



O espetáculo no Cidade Alerta: Uma Abordagem Ética e a Avaliação da Dramaturgia no Jornalismo Sensação¹

Jéssica de Almeida SILVA²

Renata Venise Vargas PEREIRA³

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Desde que o sensacionalismo chegou ao Brasil, algumas emissoras de TV apostaram nesse novo formato. Mesmo não mantendo a audiência de antes, os noticiários sensacionalistas sofreram algumas modificações e, até hoje, permanecem na programação televisiva. O estudo tem como objetivo fazer uma análise ética da postura do apresentador do Cidade Alerta, da Rede Record, e avaliar a dramaturgia do jornalismo na cena de apresentação do programa. Marcelo Rezende é considerado sensacionalista por carregar fortes características do gênero.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão; Sensacionalismo; Ética; Dramaturgia; Marcelo Rezende.

1 INTRODUÇÃO

O noticiário sensacionalista surgiu quando as emissoras de televisão perceberam que existia a necessidade de se comunicar com as classes mais populares. Com uma linguagem clichê, esse gênero foi bem aceito e permanece ocupando o horário vespertino da televisão brasileira até hoje. Esse tipo de noticiário jornalístico chama atenção por ser focado em temas polêmicos, como violência, sexo, política, esporte e outros, que geralmente estão próximos à vida real dos telespectadores.

A proposta deste trabalho é analisar a postura do apresentador Marcelo Rezende, que comanda o programa Cidade Alerta, da Rede Record. Para isso, tomaremos por base o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e a dramaturgia do telejornalismo (COUTINHO, 2013). O presente artigo vai avaliar como é a postura dos apresentadores, considerados personagens pela autora por assumirem papéis que marcam uma semelhança com a dramaturgia.

¹ Trabalho apresentado no II 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Graduanda em Comunicação Social pelo Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, email: jessica.almeida.jor@gmail.com.

³ Professora do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF), Mestre em Comunicação e Identidades pelo PPGCom da Universidade Federal de Juiz de Fora, email: renatavargas9@gmail.com.



O Cidade Alerta, foco do nosso objeto de estudo, é um programa jornalístico da Rede Record que, de acordo com as classificações de Aronchi de Souza (2004), apresenta características de um docudrama, que é a associação do gênero documentário, da categoria informação, com o gênero teledramaturgia, da categoria entretenimento. O docudrama é usado para ilustrar uma história real ou justificar um argumento.

O noticiário televisivo é transmitido de segunda a sábado de 17h30 às 20h40, com apresentação de Marcelo Rezende de segunda à sexta-feira. Aos sábados é apresentado pela repórter da emissora, Fabíola Gadelha. O programa tem alcance nacional, e nos estados do Rio de Janeiro, Paraíba, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Santa Catarina, Pará, Rio Grande do Norte, Paraná e Maranhão o apresentador permanece à frente do noticiário somente até às 19h55min, a partir desse horário a apresentação é local.

2 AS RAIZES DO ESPETÁCULO

Guy Debord (1997, p.171) afirma que “o espetáculo nada mais seria que o exagero da mídia, cuja natureza, indiscutivelmente boa, visto que serve para comunicar, pode às vezes chegar a excessos”. O autor relaciona o espetáculo com a vida humana: “O espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente. Ele nada mais é que a economia desenvolvendo-se por si mesma. [...]” (DEBORD, 1997, p. 17-8). E vai além ao dizer que o espetáculo está relacionado também ao setor econômico, e que dele vêm os frutos que tendem a dominar o mercado espetacular.

Paes Manso⁴ (2014, meio digital), em entrevista a estudantes de Comunicação do 7º Curso Descobrir São Paulo, defendeu a ideia de que os programas sensacionalistas do Brasil fazem entretenimento, não jornalismo. Ele compara os programas sensacionalistas às execuções de pena de morte que eram realizadas na Idade Média. A população assistia à condenação e à execução em praça pública quase como um ‘entretenimento’. Segundo Paes Manso (2014, meio digital), a cobertura jornalística de segurança pública deve ser feita de forma com que o discurso das fontes seja compreendido e contextualizado.

