinha preta só falando, eu sou aquele cara que está lá e fazendo um comentário que você pensa também.

Utilizando o conceito de infotainment já apresentado neste trabalho por Dejavite (2007), Medeiros (2013, Apêndice A) classifica o Alterosa em Alerta como este estilo.

Eu acho que o Alterosa em Alerta está em uma linha limite. Para quem se diz que ainda é possível diferenciar o jornalismo do entretenimento, o Alterosa em Alerta está na linha entre uma coisa e outra. Porém, eu penso que o caminho dessas coisas é a convergência e é inevitável. Então, o Alterosa em Alerta aponta esse caminho. É um terror para os cânones do jornalismo clássico, mas está indo e acontecendo. Se tivesse que classificar seria o infotainment.

A partir das características apontadas pela autora (DEJAVITE, 2007), como por exemplo, matérias que mesclam entretenimento e informação, assuntos sobre o estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano, podemos perceber que, no dia 22 de julho, o Alterosa em Alerta, por meio de nota coberta, informou o nascimento do bebê real<sup>11</sup>. O apresentador Márcio Sabones falou sobre o sexo do bebê, onde a família real vai morar e os possíveis nomes.

Já na quarta-feira, dia 24 de julho, o Alterosa em Alerta exibiu novamente uma matéria sobre o Príncipe William e Kate Middleton. Desta vez, o casal real apresenta o bebê para o mundo. Com trinta e sete segundos, a reportagem descreve o que aconteceu e fornece as principais informações sobre o fato.

---

<sup>11</sup> O filho do Príncipe William e da duquesa de Cambridge, Kate Middleton.

O entretenimento está presente na dança criada e executada pelo apresentador Márcio Sabones em determinados momentos. Um exemplo disso é o programa do dia 23 de julho, em que Sabones dança durante 30 segundos. Além disso, no final do segundo bloco do Alterosa em Alerta, ou seja, no final de cada programa são exibidos vídeos engraçados da internet, com duração média de dois minutos. Um exemplo é o programa do dia 26 de julho, em homenagem ao dia das avós: o Alterosa em Alerta exibiu um vídeo de dois minutos e doze segundos com as avós dançando.

Conforme ressaltou Angrimani (1995), os *fait divers* são as notícias absurdas e não que ocorrem no cotidiano, ou seja, fatos curiosos. A matéria, que foi exibida no Alterosa em Alerta do dia 26 de julho, apresenta a história de um urubu rei, que se machucou com cerol, em Juiz de Fora. A reportagem começa apresentando o problema do animal e, logo em seguida, um veterinário explica o que pode ter acontecido com o urubu. A repórter Ludmila Fam faz uma passagem ressaltando a importância do bicho para natureza. A matéria termina com imagens do urubu e a sonora do veterinário informando que animal pode não voltar ao seu habitat natural.

Os produtos jornalísticos destinados às classes populares, conforme já foi abordado por Amaral (2006), sofrem preconceitos e são rotulados como sensacionalistas e de má qualidade. A produtora (Juliana Zoet, 2013, Apêndice C) compartilha essa ideia e explica que isso também ocorre no Alterosa em Alerta:

Acontece com o entrevistado que fala: “é para o Alerta? Se for, eu não vou, mas para o Jornal, eu vou”. Mas isso acontece, porque a forma que é apresentada é muito diferente. Às vezes, por exemplo, eu vejo o Alterosa em Alerta em casa, fora do meu ambiente de trabalho, e aí entram essas palhaçadas, um vídeo da dança do ganso, e que o público gosta muito, mas ao mesmo tempo tem um público que ver aquilo ali no jornal e já perde em parte uma credibilidade, um pouco do respeito que tem por aquele jornal. Com um quadro de brincadeira, você tenta se aproximar de um público, mas acaba se afastando de outro.

Além disso, os programas jornalísticos populares ainda possuem desafios a serem conquistados. Medeiros (2013, Apêndice A) aponta os principais desafios do Alterosa em

## Alerta.

Todos os desafios, porque não tem um modelo pronto. A gente está entrando no início agora. Quais são os limites éticos disso? Na verdade, o jornalismo está passando por uma profunda mudança. E não dá para gente vivenciar essa explosão do infotimento dos meios técnicos que propiciam isso. É muito fácil hoje você fazer um clipe engraçado para terminar o jornal, mas ao mesmo tempo você tratou de um assunto muito sério minutos antes. Esse já é o cérebro do jornalismo, os fatos diversos – *fait divers* que você trabalha com uma cara dando uma notícia de assassinato e logo depois a maior abóbora do mundo. Junta tudo com essas contradições, tensões e acaba criando um microscópico do mundo tenso em poucos minutos. Isso é o jornalismo e o jornalismo de televisão acelerou. Programas, como o Alterosa em Alerta, levam isso ao limite. A ideia é a mesma e eu vejo o Alterosa em Alerta como uma sacudida no telespectador. A intenção é colocar o cara na montanha russa e ir de A a Z, em cinco minutos. E eu não vejo como deslocar isso, os programas só são possíveis nesta maneira de hoje em uma TV como a nossa, que é uma TV pequena por conta dos processos técnicos de levaram a isso.

