

O popular como construção nas narrativas da televisão paraense: uma análise do programa Balanço Geral-PA.¹

Kristopher-Jon Peter SAMUEL²

Alda Cristina COSTA³

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

Em tempos de mídias sociais na internet, a televisão ainda é a mídia que domina a preferência da população, considerando o fácil acesso e a inserção na vida das pessoas em sociedade. É com essa perspectiva que este artigo foi elaborado, levando em conta a proliferação de programas com uma linha editorial que apelam ao “popular”, tendo como mensagem principal de suas narrativas a violência. Em Belém, capital do estado do Pará, duas das quatro emissoras principais têm uma programação dominada por programas que veiculam narrativas com notícias de violência. Como construção dessas narrativas, analisamos o programa Balanço Geral, edição do meio dia, da emissora Record Belém, com o objetivo de refletir sobre o uso da violência como artifício de “popular”.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão; Violência; Popular; Balanço Geral

Introdução

A comunicação pode, em linhas gerais, ser definida como aquilo que nos relaciona com a sociedade, ou melhor, aquilo que sabemos através das informações sobre e da sociedade. As informações nos chegam por diferentes meios e possibilitam o diálogo e o compartilhamento de conhecimentos. Neste processo atemporal de comunicação, estes meios criam um ambiente em que as informações podem ser expostas com a finalidade de instigar um diálogo entre seus integrantes.

Nessa perspectiva da evolução do processo comunicacional, destacamos a televisão, pela capacidade de capturar a maioria dos sentidos do homem em somente uma experiência, unindo som, imagem e emoções.

A mídia televisiva, concebida como uma instituição, pelo importante papel desempenhado na formação e influência de comportamentos em sociedade, principalmente a partir da metade do século XX até hoje. Apesar de vivermos em tempos de mídias sociais no

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: kristopher.samuel@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: aldacristinacosta@gmail.com

ambiente da Internet, a televisão ainda é a mídia que domina a preferência da população, considerando o fácil acesso e a inserção na vida das pessoas em sociedade. De acordo com o IBGE (2010), os aparelhos de TV estão presentes em 95,1% das residências brasileiras.

Do mesmo modo, a primeira edição da “Pesquisa Brasileira de Mídia”, realizada pela secretaria de Comunicação da Presidência da República, fez um diagnóstico sobre o uso que os brasileiros declaram fazer, atualmente, dos meios de comunicação social. Segundo os dados levantados, a televisão continua tendo presença predominante nos lares do país, apesar do rápido crescimento da internet. “Nada menos que 97% dos entrevistados afirmaram ver TV, um hábito que une praticamente todos os brasileiros, com independência de gênero, idade, renda, nível educacional ou localização geográfica” (BRASIL, 2014, p. 7).

Portanto, podemos inferir aquilo que o sociólogo alemão Niklas Luhmann já afirmara em suas discussões sobre a realidade dos meios de comunicação, que "aquilo que sabemos sobre nossa sociedade, ou mesmo sobre o mundo onde vivemos, o sabemos pelos meios de comunicação" (2005. p. 15). Nesse sentido, a mídia historicamente se legitima como a principal difusora de informações sobre o ambiente que envolve leitores e ouvintes.

Os meios de comunicação são estruturadores dos debates na sociedade, conforme enfatiza o Luhmann:

A realidade dos meios de comunicação, sua realidade real, pode-se dizer, consiste em suas próprias operações. Imprime-se e difunde-se. Lê-se. Emissões são recebidas. Inúmeras comunicações envolvendo a preparação e a discussão subsequente cobrem esse acontecimento. O processo de difusão contudo, só é possível por causa da tecnologia. Seu modo de trabalho estrutura e limita aquilo que é possível como comunicação da massa. (LUHMANN, 2005, p. 18).

Ao retomar uma velha discussão sobre o papel da televisão na sociedade, não buscamos compreender o funcionamento eletrônico e mecânico da máquina em si, mas o seu lugar no processo da comunicação. Mesmo compreendendo a importância de levar em consideração estes funcionamentos, com a finalidade de entender o fenômeno do avanço da tecnologia que cria efeitos únicos. Ou seja, relativamente ao avanço da televisão digital, prestes a aniquilar a televisão analógica, à convergência da televisão em outros aparelhos tecnológicos e também ao melhoramento da máquina em si para oferecer uma experiência mais real para o telespectador na forma de televisão *high definition* (HD).