3 TELEJORNALISMO E O ÍNICIO DO SENSACIONALISMO NO BRASIL

Em 1950, a TV chega e marca a história da comunicação no Brasil. Juntamente

⁴ Bruno Paes Manso é jornalista responsável pelo blog “SP no Divã” no site do jornal O Estado de S. Paulo.



com ela, o jornalismo brasileiro ganhou forças com o dinamismo de Assis Chateaubriand. A televisão iniciou suas transmissões ao vivo em 18 de setembro de 1950. No dia seguinte foi ao ar o primeiro telejornal do Brasil, “Imagens do Dia”. A atração, apresentada por Maurício Loureiro Gama, mostrava imagens dos acontecimentos do dia sem edições. Não havia duração determinada. O telejornal era exibido no tempo necessário para transmissão de todos os fatos e imagens do dia. Desde então, o telejornalismo foi conquistando seu espaço e se adequando às tecnologias e às necessidades dos telespectadores (MELLO, 2009, meio digital). Após algumas adaptações, com a TV já consolidada no Brasil, surgiu o primeiro telejornal sinônimo de sucesso no país, o Repórter Esso. Baseado em um programa de rádio de mesmo nome já consolidado no país, o Repórter Esso apresentava características peculiares. Com apenas um apresentador e uma única empresa patrocinadora, a Esso, empresa que deu o nome ao telejornal, o noticiário foi fonte de inspiração para a criação de vários modelos jornalísticos em todas as emissoras inauguradas por Assis Chateaubriand (MATTOS, 2009).

Com a criação de novas emissoras, surgiram também outros telejornais de formatos diferentes. Na década de 60 o telejornal sensacionalista chegou ao Brasil, apresentando “um estilo de programa que retratava a miséria humana, conflitos familiares, histórias policiais, prostitutas, homossexuais e mendigos, começou a fazer muito sucesso” (PATIAS, 2006, meio digital). Um dos primeiros programas sensacionalistas veiculados na televisão brasileira foi “O Homem do Sapato Branco”, apresentado por Jacinto Figueira Júnior. O programa estreou em 1966, “e permaneceu no ar com seu show de misérias por vários anos” (PATIAS, 2006, meio digital).

Na década de 90, foi a vez do Aqui Agora⁵, apresentado por Gil Gomes e transmitido pelo SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). O programa jornalístico tinha como objetivo conquistar a audiência das classes C, D e E. Considerado “sensacionalista, apelativo, recheado de reportagens policiais com ação, aventura, flagrantes, denúncias violências e tensão [...], o SBT atraiu o telespectador com um ‘show de notícias’, e cresceu em audiência” (PATERNOSTRO, 2006). Até que em 1997 as coisas mudaram, os telespectadores se cansaram do formato e a emissora tirou o programa do ar. Mesmo com algumas mudanças, “o gênero, ainda hoje, continua ocupando o horário vespertino da programação televisiva” (PATIAS, 2006, meio

⁵ Em 2008, a emissora tentou voltar com o Aqui Agora, porém não teve audiência suficiente e dois meses depois o programa foi retirado do ar novamente.



digital), seguindo a linha policial e investigativa.

3.1 A FIGURA DO APRESENTADOR NOS PROGRAMAS DE TEVÊ

Segundo Bara (2012, p.48), “os apresentadores são vistos como a cara e a voz do telejornal que apresentam – ou representam. Os apresentadores conduzem a enunciação no telejornal, interpelando diretamente os espectadores”. A força deles é tão grande “que, muitas vezes, são confundidos os limites entre apresentadores e telejornal” (BARA, 2012, p. 49), por terem um contato diário com os telespectadores.

Fechine (2008, meio digital) acredita que a “credibilidade do telejornal é influenciada diretamente pela confiança que os espectadores depositam nos seus apresentadores”. A autora declara que hoje alguns apresentadores de telejornal cobram ‘soluções’ de políticos em nome do ‘povo’, outros, assumem uma postura mais descontraída. “[...] fazem brincadeiras com a equipe ou com o próprio espectador, revelam situações de seu cotidiano [...], em meio aos comentários feitos às reportagens apresentadas pelo telejornal”. (FECHINE, 2008, meio digital).

Por terem este estilo, os apresentadores tornam-se pessoas mais próximas do público, e são vistos “[...] como alguém capaz de defender seus interesses e manifestar suas posições, apto a expressar às autoridades [...] aquilo que ele próprio gostaria de falar” (FECHINE, 2008, meio digital).

A pesquisadora Iluska Coutinho (2012) cunhou o conceito da dramaturgia no telejornalismo. Para ela, a figura do apresentador assume posturas. “Essa dramaturgia se daria na organização dos telejornais como narrativa dramática, exibidos em rede nacional para uma população de telespectadores que acompanhariam essa realidade [...] como um drama cotidiano” (COUTINHO, 2012, p.115). A autora aponta a semelhança de um drama cotidiano com “a estruturação do noticiário televisivo em torno de problemas, ações e disputas [...]” (COUTINHO, 2012, p.116).