Neste capítulo desenvolvemos análise do programa e relacionamos o conteúdo do produto jornalístico com a teoria estudada a fim de atingir os objetivos propostos e de contribuir para reflexões que, posteriormente, possam ser ainda mais aprofundadas. Todo esse esforço de análise apresentado também nos sugere algumas conclusões acerca de todo o conteúdo abordado nesse trabalho.

## 5 CONCLUSÃO

O jornalismo popular destinado às classes C, D e E deve levar em consideração os fatores culturais e socioeconômicos do seu público alvo, apresentar uma linguagem simples e clara, mas não abrir mão da gramática, representar o povo de forma digna e não como vítima, ser composto por notícias de interesse público, relatadas de maneiras humanizadas e mostrar as necessidades individuais das pessoas para servir de gancho para aquelas de interesse público. Além disso, é necessário ampliar a visão do público sobre o mundo e adquirir o ponto de vista cidadão, sem dirigir pelo entretenimento.

As pesquisas bibliográficas e o estudo de caso realizado ao longo desta pesquisa permitem concluir que o Alterosa em Alerta enquadra em algumas características do jornalismo popular. O programa incentiva a participação popular por meio das redes sociais, e-mail e telefones. O telespectador contribui com a programação, sugere pautas e comenta as matérias que foram exibidas.

Por apresentar um caráter mais popular, as pessoas têm a liberdade de ir à redação da TV Alterosa e solicitar uma matéria, ou seja, estabelece um diálogo com público alvo. Porém, essa atitude é vista com cautela pelas produtoras do programa, já que nem toda reclamação tem a possibilidade de virar pauta para o Alterosa em Alerta. No entanto, os profissionais buscam ajudar as pessoas de outras maneiras, assumindo uma função assistencialista, o que não é da responsabilidade deles.

As matérias, em geral, abordam temas de policiais, principalmente, apreensões, homicídios e roubos. Há poucas editorias exploradas pelo Alterosa em Alerta, por exemplo, durante a semana analisada a maioria das matérias eram da editoria polícia e poucas vezes eram exibidas reportagens de outros assuntos, por exemplo as editorias esporte e política apareceram uma vez. Já as matérias de serviço, que atuam como uma das formas de

aproximar o telespectador, foram sobre os problemas do bairro. Porém, essa estratégia não é a única estratégia de aproximação.

O entretenimento está presente no programa e é destinado um tempo grande para exibição dos vídeos da internet e da dança característica do apresentador. Este momento é inserido, na maioria das vezes, logo após alguma matéria policial e também no final do programa.

Ao mesmo tempo em que o *Alterosa em Alerta* divulga as notícias de interesse público, ele também apresenta características do sensacionalismo, por exemplo: na matéria exibida no dia 22 de julho sobre um homem que matou a ex-mulher, em Divinópolis. Na reportagem, foram utilizadas imagens do corpo da vítima com sangue, da faca e das manchas espalhadas pelo bar. E são essas imagens que vão guiar o comentário do Márcio Sabones.

Então, podemos afirmar que o programa tenta seguir as características do jornalismo popular, mas nem sempre consegue preencher todos os requisitos. Isso pode ser o resultado da falta de um modelo para *Alterosa em Alerta*, já que o programa é recente e ainda está na fase de adaptações.

Porém, o infotimento está mais presente no *Alterosa em Alerta*. Os fatores que explicam isso são: não possuir conteúdo próprio e a atuação do apresentador como um personagem.

Além disso, o jornalismo popular requer vários desafios, entre eles: conseguir o equilíbrio entre o entretenimento e prestação de serviço e compreender a realidade da população.