A televisão se constitui assim, em uma extensão eficaz em reproduzir os sentidos do homem. Para Luhmann, ao pensar o meio em termos das suas operações, também é importante pensar em relação que este meio possui com o indivíduo e com a sociedade.

Neste sentido, o pesquisador Adriano Duarte Rodrigues (1999) aponta para uma dependência dos dispositivos de mediação para a compreensão do mundo.

De facto, a percepção que temos hoje do mundo tornou-se dependente de complexos e permanentes dispositivos de mediatização que marcam o ritmo da nossa vida cotidiana, sobrepondo-se cada vez mais não à nossa percepção imediata do mundo, mas também aos ritmos de funcionamento das instituições que formam os quadros da nossa experiência individual e coletiva. São cada vez mais os complexos dispositivos técnicos de mediação que ajustam a nossa percepção do mundo às suas capacidades de simulação. (DUARTE, 1999, p.01)

Em Quéré (2011), essas duas relações se dão por meio da socialização das palavras difundidas, portanto, resultando nas individualizações destas:

O que me interessa, de um modo geral, é especificar as dimensões sociais destas operações de individualização efectuadas nos objectos, acontecimentos, pessoas, etc., ou seja, mostrar em que é que esta individualização passa por uma socialização, no sentido de uma inscrição num mundo social (de sentido e de coerência estabelecidos, de instituições, de usos e de costumes, de hábitos e de capacidades de acção, etc.). (QUÉRÉ, 2011, p.14)

A relação entre televisão e indivíduo se daria pela individualização do acontecimento assistido por meio da subjetividade deste indivíduo e/ou pela memória e interpretação dada ao assistido. A relação entre televisão e sociedade se daria pelo seu uso, inicialmente como ferramenta, por atingir uma grande quantidade de pessoas, ao mesmo tempo ou não, e consequentemente como segregador de audiências.

Nas duas relações da televisão com o indivíduo e com a sociedade, existe um alinhamento das informações produzidas e efeitos provocados, sendo que uma realidade será visibilizada dentro do contexto de um *modus operandi* da narrativa jornalística televisiva.

A televisão tem se constituído, desde a metade do século XX, no Brasil, em importante instituição a representar a realidade e o mundo para os indivíduos. Ou então, a situá-los no mundo e da mesma forma fazendo entender-se nele, como bem lembra Jodelet na discussão sobre as representações sociais:

Frente a esse mundo de objetos, pessoas acontecimentos ou ideias, não somos (apenas) automatismos, nem estamos isolados num vazio social:

partilhamos esse mundo com os outros, que nos servem de apoio, às vezes de forma convergente, outras pelo conflito, para compreendê-lo, administrá-lo ou enfrentá-lo. Eis porque as representações são sociais e tão importantes na vida cotidiana [...]. Elas circulam nos discursos, são trazidas pelas palavras e veiculadas em mensagens e imagens midiáticas, cristalizadas em condutas e em organizações materiais e espaciais. (JODELET, 2001, p.17)

É com essa perspectiva que este artigo foi elaborado, com o objetivo de pensar sobre a construção das narrativas jornalísticas em programas televisivos com uma linha editorial que apelam ao ‘popular’, tendo como mensagem principal de suas narrativas a violência. Em Belém, capital do estado do Pará, duas das quatro emissoras principais têm uma programação dominada por programas que veiculam narrativas com notícias de violência. Como construção dessas narrativas, analisamos o programa Balanço Geral, edição do meio dia, da emissora TV Record Belém, com o objetivo de refletir sobre o uso da violência como artifício de ‘popular’ nos programas televisivos.

O popular em oposição à representação do popular

O conceito e sua representação podem ser tomados como diferentes e únicos no contexto brasileiro, uma vez, que o popular transcende as barreiras em que a sociedade se estrutura como ordem.

O popular é um conceito abstrato, em consonância ao sentido de que tudo que é aceito e aclamado por um número considerável de pessoas se constituiria no universo do popular. O popular seria assim, tudo que é aceito em grande escala, por todas as classes sociais da massa consumidora, ou seja, a característica maciça do fenômeno. Parece que essa definição estaria em conflito com a premissa marxista de que o fator econômico influenciaria tudo na sociedade. Vivemos em uma fase da vida social em que o fator econômico não domina ou explica radicalmente tudo, mas que existem cenários em que outros pensamentos e comportamentos vão tomar a frente do humano. Tais como a conveniência, comprometimento, rapidez, facilidade, entre outros. Porém, entendemos que é na sua representação que o fator econômico vai ser dominante em relação com os meios de comunicação.