De acordo com Bara (2012, p.87) “[...] os apresentadores assumem características de personagens dramáticas e são tratados como celebridades, como estrelas míticas”. Ela ainda acrescenta “[...] que a exibição do telejornal é, de certa forma, seriada, obedecendo a uma estrutura em capítulos diários”. (BARA, 2012, p.87-8). E os apresentadores são os protagonistas desses capítulos, que vão ao ar todas as noites.

Os papéis desempenhados pelos personagens é outra semelhança com a narrativa dramática:



Entre os papéis que poderíamos chamar de essenciais ou fundamentais nas narrativas analisadas estão os de: mocinho, vilão, herói, vítima, expert, parceiro/aliado, mediador, concorrentes e ainda o de “musa” ou troféu em disputa. Há ainda algumas variações destes papéis tipo padrão, que seriam os de vilão implícito; neomocinhos ou vilões regenerados/arrepentidos; fiscais ou defensores; beneficiados/favorecidos e ainda o personagem misterioso ou radical. [...] as categorias/ tipos mais frequentes são mocinho, vilão e vítima [...]. (COUTINHO, 2012, p.139-40).

Segundo Bara (2012), dependendo do desenrolar da história e da abordagem, o mesmo personagem pode aparecer com papéis diferentes em reportagens do mesmo assunto.

3.2 O SENSACIONAL NA PROGRAMAÇÃO TELEVISIVA

Para Angrimani (1995), sensacionalismo é tornar sensacional um acontecimento que, em outras linhas editoriais, não receberia esse tratamento, utilizando para isso a espetacularização da notícia, tornando-a escandalosa e espalhafatosa.

Segundo Patias (2005, meio digital), o conteúdo que predomina no jornalismo sensacionalista é o crime, a violência, a tragédia, o escândalo e a supervalorização da emoção. O autor declara que o programa sensacionalista apresenta soluções imediatas do espetáculo da violência que os telespectadores consomem.

Quando um veículo é classificado como sensacionalista, normalmente, ele não é considerado como uma mídia séria. O termo sensacionalista é visto por Angrimani (1995) como pejorativo e apresenta uma imagem negativa, além disso, segundo ele, está associado ao antiético, por explorar aspectos subjetivos e emocionais do fato e considerado infiel ao padrão jornalístico tradicional, que segue a linha racional, objetiva e imparcial.

Patias (2006, meio digital) exemplifica a diferença entre os telejornais tradicionais e os sensacionalistas. “[...] no Jornal Nacional, [...] os apresentadores ficam sentados atrás de uma bancada (mesa) de onde, seguindo o script, anunciam as manchetes e desenvolvem as matérias, chamando os repórteres com frases bem elaboradas e linguagem objetiva” (PATIAS, 2006, meio digital). Já no telejornal sensacionalista⁶, a forma de ancoragem é outra.

O apresentador fica em pé no estúdio, tendo atrás de si um cenário arrojado, formado por monitores de TV, por onde ele acompanha a

⁶ O cenário e a queda da bancada, por si só, não configuram o sensacionalismo.



exibição das imagens, comunica-se pelo ponto eletrônico com a direção técnica do programa, pede a repetição de imagens, dá ordens, gesticula com as mãos, movimenta-se com liberdade, dá as costas para as câmaras, anda pelo estúdio, gesticula e abusa de expressões faciais, pode se aproximar ou se afastar das câmaras, produzindo efeitos muito diferenciados, em especial quando é enquadrado em close-up, e, principalmente, faz seus julgamentos (PATIAS, 2006, meio digital).

O termo está também associado ao erro, devido à pressa em divulgar os fatos e fazer dele um verdadeiro show. Quando se trata de atrair o telespectador, ouvinte ou leitor, Angrimani (1995) destaca a importância da manchete em uma publicação sensacionalista. “Isto porque a manchete, dentro da estratégia de venda de uma publicação que adotou o gênero sensacionalista, adquire uma importância acentuada” (ANGRIMANI, 1995, p. 16). A manchete deve ser impactante, “[...] provocar comoção, chocar, despertar a carga pulsional dos leitores” (ANGRIMANI, 1995, p. 16).

A linguagem tem que ser simples, de fácil entendimento, sem elegância e sofisticação, diferente da usada nos jornais comuns. A linguagem sensacionalista é carregada de gírias e palavrões. Segundo Angrimani (1995), o sensacionalismo é caracterizado pelo uso da linguagem clichê, “[...] sensacionalista que não admite distanciamento, nem a proteção da neutralidade. Ela que obriga o leitor a se envolver emocionalmente com o texto, [...]” (ANGRIMANI, 1995, p. 16).