## 6 REFERENCIAS

- AMARAL, Márcia Franz do. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. **Espreme que sai sangue**. São Paulo: Summus, 1995
- ARBEX JR, José. **Showjornalismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.
- BARROS, Antonio Teixeira de; JUNQUEIRA, Rogério Diniz. A elaboração do projeto de pesquisa. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010.
- BEDENDO, Ricardo. A notícia em tempo real x o contexto da vida real: reflexões sobre jornalismo e segurança pública. In: X Encontro Regional de Comunicação, 1,2012, Juiz de Fora. **Anais ....** Juiz de Fora: UFJF, 2012. 1 CD- ROM.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado, Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo regional**. Rio de Janeiro: Mauad, 2012.
- DEJAVITE, Fábria. **A notícia light e o jornalismo de infotainment**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>. Acessado em: 30 de março de 2013.
- FECHINE, Yvana. **Uma proposta de abordagem do sensível na TV**. Disponível em: <http://www.unicap.br/gtpsmid/pdf06/yvana-fechine.pdf>. Acessado em: 20 de fevereiro de 2013.
- KOVACH, Bill, ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**. Tradução de Wladir Dupont, São Paulo: Geração Editorial, 2003.
- MARSHAL, Leandro. **Jornalismo na Era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.
- MATTOS, Celso Moreira de; SIQUEIRA, José Eduardo de. **“Mídia e Bioética: repensando a ética na informação”**. *Revista Brasileira de Bioética*, Ano 1, vol. 1, 2005. Disponível em: <http://www.rbbioetica.com.br/submissao/index.php/RBB/article/view/5/5>. Acessado em: 20 de fevereiro de 2013.
- PACHECO, Alex Rômulo. **Jornalismo Policial Responsável**. Monografia apresentada como exigência para obtenção do grau de Jornalista, pela Universidade do Contestado – UnC. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pacheco-alex-jornalismo-policial-responsavel.pdf>. Acessado em: 20 de fevereiro de 2013.
- PATERNOSTRO, Vera Isis. **O Texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- PEREIRA Jr., Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.
- PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A Apuração da Notícia - Métodos de investigação na imprensa**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- RAMOS, Silvia; PAIVA, Anabela. **Mídia e Violência: novas tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil**. Rio de Janeiro: Iuperj, 2007.
- RONDELLI, Elisabeth. “Dez observações sobre mídia e violência”. *Comunicação & Educação*, São Paulo, (71): 34 a 37, set./dez. 1996.
- SEVERO, Augusto. **Uma relação de amor e ódio**. In: RAMOS, Silvia; PAIVA, Anabela. **Mídia e Violência: novas tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil**. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2007.
- SOUZA, Percival de. **Nos autos são encontrados réus e testemunhas**. O jornalista prefere vê-los como personagens. In: ALVES, Carla Cristina Costa. **Nelson Rodrigues e a reportagem policial: realidade x ficção**. Monografia de graduação em Comunicação Social. Rio de Janeiro, Uerj, 2001.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Disponível em: [http://www.jornalismoufma.xpg.com.br/arquivos/mauro\\_wolf\\_teorias\\_da\\_comunicacao.pdf](http://www.jornalismoufma.xpg.com.br/arquivos/mauro_wolf_teorias_da_comunicacao.pdf). Acessado em: 12 de julho de 2013.

## 7 APÊNDICES

### APÊNDICE A

Entrevista concedida pelo repórter **do Jornal da Alterosa e Alterosa em Alerta** e editor nos dois programas no dia Evandro Medeiros, pessoalmente, no dia 02/08/2013.

Autora: Como é o dia a dia da equipe do Jornal da Alterosa e Alterosa em Alerta?

Evandro: O Jornal da Alterosa começa às 11h40, então, desde cedo, às 7h da manhã a equipe de repórter cinematográfico e o repórter de externa chega aqui junto com os produtores e, os estagiários logo depois. Já começam as rondas, as matérias estão marcadas daquela manhã e são feitas essas matérias. É fechada a edição e o editor trabalha muito na parte da manhã para fechar os VTs, naquele modelo de jornalismo clássico mesmo, mas com a cara da Alterosa, que foge um pouco daquela coisa de off, sonora, passagem, plano e tal. Logo depois do Jornal, o Sabones já está aqui e começa a ser montado o Alterosa em Alerta, que tem uma pegada um pouco diferente.

Autora: Qual é o conteúdo do Alterosa em Alerta?

Evandro: Os VTs do Jornal são reeditados, são VTs um pouco menores, mais ágeis. Então, o editor já prepara esses VTs que entraram no Jornal e já diminuí. A partir do *script* do Jornal da Alterosa, o Sabones já começa junto com esse material a fechar o Alterosa em Alerta.

Autora: Além do material editado do Jornal da Alterosa, o que entra no Alterosa em Alerta?

Evandro: Os materiais que entraram no Jornal da Alterosa da primeira edição em Belo Horizonte. Chega o script, a gente dá uma olhadinha e vê o que casa com que a gente tem no dia, geralmente matérias policiais que tem o perfil mais próximo do Alerta. Ele (Sabones) reedita esse material que vem de Belo Horizonte e fecha as cabeças. E alguma coisa que aconteça a tarde, por exemplo, teve um acidente e a equipe fez. Grava um plano de um minuto no máximo, contando o que aconteceu e bem narrativo mesmo. Traz e esse plano é capturado na ilha de edição, é preparado para também entrar à noite.

Autora: Porque vocês utilizam esse plano? E como funciona?

