



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO**

CAROLINA SANTOS GARCIA DE ARAÚJO

**CULTURA POPULAR E TELEJORNALISMO LOCAL:
UMA ANÁLISE DO MODO DE ENDEREÇAMENTO DO PROGRAMA
NA MIRA, DA TV ARATU.**

Salvador
2010

CAROLINA SANTOS GARCIA DE ARAÚJO

**CULTURA POPULAR E TELEJORNALISMO LOCAL:
UMA ANÁLISE DO MODO DE ENDEREÇAMENTO DO PROGRAMA
NA MIRA, DA TV ARATU.**

Monografia apresentada ao curso de graduação em Comunicação - Jornalismo, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação Jornalismo.

Orientação: Profa. Dra. Itania Maria Mota Gomes

Salvador
2010

RESUMO

Este trabalho de pesquisa busca compreender o modo de endereçamento do programa Na Mira, veiculado na TV Aratu, emissora afiliada do SBT na Bahia, a partir das configurações que os programas populares televisivos no Brasil, no âmbito da temática popular, se configuram na contemporaneidade. A proposta metodológica de análise em telejornais, utilizada nas pesquisas realizadas pelo Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo (FACOM – UFBA), proposta por Itania Gomes (2007) articula os conceitos de modo de endereçamento, gênero televisivo e operadores específicos de análise – a saber, *pacto sobre o papel do jornalismo, contexto comunicativo, organização temática e mediador* – para se chegar ao tom ou estilo que caracteriza o programa e permite que ele se enderece de certo modo ao público telespectador. As contribuições dos estudos culturais, corrente investigativa que privilegia os aspectos da cultura para analisar os fenômenos da comunicação, fornecem os subsídios teóricos para se pensar o jornalismo como forma cultural e instituição social, fundamental à metodologia. O esquema do *mapa noturno da mediações*, formulado por Jesús Martín-Barbero, complementa as contribuições na medida em que oferecem guias para que desloquemos o olhar dos meios para as mediações, para melhor compreender as relações entre comunicação, política e sociedade, e chegar às apropriações da cultura e do popular. Ambos suportes oferecem caminhos ampliados para compreender a configuração específica do referido objeto, no contexto do telejornalismo popular, de temática policial, praticado na Bahia.

Palavras-chave: telejornalismo popular – cultura popular – modo de endereçamento – telejornalismo local – TV Aratu.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1	Mapa das mediações	28
Figura 2	Vinheta abertura A	57
Figura 3	Vinheta abertura B	57
Figura 4	Câmera no estúdio A	58
Figura 5	Câmera no estúdio B	58
Figura 6	Uziel Bueno em reportagem	63
Figura 7	Efeito de edição	78
Figura 8	Câmera no estúdio A2	78
Figura 9	Câmera no estúdio B2	79

INTRODUÇÃO

Um apresentador de um programa televisivo se prepara para iniciar o programa, que será transmitido ao vivo em rede local. O cinegrafista de estúdio faz os últimos ajustes da imagem, e o apresentador prepara a voz. O diretor inicia a contagem que dá início à entrada do programa no ar, e o cinegrafista dá um *zoom* no rosto do apresentador, que começa o programa não com cumprimentos, mas com questionamentos e um semblante indignado. Abre o plano de imagem, e no cenário, ao fundo, um dos cartões postais da cidade do Rio de Janeiro. O apresentador dança e manda recados ameaçadores para o governador do Estado e pede para que ele resolva os problemas relacionados à violência na cidade. Fora do estúdio, o apresentador ocupa-se de seus compromissos enquanto candidato a Deputado Estadual. Em nome da candidatura, alia-se às milícias policiais, se envolve em atos corruptos. Acaba na cadeia.

A situação descrita integra o roteiro de um filme de ficção, visto até o momento por mais de oito milhões de brasileiros¹. Em “Tropa de Elite 2”, o ator e humorista André Mattos encarna o personagem Fortunato, apresentador carismático, que alcança altos índices de audiência com seu noticiário policial de estilo popular, mas acaba execrado pela sociedade por sua ligação corrupta com a política. Em termos ilustrativos, pedimos licença para estabelecer uma analogia entre as referências utilizadas no filme e a proliferação recente na televisão brasileira dos chamados programas populares, cuja temática é o universo policial. Entre eles, insere-se o noticiário policial Na Mira, exibido diariamente pela TV Aratu, emissora local da Bahia, e objeto de pesquisa desta monografia.

O programa estreou em agosto de 2008 e logo gerou grande repercussão pelos conteúdos que exibia, oscilando entre o rechaço moral e a aprovação, a partir dos índices de audiência e críticas na imprensa. O programa chegou a ter a veiculação interrompida pelo Ministério Público da Bahia, que o considerou inadequado e violento. Vimos neste episódio um ponto interessante para discutir o que se produz e se

¹Dado publicada em reportagem no site do Jornal Folha de S. Paulo, em 04/11/2010. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/825719-com-publico-de-8-milhoes-tropa-de-elite-2-e-o-filme-mais-visto-no-pais-neste-ano.shtml>

reconhece em torno de jornalismo popular no Brasil, e na Bahia. Além disto, esta pesquisa tem interesse por contribuir com as pesquisas acadêmicas em torno dos programas e emissoras locais, para além do caráter popular ou temático - policial.

A metodologia utilizada para realização deste trabalho é a da análise de telejornais proposta no artigo “Questões de método de análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise”, de Itania Gomes (2007). O método articula os conceitos de modo de endereçamento, gênero televisivo e estrutura de sentimento² a quatro operadores de análise – pacto sobre o papel do jornalismo, contexto comunicativo, organização temática e mediador – para entender o modo como o programa constrói um *tom* ou *estilo* específico que o diferencia dos demais, e estabelece relações específicas com o telespectador.

Esta metodologia vem sendo trabalhada no Grupo de Pesquisa em Análise em Telejornalismo vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. As dissertações de Mestrado “Jornalismo Policial na televisão: gênero e modo de endereçamento dos programas Cidade Alerta, Brasil Urgente e Linha Direta” (2007) apresentada por Dannilo Duarte, e “Apropriação do popular pelo telejornalismo brasileiro: análise dos programas Se liga Bocão, Balanço geral e Que venha o povo” (2009), apresentada por Mirella de Freitas Santos são aqui utilizadas como referenciais para elaboração do trabalho³. No entanto, com o propósito de avançar em relação a estas pesquisas, propomos aqui um breve resgate histórico dos conceitos de cultura e popular, a partir do ponto de vista dos estudos culturais, e ainda também do mapa noturno das mediações proposto por Jesus Martín-Barbero (2009), expostos no primeiro capítulo do trabalho.

² Estrutura de sentimento Sentimento é um conceito introduzido por Raymond Williams na obra *The Long Revolution* (1961). entende-se pela “estrutura” da forma jornalística associada aos valores vividos pelos jornalistas e pelos expectadores – perspectiva de como lidamos com uma estrutura. Reconhecemos a importância deste conceito, mas optamos por aqui neste trabalho, não explorá-lo por entender que uma ênfase maior nos operadores de análise e na discussão sobre gênero televisivo contribuem melhor para a discussão proposta.

³ Estes trabalhos não foram os únicos que já abordaram o tema do jornalismo popular e a temática policial. O histórico dos trabalhos já realizados e seus respectivos pesquisadores está disponível no site do grupo: www.telejornalismo.facom.ufba.br

Os estudos culturais ajudam esta pesquisa a olhar a construção do telejornalismo popular, na medida em que esta corrente investigativa compreende a comunicação a partir das condições históricas, sociais, culturais e econômicas; do papel do receptor; e cultura popular como uma prática comunicativa que se reconhece sobre as práticas populares na cultura. Jesus Martín-Barbero, a partir de uma perspectiva cultural e histórica, sugere um mapa esquemático que considera matrizes culturais - ou seja, os elementos primordiais dentro das formações culturais -, as lógicas de produção, formatos industriais e competências de recepção para pensar a comunicação, e as múltiplas inferências que participam de todo o processo. Na articulação destas duas orientações, principalmente, encontramos o problema de pesquisa: analisar o modo como este programa se endereça à sua audiência, a partir de um percurso que nos mostre como matrizes culturais interagem com a construção do telejornalismo popular feito na Bahia, como os processos e os constrangimentos históricos, sociais, econômicos participaram na configuração deste jornalismo, neste contexto específico.

Desta forma que organizamos o trabalho a partir da discussão dos conceitos, seguida de uma breve trajetória dos programas populares no Brasil, e depois na Bahia, que contextualiza a operacionalização do mapa. A discussão permite-nos ainda inferir abordar brevemente qualidade e ética nos programas populares. Por fim, chegamos à análise do modo de endereçamento do programa, que realiza uma observação articulada entre os operadores e das estratégias utilizadas para a criação de um determinado tom ou estilo do programa.

Foram analisadas três semanas do programa, em dois períodos distintos: entre os dias 19 e 21 de abril de 2010, quando o programa era apresentado por Uziel Bueno; e o período entre 13 e 24 de setembro de 2010, quando o programa tem como apresentadora Analice Salles. Observamos que a mudança de apresentador provoca deslocamentos em relação ao endereçamento do programa, a partir de novas articulações em relação aos demais operadores de análise utilizados. Assim, encontramos o lugar desta pesquisa, no momento em que se observa no programa Na Mira, como referências culturais

específicas e o crescimento do poder aquisitivo das camadas mais pobres da sociedade⁴, dialogam com as estratégias de construção do programa, e os elementos simbólicos que remetem ao popular às lógicas produtivas.