A edição de um telejornal sensacionalista não é igual à de um telejornal tradicional. “A edição não pode cortar a imagem da mãe que chora desesperada a morte de seu filho. Ao contrário, deve, de preferência, mostrar o cadáver, ou o sangue no chão (se a reportagem tiver chegado tarde)” (ANGRIMANI, 1995, p. 40). No telejornal sensacionalista há necessidade de mostrar tudo aquilo que não é mostrado normalmente, “A edição deve ser nervosa. Mesclar depoimentos e a narração de um locutor experiente em dramatizar a notícia” (ANGRIMANI, 1995, p. 40). Tudo com o objetivo de provocar emoção, a notícia precisa ser narrada de forma exagerada e dramática.

3.3 O SENSACIONALISMO E A ÉTICA

Segundo Barbeiro e Lima (2002), a ética é vinculada a um conjunto de valores definidos por normas, e está codificada. Portanto, quem não as cumpre está sujeito a punições. Eles definem a ética jornalística como “[...] a aplicação pessoal de valores livremente eleitos pelos jornalistas em função de uma finalidade por eles mesmos estabelecida e considerada boa” (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.24).



Editado em 2007, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007, meio digital) relata no Artigo 11º, item II, que “o jornalista não pode divulgar informações [...] de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes”, porém, nos jornais sensacionalistas, muitas vezes este artigo é ignorado, pois o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros existe, porém é adotado por quem quiser. Quem não cumpre o que nele está descrito não tem nenhum tipo de punição.

Para Patias (2006, meio digital), o jornalismo sensacionalismo é um tripé formado por violência, sexo e esporte, seguindo a fórmula da mídia norte-americana. “Nessa linha, quanto mais violência no noticiário, maior a audiência, maior o preço do horário para anúncio e maior o retorno em publicidade” (PATIAS, 2006, meio digital).

Bucci (2000) explica que “o jornalismo é o conflito, e quando não há conflito no jornalismo, um alarme deve soar. Aliás, a ética só existe porque a comunicação social é lugar de conflito” (BUCCI, 2000, p.11). A respeito do jornalismo comprometido com a realidade dos fatos, Bucci (2000) afirma que o jornalista tem compromisso com a verdade, e deve informá-la ao público, e isso também consta no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, no art. 4º “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação”.

De acordo com Hauptmann (2010, meio digital), “o problema é que os meios de comunicação, num posicionamento de mercado, concorrem acirradamente e adotaram a estratégia de trazer o maior número possível de notícias diariamente” (HAUPTMANN, 2010, meio digital), resultando no erro de apuração, pela pressa em divulgar os fatos.

Para o autor, a pressa faz com que os jornalistas deixem de se preocupar com a apuração correta. Por ter um número grande de pautas, a preocupação com a ética não é prioridade nessa rotina agitada.

Um problema ético mostrado por Barbeiro e Lima no livro Manual do Telejornalismo (2002, p.26), e que vemos com frequência nos noticiários, é que muitos jornalistas sentem a necessidade de impressionar e acabam invadindo a privacidade dos outros. Para impactar, divulgam fatos irrelevantes com apelos emocionais. “É comum pessoas acusadas de praticar um crime serem perseguidas em delegacias e obrigadas a dar declarações ou ter o rosto exibido na TV sem o consentimento” (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.24), ato que infringe o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, que diz no Artigo 6º, que é dever do Jornalista “respeitar o direito à intimidade, à



privacidade, à honra e à imagem do cidadão” e no Artigo 12º, item III, que o Jornalista deve “tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar” (FENAJ, 2007, meio digital).

Outro fator importante que os autores lembram é que de acordo com o Artigo 11º, item I da Declaração Universal dos Direitos Humanos, “qualquer pessoa acusada de delito goza da presunção da inocência até que a sua culpabilidade seja legalmente comprovada, ou seja, a condenação após o julgamento” (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.27), isso é lei e pode ser encontrado também no Artigo 5º da Constituição Federal.

Hauptmann (2010, meio digital) apresenta como solução do problema ético da imprensa uma quebra de paradigmas entre jornalistas e donos de veículos de comunicação, discutir de forma mais aberta e frequente a ética com os cidadãos, pois são eles que sustentam a imprensa.

4 CIDADE ALERTA, UM NOTICIÁRIO TELEVISIVO DE SENSACIONES

Com o surgimento de novos formatos de telejornais na década de 1960, o noticiário televisivo sensacionalista ganhou espaço na programação brasileira. Apesar de ter sofrido algumas mudanças, até hoje esse gênero permanece no ar, mesmo não gerando uma imagem positiva. Um exemplo disso é o Cidade Alerta. O programa, de acordo com o site noticias.r7.com, “devido ao jeito ágil de passar a informação e com a credibilidade dos profissionais de jornalismo da emissora”, tem uma boa aceitação de audiência.