Evandro: Porque não temos um editor na parte da tarde. O Davi que é editor do jornalismo já deixou uma parte pronta e o Sabones trabalha fazendo reedições apenas. E quando vem o plano contando o que aconteceu, a gente mostra que estava presente no fato, informa sobre isso e chama para reportagem completa no dia seguinte. Mas ao mesmo tempo não faz nenhuma matéria, o que demandaria um editor mesmo, um trabalho muito maior para que fosse feito. E essa matéria entra no dia seguinte.

Autora: A TV Alterosa é responsável por cobrir Zona da Mata e Vertentes. Como vocês conseguem atender esse público amplo? E como o entretenimento é utilizado no programa?

Evandro: A questão da digitalização facilitou muito para gente. Todas das praças das outras TVs Alterosas disponibilizam materiais via ftp. Então, a gente passeia pelo ftp. Outras coisas que entram no Alerta: vídeos engraçados, clipes e muito material de internet também tem entrado. E mais no final da tarde, o editor junto com o Sabones dá uma passada de olho para saber como está o script, se está faltando alguma coisa, se está faltando alguma informação ou não, se vamos colocar isso antes ou depois e aí o programa entra no ar 18h40.

Autora: Durante a exibição do programa, qual é a função do editor?

Evandro: O editor é o diretor do programa. O Sabones apresenta, mas o editor fica com um fone e orientando ele com relação ao tempo, o que vai falar, o que não falar, qual matéria cai e qual não cai.

Autora: Quais são as principais diferenças de linguagens entre o Jornal da Alterosa e Alterosa em Alerta?

Evandro: O Sabones vai repensar essas cabeças que entrou no jornal, mas com uma linguagem diferente. Mais próxima, mais narrativa e mais popular. Mais popular ainda que o Jornal da Alterosa, que já tem uma linguagem diferente.

Autora: A linha editorial do Jornal da Alterosa é a mesma do Alterosa em Alerta?

Evandro: No Jornal você vai ter uma postura mais próxima do que já se conhece de uma canônica do jornalismo. No Alerta, não. Ele é mais incisivo, dá opiniões, fala, fica bravo. Os cuidados com relação a não mostrar a vítima, os dois produtos têm, mas o Alerta tem essa pegada mais policial. Priorizamos matérias policiais, mas não só isso. Falamos também sobre segurança pública. Aí vai entrar matéria de bombeiros, orientação e com as suítes das coisas que aconteceram.

Autora: Tem alguma matéria ou informação que entra no Jornal da Alterosa, mas não entraria no Alterosa em Alerta?

Evandro: Tem algumas matérias com pegadas policiais mais fortes. Outro dia, por exemplo, a Delegacia Antidrogas estourou um lugar que vendia crack, no bairro Ladeira, uma casa. Então, lá dentro era terrível e o crack era consumido também em uma casa abandonada. Um estado deplorável. As pessoas fazendo necessidades em qualquer lugar, o cheiro forte de droga e comida no chão. Poucas vezes entrei em lugar tão ruim. Nós fizemos e preparamos o material para o Jornal do outro dia. Mas fiz um plano lá dentro que só entraria no Alterosa em Alerta.

Autora: Além da linguagem, o que muda do Jornal da Alterosa para o Alterosa em Alerta?

Evandro: A câmera no Alerta vai trabalhar de maneira diferente, mais tensa. Então, se eu gravo um plano para o Alerta, a câmera vai e volta. No jornalismo, a câmera vai trabalhar com mais enquadramento.

Autora: O Alterosa em Alerta está presente em quatro regiões. Eles mantêm a mesma linha editorial?

Evandro: A principio é a mesma coisa, porém tem algumas diferenças regionais. As pesquisas vão apontando o que é mais visto e o que é menos visto. A nossa edição do Alterosa em Alerta, por exemplo, tem uma pegada com mais humor do que as outras. Mas isso vai muito do apresentador.

Autora: Qual é o estilo de jornalismo que você classificaria o Alterosa em Alerta?

Evandro: Eu acho que o Alterosa em Alerta está em uma linha limite. Para quem se diz que ainda é possível diferenciar o jornalismo do entretenimento, o Alterosa em Alerta está na linha entre uma coisa e outra. Porém, eu penso que o caminho dessas coisas é a convergência e é inevitável. Então, o Alterosa em Alerta aponta esse caminho. É um terror para os cânones do jornalismo clássico, mas está indo e acontecendo. Se tivesse que classificar seria o infotenimento.

Autora: Acredita que ainda tem desafios a serem conquistados?