Não podemos esquecer que as emissoras de televisão aberta são empresas de comunicação, sobrevivem no mercado de acordo com a audiência de sua programação. Os programas para existirem precisam da rubrica de patrocinadores, propagandas e publicidades.

Se o conceito do popular é abstrato e abrangente, existem contextos em que a sua representação é delimitada e específica. Para representar o popular é preciso identificá-lo e

apontá-lo, em essência, caracterizando-o como algo nítido e tangível. A sua representação necessita de uma caracterização a fim de demarcar o que está sendo representado.

Ou melhor, no contexto brasileiro de hoje, seja na televisão ou em outras esferas, o popular foi ‘agenciado’ como característico das pessoas que fazem trabalho laboral. Ou então, o popular que se representa na televisão brasileira está relacionado às classes sociais de menor poder aquisitivo, audiências alvo das narrativas televisivas, mas que também as alimentam (FRANÇA, 2006).

Neste sentido, a televisão brasileira não atua tanto como um meio de comunicação de massa, no sentido de operar para atingir uma massa com suas pluralidades, que é o verdadeiro sentido do conceito do popular, mas ao contrário, reformulou-se como um meio que segrega esta massa, focando na representação do popular, que neste caso é a audiência de baixa renda. Esta reformulação do seu mandato fez distinguir seu discurso por meio dos programas que são veiculados e fez crescer os programas televisivos que são chamados de “popular”, dominando a televisão aberta e não a fechada, uma vez que a audiência do segundo é composto por membros das classes de média e alta renda, que tem um grau maior de escolaridade além da necessidade de pagar uma taxa para gozar do seu acesso.

De um lado, estão os meios de noticiosos de elite, cuja audiência principal é formada pelo *mainstream* político-partidário e sociocultural. De outro, os jornais populares que mesclam de forma intensa e variada informação e entretenimento. Um tende tratar de temas ‘sérios’ como política e economia, e o outro foco os temas sensacionalistas e personalistas, ao gosto do público de massa. (SACRAMENTO e ROXO, 2013, p. 7).

Assim, a tevê aberta fica para a massa de menor poder aquisitivo financeiro e ‘intelectual’.

Para Franco (2013), o popular, ao longo do tempo, toma três formas de definição:

Primeiro o antigo sentido radical como sendo ‘pelo povo’ (a imprensa política dos anos 1890 da imprensa do Movimento Trabalhista do século vinte economicamente limitados pela sua inerente desvantagem em capitalização); numa segunda instância o popular visto como uma habilidosa e vigorosa combinação de atitudes políticas generalizadas com os materiais já estabelecidos para leituras de crime, escândalos, romance e esporte; e o último sentido crescente na segunda metade do século dezenove, tornando-se dominante no século vinte, o popular interpretado em termos puramente de marketing (FRANCO, 2013, p.8).

O chamado jornalismo popular, segundo Venancio, surgiu em meados dos anos de 1980, com a criação do jornal *USA Today*, nos Estados Unidos, para acabar com o "aspecto

cinza e pálido dos jornais, pois a Geração TV não estava mais lendo" (VENANCIO, 2010, p. 186). Antes, esse jornalismo popular era dividido em duas categorias: o comercial e o comunitário. Um baseado no sensacionalismo e o outro voltado para uma experiência mais democrática (2010, p. 185).

Narrativas televisivas e a representação do popular

As narrativas televisivas construídas nos programas de televisão aberta, nas nossas análises, não podem ser consideradas de fato como “popular”, como os próprios veículos de comunicação os consideram, porque elas não atendam ao conceito de massa. A diferença é que esses programas meramente fazem representar o popular, conforme já denominado, como as classes de baixa renda. A representação incide na potencialidade de audiência dessas classes, além do aumento significativo de competição entre os veículos de comunicação para permanecerem lucrativos e no mercado.

No entanto, esta representação do popular tem a finalidade de se mostrar próximo ao cidadão comum, mantendo o veículo ‘presente’ na vida do telespectador. A tevê passa a falar dos problemas que envolvem as comunidades, as dificuldades e anseios, ou seja, sua realidade. Ou naquilo que Moscovici vai chamar de ancoragem das representações sociais, “sempre que um material apresentado visualmente pretenda ser representativo de algum objeto comum, mas contém certas características que não são familiares na comunidade [...] essas características sofrem transformações em direção ao familiar” (2011, p. 207).