4.1 SOBRE O CIDADE ALERTA

O Cidade Alerta é um programa jornalístico que tem como base reportagens policiais e investigativas. É exibido ao vivo, de segunda a sábado, das 17h20min às 20h40min, pela Rede Record, e apresentado pelo jornalista Marcelo Rezende (aos sábados é comandado pela repórter Fabíola Gadelha⁷).

De acordo com Vivaqua (2013, meio digital), o programa, que era símbolo da emissora, foi criado em 1995 e teve vários apresentadores, mas o profissional que marcou a atração foi o jornalista José Luis Datena que, em 2003, saiu da emissora e fez com que o programa perdesse grande parte de seu público.

⁷ Fabíola Gadelha foi apelidada pelo apresentador Marcelo Resende de ‘Fabíola Rabo de Arraia’ (NOTÍCIAS.R7.COM, 2014, meio digital).



Em 2004, Marcelo Rezende foi contratado para então comandar e tentar resgatar o público da atração mas, um ano depois, em 2005, o jornalista deixou o veículo e o programa foi cancelado, pois os diretores da Record queriam uma mudança na emissora e consideraram que o programa não tinha o perfil desejado.

O noticiário vespertino ficou sete anos fora do ar quando, em 2011, Datena foi novamente contratado para comandar o programa, “repleto de investimentos e expectativas, o ‘Cidade’ e seu velho comandante pareciam prontos para reeditar o sucesso de décadas atrás” (VIVAQUA, 2013, meio digital). Porém, 43 dias depois, Datena rompeu seu contrato para voltar à emissora que estava anteriormente. Novamente houve uma queda de audiência, que a Record tentou evitar contratando William Travassos e, mais tarde, Reinaldo Gottino, “mas os ‘coringas’ não conseguiram conter a queda de audiência da atração” (VIVAQUA, 2013, meio digital). Com isso, o programa mais uma vez chegou ao fim, em setembro de 2011.

Em 2012, o “fim” teve um novo início. Marcelo Rezende, que havia deixado a emissora em 2004, foi novamente contratado para comandar o telejornal, que voltou a ser o carro-chefe da Record e surpreendeu a mídia especializada. Utilizando a mesma fórmula, “mas com um toque a mais: os divertidos bordões de seu apresentador [...] caíram no gosto popular e, surpreendentemente, trouxeram leveza a um programa essencialmente pesado” (VIVAQUA, 2013, meio digital).

Mesmo com todos os altos e baixos e a passagem de vários apresentadores, o Cidade Alerta é considerado pela emissora como um programa atual e um dos principais noticiários jornalísticos vespertinos da televisão aberta no Brasil.

4.2 O CIDADE ALERTA DE HOJE

O programa é uma mistura de denúncias e serviços prestados à comunidade. O conteúdo é composto de matérias factuais, matérias frias e cobertura ao vivo. O objetivo é alertar a sociedade sobre os problemas vividos no dia a dia. O apresentador faz com que o telespectador se sinta dentro daquele acontecimento.

Nas matérias, os poucos cortes que são feitos transmitem a dor, o desespero, o medo ou o ódio que o entrevistado sente no momento. Outra característica do programa são as matérias gravadas que passam a impressão de serem ao vivo, com imagens tremidas e desfocadas e sons ambientes capturados. Tudo isso é uma tentativa de fazer com que a matéria seja mais real para o público.



Os erros são inevitáveis. O programa é carregado de problemas técnicos, o que já virou uma característica e deu origem ao famoso jargão do apresentador “põe exclusivo minha filha, dá trabalho pra fazer”. Quando diz isso, o apresentador chama a atenção do operador de caracteres pedindo que seja colocado o selo que identifica que algum material foi feito com exclusividade pelo programa.

O cenário é simples com apenas uma tela que fica atrás do apresentador. É por intermédio desta tela que o apresentador se comunica com os repórteres do programa através de *links*, e por ela também são exibidas as matérias da atração. Uma novidade recente são as animações inseridas no estúdio como alternativa de interação com o telespectador. Um exemplo é o caso do Malloy, uma arte em 3D de um carro de polícia que é exibido eventualmente no programa.