Evandro: Todos os desafios porque não tem um modelo pronto. A gente está entrando no início agora. Quais são os limites éticos disso? Na verdade, o jornalismo está passando por uma profunda mudança. E não dá para gente vivenciar essa explosão do infotenimento dos meios técnicos que propiciam isso. É muito fácil hoje você fazer um clipe engraçado para terminar o jornal, mas ao mesmo tempo você tratou de um assunto muito sério minutos antes. Esse já é o cérebro do jornalismo, os fatos diversos – *fait divers* que você trabalha com uma cara dando uma notícia de assassinato e logo depois a maior abóbora do mundo. Junta tudo com essas contradições, tensões e acaba criando um microscópico do mundo tenso em poucos minutos. Isso é o jornalismo e o jornalismo de televisão acelerou. Programas, como o Alterosa em Alerta, levam isso ao limite. A ideia é a mesma e eu vejo o Alterosa em Alerta como uma sacudida no telespectador. A intenção é colocar o cara na montanha russa e ir de A a Z, em cinco minutos. E eu não vejo como deslocar isso, os programas só são possíveis nesta maneira de hoje em uma TV como a nossa, que é uma TV pequena por conta dos processos técnicos de levaram a isso.

Autora: Você é repórter do Jornal da Alterosa e passou atuar no Alterosa em Alterosa. Percebeu alguma diferença no tratamento que recebe dos telespectadores?

Evandro: A diferença muito grande. O Jornal da Alterosa tem uma pegada bem popular e então, na rua as pessoas param para cumprimentar e falar. Nas classes populares, principalmente. Mas o Alerta aumentou isso e aumentou demais. É a ponto de deixar se ser: “Evandro, te vi no Jornal da Alterosa” para ser: “Evandro, manda um abraço para o Sabones.”

Autora: Você acompanhou o Alterosa em Alerta desde início. Quais foram as principais transformações do programa?

Evandro: O programa ganhou um formato. Chegou aqui como uma experiência de outra praça do Sul de Minas e com um formato, mas aqui ganhou algumas peculiaridades, a gente percebeu que era necessário compassar as matérias, dar mais agilidade. Então, as diferenças de públicos. Aqui no Alterosa em Alerta entra em um horário que a gente tem uma concorrência muito forte que é o MGTV 2º edição, a maior audiência da nossa região. Competimos com a novela, quando a gente entra a novela está no ar e quem está vendo a novela, continua com o jornal e a novela seguinte. Então, é muito cruel neste horário. Eu acho que aqui em Juiz de Fora, chegou esse formato pronto do Sul de Minas, mas tivemos que acelerar isso, justamente nessa tendência para capturar esse telespectador. Estamos tentando diminuir essa diferença e estamos conseguindo bem. E o fato da gente ter os planos e essas coisas todas, facilita muito a gente dar furo. O que acontece uma hora antes do Alterosa em Alerta entrar, conseguimos dar furo, mesmo que seja com o plano. E a concorrência é mais complicada já que tem todo um processo para o material ir ao ar e uma série de outros processos nos quais a gente não passa aqui.

## APÊNDICE B

Entrevista concedida pelo editor de imagem **do Jornal da Alterosa e Alterosa em Alerta** Davi Ferreira, pessoalmente, no dia 02/08/2013.

Autora: Como é feita a edição no Jornal da Alterosa (JA) e no Alterosa em Alerta?

Davi: No Jornal da Alterosa, entra o VT inteiro. Ele é o jornal é mais tradicional, mas não é muito comum, porém dá a matéria, nota pé e às vezes chama para opinião do telespectador. Já o programa da noite, Alterosa em Alerta, é um formato diferente. Pelo fato da gente ter um problema de tempo e o Sabones comentar as matérias, ou seja, o programa é mais focado no comentário. Então, o que a gente faz? Reduz o tempo ao máximo das matérias que foram usadas de manhã, por exemplo, a matéria sobre fiscalização que entrou com um minuto e oito no JA e no Alterosa em Alerta ela vai entrar com quarenta e sete segundos. E o Sabones completa a matéria, comenta e dá opinião dele. Então, os VTs tendem a ficarem mais curtos, mas é claro que isso não é uma receita de bolo.

Autora: A TV Alterosa de Juiz de Fora não possui editor de imagem na parte da tarde. O que vocês fazem para suprir essa necessidade?

Davi: Se terminar o meu horário e chegar material, já é combinado com os jornalistas deles fazerem um plano, ou seja, um *stand up* e chamar para a matéria completa no Jornal da Alterosa. Porque não dá para passar o VT inteiro, pois só temos um editor e não tem condição da pessoa trabalhar das 7h até às 20h.

Autora: Como as imagens contribuem nos comentários do Márcio Sabones?

Davi: Como tem comentário, tem que ter imagem pra comentar. Até porque ficar só o Sabones fica muito engessado. O Alerta sempre tem o LOC V, que são as imagens para ele comentar, mas sem o áudio do repórter.

## APÊNDICE C

Entrevista concedida pela produtora **do Jornal da Alterosa e Alterosa em Alerta**

Juliana Zoet, pessoalmente, no dia 02/08/2013

Autora: Como que é feita a escolha de pautas para o Jornal da Alterosa e Alterosa em Alerta?