Ao construir as narrativas populares os programas televisivos paraenses criam representações que têm como finalidade primeira e fundamental, segundo Moscovici, a comunicação através de um certo consenso de conhecimento entre seus membros. As representações passam a ser formadas “através de influências recíprocas, através de negociações implícitas no curso das conversações, onde as pessoas se orientam para modelos simbólicos, imagens e valores compartilhados específicos” (MOSCOVICI, 2011, p. 208).

Nesses programas de linha editorial policial as representações sobre o popular são construídas a partir de imagens que apelam ao exagero, ao grotesco, à desgraça humana e principalmente à violência que permeia determinados conflitos nas comunidades periféricas. Na maioria das edições, a representação é construída de maneira perversa e preconceituosa. Já que a violência passa a ser caracterizada como um forte elemento da periferia, Assim, os programas televisivos utilizam a estratégia de “esconder mostrando” embalada num discurso polifônico e pseudo inclusão.

Estas características das narrativas televisivas permitem a consolidação do fenômeno de representar o popular por meio da predominância das notícias de *fait divers* nos seus programas. As notícias de *fait divers* abordam assuntos de interesse humano e permitem que o tema seja tratado com maior subjetividade, enquanto as notícias de *hard-news* se concentram no fato a ser noticiado e em seus dados, que não requerem uma subjetividade explícita. Esta subjetividade passa permear as narrativas, pois ela possibilita que o apresentador, ‘estrela’ do programa, use e abuse de expressões do senso comum e de juízo de valor para ‘atirar’ contra o poder público e ‘aqueles’ que considera ‘indivíduos do mal’. Os enunciados são construídos nas narrativas do apresentador com o uso da ironia, dos ditos populares e dos julgamentos sem justiça.

Os programas que usam o artifício de popular parecem os descritos por Gramsci ao definir os cantos populares que “não são compostos pelo povo e sim para ele; [...] não são compostos para o povo nem para o povo, mas que o povo se apropria porque são coerentes com o seu modo de sentir e de pensar (GRAMSCI, 1978, p. 190).

Aquilo que são denominados de programas populares na televisão brasileira são aqueles que geralmente, acontecem em estúdios, com o apresentador transformando a vida das pessoas comuns, expondo seus problemas domésticos, das comunidades, matrimoniais ou familiares de modo grotesco e espalhafatoso.

É neste contexto que se insere a violência como lema desta representação do popular, ou seja, com a presença e alta recorrência desse fenômeno na vida das classes populares, ela é usada como bastião desses programas televisivos.

A violência ou matérias que tratam sobre a temática passam a ser associadas ao popular aparentemente confinado a um setor da sociedade chamada de ‘povo’, ‘povão’ ou ‘classes populares’, mas de forma pejorativa.

A violência como popular

No projeto de pesquisa *Mídia e Violência: as narrativas midiáticas na Amazônia paraense*⁴, a violência urbana é analisada como uma narrativa construída⁵, ou seja, passa a ser

⁴ O projeto de pesquisa “Mídia e Violência: as narrativas midiáticas na Amazônia Paraense” está sendo desenvolvido desde setembro de 2012, na Faculdade de Comunicação Social, da Universidade Federal do Pará (FACOM/UFPA). Foi aprovado no Edital Universal do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e está estruturado em três etapas: com mapeamento dos jornais impressos paraenses, na primeira; de programas televisivos, na segunda; e de sites de notícias, na terceira.

institucionalizada, erguida e regida com uma lógica própria de existência. A violência não é mais tratada como um assunto imaginável e chocante, mas como corriqueiro e normalizado dentro da esfera de notícias da Amazônia paraense.

Na realização do projeto de pesquisa foram analisados oito programas televisivos das emissoras RBA⁶: Barra Pesada, Metendo Bronca, Brasil Urgente Pará, Cidade Contra o Crime, Rota Cidadã) e da TV Record⁷: Balanço Geral- PA meio dia, Balanço Geral – Casos de Polícia, Cidade Alerta, respectivamente. Esses programas enfatizam as pessoas comuns, que podem ocupar diversos papéis na narrativa, com enfoque para violência de caráter popular do programa. Ver Tabela 1, com as características dos programas televisivos paraenses da TV Record.