⁴ O maior jornal em circulação no Estado, o A Tarde, lançou mais um jornal diário voltado para as classes mais baixas, e este crescimento é apontado pelo próprio veículo como uma das justificativas pela sua implantação. <http://www.atarde.com.br/cidades/noticia.jsf?id=5637572>

1. COMUNICAÇÃO E CULTURA POPULAR

A imprensa, conhecida vulgarmente pelas páginas dos dicionários como o conjunto de todos os materiais impressos, destaca-se pelas origens ambientadas no exercício político, pelo menos no que diz respeito à cultura ocidental. Para explicar as transformações da política na contemporaneidade dos meios de comunicação, Wilson Gomes (2004) delinea o nascimento funcional da imprensa no período da pré-revolução burguesa: de um lado atuando como “imprensa de opinião”, e expondo na oralidade e nos panfletos temas hostis à vida aristocrática e os segredos da vida política, juntando informação e opinião; do outro, atuando na circulação oficial das informações em favor dos reis absolutistas. Quando estoura a Revolução Burguesa, eles – os burgueses – intensificam a circulação desta imprensa opinativa, legitimam sua atuação e reivindicam a liberdade de expressão, dando uma forma mais sólida ao que chamamos de imprensa. A origem da imprensa e suas articulações entre comunicação, cultura e política, desde este surgimento, dão pistas a respeito da relação construída entre a sociedade e os meios de comunicação.

No entanto, é necessário ir além das origens se buscamos um entendimento ampliado e contemporâneo das relações entre sociedade e meios de comunicação. Atravessando movimentos sociais, históricos, políticos e culturais bruscos, as práticas comunicativas reconfiguram suas relações no seio social e estabelecem novos paradigmas de compreensão e interação. Jesus Martín-Barbero (2009) alerta que diante destas perspectivas, que nos oferecem categorias e discursos para encaixarmos os debates, é necessário “descobrir o movimento gestacional de alguns conceitos básicos” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 31) para melhor compreender estas relações.

Para chegar à compreensão dos programas populares, optamos por um breve resgate histórico dos conceitos de cultura e popular, a partir das perspectivas dos estudos culturais, onde acreditamos que nos oferecem melhores subsídios para ampliar a discussão em torno das tensões protagonizadas entre a comunicação e a sociedade dentro do contexto da cultura popular. O percurso nos mostra como os conceitos foram apropriados historicamente, a partir da consolidação da presença dos meios de comunicação de massa, e como passaram a articular-se dentro das lógicas de produção, da indústria, da cultura, da sociedade.

1.1 Leituras da cultura e do popular

Cultura e Popular especificamente são alguns dos conceitos que Barbero (2009) busca historicizar para compreender a cultura popular, e sua representação nos meios de comunicação. Etimologicamente, cultura significa conjunto de conhecimento adquiridos e transmitidos coletivamente. Povo refere-se ao conjunto de pessoas, e daquilo que vem delas. Mas para Barbero, suas atribuições e ressignificações ao longo da história não se podem ser pensadas sem um resgate próprio conceito de “povo”, aquele onde se expressam as formas culturais e populares na sociedade.

A partir da formação do Estado Moderno – ponto de onde iniciamos para falar do surgimento da imprensa – dois movimentos mitificarão a idéia do povo em vias de afirmação e negação. Os burgueses ilustrados valoram o povo conceitualmente, a partir do ideal de representação política, e o rebaixam quando vêem que culturalmente, eles representam a ignorância e a desordem. Já os românticos vêem o valor do povo justamente pela perspectiva da cultura, através da exaltação revolucionária e clamor pelo nacionalismo, que bate de frente com a frente política e estética pregada entre os ilustrados. Em ambos, estavam excluídos os símbolos, as tradições e as experiências do cotidiano na concepção de cultura popular. E o poder burguês faz valer tal exclusão conceitual:

É nesse movimento que se geram as categorias ‘do culto’ e ‘do popular’. Isto é, do popular como inculto, do popular designando, no momento de sua constituição em conceito, um modo específico de relação com a totalidade do social: a da negação, a de uma identidade reflexa, a daquele que se constitui não pelo que é, mas pelo que lhe falta. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 35)

Cultura então passa a designar-se pelo o conjunto dos conhecimentos adquiridos não pelo povo, mas pelo pequeno grupo letrado que propagava a idéia da alta cultura, cultura elitizada. E povo, não o conjunto de todos, mas a reunião perpassada por distinções (GOMES IMM, 2008). Segundo Peter Dalghren (2000), este marco histórico evidencia o lugar daqueles que, sem sentir-se parte do próprio povo, contribuíram para a vulgarização do termo:

Desde este tempo, aqueles que tem escrito e teorizado sobre cultura popular, geralmente, não tem sido uma parte do “povo” e, conseqüentemente o popular precocemente veio significar uma qualidade de alteridade, quer no

sentido vulgar ou do exótico: “eles”, não eu ou nós, engajam-se nas coisas e diversões oferecidas pela cultura popular. (DALGHREN, 2000, p. 6)⁵

Vera França (2009) reforça que a negação em torno do popular viria através de uma identificação de povo a classe ou grupo, desvinculada a cultura. Duas concepções estariam nas bases dessa identificação: a da pureza cultural do povo, isolada e estática, que mitifica a relação entre povo e cultura; e a de que a cultura oriunda do povo é vazia, grosseira, é “a- cultura”. Muniz Sodré adiciona ainda a representação, dentro da esfera da sociedade burguesa, das instâncias oficiais de reconhecimento (Igreja, aristocracia, Estado, academia, salões, escola, etc.) como propagadores do dualismo entre alta e baixa cultura, e controladores das expressões do povo.

(...) a cultura popular – habitualmente transgressora dos cânones, donde a longa crônica das perseguições de que sempre foi alvo por parte dos poderes oficiais – é geralmente garantida apenas pela força do espetáculo junto à massa das classes economicamente subalternas, que comparece ao espaço público para divertir-se por meio do contato com artistas ou com a contemplação do que reconhece como pertencente a si mesma: ritos, canções, danças e aspectos do cotidiano. Em espaços sociais concretos, ruas e praças, agrega-se o valo simbólico dessas experiências. (SODRÉ E PAIVA, 2002, p. 108/109)

A mesma burguesia que iniciou o processo de distinções simbólicas que os conceitos e cultura adquiriram faz a Revolução que dá cabo a profundas transformações sociais, culturais, históricas e políticas. Para Martín-Barbero (2009), a consolidação do Estado-Nação inicia um regate histórico que tenta pontuar as razões históricas pelas quais as culturas populares na Europa foram reprimidas, desvalorizadas e desintegradas. As diferenças culturais, ainda segundo o autor, travaram a circulação de mercados e instituir uma cultura nacional torna-se uma saída para os sistemas políticos dominantes. Assim, o mesmo autor sugere que as sociedades sofrem um longo processo de *enculturação*, que se dá fortemente a partir de dois campos, o da transformação de sentido do tempo - de linear para o tempo da produção – e a transformação do saber e seus modos de transmissão. “Desde meados do século XVIII, a cultura popular vive

⁵ “Since that time, those who have written and theorized about popular culture have generally not been a part of the people and hence the popular early on came to signify quality of otherness, either in the sense of the vulgar or of the exotic: they, not I or we, engage in the pursuits and diversions offered by popular culture”. Tradução nossa.

uma aventura singular: ameaçada de desaparecimento, vai ser ao mesmo tempo tradicional e rebelde” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 146).

As distinções simbólicas que os conceitos de cultura e popular adquiriram tornam-se cruciais quando se avança para as discussões em relação às práticas comunicativas contemporâneas e seus meios, quando identificamos o surgimento de uma comunicação industrial e de caráter massivo. O contexto de comunicação massiva proporciona práticas comunicativas mais sofisticadas, em uma situação de aparatos técnicos mais arrojados que operam a partir de modelos industriais e lógicas produtivas.

No âmbito da comunicação, tal contexto proporcionou o surgimento de estudos que destacavam os impactos trazidos pelos meios técnicos, pela indústria, e seus efeitos na cultura e na sociedade. Os estudos culturais vão buscar redefinições da noção de cultura para compreender o fenômeno da comunicação massiva (GOMES IMM, 2008), colocando em xeque a sociedade e os processos históricos.

1.2 Cultura de massa e os estudos culturais

Em fins dos anos 60 um grupo de teóricos já pensava nas mudanças provocadas pela chegada do capitalismo, e seu embate com o cotidiano e a cultura. “The Uses of Literacy” (1957), de Richard Hoggart; “Culture and Society” (1958) de Raymond Williams, e “The Making of the English Working Class” (1963) de Edward Thompson trabalharam em torno do conceito de cultura atrelado às idéias de que a atividade humana faz parte de qualquer processo cultural, e que o contexto é um fator muito importante.