O noticiário utiliza de vários meios para se comunicar com o público. Um deles é a sensação de estar presente em todos os lugares, tanto na terra quanto no ar. A emissora dispõe de um helicóptero, o Águia Dourada, pilotado pelo comandante Hamilton, que faz a cobertura aérea de tudo que acontece na cidade de São Paulo e região. Outra presença marcante no estúdio é do jornalista Percival de Souza, que atua como comentarista das reportagens dentro do programa. Com todos esses recursos, o Cidade Alerta se reinventa, trazendo informação e um pouco de entretenimento para os telespectadores. (SHALOM, 2014, meio digital).

Desde 2012, Marcelo Rezende é quem está à frente da atração. O jornalista “tem mais de 30 anos de experiência e é conhecido como um dos maiores jornalistas investigativos do país”, aquele que, segundo a emissora, tem coragem de tocar nas feridas sociais (NOTÍCIAS.R7, 2014, meio digital).

Com um vasto currículo na televisão brasileira, Marcelo Rezende “já esteve à frente de diversos programas, entre eles, o Linha Direta, da Globo, e Repórter Cidadão, da Rede TV!, além de criar e apresentar o Tribunal na TV, na Band” (NOTÍCIAS.R7, 2014, meio digital). Na Record, além de comandar o Cidade Alerta, ele também apresenta o Repórter Record, e anteriormente, apresentou o quadro “A Grande Reportagem”, do Domingo Espetacular.

5 A POSTURA DO APRESENTADOR MARCELO REZENDE

Para o estudo de caso adotamos como recorte empírico os programas dos dias 29/10/2014 e 03/11/2014 do noticiário vespertino Cidade Alerta. Para fazer a análise,



tomamos como base o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e a dramaturgia do telejornalismo (COUTINHO, 2012).

Sempre bem vestido, com ternos alinhados em tons neutros, o apresentador Marcelo Rezende apresenta características próprias contidas no telejornalismo. É visto como representante e porta-voz do público. Ao mesmo tempo em que assume sua opinião e dá o veredito a respeito das coisas certas ou erradas que estão sendo mostradas, também cobra atitudes dos órgãos públicos em defesa da população. Dentro das definições de personagens apresentadas por Coutinho (2012), no programa do dia 29/10/2014, Rezende assumiu a figura de herói ao lutar pelos interesses do telespectador após exibir uma matéria em que uma mulher era ameaçada pelo ex-marido durante dez anos e, após 36 boletins de ocorrência, nenhuma providência foi tomada.

A delegada disse errado. Se ele tem uma prisão preventiva decretada, não é uma questão de justiça. O juiz não vai levantar da cadeira para prender ninguém, o promotor não vai levantar da cadeira para prender ninguém, é uma questão de polícia. Quem tem que prender é a polícia, e principalmente a polícia que entrou com o pedido de prisão preventiva, que imagino eu, e aí não posso afirmar, que pode até ser, vou usar uma palavra melhor, naquela delegacia, e se for naquela delegacia, vou colocar no condicional, se for naquela delegacia, mais do que nada, aquela delegada tem a ver com isso. Porque ela é quem prende [...]. (CIDADE ALERTA, 29/10/2014).

Ele faz críticas às autoridades como no programa exibido no dia 03/11/2014. O apresentador estava fazendo a cobertura ao vivo de um alagamento provocado por uma tromba d'água na região central do estado de São Paulo e questionou a falta de administração pública: “votar pra quê? [...] tem que mudar e mudar pra algo melhor, [...] pra que as pessoas não vão morar em barracos, pra que as ruas sejam asfaltadas, mas que também os bueiros sejam limpos”. Aparentando estar indignado, Marcelo Rezende ainda disparou. “O governante brasileiro é assim, ele pra meter a mão no nosso bolso é fácil”. De acordo com a fala do apresentador, aqui ele se coloca no mesmo patamar do telespectador, assumindo a postura de vítima, por se sentir prejudicado pelos governantes.

Dentro do estúdio, o apresentador transita de um lado para o outro sempre que necessário, mesmo que tenha que ficar de costas para as câmeras. Seus gestos são naturais, como de alguém que não está apresentando um programa de televisão, podendo ser caracterizado como personagem beneficiado, por pensar que, por ser o apresentador,



pode tudo. Suas falas são, em alguns momentos, polêmicas, pois deixa clara a opinião sobre o fato abordado.

Outra marca do apresentador é o senso de humor. Cada um dos repórteres do programa tem um apelido dado por ele. Alguns exemplos são Fabíola Rabo de Arraia, Bruno Peruca, Capitão Nascimento. O contato ao vivo de Marcelo Rezende com a equipe jornalística do noticiário é marcado por brincadeiras e gozações, mesmo que o assunto pautado seja sério. Estas brincadeiras não se limitam apenas aos repórteres. O comentarista do programa, Percival de Souza, e o Comandante Hamilton, piloto do *Águia Dourada*, também são alvos do apresentador. Nesses casos, Rezende assume a figura do aliado e parceiro, pois trata os companheiros de trabalho com intimidade, e isso faz com que o público também se sinta próximo do apresentador.