Figura 01 – Características dos Programas Televisivos Paraenses

| Quadro dos programas de Televisão | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------------|-----------------------------|------------|--|
| Emissora | Programas | Matérias sobre violência | Elementos de entretenimento | Comentário | Observações |
| TV RECORD | Balanço Geral | Sempre | Sim | Sim | Matérias sobre crimes; centralidade da violência; comentários superficiais; apresentador com presença autoritária; aspectos de entretenimento; duração de duas horas |
| | Cidade Alerta Pará | Sempre | Não | Sim | Matérias sobre crimes; centralidade da violência; comentários superficiais; apresentador e repórteres com presença autoritária; |

⁵ Entendemos que esta narrativa seria um dispositivo que contém um conjunto de fatos, ações ou atos que quando reunidos explicam um fenômeno em uma única experiência comunicacional.

⁶ O grupo Rede Brasil Amazônia de Comunicação é o segundo maior grupo de comunicação no Estado do Pará, pertencente à família do senador Jader Barbalho. Possui três emissoras de rádio (Diário FM, 99FM e Rádio Clube AM), um jornal de circulação diária (Diário do Pará) e uma emissora de televisão (TV RBA).

⁷ A Rede Record fundada em 27 de setembro de 1953 é a mais antiga emissora de televisão aberta no Brasil em atividade. Fundada por Paulo Machado de Carvalho com o seu sócio Silvio Santos, que por sinal é proprietário do Sistema Brasileira de Televisão uma outra emissora publica, venderam as operações da Rede Record para o empresário e líder espiritual Edir Macedo da Igreja Universal do Reino de Deus. A partir do ano de 2007 a emissora conquistou o segundo lugar em termos de audiência e faturamento no país, e com uma visão clara está se organizando para ultrapassar seu competidor a emissora Rede Globo que lidera o ranking.

| | | | | | |
|--|--------------------------------|--------|-----|-----|--|
| | Balço Geral Casos de Políca | Sempre | Sim | Sim | Matéras sobre crimes; centralidade da violéncia; comentários superficiais; apresentador e repórteres com presença autoritária; dramatização pela adiço audiovisual |
|--|--------------------------------|--------|-----|-----|--|

Tabela 1: Levantamento dos programas televisivos locais que tratam da violéncia

Como identificaço da narrativa jornalística, a pesquisadora Leticia Matheus (2011), apresenta a construçáo de um conjunto de fatos que integram uma espécie de “memória do medo”. Esta memória é representada pela violéncia urbana, em que as contraposiçoés entre periferia e centro, a utilizaço de personagens que encarnam tipos estereotípicos, a abordagem sensacional, entre outros aspectos, difundem este medo, de acordo com o que é dito e o não dito, além de como é dito pelos veículos de comunicaço

Na esteira dessas concepçoés, em etapa anterior do projeto de pesquisa, relativa ao jornalismo impresso, houve a identificaço da cobertura e da elaboraçáo de narrativas jornalísticas, por meio de uma

abordagem “banalizadora” dos crimes ocorridos em Belém e no resto do estado. Incentiva a açáo da polícia como meio de resolver o problema da violéncia, ridiculariza os acusados, usa de linguagem supostamente popular para atrair atenço e, o mais explícito de todos os aspectos, não se furta de utilizar a morte para vender e para evidenciar a violéncia, tendo como recurso principal narrativas de crime ou narrativas policiais, acompanhadas de fotografias de cadáveres. (FERREIRA JUNIOR & MENEZES, 2014, p. 56-57).

Essa característica detectada é importante, pois se insere na conjuntura dos modelos midiáticos conformados por essa lógica de oferta do popular e nos permite compreender a articulaço dos meios diversos segundo procedimentos similares de formataço narrativa e perspectivaço dos acontecimentos. Conforme a cientista social Costa (2011), constata, relativamente à TV, que:

de norte a sul, as emissoras brasileiras têm adotado um modelo de programa que privilegia a violéncia como estratégia de seduçáo do público, assim como a reproduço de imagens que reforçam a exposiço do crime e do sangue. As matérias quase sempre são embaladas por contextos de espetáculo e de sensacionalismo, descaracterizando a seriedade do problema ou desprezando o respeito à dignidade humana dos envolvidos ou daqueles que assistem diariamente a esses programas em busca de informaço, que, supostamente, eles veiculam (COSTA, 2011, p. 179).