Para entender a massa operária inglesa, Thompson centrou suas pesquisas também através de fontes não-oficiais, no que encontra brechas deixadas na vivência do próprio povo inglês. A classe operária então, não seria somente um “produto” da Revolução Industrial, pois ela construiu-se e não apenas surgiu. A classe não seria uma “coisa”, mas sim um fenômeno histórico. Hoggart⁶, ligado às letras, centra suas pesquisas

⁶ “The Uses of Literacy”, obra inicial de Hoggart, é considerada por Itania Gomes como particularmente interessante para os estudos do jornalismo popular, já que o engajamento presente nesta obra se refere ao

aproximando etnologia e literatura, provocando a interdisciplinaridade. A Revolução Industrial para ele tem as suas conseqüências e transformações, mas ela é negociável. Os valores não foram enterrados e sim, readaptados a uma nova situação, um novo contexto.

Raymond Williams, a partir da literatura, se propõe a entender as transformações no conceito de cultura entre 1780 e 1950. Para ele, não será possível compreendê-lo sem associá-lo a alguns a alguns “conceitos-chave” como arte, indústria, democracia e classe. As três obras são consideradas fundadora dos Estudos Culturais, que também é desencadeado com a inauguração do Centre for Contemporary Cultural Studies, na Inglaterra em 1960.

A cultura para os estudos culturais é processo, assim como povo deve ser entendido como distintos grupos sociais que constantemente remodelam suas relações com o poder dominante. É o terreno onde se desenvolve a disputa pela hegemonia (WILLIAMS, 1979): onde se naturalizam e se representam as desigualdades sociais, e onde os grupos sociais vivem e se opõem aos constrangimentos dessa disputa, às subordinações (GOMES IMM, 2008). Na contemporaneidade, em que nas sociedades oferecem são experimentadas novas perspectivas interativas e caráter multifacetado, nos estudos culturais busca-se uma redefinição dos próprios conceitos que definem a cultura, tendo conseqüência a busca por uma melhor compreensão do fenômeno da cultura popular massiva, enquanto parte desta sociedade.

Para Barbero, Antonio Gramsci é um dos responsáveis pela retomada intelectual, a partir principalmente do seu conceito de hegemonia, que repensa o processo de dominação social não através dos elementos extrínsecos, mas de um processo vivido pela própria classe, que se reconhece e tensiona seus interesses (MARTÍN-BARBERO, 2009). Hegemonia então é processo, que se dá numa relação de forças, construída cotidianamente.

tema de tentar fazer mudar o acesso e a relação da classe operária aos produtos massificados. Para Hoggart, se determinado produto tem audiência, é porque ele tem algo que toca e faz relação com os valores intrínsecos às pessoas. Ver mais em GOMES, 2008.

Em “Marxismo e Literatura” (1979), Williams discute cultura mais uma vez, ou melhor, uma “teoria da cultura”, buscando influências na antropologia, e considerando as perspectivas marxistas e a hegemonia de Gramsci. Williams resgata as concepções de infra e superestrutura para concluir que nenhuma cultura pode ser pensada sem relação com a sociedade. As duas são esferas autônomas, mas há relações econômicas e culturais que fazem com que uma não possa ser entendida sem a outra. A hegemonia de Gramsci leva Williams a pensar sobre as práticas culturais:

Pessoas que se consideram em relações diretamente pessoais com as outras; pessoas que vêem o mundo natural e a si mesmas nele; pessoas que usam seus recursos físicos e materiais para aquilo que um tipo de sociedade classificou, especializadamente, como “lazer”, e “entretenimento” e “arte”; todas essas experiências e práticas ativas, que constituem tanto da realidade de uma cultura e sua produção cultural, podem ser vistas tal como são, sem redução a outras categorias de conteúdo, e sem forçá-las para que se enquadrem (diretamente como reflexo, indiretamente como mediação ou tipificação ou analogia) a outras relações econômicas e políticas, determinantes e manifestas. (WILLIAMS, 1979, p. 114)

A presença dos meios de comunicação de massa nos interpela a pensar reflexo, mas o trabalho de Williams e o conceito de Gramsci propõem que há determinações econômicas na esfera da cultura, e que os meios de comunicação de massa são práticas de significação num campo de forças sociais.

A cultura como uma processo é uma idéia seguida também em Stuart Hall. Na obra “Representation: cultural representation and signifying practices” (1997), o autor compreende que a representação – ou modo de reconhecimento da cultura – na perspectiva dos Estudos Culturais se aproxima de Michel Foucault, na maneira em que a corrente proporciona uma ampliação do código linguístico, ou o processo de significação, para pensar o modo cultural. “Uma maneira de pensar sobre a cultura é, portanto, através dos mapas conceituais compartilhados, sistemas de linguagem, e dos *códigos, que governam a relação de tradução entre eles*” ⁷ (HALL, 2002. p. 8). Nos estudos culturais busca-se compreender não como a linguagem se constrói, mas como construímos a relação de poder, a partir da construção da linguagem. Na linguagem, se

⁷ “Una manera de pensar sobre la cultura es, por tanto, em términos de estos compartidos mapas conceptuales, sistemas de lenguaje, y de *códigos, que gobiernan la realización de traducción entre ellos*”. (Tradução nossa). Grifo do autor.

encadeia o processo de construção de sentido, no qual a cultura participaria como prática que seria aquilo que permite o reconhecimento da capacidade que temos de entender o mundo mais ou menos do mesmo modo.

Para Barbero (2009), entender as matrizes culturais – ou seja, os elementos intrínseco às formações culturais –, em um contexto industrial e dentro desta perspectiva que reconsidera povo, popular e cultura, significa entender mudanças históricas entre movimento social e discurso público, que é o que nos levará a pensar a comunicação social e a comunicação massiva (e posteriormente, o jornalismo e suas práticas populares).

Essa história nos permite deslocar o maniqueísmo estrutural que nos incapacitou durante muito tempo para pensar a trama das cumplicidades entre discursos hegemônicos e subalternos, assim como a constituição – ao longo dos processos históricos – de gramáticas discursivas originadas de *formatos de sedimentação* de saberes narrativos, hábitos e técnicas expressivas. (...) Essa história encaminha-se justamente para a perspectiva dos chamados ‘estudos culturais’. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 17)

Itania Gomes (2004) ressalta que ao compreender a cultura como um lugar de confronto, os estudos culturais se arriscam e culminam por valorizar inclusive a cultura popular e sua capacidade de resistência.

No campo da comunicação, este risco se reflete na crença de que a tarefa dos meios de comunicação de massa é dominar e a dos receptores (classe subalterna) é resistir. Realiza-se uma rotação no eixo tradicional: a *capacidade de ação* - de domínio, imposição e manipulação - que antes era atribuída aos emissores é traspassada agora à capacidade de ação, de resistência e impugnação dos receptores. (GOMES IMM, 2004, p. 42)

Trata-se de um estudo sobre cultura, poder, sociedade e comunicação vinculado às noções de transformação política. Se a cultura é entendida como um processo, local de embate e enfrentamento, a sociedade – onde se localizam povo e popular – é o espaço onde se materializa as práticas que resistem e provocam as tensões, os processos de práticas comunicativas. O advento dos meios de comunicação massiva, e suas apropriações pela atividade industrial da imprensa, localizam novos marcos de debate para os estudos culturais, em torno da sociedade, da cultura, e do popular.

1.3 Comunicação de massa e jornalismo popular

Segundo Martín-Barbero (2009), os aparatos técnicos constitutivos da chamada comunicação ou cultura de massa participaram de um novo movimento de cidadania das massas. Nos Estados Unidos, onde o surgimento da imprensa massiva provocava certo otimismo na seara intelectual, a produção industrial dos jornais a preços muito baixos e cujo objetivo era a venda acelerada – processo que foi atribuído de *penny press* – trouxe nova configuração para a imprensa industrial, que acarretaria substancialmente no modelo que seria adotado pela América Latina. “A partir desse período, começa-se a falar do jornalismo como indústria que segue características mercantis bem definidas, dotadas de um poderoso efeito integrador nas sociedades” (SANTOS M, 2009, p. 5). Os fatos corriqueiros da vida cotidiana, chamados de *fait divers*, integravam o conteúdo dos jornais. A imprensa na América então surge com caráter industrial e popular, que mais tarde iria conduzi-lo ao status de imprensa sensacionalista. O contexto na Europa e nos Estados Unidos, como aponta Renato Ortiz, era favorável:

A indústria do livro e a imprensa se beneficiam da revolução industrial e podem ao longo do século XIX atingir um desenvolvimento sem precedentes. São várias as causas que impulsionam o consumo da leitura, difundindo-a entre a massa da população: advento de uma nova tecnologia que pode baratear a produção, facilidade de circulação com a expansão das vias de comunicação (particularmente a via férrea), melhoria do nível de vida da população, acesso generalizado à escola. (ORTIZ, 1988, p. 23)

Não bem assim na América Latina. O próprio Ortiz lembra de que no Brasil, tanto a literatura quanto a imprensa se encontravam inteiramente ligados à burocracia do Estado (ORTIZ, 1988, p. 28). Tomando como exemplo o Chile, Barbero lembra que o surgimento da imprensa massiva na América Latina – muito tempo depois do nascimento da imprensa que nos referimos anteriormente – se populariza a partir de uma frente política, com a “função básica de educar os setores populares- elevar sua consciência política – e representá-los no ou frente ao Estado” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 247). O autor aponta que o modelo norte americano da *penny press* será adaptado como uma “cópia”, uma imitação que vai confrontar com os modelos tradicionais de circulação através da oralidade e das narrativas populares:

Nesse protojornalismo popular – que será escrito em grande parte visando à difusão oral, para ser lido, declamado, cantado em lugares públicos como o mercado, a estação de trem ou mesmo pelas ruas -, já se encontraram as chaves do jornal sensacionalista. Estão lá os grandes títulos chamando a

atenção para o principal fato narrado em versos, importância assumida pela parte gráfica, com desenhos ilustrando o texto, a melodramatização de um discurso que parece fascinado pelo sangrento e o macabro, o exagero e até a atração pelos ídolos de massa dos esportes ou dos espetáculos (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 248)

No Brasil, a doutrina liberal e o fortalecimento do capitalismo influi política e diretamente no modo de apropriação dos aparatos técnicos da comunicação massiva, e claro, da imprensa, dentro deste embate retratado por Barbero entre indústria e cultura. Observando o Rio de Janeiro, Ortiz (1988) mostra que o ideal do progresso representa, sobretudo para as elites, a idéia de modernidade. Barbero (2009) sinaliza que esse sentido de modernidade assume proporções contraditórias, em toda a América Latina, justamente pelo desenvolvimento que se dá atravessado “pelo descompasso da diferença e da descontinuidade cultural” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p 216).