Diferentemente dos noticiários televisivos tradicionais, Marcelo Rezende utiliza uma linguagem popular para se comunicar com o telespectador, muitas vezes carregada de gírias e jargões criados por ele mesmo, como o famoso “corta pra mim” e o “põe exclusivo minha filha, dá trabalho pra fazer”, que aponta outra característica do apresentador, a de dar broncas ao vivo na equipe do programa, como ocorreu no dia 29/10: “Pode rodar a imagem meu filho, isso aqui é televisão, é em movimento [...]”. Aqui, Marcelo Rezende já assume a figura do especialista, pois mostra ter conhecimento suficiente sobre o fato.

As matérias que são exibidas no programa são todas introduzidas pelo apresentador (a tradicional cabeça da matéria), que narra a história que vai ser reportada em seguida. Porém, o apresentador o faz de maneira detalhada e quase sempre durante a introdução ele conta o caso do início ao fim, fazendo com que seja de certa forma, “desnecessária” a exibição da reportagem. Depois de noticiado o fato, o apresentador ainda faz comentários para instigar o público e causar alteração no ânimo de quem assiste, assumindo assim a postura de vilão, como mostra Coutinho (2012). Um exemplo foi a declaração dada pelo apresentador no programa do dia 29/10/2014. Durante a exibição de uma reportagem sobre um homem que foi ao local de trabalho da ex-noiva e atirou contra ela, Marcelo Rezende deu informações a respeito do crime e disse que, após matar a mulher, o homem tentou se matar, mas havia sobrevivido. Em seguida o apresentador declarou, “que pena!”.

Durante os programas analisados, Marcelo Rezende assume a postura de personagem mediador em alguns momentos. Exemplo disso aconteceu durante o programa exibido em 03/11/2014, quando se aproximou da câmera como se estivesse



olhando no olho do telespectador. Agindo assim, simula a ligação do telespectador com ele próprio, com os repórteres e com o comentarista do programa. Além disso, Rezende guia o público através das imagens que são mostradas na tela usando sua voz, que é umas das principais marcas do programa, uma voz ofegante, pausada, com uma grande carga radiofônica, que conduz o público, tanto no que ele que pensa, através das opiniões que são declaradas no ar, quanto no que ele vê, quando o apresentador usa sua voz para guiar as narrações feitas nas simulações dos crimes frequentemente reportados no programa. Um exemplo de simulação narrada por Marcelo Rezende pode ser visto no noticiário do dia 03/11/2014, na reportagem de um filho que matou a mãe e o padrasto.

O apresentador adota uma postura diante das câmeras que muitas vezes não está de acordo com o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007, meio digital). O fato pode ser verificado através da fala do apresentador no programa exibido no dia 03/11. Durante a exibição do material do dia 03/11/2014 ele diz: “não meu filho, tira esse bicho feio, mas que sujeito esquisito”. O apresentador se refere à imagem de um homem que aparece na tela que se encontra dentro do estúdio. Ao chamar o homem de “bicho feio”, Marcelo Rezende infringe o Artigo 12º, item III do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007, meio digital), que diz que o Jornalista deve “tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar”.

Além disso, o apresentador, em alguns momentos, também desrespeita o item I do Artigo 11º da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que diz que “Toda a pessoa acusada de um ato delituoso presume-se inocente até que a sua culpabilidade fique legalmente provada no decurso de um processo público em que todas as garantias necessárias de defesa lhe sejam asseguradas”. (BABEIRO; LIMA, 2002, p.121).

Isso é comprovado pela fala de Marcelo Rezende em um dos programas analisados. Ao ser exibida a matéria sobre um homem acusado de cometer estupros no programa do dia 03/11/2014, o apresentador declara que “o homem que você está vendo é um dos estupradores, que abordaram uma mulher dentro do estacionamento de um *shopping* [...]”. Durante a exibição da matéria, a repórter, cujo nome não é citado, se refere ao homem como o suspeito do crime, mas Marcelo Rezende o nomeia estuprador.