De acordo com Costa, as emissoras paraenses reproduzem esses mesmos modelos, copiando e imitando bordões, personagens e estilos, assim como integrando a violência ao contexto de consumo, ou seja, o processo de sua produção passa a ser apenas uma representação da realidade. Os fatos, afirma Costa (2011, p. 180), são tirados de seu contexto concreto e transmitidos como se fossem eventos fragmentados, assim sendo reforçado o seu papel na construção e consolidação de um conceito de popular.

Do mesmo modo misturam elementos de jornalismo, publicidade, entretenimento, talk show, entre outros. A vida cotidiana das pessoas que moram em áreas periféricas vira um espetáculo.

Ao conectar o espetáculo com a cotidianidade, o modelo hegemônico de televisão imbrica em seu próprio modo de operação um dispositivo paradoxal de controle das diferenças: uma aproximação ou familiarização que, explorando as semelhanças superficiais, acaba nos convencendo de que, se nos aproximarmos o bastante, até as mais “distantes”, as mais distanciadas no espaço e no tempo, se parecem muito conosco; e um distanciamento ou exortização que converte o outro na estranheza mais radical e absoluta, sem qualquer relação conosco, sem sentido para o nosso mundo. (BARBERO, 2003, p.262-263).

Esses formatos são verdadeiros shownalismo, termo emprestado do estudioso Eugênio Bucci.

O programa Balanço Geral- PA

O programa Balanço Geral PA tem duas edições ao dia, uma que vai ao ar às 6h30 da manhã como Balanço Geral PA Manhã, às 12h como Balanço Geral PA Meio Dia. Considerando isto, para esta descrição a edição do meio dia será analisada como objeto de estudo.

O Balanço Geral PA é apresentado pelo jornalista René Marcelo que classifica o programa como de “prestação de serviços, entretenimento, jornalismo policial e comunitário”⁸. Portanto, ao assistir o programa na versão paraense, que em média dura duas horas e meia, constatamos características diferentes nos quadros apresentados ao público. Esses quadros são: piadas e vídeos mais acessados da internet, brincadeiras entre os funcionários e o apresentador, notícias de esporte, notícias das celebridades, notícias da capital paraense Belém e dos municípios do Estado, e principalmente, matérias ao vivo e gravadas de violência ou atividade policial.

⁸ Descrição disponível em: <<http://www.recordbelem.com.br/index.php?pg=programas/balancogeral/balancogeral>> Acesso: Julho 10, 2015

Outro elemento identificado no programa é o quadro chamado “Oração para Deus”, e durante a sua exibição um pastor ora com os telespectadores. Este quadro é imprescindível considerando a característica religiosa da emissora Record, sendo seu proprietário o líder da Igreja Universal do Reino de Deus, de caráter evangélico. A mistura de elementos na condução do programa apresenta características do campo popular.

Outro quadro importante com características de popular é a publicidade presente no programa, com a mistura de sorteios, anunciantes e promoções. Dependendo da data, ou seja, eventos comemorativos, o apresentador relaciona a programação com o sorteio de brindes, como por exemplo, no Carnaval, Páscoa, Natal, entre outros. Anunciantes oferecem brindes, até carro zero, para serem sorteados aos telespectadores do Balanço Geral.

Alguns aspectos de aproximação do apresentador com a audiência são reforçados ao longo da fala de René Marcelo, inclusive no quadro ‘Hora do abraço’, em que o apresentador manda abraços para telespectadores específicos em vários municípios do Estado que estão assistindo o programa.

Narrativas policiais

As narrativas policiais comandam as matérias jornalísticas do Balanço Geral da versão paraense. Ao longo do programa são apresentadas notícias da ação policial na cidade e no interior do Estado. Os repórteres acompanham o movimento das Seccionais Urbanas e do policiamento na cidade. Uma equipe faz “ronda” para mostrar os principais casos de violência ocorridos no dia. O apresentador faz um relato dos casos de violência apresentados no dia anterior.

É importante destacarmos que as notícias divulgadas têm pouco aprofundamento de conteúdo ou de jornalismo investigativo. Apresentam pouco texto e repetição das imagens dos acusados, com o apresentador fazendo a interpretação do que é mostrado para o público.