Juliana: As pautas que a gente marca e tudo o que a gente pensa para fazer matéria é sempre para os dois jornais. É difícil a gente pensar que vamos fazer uma coisa só para o Alerta. Marcamos matérias que são relevantes, que encaixam na nossa editoria, tanto para o Jornal quanto para o Alerta. O que muda é na hora da edição, onde o Alerta tem as matérias reduzidas e de vez em quando muda a versão por conta da equipe reduzida.

Autora: Como funciona a divisão de pautas entre as equipes de produção?

Juliana: De manhã, o que acontece é que ficamos por conta da produção do Jornal, não só de apuração de matérias, mas também notas, notas pé das matérias e a ronda. Tem uma equipe de manhã fazendo, em média, três matérias por dia. A maioria das matérias são marcadas na parte da tarde porque eu costumo marcar praticamente o dia seguinte inteiro, já que a equipe de produção da manhã, por causa da demanda do Jornal, não consegue adiantar marcação de pautas. Então, na parte da manhã eu marco as matérias mais imediatas e as que precisam de uma maior produção, eu marco na parte da tarde.

Autora: Quantas pessoas fazem parte da equipe?

Juliana: Na produção são duas: a Regina Ramalho de manhã e eu à tarde. E uma equipe de reportagem (repórter e cinegrafista) de manhã e a outra à tarde, um editor, o

Sabones que é apresentador do Alerta também edita o que chega de tarde e fecha o *script*. E também a editora que supervisiona os dois jornais, ela fecha o primeiro e apresenta, e acompanha o fechamento e apresentação do segundo.

Autora: Como é a interação com os telespectadores?

Juliana: Algumas mensagens vêm do celular e isso é legal porque temos um *feedback*. As pessoas comentam as matérias e como a gente não tem essa medição de audiência, o nosso *feedback* são as mensagens que a gente recebe. Às vezes as pessoas mandam mensagens indignadas com determinada matéria, já outras não recebem tantas. Além disso, aproveitamos muitas sugestões de matérias de bairro.

Autora: Além das mensagens no celular, o que aproxima o telespectador do Alterosa em Alerta?

Juliana: Eu acho que o aproxima mais também é o estilo da nossa matéria. Então, quando você vai a um bairro específico, as chamadas “matérias de bairros”, as pessoas sentem identificadas porque é aquilo que elas querem ver. É o dia a dia, é o problema delas ali que estão sendo mostrados.

Autora: O que rende pauta para o Jornal da Alterosa e Alterosa em Alerta?

Juliana: A gente faz muita matéria de bairro, de serviço, Então, por exemplo, um lote particular que há seis meses o dono do lote não limpa e está dando rato, cobra e escorpião, e vários moradores estão sentindo incomodados com aquilo. A gente vai e faz a matéria, procura o dono do terreno, a Prefeitura e ver se ela já notificou, isso vale matéria. Mas se tem só uma pessoa reclamando, por exemplo, uma briga de vizinho, a gente não faz

porque consideramos uma briga muito particular. E se for muito específico, a gente ajuda sem fazer matéria. Além disso, priorizamos o factual; apreensão de drogas, acidentes, homicídio, acidentes, assuntos de saúde, economia, serviço e as matérias ligadas aos assuntos políticos de Juiz de Fora.

Autora: A TV Alterosa de Juiz de Fora está presente em 133 municípios. Como é feita a produção nas outras cidades mineiras?

Juliana: Contato com os jornalistas da região e eles direto ligam para gente. Têm vários pequenos sites, rádios que a gente sempre acompanha e faz esse contato. A gente faz a ronda de Polícia e Bombeiros de pelo menos 60 cidades, todos os dias.

Autora: Segundo a autora Márcia Franz Amaral, os produtos jornalísticos destinados às classes C, D e E são rotulados como sensacionalistas e de má qualidade. Você percebe isso com o Alterosa em Alerta?

Juliana: Acontece com entrevistado que fala: “é para o Alerta? Se for, eu não vou, mas para o Jornal, eu vou”. Mas isso acontece porque a forma que é apresentada é muito diferente. Às vezes, por exemplo, eu vejo o Alterosa em Alerta em casa, fora do meu ambiente de trabalho, e aí entra essas palhaçadas, um vídeo da dança do ganso, e que o público gosta muito, mas ao mesmo tempo tem um público que ver aquilo ali no jornal e já perde em parte uma credibilidade, um pouco do respeito que tem por aquele jornal. Com um quadro de brincadeira, você tenta se aproximar de um público, mas acaba se afastando de outro.

Autora: Quais são as principais características da linguagem do Alterosa em Alerta?

Juliana: O Alterosa em Alerta é uma linguagem completamente diferente, mais próxima, de brincadeira e alguns momentos de indignação. Você coloca uma matéria séria e leva a pessoa a pensar, mas depois você colocar um riso porque é sexta-feira, dia de palhaçada.