Dentro da análise realizada, foi possível quantificar as vezes que o apresentador assumiu a postura dos personagens apontados por Coutinho (2012), isso pode observado no gráfico a seguir.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS



Entre as diversas maneiras de transmitir informações através dos noticiários televisivos, existem algumas que têm como objetivo atingir as classes mais populares da sociedade, usando uma linguagem diferente da qual estamos acostumados a ver em programas tradicionais, a linguagem sensacionalista. Caracterizada pela espetacularização da notícia, essa linguagem é carregada de gírias e bordões que caem no gosto popular.

De acordo com a pesquisa realizada, foi comprovado que essa linguagem é utilizada pelo apresentador do programa Cidade Alerta. Marcelo Rezende pode ser considerado um apresentador sensacionalista por mostrar traços desse estilo em seus discursos, gestos e sua postura diante das câmeras. Ele explora os recursos sonoros, como a sua voz, e visuais para chocar, comover e provocar sensações no telespectador. Um exemplo de recurso visual são as simulações dos casos reportados no programa, que na maioria das vezes estão relacionados à violência.

Com base na análise dos vídeos do programa Cidade Alerta, foi identificado que o apresentador assume também algumas das características dos personagens apresentados por Coutinho (2012).

Ao concluir a pesquisa, foi possível perceber que os apresentadores e programas sensacionalistas são vistos como antiéticos e representam uma imagem negativa dentro do jornalismo tradicional, mas, mesmo assim, permanecem no ar até hoje, pois despertam sensações no telespectador, como a emoção e a curiosidade.

REFERÊNCIAS

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

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

BARA, Gilze. **Para além do “boa noite”**: Os apresentadores de telejornais e o processo de identificação com o público, 2012. 193 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012.

BARBEIRO, Herótodo; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo: Os segredos da notícia na TV**. 4a. reimp., Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002.

BUCCI, Eugênio. **Sobre a ética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CIDADE ALERTA. São Paulo: Rede Record. Edições de 29/10/2014, 03/11/2014. Programa de TV.



COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro**: a estrutura narrativa das notícias em TV. Tese de doutorado em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2003.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo** – Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FECHINE, Yvana. **Performance dos apresentadores dos telejornais**: a construção do *ethos**. 2008. In: Programa em Pós-Graduação em Comunicação Social – Faculdade de Comunicação Social Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. ISSN: 1415-0549 | e-ISSN: 1980-3729. Disponível em: <http://goo.gl/18vBBi> Acesso em: out. 2014.

FENAJ. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. **Artigos 6º, 11º e 12º**. Vitória, 2007. Disponível em: http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros..pdf Acesso em: out. 2014.

HAUPTMANN, Claudemir. **O indivíduo, a técnica e um vazio ético no jornalismo**. 2010. In: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. ISSN: 1646-3137. Disponível em: <http://goo.gl/ET0sd7> Acesso em: out. 2014.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares – **História da Televisão Brasileira** – Uma visão econômica, social e política. 4. ed., Petrópolis: Vozes 2009.

MELLO, Jaciara Novaes. **Telejornalismo no Brasil**. 2009 In: BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. ISSN: 1646-3137. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/boccmello-telejornalismo.pdf> Acesso em: set. 2014.

NOTICIAS.R7.COM . **Conheça Marcelo Rezende, apresentador do Cidade Alerta**. Jan. 2014. Disponível em: <http://noticias.r7.com/cidade-alerta/conheca-marcelo-rezende-apresentador-do-cidade-alerta-08012014> Acesso em: 21 out. 2014.

PAES MANSO, Bruno. Entrevista concedida a Wellington Monteiro em São Paulo. **Programas sensacionalistas fazem entretenimento, não jornalismo**, adverte Bruno Paes Manso. In: Casa das Focas. 28 mai 2014. Disponível em: <http://goo.gl/vjUxws> Acesso em: set. 2014

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. 2.ed., rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PATIAS, Jaime Carlos. **O espetáculo da violência no telejornal sensacionalista** – Uma análise do “Brasil Urgente”. São Paulo, 2005. In: Faculdade de Cásper Líbero. Disponível em: <http://goo.gl/56k9V7> Acesso em: set. 2014.

_____. **O telejornal sensacionalista, a violência e o sagrado**. São Paulo, 2006. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/r0631-1.pdf> Acesso em: set. 2014.

SHALOM, David. **No auge, Marcelo Rezende reinventa o jornalismo "mundo cão"**. São Paulo. In: Terra, 01 abr. 2014. Disponível em: <http://goo.gl/7ISVoa> Acesso em: out. 2014.

VIVAQUA, Arthur. **Conheça a história do “Cidade Alerta”**; programa renasce e se torna carro-chefe da Record. Mai. 2013. Disponível em: <http://goo.gl/4KzIKg> Acesso em: out. 2014.