As narrativas construídas lembram aos textos dos chamados jornais popularescos, definidos por Venancio (2010, p. 193), ou seja, "o que encontramos de similar entre os jornais popularescos é o primado regular do Esporte e da Violência, percebido enquanto próprio nas palavras-chave mapeadas em Texto". Os jornais popularescos se baseiam na estrutura do pouco texto e muita figura, características também constatadas nos jornais estudados neste projeto de pesquisa, o que denota uma busca pela persuasão a fim de que o jornal possa ser pego, comprado e lido, sem muitas interpretações ou argumentações. Do

mesmo modo constatamos nas narrativas do Balanço Geral. Pouco conteúdo e muita fala do apresentador na interpretação dos fatos.

Imagens

No programa Balanço Geral as imagens destacadas são as que apresentam prisão de acusados de crimes diversos, de preferência algemados confirmando a ação da polícia, de armas, de drogas, de close-up dos acusados, fala de delegados e de policiais militares, imagens do carro de polícia, de familiares chorando e gritando pela perda de um ente querido, pessoas observando a cena do crime, a perícia criminal investigando e os rostos dos entrevistados borrados.

Efeitos Sonoros

Os efeitos sonoros também são destaques no programa paraense, com a finalidade de sinalizar o início de uma matéria que envolve o problema violência, o uso de sirenes demarcando vítimas, assim como sua repetição ao longo do programa. Nas narrativas jornalísticas sobre violência, a trilha sonora pode ser identificada como um cenário de caça, às vezes bem agitada para simular um jogo entre caçador e caça. Músicas eletrônicas de videogame, sertaneja e forró também compõem o cenário sonoro do Balanço Geral.

O apresentador

Na televisão brasileira existem diferentes atores sociais que participam das narrativas televisivas construídas. Os programas televisivos são narrativas que têm interlocuções complexas⁹. A garantia de sucesso do programa, muitas vezes, é atribuída a figura do apresentador, que reconstrói representações e valores sociais e éticos para ser aceito pela audiência. René Marcelo intermedia a relação entre emissora, programa e audiência. Inicia a narrativa jornalística, faz mediação e finaliza sua interpretação do acontecimento apresentado.

O apresentador nesse tipo de narrativa se configura como elemento central, uma vez que se constitui num espetáculo-melodramatizado dos fatos narrados. Ou então, em apresentadores-jornalistas carismáticos, conforme escrevem Sacramento e Roxo:

⁹ Por interlocuções complexas queremos dizer o conjunto de operações que integram a narrativa televisiva que a faz única. Estas operações são a justaposição da dominação e uso de efeitos cênicos, sonoros e verborrágicos, com a finalidade de mover o telespectador.

De um lado, *Balanço Geral* simboliza os telejornais cujo eixo retórico se tornou cada vez mais centralizado e personificado pelos apresentadores-jornalistas carismáticos. Tais como os antigos apresentadores de programas de auditório, a principal habilidade destes agentes é a capacidade de se dirigir ao público através de um tipo de performance cênica e verborrágica derivada do uso intenso de recursos melodramáticos com os quais selecionam, narram e comentam fatos da vida social, com ênfase na violência urbana. (SACRAMENTO e ROXO, 2013, p. 2)

A narrativa é normalizada pelo sujeito relativamente aos sentidos produzidos a partir das imagens mostradas e a linguagem usada na sua construção. Essas duas características têm o papel fundamental em ‘sensacionalizar’ as matérias, perpetuando essa narrativa nas mentes da sua audiência. Ou, então:

Além de, em tese, produzir um jornalismo mais participativo, com maior exercício da cidadania, a construção de laços de pertencimento de uma emissora de TV com seu público, nos moldes da indústria cultural, é um processo que pode ser comparado, sem esforço, à fabricação de um produto. Construir uma imagem local e popular implica em investir no reconhecimento, por parte do telespectador, de alguma origem comum, de algo que traga para dentro de casa (via TV), a rua, o bairro, a cidade onde se vive. (COUTINHO e MATA, 2010, p. 69).

Portanto, a violência é tratada por René Marcelo, como ‘popularesca’ e espetacularizada, com ênfase na onipresença do crime e do ato violento. Para reforçar a narrativa construída, o apresentador repete falas que circulam no senso comum: “o Brasil hoje valoriza muito mais a criminalidade com essas leis do que a cidadão de bem”, afirma René Marcelo ao longo do programa.

Também recorre a expressões que desrespeitam a dignidade humana dos cidadãos, designando os criminosos como “burros” e que eles “tocam terror geral”.