Autora: Você esteve presente na criação do primeiro Alterosa em Alerta. Como foi esse processo?

Juliana: Eu estava em Varginha, quando a gente começou com a ideia do Alterosa em Alerta. A ideia inicial foi do Guilherme Garcia, que é editor de lá e tinha interesse em ter um programa mais popular. A nossa ideia no início era 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. Ele pega muito as características do apresentador porque cada apresentador tem as suas características, mas é meio que receitinha de bolo até chegar esse formato.

Autora: Porque vocês resolverem criar o Alterosa em Alerta?

Juliana: Realmente, teve uma necessidade de ter um programa que falasse diretamente com o público. E saísse um pouco desse “padrão Globo”, querendo ou não é um padrão do Jornal Nacional. Seria uma coisa mais informal, mais próxima. E como lá (Varginha) foi um sucesso. Antes quando a gente andava na rua, ninguém sabia o que era TV Alterosa, mas com o programa a audiência de lá aumentou muito. Como viram que deu certo em Varginha, implantaram também em Divinópolis, Juiz de Fora e Valadares.

## APÊNDICE D

Entrevista concedida pelo apresentador do **Alterosa em Alerta** Márcio Sabones, pessoalmente, no dia 10/08/2013.

Autora: Quando foi que o Alterosa em Alerta foi criado? E por quê?

Márcio: O Alterosa em Alerta foi criado em Varginha. Nós temos cinco Alterosas: Belo Horizonte (Central), Varginha (Sul de Minas), Juiz de Fora (Zona da Mata e Vertentes), Valadares (Norte de Minas e Vale do Aço) e Divinópolis (leste do estado). O Alterosa em Alerta surgiu com o Guilherme Sereza, que montou o projeto e é o editor chefe de Varginha. Começou com o apresentador Fabiano Thibé, em agosto de 2011. É engraçado que no Sul de Minas, eles têm várias cidades, por exemplo, com trezentos mil habitantes, que é diferente da Zona da Mata, por exemplo, Juiz de Fora é uma cidade com quinhentos mil habitantes e as outras maiores são Muriaé e Ubá com cem mil. E lá algumas cidades são maiores e tem muita incidência criminosa. Ele montou esse projeto em agosto e começou dar certo. Então, foi feito um projeto para Juiz de Fora e eles começaram a procurar alguém que poderia apresentar o Alterosa em Alerta.

Autora: Como surgiu o convite para você apresentar o Alterosa em Alerta?

Márcio: Teve duas maneiras. A primeira foi que a Ludmila Fam e a Elisângela Baptista estavam procurando uma pessoa com um perfil. Então, a Ludmila falou com a Elisângela que tem um cara que faz jornalismo na federal e encaixaria no perfil mais descontraído. Aí, eles me ligaram e gravei o piloto, e eles gostaram. Eu comecei a gravar os pilotos em novembro de 2011 e ficamos gravando até janeiro, gravando quase todos os dias. E foi muito engraçado porque a gente não sabia qual linha seria a verdade. Então, teve uma

época assim que eu comecei mais tranquilo, mas a Elisângela falou que queria que eu ficasse bravo, então fiz isso. Teve um cara de Belo Horizonte que veio aqui para assistir e no dia que ele veio montamos um piloto com coisa pesada e eu bravo para valer, mas quando acabaram as gravações a gente foi para sala de reunião e ele falou que não podia ficar assim porque ia ficar muito chato, já que era só reclama e reclama. Então, decidimos dosar: momentos que em que fico bravo e outros descontraídos. No dia 13 de fevereiro de 2012 nós começamos e entrou no ar o Alterosa em Alerta em Juiz de Fora. Com esse projeto que trabalha com um tipo de jornalismo mais popular, no qual trabalhamos com as pautas normais de qualquer telejornal, mas também prestação de serviço voltado para a comunidade e também com o retorno do público, que manda mensagem para gente, manda e-mail, liga.

Autora: Você falou que a equipe da TV Alterosa de Juiz de Fora estava procurando um perfil de apresentador para o Alterosa em Alerta. Você saberia responder que perfil era esse?

Márcio: O perfil seria um apresentador que consegue interagir bem com o telespectador, mas deve ter um pouco de cuidado porque não seria aquela coisa dura e muito rígida do telejornal. É um perfil sério para apresentar as matérias, mas ao mesmo tempo ter essa liberdade para você opinar, criticar alguma coisa e também fazer uma brincadeira para dar uma aliviada. E foi muito difícil, mas a minha sorte é que faço teatro e rádio. Geralmente, o estudante de jornalismo é moldado para fazer um telejornal e ser aquela coisa séria e como já tenho essa passagem pelo teatro, isso me ajudou muito. Então, assim eu faço aquela coisa mais solta, de participar, colocar a mão no bolso, na cabeça e é você tentar sentir o que a pessoa em casa está sentindo ao assistir a matéria.