A partir dos anos 60, os meios de comunicação na América Latina iniciam o processo de consolidação enquanto indústria a partir de uma destituição do papel de porta-voz político “(...) porque os Estados mantêm a retórica do “serviço social”, das transmissões, tão retórica quanto a “função social” da propriedade, mas cedem aos interesses privados a tarefa de dirigir a educação e a cultura” (BARBERO, 2009, p. 234). As premissas que a atividade jornalística passa a incorporar diante do caráter industrial e comercial que lhe acompanha – objetividade, imparcialidade, interesse público, vigilância, responsabilidade social, atualidade, relevância, quarto poder, factualidade, etc. – servem para delinear limites e práticas profissionais como imprensa. O jornalismo passa a ser servido de regras e teorias que o institucionalizam com base no *modelo informacional* (MARTÍN-BARBERO, 2009).

Afonso Albuquerque (2008) sinaliza que a partir dos anos 50 o jornalismo desenvolvido no Brasil sofre grande influência do *modus operandi* do jornalismo norte-americano, através de uma busca imparcial pelos fatos (ALBUQUERQUE, 2008, p. 7). O autor faz a ressalva de que não se trata no entanto, de uma “cópia”, mas sim de adaptações criativas de alguns aspectos, que ele acaba classificando como o desenvolvimento frustrado de uma “ética do serviço público”. Esta influência ganha corpo a partir do reconhecimento simbólico da atividade profissional do jornalismo que através do decreto-lei 972 de 1969 estabeleceu a obrigatoriedade do diploma universitário para o exercício da atividade.

A imprensa, que tinha por função básica comunicar, precede agora de regras e preceitos que regulam sua atividade e o próprio caráter da informação. Wilson Gomes (2004) sugere que a imprensa passou do seu caráter político primordial para um caráter comercial. “Na contemporaneidade, a imprensa finda por ser o lugar, ocasião e meio mediante o qual aquilo que se quer que se torne opinião pública deve circular para obter assentimento dos privados” (GOMES W, 2004, p. 13). Mark Deuze (2005), propondo cinco pontos gerais que caracterizariam a ideologia profissional do jornalista, reconhece que as múltiplas influências da contemporaneidade como o surgimento das novas mídias e o multiculturalismo (globalização) vem dispersando estudos e observações acerca da ideologia e a da profissão.

Para nós neste momento importa especialmente, dentro do contexto da comunicação massiva contemporânea, o que se vem pensando e fazendo sobre o jornalismo dito popular, onde aí recuperamos as discussões em torno da sociedade, cultura e popular. Itania Gomes (2008) observa que no âmbito dos estudos culturais, a cultura popular é especialmente observada no contexto das tecnologias da comunicação da informação como parte do reconhecimento sobre as práticas populares na cultura. “O processo histórico de consolidação do modelo hegemônico de jornalismo que conhecemos hoje acompanha o próprio processo de constituição de uma cultura popular massiva” (GOMES IMM, 2008, p. 2).

Para Peter Dalghren (2000), o jornalismo pensado sob os vértices da cultura popular atualiza pontos de contraste tanto na academia quanto no campo profissional. Mas, “(...) mencionar jornalismo e cultura popular no mesmo fôlego pode ser tomada como um apesada afronta em alguns círculos” (DALGHREN, 2000, p. 4)⁸. Itania Gomes afirma que:

Esteticamente cultura popular forma uma tríade com cultura de massa e cultura tradicional. Na discussão sobre jornalismo popular, a homogeneização e a degradação do gosto popular são compreendidas como resultado das condições e interesses tecnológicos, políticos e econômicos da cultura de massa e não guardam qualquer relação com a cultura

⁸ “(...) to mention journalism and popular culture in the same breath can be taken as a crude affront in some circles” (Tradução nossa).

autenticamente popular. A rigor, o (mau) gosto é impingido ao povo como uma estratégia de atração e captura da audiência (GOMES IMM, 2008, p. 6).

Os estudos culturais compreendem então o popular a partir do contexto das práticas de comunicação massiva. Seria extremamente problemático categorizar “povo”, pois o seu conceito pode ser puxado tanto para a visão política de esquerda quanto de direita. A idéia seria então resgatar o conceito reconhecendo as relações de poder que existem (DALGHREN, 2000). Relações de resistência e cooptação atuam também como princípios estruturadores do popular (GOMES IMM, 2008), o que revela uma ambigüidade, na perspectiva dos estudos culturais, em relação às pessoas e produtos populares. “Nesse sentido, falar em cultura popular é sempre falar de incorporação, distorção, negociação, apropriação, recuperação, enfrentamento, cooptação, conformismo, resistência” (GOMES IMM, 2008, p. 14).

Uma vez que consolida-se sob as lógicas de produção e modelos industriais, a imprensa e a atividade jornalística conduzem a novos momentos de distinção simbólica do popular e da cultura. A televisão, entre os veículos onde o jornalismo tem operado, é o espaço onde a apropriação do jornalismo popular tem levantado maior repercussão. Martín-Barbero (2009), por exemplo, aponta que a hegemonia da televisão – junto à pluralização do rádio - foi um dos “fatores – chave” que proporcionaram inovações generalizadas como um “motor de desenvolvimento” (BARBERO, 2009, p. 252) nas sociedades. Arlindo Machado afirma que no Brasil “(...) a televisão acumulou, nestes últimos cinquenta anos de sua história, (...) um repertório suficientemente denso e amplo para que se possa incluí-la sem esforço entre os fenômenos culturais mais importantes do nosso tempo” (MACHADO, 2005, p. 15).

Carlos Alberto Ávila Araújo (2006), a partir de uma mostra realizada com programas televisivos de caráter popular, entende que estes, neste contexto específico – hoje, e na televisão brasileira –, representam um conjunto de programas distintos com características peculiares. Ele identifica, dentro destas características, algumas que seriam comuns a todos ou pelo menos à maior parte destes programas, a saber, a ênfase nas pessoas comuns; a preocupação em exibir cenas reais; a exploração da vida privada; e a preocupação com os índices de audiência. As observações do autor nos dão pistas sobre os modos que culturalmente configuram o jornalismo, o popular, e as lógicas de produção televisiva.

1.4 Telejornalismo como forma cultural

Com a televisão, o jornalismo encontra uma ampla gama de formas oferta ainda maior - através das possibilidades tecnológicas que oferece – de dialogar com o público, de experimentar linguagens.

Ver televisão - até mesmo quando se trata de notícias - não significa ser uma experiência homogênea ou consistente: o mesmo telespectador pode exibir uma variedade de modos diferentes de envolvimento, com diferentes graus de atenção e participação subjetiva (DALGHREN, 2000, p. 12)⁹.

Na América Latina, Martín-Barbero assinala que a partir dos anos 60, quando a industrial cultural recupera a cultura popular urbana, a televisão - juntamente com a publicidade - ocupa um lugar destacado na propagação de uma nova dinâmica cultural. “Descaradamente norte-americana e erigida em critério de uma única modernização para todo o país, a televisão decide sobre o que é atual e o que é anacrônico, tanto no campo dos utensílios quanto no das falas” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 271).

No Brasil, o surgimento da televisão ocupou espaço importante nas transformações sociais, econômicas, políticas e culturais que atravessou o país.

Tecnologia que insere, definitivamente, o país na modernidade; possibilidade decorrente da capacidade inventiva do homem; ampliação da reprodução sobre a forma de verdade das imagens do mundo; meio mais completo do que a radiotelegrafia, que permitiu a eclosão das ondas sonoras nos espaços domésticos: essas são algumas das formas que se caracteriza o novo meio. Imersa numa imagem de sonho, na qual aparece materialmente como próximo ao rádio e ao cinema, um misto dos dois, a televisão antes de ser materialidade povoou o imaginário da população, criando o que estamos chamando de imaginação televisual (BARBOSA et al.. 2010, p. 16)

Renato Ortiz (1988) coloca o desenvolvimento da televisão, junto a outros veículos de comunicação, no cerne do desenvolvimento da própria cultura de massa no Brasil, e no contexto de um mercado de produção de bens simbólicos transformadores. Arlindo Machado (2005) afirma que, atualmente:

⁹ “Television viewing – even of the news, is by no means a homogeneous or consistent experience: the same viewer can display a variety of different modes of involvement, with varying degrees of attention and subjective involvement” (Tradução nossa).

mesmo o produto mais 'difícil', mais sofisticado e seletivo encontra sempre na televisão um público de massa. A mais baixa audiência da televisão é, ainda assim, uma audiência de várias centenas de milhares de telespectadores, e, portanto, muito superior à mais massiva audiência de qualquer outro meio, equivalente à performance comercial de um best seller na área da literatura (MACHADO, 2005, p. 30).