Considerações finais

O popular nos programas televisivos paraenses, de linha editorial policial, tem sido construído nas narrativas como artifício de convencimento do público telespectador, em que notícias ligadas ao campo da violência são as principais temáticas a atrair e seduzir as audiências.

A televisão tem grande influência entre as pessoas, pois concilia imagem e texto, construindo informações completas que dispensam, maiores esforços de interpretação. Ou, conforme afirma Cashmore (1998), a televisão ensina os indivíduos pela observação e pela imitação, de modo que seria ilógico imaginar que assistir à televisão, em especial programas violentos, não provoque alguma reação ou imitação.

Nos últimos 30 anos, várias pesquisas foram realizadas com a finalidade de compreender o papel da mídia na visibilização da violência, fundamentalmente pelo aumento das narrativas textuais, visuais, orais e imagéticas nos diversos espaços midiáticos. Considerando o cenário de complexificação da problemática urbana e da questão social, os veículos de comunicação têm procurado dar respostas – espetacularizadas ou não – à população, atônita diante da dificuldade de compreensão das bases societárias geradoras da incivildade e violência crescentes (Telles, 2011). Por outro lado, há preocupação sobre como estas narrativas são produzidos para atingir públicos específicos, e a partir disso criar conteúdo que mostra e foca na desgraça humana. Nesse sentido, há necessidade de estudar as narrativas midiáticas de violência na Amazônia e o impacto no seu público que é denominado como “popular”, considerando ainda a identificação de conflitos existentes no território amazônico, e o tratamento dispensado pelos meios de comunicação na divulgação dos mesmos.

Referências Bibliográficas:

BRASIL. **Pesquisa brasileira de mídia 2014:** hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Presidência da República; Secretaria de Comunicação Social., 2014.

CASHMORE, Ellis. ... e a **televisão se fez!** São Paulo: Summus, 1998.

COSTA, Alda Cristina. A violência e os modelos midiáticos de espetáculo. In: MALCHER, Maria Ataíde; SEIXAS, Netília Silva dos Anjos; LIMA, Regina Lucia Alves de; AMARAL FILHO, Otacílio. **Comunicação Midiatizada na e da Amazônia.** Belém: FADESP, 2011.

COUTINHO, Iluska. MATA, Jhonatan. Telejornalismo a serviço do público: a voz do povo em cena. **Revista Famecos.** Porto Alegre. v. 17. n. 1 - p. 65-73. Janeiro/abril, 2010

FERREIRA JÚNIOR, Sergio; MENEZES, Alana. Individualização do acontecimento e mortes violentas: as narrativas policiais da mídia impressa paraense. **Temática.** Ano X, n.11. nov. 2014.

FRANÇA, Vera. (Org.) **Narrativas televisivas.** Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

FRANCO, Thiago. Gênero discursivo e relatos histórico-sociais do jornalismo inserido na cultura popular. Manaus: Intercom, 2013. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 20, 2013. Manaus. **Anais...** Intercom: São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0859-1.pdf>> Acesso 10 de junho de 2015.

GRAMSCI, Antonio. Observações sobre o folclore. In: GRAMSCI, Antonio. **Literatura e vida nacional.** Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, Denise (org.). **As representações sociais.** Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2001.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação.** São Paulo: Paulus, 2005.



MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** 2ª ed. Rio de Janeiro: editora da UFRJ, 2003.

MATHEUS, Letícia Cantarela. **Narrativas do medo:** o jornalismo de sensações além do sensacionalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo.** 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Experiência, modernidade e campos dos media.** 1999. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>

SACRAMENTO Igor, ROXO, Marco. O populismo e o neopopulismo no jornalismo televisivo brasileiro. Salvador: Compós, 2013. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - COMPÓS, 22, 2013. Salvador. **Anais...** Compós, 2013. Disponível em: <http://compos.org.br/data/biblioteca_2072.pdf> Acesso 10 de junho de 2015.

TELLES, Vera da Silva. **A cidade nas fronteiras do legal e ilegal.** Belo Horizonte: Argvmentvm Editora, 2011. Coleção Sociedade e Cultura.

QUÉRÉ, Louis. A individualização dos acontecimentos no quadro da experiência pública. **Caleidoscópio:** Revista de Comunicação e Cultura. n. 10. 2011.

VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. **Massificação do jornalismo: retórica e linguagem no escopo da comunicação social.** Dissertação de Mestrado ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Comunicação, da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 2010.