Autora: Como é o seu dia a dia?

Márcio: Eu entro uma hora da tarde na TV, já faço o espelho e vejo com a editora o que temos para trabalhar. Fazemos um espelho que vai trocando toda hora e tem uma equipe na rua fazendo algumas matérias. Geralmente, essa equipe já vai com a matéria programa ou exceção factual. Em um momento da tarde, eu faço um lanche rápido e troco muita ideia com os repórteres porque eles trazem um além da notícia porque estiveram lá. E às seis horas da tarde, o jornal está praticamente pronto, a não ser um factual que chega em cima da hora.

Autora: Todas as matérias do Alterosa em Alerta rendem comentários? E qual seria a função do editor neste processo?

Márcio: A maioria das matérias entra um comentário, principalmente quando a matéria é muito polêmica, por exemplo, uma de violência. Nos tentamos pegar alguns dados estatísticos e os históricos dos casos . O editor tem função de direção no sentido de fazer o controle do tempo e às vezes ele colabora lembrando que algum fato que pode contribuir nos comentários. Não existe uma interferência grande disso porque eu tenho certa liberdade nos meus comentários. É claro que existe confiança da emissora, nunca tive problemas e nem processos e pretendo continuar assim.

Autora: Qual é a função do Alterosa em Alerta?

Márcio: Eu vejo o Alterosa em Alerta como um telejornal cívico. Ele tem o trabalho de trazer os problemas da sociedade com algumas matérias que não transmitidas na imprensa em geral. É um programa que tem essa abertura e geralmente não passa problemas de esgoto, mas no Alterosa em Alerta tem essa abertura. Eu vejo o Alterosa em Alerta como um aliado à segurança pública porque não é a gente está puxando de saco de polícia, de forma

alguma, até porque quando a polícia faz coisa errada a gente mostra também. É um aliado no sentido de você mostrar o caminho para as pessoas, uma realidade em que a cidade passa e que nos outros canais você não ver. O Alterosa em Alerta tem essa função de você dar a notícia, mostrar a realidade e também ajudar as pessoas a pensarem, se autogovernarem sobre essa coisa que o cara está assistindo televisão e aprendendo como fazer um bolinho de milho, mas têm três pessoas morrendo ao lado da casa do cara. Então, o cara autogovernar é no sentido que ele pode denunciar e se essa denúncia não chegar à polícia, não tem estatística.

Autora: Qual é a linguagem que vocês adotam?

Márcio: Uma linguagem popular e simples, respeitando a língua portuguesa e cuidado com a concordância verbal. Às vezes a gente escorrega, mas é muito pouco porque existe um cuidado da gente trazer as palavras corretas com simplicidade, já que no telejornal é mais sofisticado, mas como é um jornal voltado para o popular, então é amigo do povo mesmo.

Autora: Qual é o estilo de jornalismo que você classificaria o Alterosa em Alerta?

Márcio: Eu vejo o jornalismo do Alterosa em Alerta muito mesclado ao telejornal com informação e entretenimento. Eu classificaria como popular porque a participação do público é um dos pontos fortes do Alterosa em Alerta. Em média, acho que cinquenta por cento do que sai no jornal é feito pelo povo, principalmente pelas mensagens via sms.

Autora: Como é o seu relacionamento com o público do Alterosa em Alerta?

Márcio: Tem que gente me cumprimenta na rua como se me conhecesse há anos e eu não conheço a pessoa. Querendo ou não, você está dentro da sala das pessoas. De repente

o cara está em casa e me vê todos os dias e a gente conversa, apresenta o jornal direitinho com as informações, mas aí a gente também bate um papo. Então, muda a posição porque eu não me sinto somente como o cara que só passa a informação para as pessoas, mas sim um mediador nesta história porque a informação vem do público, ela chega para gente e fazemos a matéria, porém eu estou no meio disso para conversar o que você trouxe e mostrando a realidade. Eu não só aquele cara que fica do outro lado com a caixinha preta só falando, eu sou aquele cara que está lá e fazendo um comentário que você pensa também.

Autora: Acredita que o Alerta ainda tem desafios a serem conquistados?

Márcio: Nos começamos esse programa com um formato existente há muito tempo que vem desde da época do Ratinho. Então, já começamos o Alterosa em Alerta no momento em que você tem que mudar esse perfil, buscar outras alternativas, como: matérias só com apresentador, apresentador na rua também ou o programa ser realizado em uma praça também. O Alterosa em Alerta é um pouco de show também e conta muito do que apresentador faz também. Além disso, temos que ver em que momento o nosso telejornal está separado telejornal. Eu vejo o Alterosa em Alerta como telejornal mesmo.