Itania Gomes (2007) assinala que os estudos de comunicação tendem a deixar de lado os aspectos relativos às dimensões sociais, históricas, culturais, econômicas que a televisão adquire, nas análises sobre televisão, especialmente quando se trata do telejornalismo. Dessa forma é que propõe um método de análise que considera o jornalismo como instituição social e como forma cultural, a partir da proposta elaborada por Raymond Williams (1979). O marco é pensar o jornalismo como instituição em relação com as tradições e as transformações construídas:

A concepção de que o telejornalismo tem como função institucional tornar a informação publicamente disponível e de que o faz através de várias organizações jornalísticas é uma construção: é da ordem da cultura e não da natureza do jornalismo ter se desenvolvido deste modo em sociedades específicas (GOMES, 2007, p. 4)

Aqui neste trabalho, torna-se primordial neste momento observar de que forma o telejornalismo, enquanto instituição socialmente reconhecida e com regras estabelecidas dentro de seu campo social e profissional, dialoga e interage com a sociedade e seus aspectos culturais, sociais, econômicos, políticos. No Brasil por exemplo, ver o jornalismo como uma construção pede que sejam observadas as condições em que ele é operado e suas expectativas – do modelo como é configurado, suas interações com as noções de interesse público, vigilância, esfera pública, democracia, interesse público, a noção de quarto poder, o caráter público e privado que assumem (GOMES IMM, 2007). Considerando-o como construção, não se pode deixar de observar o seu contexto, e as relações que atualizam o jornalismo na contemporaneidade, a partir por exemplo de processos como a globalização e o multiculturalismo.

No caso do telejornalismo, acreditamos que, para entendê-lo, é preciso compreender a notícia como uma forma cultural específica de lidar com a informação e o programa jornalístico televisivo como uma forma cultural específica de lidar com a notícia na TV. (GOMES IMM, 2007, p.10)

A metodologia de análise em telejornais, a partir do conceito de modo de endereçamento e de específicos operadores de análise, nos ajuda a compreender as

relações entre os modos de produção e de apreensão, ou seja, como os produtos do telejornalismo popular são construídos e configurados enquanto produtos industriais, e como são apreendidos pelo público, provocando os embates, diálogos e negociações que os estudos culturais chamam atenção.

1.4.1. Metodologia de Análise

A metodologia de análise, a partir da consideração do telejornalismo como forma cultural e instituição social, articula a compreensão dos produtos a partir do conceito de modo de endereçamento, e de operadores específicos que orientam os lugares para onde se deve olhar no programa, a fim de entender como ele constrói suas relações com a audiência.

O conceito de modo de endereçamento surgiu a partir da análise fílmica, que buscava compreender de que forma os textos dos filmes se relacionavam com o público espectador. Para a análise dos produtos televisivos, o conceito vem sendo apropriado para entender como um programa se relaciona com a sua audiência da construção de um *tom* ou *estilo* que o identifica e o diferencia dos demais (HARTLEY, 2001 *apud* GOMES IMM, 2007; DUARTE, 2007). Os estudos que valorizam o processo receptivo se valem deste conceito para articular discurso televisivo e discurso dos receptores (DUARTE, 2007). O conceito de modo de endereçamento considera então que o olhar do programa deve estar voltado para suas especificidades levando em consideração as do receptor também, bem como instituição social e forma cultural se atualizam na situação específica de programa (GOMES IMM, 2007).

Os operadores específicos de análise permitem um olhar em relação aos diferentes dispositivos técnicos, semióticos e verbais dispostos na construção do programa, sem deixar à margem os aspectos culturais, sociais, e ideológicos. No entanto, a operacionalização destes operadores deve evidenciar uma articulação entre estes elementos uma vez que a pura descrição não nos interessa para ampliar a perspectiva em torno do telejornalismo como instituição social e forma cultural. São eles os operadores:

*mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo, organização temática.*¹⁰.

O mediador corresponde, a priori, à disposição daqueles que ocupam a função de âncoras, apresentadores, repórteres, comentaristas, correspondentes, mas amplia-se na medida em que é atribuído àquele que vai estabelecer diretamente o vínculo com o público através de sua postura, sua condução, e claro, sua imagem como figurativa do programa, ou seja, assume a posição de ser “a cara” do programa. No âmbito dos programas televisivos categorizados como populares, que aqui representam o nosso objeto central, a figura do mediador ocupa relevância peculiar. Isto porque são neles em que se torna evidente a presença de uma figura central responsável pela articulação específica de performance e estratégias narrativas e argumentativas para se posicionar à frente do programa.

Martín-Barbero (2009) reconhece a figura do mediador como um dos intermediários fundamentais na construção do popular na televisão, pois ele representa a condição de facilitador do trânsito entre a realidade do cotidiano e o espetáculo ficcional, elementares na configuração dos programas de caráter popular:

O apresentador-animador – presente nos noticiários, nos concursos, nos musicais, nos programas educativos e até nos “culturais”, para reforçá-los – mais do que um transmissor de informações, é na verdade um *interlocutor*, ou melhor, aquele que interpela a família convertendo-a em seu interlocutor. Daí seu tom *coloquial* e a simulação de um diálogo que não se restringe a um arremedo do clima “familiar”. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 296)

Duarte (2007), a partir da análise dos programas Brasil Urgente, Cidade Alerta e Linha Direta, destaca ainda o vínculo que os mediadores centrais (apresentadores) constroem com o público, e a estratégia mantenedora da oralidade no texto verbal, recurso histórica e culturalmente constitutivo das práticas comunicativas nos países latino-americanos (MARTÍN-BARBERO, 2009). No programa Na Mira, os apresentadores Uziel Bueno, e Analice Salles atuam, em momentos distintos, como

¹⁰ Em Duarte (2007), os operadores de análise podem ser vistos a partir de outra disposição: o pacto sobre o papel do jornalismo; a temática, organização das editoriais e proximidade com a audiência; o mediador; o texto verbal; o contexto comunicativo; os recursos técnicos a serviço do jornalismo; os recursos da linguagem televisiva; os formatos de apresentação da notícia e a relação com as fontes de informação.

mediadores centrais, e a partir deles centramos a articulação específica destes elementos – performance e estratégias narrativas e discursivas – na construção do estilo do programa.

O contexto comunicativo está relacionado ao modo como as idéias estão encadeadas na construção do programa, e das circunstâncias espaciais e temporais em que ele acontece: “os modos como os emissores de apresentam, como representam seus espectadores e como situam uns e outros em uma situação comunicativa concreta” (GOMES IMM, 2007, p. 25). Ou seja, o contexto comunicativo implica o modo como o programa se comunica, e os elementos técnicos escolhidos que permitem a sua existência daquela forma.

Duarte (2007) alerta que este operador está voltado mais especificamente para a situação textual empregada pelo programa, que vai por sua vez conduzir a forma como ele se apresenta, se posiciona e representa o público. “Aqui, o programa expõe os lugares de fala tanto dos enunciadores quanto dos enunciatários, por meio da construção de posições, isto é, a maneira como o programa coloca em relação os seus interlocutores” (DUARTE, 2007, p. 41). No caso do programa Na Mira, os bordões, por exemplo, utilizados pelos apresentadores, identificariam contextos comunicativos e convocações distintas: enquanto Uziel Bueno alerta a audiência de que o programa “*não é a TV da Xuxa, nem a Disneylândia*”, mostrando que o programa estabelece um “compromisso” com a seriedade e uma posição alternativa à emissora líder de audiência – Rede Globo, onde o programa da Xuxa era uma das atrações, de caráter infantil –, Analice Salles afirma que ela, enquanto mediadora central, está “*na área e no cerco do crime*”, e evidencia o caráter temático do programa, estritamente policial com foco nas situações de crime.

O operador que diz respeito ao pacto sobre o papel do jornalismo mostra como são atualizados os valores e práticas da atividade jornalística dentro do programa, ou seja, como ele se apropria dos elementos que o instituem como profissão reconhecida na sociedade. Falamos aqui, por exemplo, das noções de objetividade, imparcialidade, interesse público, factualidade, relevância, responsabilidade social, e outros, aliados aos recursos técnicos, estratégias de construção de credibilidade, formatos de apresentação, lugar de fala, tratamento das fontes e do cidadão – em efeitos de recepção ou mesmo

como personagem – que estão presentes no modelo com o qual as organizações jornalísticas no Brasil (ALBUQUERQUE, 2008), e que de certa forma, regulam as expectativas com que o próprio público brasileiro recebe os programas de cunho jornalístico. O programa então, a partir deste pacto sobre o papel do jornalismo, realiza um acordo com a sua audiência sobre a forma como vão articular as notícias e os valores jornalísticos que eles partilharam histórica e socialmente.

Duarte (2007) assinala a noção de “vigilância” como a predominante dos programas de temática policial na televisão, assumindo um papel de guardião dos interesses da sociedade a partir dos fatos mostrados. O caráter de jornalismo-denúncia, que ao mesmo tempo assume as condições de revelador dos abusos sociais e de prestador de serviço, também é explorado, bem como o papel de “Quarto Poder”, que coloca a imprensa como um agente “especializado na tarefa de vigiar e corrigir as ações dos demais” (ALBUQUERQUE, 2008, p. 14). Acreditamos aqui que o programa Na Mira, mais do que um papel de Quarto Poder, que supõe um caráter politicamente ativo, exerce de forma mais contundente o papel de vigilante, dos valores morais e do papel do Estado. Assumindo a condição de noticiário policial – se abstém de características ou modelos formais dos telejornais, mas no entanto, negocia com os seus valores a partir da veiculação de notícias –, o programa exerce a sua vigilância a partir da condição de porta-voz da instituição policial baiana.

Por fim, a organização temática do programa define o tema, ou o assunto específico que o programa pretende adotar, e também de como ele irá selecionar, organizar e apresentar o que vai ser notícia (DUARTE, 2007). É ele quem vai delinear primordialmente, a partir do tema e sua organização, as expectativas do telespectador e por isso, assume especial importância na busca pelo modo como o programa se endereça, articulado aos usos dos demais operadores. A questão do tema inclusive, nos leva à discussão sobre gênero, que por outros caminhos criam expectativas preliminares da audiência em relação ao assunto tratado pelo programa.

1.4.2 Gênero televisivo

A partir do conceito de gênero trabalhado na literatura, Raymond Williams (1979) sugere que a discussão sobre o gênero deve partir do reconhecimento sobre as relações

sociais e históricas entre as formas literárias e as sociedades em temporalidades específicas, e das continuidades que estas formas exercem através e além das sociedades (WILLIAMS, 1979 *apud* GOMES IMM, 2007). As observações a partir de Williams a partir da literatura permitem aqui um diálogo entre os estudos culturais e os estudos da linguagem. É a partir desta relação que Gomes (2007) reconhece o gênero como um ponto de convergência para uma discussão em relação às estratégias televisivas que situam o telespectador em relação a um determinado programa. A idéia de gênero televisivo, então, aparece como um avanço em relação à teoria dos gêneros, a partir da análise da interação entre produto televisivo, competências de produção e recepção, e contexto social, histórico, econômico, social. O receptor interage com o programa a partir de uma leitura específica, se é ficção seriada ou telejornal por exemplo. Cada um deles representa uma variação específica na programação estabelecida pela televisão e as temáticas representam subgêneros ou formatos.

Martín-Barbero (2009) afirma que a dinâmica cultural da televisão atua a partir dos gêneros, já que ele funciona como um elemento mediador entre a lógica dos sistemas produtivos e as lógicas dos usos. Não é algo que pertença estritamente ao texto, conforme as teorias dos gêneros literários, mas algo que passa pelo texto. “(...) um gênero é antes de tudo, uma *estratégia de comunicabilidade*, e é como marca dessa comunicabilidade que um gênero se faz presente e analisável no texto” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 303). É um modo como se reconhece e se organiza a competência comunicativa, enquanto estratégia de interação.

Jason Mittel (2001), oferecendo uma perspectiva cultural da teoria do gênero televisivo, parte das formações discursivas para concluir que os gêneros devem ser pensados como práticas culturais, a partir de instâncias históricas e específicas:

Podemos construir uma macro-dimensão satisfatoriamente ampliada da história do gênero de baixo para cima, reunindo micro-exemplos de discursos genéricos em momentos historicamente específicos e examinando em larga escala o que resulta em padrões e trajetórias. (MITTEL, 2001, p. 10)¹¹

¹¹ “We can begin to build a more satisfying macro-account of a genre’s history from the bottom up, by collecting micro-instances of generic discourses in historically specific moments and examining the resulting large-scale patterns and trajectories.” (Tradução nossa)

Não faremos uma discussão alongada sobre gênero, pois não é este o foco do nosso trabalho. No entanto, acreditamos que é importante salientar as contribuições a partir deste viés em que o gênero é discutido, para que possamos observar o modo como a temática policial vem situando a audiência, e configurando em certo tipo os programas classificados como populares. O programa Na Mira dialoga com o gênero televisivo a partir de sua classificação como noticiário policial e sua articulação com a categoria dos programas populares televisivos implica uma negociação que “atravessa gêneros diferentes, e diz respeito tanto à forma quanto ao conteúdo” (FRANÇA et al. 2009, p. 229).

1.5 O mapa noturno das mediações

Como contribuição ao percurso delineado pelos estudos culturais, adotamos aqui a proposta de Martín-Barbero para análise das relações entre comunicação, cultura e política, a partir de uma perspectiva cultural e histórica. Sugerindo um enfoque que desloque o eixo de discussão dos meios para as mediações, Barbero sugere um mapa esquemático que considera matrizes culturais, lógicas de produção, formatos industriais e competências de recepção para uma análise integral da comunicação.



Figura 1 - Mapa das mediações (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.16)

Os elementos considerados por Martín-Barbero se articulam a partir de dois eixos, o diacrônico ou histórico de longa duração, entre matrizes culturais e formatos industriais; e um sincrônico, entre lógicas de produção e competências de recepção. As relações são ainda mediadas pela institucionalidade, tecnicidade, ritualidade e socialidade. Com o esquema, o autor pretende excluir o caminho do pensamento único para pensar a comunicação, e incluir as múltiplas inferências que participam de todo o processo.

O que busco com esse mapa é reconhecer que os meios de comunicação constituem hoje espaços-chave de condensação e intersecção de múltiplas redes de poder e de produção cultural, mas também alertar, ao mesmo tempo, contra o pensamento único que legitima a idéia de que a tecnologia medeia hoje, de modo mais intenso e acelerado, é a transformação da sociedade em mercado, e deste em principal agenciador da mundialização (em seus muitos e contrapostos sentidos) (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 20)

Assim, no esquema de Martín-Barbero não se encaixam as reflexões hegemônicas (MARTÍN-BARBERO, 1995; GOMES IMM, 2004) sobre a comunicação que visualizam “emissores-dominantes e receptores-dominados” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 27). Os processos que constituem as práticas comunicativas, sobretudo no contexto dos países latino-americanos, estão inseridos em uma situação de “modernidade e descontinuidades culturais, deformações sociais e estruturas de sentimento, de memórias e imaginários que misturam o indígena com o rural, o rural com o urbano, o folclore com o popular e o popular com o massivo” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.28). A diferença cultural na América Latina significa a criação de um espaço de conflitos profundos e uma inevitável dinâmica cultural complexa.

Assim, para o autor, o popular e os meios de comunicação massivos se encontram na medida em que a questão da comunicação é considerada como uma questão de mediação e de cultura. “Não podemos então pensar hoje o popular atuante à margem do processo histórico de constituição do massivo: o acesso das massas à sua visibilidade e presença social, e da massificação que historicamente esse processo se materializa” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 29).

O autor, então, segue um percurso de constituição do massivo observando os movimentos que articulam os elementos presentes deste mapa, historicamente. E assim, propõe o avanço do debate a partir de um novo mapa, um mapa noturno, em metáfora à dificuldades de uma guia sob caminhos obscuros e difíceis, “que corresponderia a

intuições, vislumbres, indicadores para se avançar rapidamente” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 42). Atualizando o olhar que privilegia os processos de recepção e as mediações, Martín-Barbero (2009) chega a um mapa que “que não sirva para a fuga, e sim para o reconhecimento da situação a partir das mediações e dos sujeitos” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 290). As guias aqui são as discussões sobre a cotidianidade, o consumo e a leitura, e o lugar da televisão a partir das mediações. Da televisão, ele considera as mediações da cotidianidade familiar da temporalidade social e a competência cultural, e as lógicas de produção e dos usos.

São a partir destes tópicos que Martín-Barbero (2009) verifica elementos dos programas populares televisivos, que dialogam com matrizes culturais e formatos comerciais: o consumo como lugar de produção de sentidos; o gosto popular pela narrativa e pelo melodrama; às estratégias de simulação do contato, do texto verbal, de proximidade; a estética da repetição; a dinâmica dos gêneros televisivos que ativam competências culturais.

A partir do gênero – e aqui voltando para o lugar de onde paramos –, o autor lembra que quando se trata de uma estratégia de interação, é preciso construir um sistema específico em sua operacionalização faz sentido; contextualizar no que toca aos elementos centrais da discussão provocada por ele mesmo: a articulação entre cultura, sociedade e política. Cada país tem a sua própria situação de configuração cultural e de desenvolvimento da indústria televisiva. Dessa forma que partimos então para um breve traçado dos programas populares na televisão brasileira, para compreender estes processos e chegar ao programa Na Mira, nosso objeto de análise.

2. TELEVISÃO POPULAR NO BRASIL

Para compreender a formação do popular na televisão do Brasil, faz-se necessário delinear a trajetória de alguns destes programas – alguns dos que fizeram história nessa categoria – e de suas representatividades nas transformações na sociedade brasileira. Este percurso mostra, de forma breve, o lugar da temática policial dentro do popular na TV, e conseqüentemente, do lugar que ocupa o nosso objeto de análise dentro de uma perspectiva cultural específica .

O período compreendido a partir dos anos 60 é considerado o de efetiva popularização da TV (GOULART et al., 2010, p. 57), pela consolidação de seu acesso enquanto produto industrial massivo e pela adequação de seus conteúdos a esta lógica de produção. A partir do seu nascimento, observamos as matrizes que vão caracterizar o seu modo de ser e de produzir.

2.1 Os programas populares na televisão brasileira

Em 18 de setembro de 1950, a primeira transmissão televisiva oficial feita por uma emissora no Brasil aconteceu com a inauguração da TV Tupi de São Paulo, pertencente ao empresário Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, dono do conglomerado de jornais e emissoras de rádio Diários Associados e considerado pioneiro da comunicação no país. Com poucas máquinas mas com o incentivo da verba publicitária, a televisão logo adquire o caráter de “extensão imagética do rádio”, que ocupava até então o posto de principal veículo de comunicação no país. “Através das imagens, percebe-se não o lugar onde se está, mas um espaço longínquo, o alhures, que pela imaginação torna-se próximo, em certa medida realizável” (BARBOSA et al., 2010, p. 23).

Alguns consideram este período inicial da televisão como “elitista” (BARBOSA et al. 2010; ORTIZ, 1988), enquanto outros não viam desta forma, baseando-se nas atrações inaugurais do aparato. “(...) a totalidade da programação da época era composta por programas populares, e não por peças de cunho cultural; por exemplo shows de auditório, programas humorísticos, música popular, telenovela” (ORTIZ, 1988, p. 73)

O primeiro programas a ser exibido foi o *TV na Taba*, apresentado por Homero Silva. A atração revelou artistas como Mazzaropi, que viria a ser um dos humoristas mais conhecidos no país, e astros da teledramaturgia como Lima Duarte e Lolita Rodrigues. No ano seguinte, 1951, a TV Tupi estréia a primeira telenovela, *Sua Vida Me Pertence*, e em 1953, entra o *Repórter Esso*, programa de rádio que era sucesso de audiência, e que alcança o mesmo êxito na TV, tornando - se um marco do telejornalismo.

A partir daí, outras emissoras comerciais começam a ocupar o seu espaço e, nestes primeiros programas exibidos pela TV Tupi, temos uma mostra do conteúdo que marcaria a história da televisão no Brasil: programas de entretenimento, com apelo popular voltado para o humor e a dramaturgia. A gênese comercial logo se adapta às possibilidades de consumo: “A televisão foi imaginada para ser vista não apenas na sala de visitas, mas num ambiente de reunião coletivo, no qual a voz audível da platéia se confundiria com o som que seria emitido pelo novo meio” (BARBOSA et al., 2010, p. 24).

O conteúdo vem das experimentações do rádio, pioneiro na comunicação massiva, e no atrativo popular ligado ao entretenimento, função primordial do aparelho televisor. “A televisão – aparelho e programação – aparece como parte indissociável do cenário e da rotina familiar, ocupando um lugar que antes, era do rádio” (BERGAMO et al., 2010, p. 62). Os programas populares tinham suas bases nas produções teatrais e no chamado teleteatro, adaptações das peças para o rádio. Grande parte dos profissionais que atuavam nestas duas esferas estavam no começo da TV no Brasil. “Poucos anos depois da primeira emissão, constatavam a força comunicacional do meio, capaz de popularizar artistas que não eram anteriormente conhecidos, mesmo que atuantes ‘na rádio e no teatro’” (BARBOSA et al. 2010, p. 30).

O caráter melodramático das produções ficcionais no rádio se adaptou à televisão e deu origem ao formato das telenovelas, que logo se tornariam grande sucesso de audiência. O melodrama e o rádio eram populares e estratégicos para a audiência televisiva e formar o público de telespectadores. Isso porque:

o povo era o público do rádio. Sendo assim, a idéia de povo como público da dramaturgia na televisão nos anos 1950 e 1960 era, em certa medida, uma continuidade da idéia feita do público do rádio. Não se tratava, é importante destacar, do público de teatro. Tratava-se de um povo ora descrito por suas qualidades morais, portanto não intelectuais ou culturais, ora descrito como ingênuo (BERGAMO et al., 2010, p. 70).

Martín-Barbero (2009) lembra ainda que a estratégia narrativa do melodrama está historicamente ligada aos contos, lendas e à literatura de cordel, elementos históricos da cultura popular no Brasil.

A televisão no Brasil nasce também atrelada à presença da publicidade, que transplanta para o novo veículo a sua presença comercial e simbólica, através das representações comerciais dos produtos anunciados. “A estratégia dos fabricantes não era vista meramente como uma atividade mercantil, e de fato não era, mas como um esforço heróico em concretizar o sonho de uma televisão brasileira” (ORTIZ, 1988, p. 61). Num espaço de embate e adaptações entre os elementos industriais e culturais, a televisão começa a construir seu formato, seus públicos, conteúdos, apropriações.

2.1.1. O processo de consolidação industrial

Uma década depois de seu surgimento, a televisão no Brasil inicia seu processo de consolidação enquanto produto da indústria cultural massiva, ou seja, inicia-se o processo de popularização a partir do acesso ao aparato técnico, e produção de conteúdos. A publicidade formulada para aquecer as vendas dos aparelhos televisivos girava em torno da idéia do aparelho como um elemento integrante da família. (BERGAMO et al., 2010). Ainda que em termos quantitativos o número de famílias possuidoras do aparelho fosse reduzido e sua concentração estar basicamente em São Paulo e no Rio de Janeiro, “era um número crescente a ponto de chamar a atenção dos profissionais de televisão”. (BERGAMO et al., 2010, p. 59).

A grade de programação televisiva aumentava sob os pilares dos programas categorizados como populares, cujos conteúdos estavam ligados à dramaturgia, ao entretenimento, e às temáticas policiais ou ligadas ao chamado “mundo-cão”. “(...) Na lista dos de maior audiência estavam *Dercy de Verdade*, *Hebe*, *Discoteca do Chacrinha*, *Telecatch*, e *Buzina do Chacrinhá*’ (RIBEIRO E SACRAMENTO et al., 2010, p. 111).

A TV Excelsior, inaugurada em julho de 1960, provocou a concorrência ao organizar sua grade a partir de atrações que seguiam esta abordagem: realizou o I Festival Nacional da Música Popular Brasileira, produziu a primeira telenovela diária e com horário fixo, e substituiu as adaptações de obras estrangeiras por programas de linguagem coloquial e temáticas nacionais (RIBEIRO E SACRAMENTO et al., 2010).

A popularização destes programas vai encontrar um embate a partir da implantação do Regime de Ditadura, após 1964. Os ideais do Estado Ditatorial impuseram limites à programação televisiva. O ideal de progresso a partir do avanço da produção industrial e a censura delinearão as novas configurações do conteúdo televisivo:

Vimos como nos anos 50 o circuito televisivo era predominantemente local, enfrentando problemas técnicos consideráveis. Com o investimento do Estado na área da telecomunicação, os grupos privados tiveram pela primeira vez a oportunidade de concretizarem seus objetivos de integração do mercado. Como dirá um executivo “A televisão, por sua simples existência, prestou um grande serviço à economia brasileira: integrou os consumidores, potenciais ou não, numa economia de mercado” (ORTIZ, 1988, p. 128)

A presença do Estado na regulação dos meios de comunicação previa a inclusão do elemento integrador, unificador de uma idéia nacional. Começa-se a fazer televisão a partir de um público ideal, a família:

A consolidação de uma grade de programação com base na divisão entre o trabalho e o lazer dos membros da família e os desenvolvimentos feitos nos instrumentos de aferição da audiência na televisão, a partir dos anos 1970, são, talvez, os melhores exemplos do desdobramento e das implicações dessa idéia (BERGAMO et al., 2010, p. 64)

As rotinas produtivas reconfiguram a relação com o público e dão o pontapé para a especificação da televisão enquanto produto cultural. É neste contexto que os programas que então eram tidos como populares passam a ser rechaçados a partir de duras críticas negativas (RIBEIRO E SACRAMENTO et al., 2010; FILHO, 2001) . Aqueles que eram dedicados aos assuntos do chamado mundo “mundo-cão”, e que, com sucesso, expunham as mazelas da vida humana, passaram a ser classificados ferozmente como de “conteúdo grotesco”, e aos poucos perderam espaço na programação. A crítica vinha das elites da sociedade brasileira, amparadas no escudo político situacional (RIBEIRO E SACRAMENTO et al., 2010). O conflito entre a permanência do conteúdo

popular e os planos previstos pelo sistema político ilustram uma situação de embate entre lógicas produtivas e referências culturais:

[...] o entrecruzamento no massivo de lógicas distintas, a presença aí não só dos requisitos do mercado, mas também de uma matriz cultural e de um *sensorium* que enoja as elites enquanto constitui um “lugar” de interpelação e reconhecimento das classes populares (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 30)

No processo de reconfiguração do conteúdo televisivo a partir deste momento, o surgimento da TV Globo e suas estratégias de adaptação aos limites impostos pelo regime ditatorial se tornaram emblemáticos. Opta pela firmação de um pacto de autocensura, junto à TV Tupi (ORTIZ, 1988, p. 120), e assim conquistou importante quinhão no mercado, o que instituiria uma mudança substancial na produção televisiva brasileira.

Inaugurada em 1965, a Rede Globo de Televisão se tornou um marco no ramo dos conglomerados de comunicação a partir do fomento de um “Padrão Globo de Qualidade”, marca identitária que iria guiar sua programação e conteúdos, e pelo pioneirismo em inovação tecnológica. Se tornaria em alguns anos a referência no modo de fazer televisão e telejornalismo. A empresa Time-Life deu o determinado suporte financeiro que viabilizou a saída à frente da emissora no uso de tais tecnologias, e a influência do modelo norte – americano de televisão. “Dotada de uma mentalidade empresarial, a Globo procura planejar suas atividades a longo prazo, reinveste o lucro sobre si mesma, e apresenta novidades até mesmo no uso dos tempos comerciais” (ORTIZ, 1988, P. 138)

Inicialmente investindo na mesma fórmula das demais emissoras que veiculavam os programas de humor, musicais, programas de auditório e entretenimento¹², a Globo firmaria seu espaço na cultura televisiva mais fortemente com a estréia do Jornal Nacional, e a supremacia no investimento em teledramaturgia. O *Jornal Nacional* entrou no ar em 1º de setembro de 1969, com a proposta de “unificar” o Brasil através da notícia. Apesar de ter sido o primeiro telejornal a ser veiculado em rede, sua estrutura

¹² Um dos grande sucessos dos primeiros anos da Rede Globo foi o programa “O Homem do Sapato Branco”, apresentado por Jacinto Figueira Júnior. A atração foi a precursora das atrações que exploravam o chamado mundo – cão. Falaremos mais adiante deste programa, no tópico destinado aos programas policiais.

apresentava diferenciais, que não foram ocultados. O objetivo era criar concorrência com o jornalístico Repórter Esso, da TV Tupi, mas invertendo a fórmula, que no caso, seria apresentar matérias testemunhais, e encerrar com notícias mais leves. A Globo colocaria em sua programação o contexto dos valores da sociedade brasileira, supervalorizando alguns, e que mostrariam o seu desejo de reforço na criação de uma identidade nacional.

Com a imposição da censura às programações de televisão, a Globo opta pelo afastamento dos programas de entretenimento mais populares, característicos de sua programação inicial, que dava início à construção do novo padrão estético de qualidade televisiva. “A qualidade desejada resultava de uma diminuição da improvisação, da informalidade, do inesperado” (RIBEIRO E SACRAMENTO et al., 2010, p. 119).

O preciosismo e o rigor técnico, aliado a esta fórmula, renderam à Globo os níveis mais altos de audiência até pelo menos o início dos anos 90 tornando – a líder absoluta. Atualmente, podendo ser considerada como a mais poderosa rede de comunicação do país, a Rede Globo produz anualmente, mais de 4,5 mil horas de jornalismo e entretenimento, além de alcançar cerca de 99,5% da população do país¹³. Hoje, a Globo ainda alcança os maiores índices de audiência, não mais em números absolutos¹⁴, e a referência nos padrões de telejornalismo no país. Sua trajetória é de grande valia para a compreensão da cultura televisiva brasileira, e conseqüentemente no que toca aos programas populares.

O modelo do padrão Globo de Qualidade foi conveniente ao contexto político instaurado, e que reconfigurou as apropriações do popular pela televisão. A idéia de integração nacional e em prol de um novo perfil estético e qualitativo dos conteúdos televisivos, era obviamente, contrário aos excessos e improvisos dos programas populares. Isso significa, para Martín-Barbero (2009), dizer que “a televisão unifica para todo o país uma fala na qual, exceto para efeito de folclorização, a tendência é para

¹³ Site Memória Globo: <http://memoriaglobo.globo.com/>

¹⁴ A discussão sobre os índices de audiência na Globo nos últimos anos é feita com maior atenção em BORELLI, Silvia H S; PRIOLLI, Gabriel (coords.). A Deusa Ferida: Porque a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência – São Paulo, 2000

a erradicação das entonações regionais” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 271). Outras emissoras acompanharam a reconfiguração e investiram em uma “modernização” dos programas de auditório e variedades (RIBEIRO E SACRAMENTO et al., 2010). Alguns apresentadores foram afastados, mas um deles permaneceu, inclusive na Globo, fazendo programa popular. Silvio Santos, com o seu estilo único, por o responsável pela manutenção do popular na televisão, aos seus moldes, até criar sua própria emissora, que ocupou durante boa parte de sua história a vice – liderança, com a programação explicitamente destinada às camadas de menor renda da população.

2.1.20 SBT

O “Programa do Silvio Santos”, que chegou a ficar dez horas no ar na Rede Globo (MIRA et al., 2010), era o grande campeão de audiência da emissora. Silvo, que entre os demais apresentadores era considerado o “bom moço” (MIRA et al., 2010), era concessionário junto com a TV Globo, que então não poderia demiti-lo enquanto ao cessasse seu contrato. A relação entre Silvio Santos e Globo só termina em 1976, um ano após Silvio deixar a emissora para fundar o que daria origem à sua própria.

Em outubro de 1975, após várias tentativas, o empresário Silvio Santos consegue uma concessão do Governo para veicular sua primeira atração televisiva, em um canal do Rio de Janeiro (MIRA et al., 2010). No fim do mesmo ano, comprou o que restara da TV Continental, e conquista de vez a concessão para operar este canal e outros três antes pertencentes à TV Tupi (TV Tupi, TV Marajoara, TV Piratini), e assim formar a TVS – TV Studios, precursor do SBT. A programação inicial contava com filmes, desenhos, rápidos boletins jornalísticos, programas humorísticos e uma atração de perguntas e respostas que levava seu próprio nome artístico.

Em 19 de agosto de 1981, Silvio Santos consegue mais uma concessão para operar desta vez quatro canais nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belém, e assim formam o Sistema Brasileiro de Televisão. Com o nome “sistema”, a idéia era fazer do canal paulista a central de produções e às demais comprar ou não os

programas, “de acordo com os seus interesses”¹⁵. A programação inicial era basicamente preenchida por filmes, desenhos e o programa Silvio Santos, sem muitos destaques para o telejornalismo. Além da diversão e do entretenimento, principais investimentos da emissora, havia uma intenção em promover “difusão cultural para as classes mais populares”, que naquele momento representavam mais da metade da população do país. “O SBT passou rapidamente à condição de vice-líder do mercado, e aumentou sua participação em audiência para 30% no segundo ano de operação”¹⁶.

Até os anos 90, o SBT cresce sua participação na audiência e nos lucros do mercado televisivo investindo basicamente nos programas populares de entretenimento, e com a participação do público no auditório do estúdio. Programas como os estrelados por Hebe Camargo, Moacyr Franco e o próprio Silvio mantinham a vice-liderança. Em 1988, profissionais como Boris Casoy e Hermano Henning chegam para dar ânimo ao setor jornalístico – que até então não tinha grandes prioridades na casa - e Jô Soares e Carlos Alberto de Nóbrega chegam para comandar atrações que se consolidariam como marcos na emissora, o *Jô Soares Onze e Meia* e *A Praça É Nossa*. Ainda nos anos 80, mais precisamente em 1982, o apresentador Gugu Liberato, que comandaria uma das atrações mais populares da emissora na década seguinte e mais tarde seria reconhecido como um “pupilo” de Silvio Santos, estreia o programa *Viva a Noite*.

A emissora entra na década de 90 com 21% de participação na audiência, e alguns programas de sucesso destacado: *Programa Livre* de Serginho Groisman, o infantil *Bom Dia & Cia*, com Eliana, e o *Passa ou Repassa*, inicialmente comandado por Angélica e depois, por Celso Portioli. O bom momento permitiu que Silvio Santos explorasse o terreno das telenovelas. *Éramos Seis*, que foi sucesso na década de 80, foi reprisada com igual êxito, mas as reproduções latino – americanas, enquadradas no estilo “dramalhão” foram o grande destaque: *Rosa Selvagem*, o fenômeno *Carrossel*, e *Chiquititas* (anos 90) renderam bons momentos de audiência.

¹⁵ Trecho de “Almanaque da TV - 50 Anos de Memória e Informação”, Ricardo Xavier (Ed. Objetiva, 2000), retirado do site <http://www.museudatv.com.br/historiadasemissoras/sbt.htm>. Reprodução autorizada.

¹⁶ <http://www.sbt.com.br/institucional/>

Com a programação voltada para as classes populares, Sílvio Santos acumulava fortuna e prestígio como um dos homens mais poderosos da telecomunicação do país. O Grupo Sílvio Santos formava um conglomerado de empresas (incluindo-se o Baú da Felicidade, grande chamariz de seus programas). Com a prosperidade da TV, em 1996 Sílvio constrói o Complexo Anhangüera, área de concentração da produção e dos estúdio. “Uma área de 210.000 m², com as modernas instalações e os fabulosos estúdios da TV de Sílvio Santos”¹⁷.

A exposição de Sílvio Santos como mediador de programas e a grande empatia de comunicador tornaram-se referenciais para a emissora. A figura de Sílvio Santos é, aliás, tanto pela sua postura enquanto comunicador, quanto pela sua história pessoal, um dos delineadores mais fortes do caráter popular da emissora. Sílvio Santos nasceu em família pobre, foi camelô e se tornou um dos homens mais poderosos do país. O ato de jogar as notas de dinheiro para o público, não soavam, pelo menos em termos de audiência, inconvenientes, mas sim divertidas e altruísticas. E vale ressaltar que, “o animador é brincalhão, mas o empresário é sério” (MIRA, 1995, p. 27)

O Programa Sílvio Santos tornou-se um ícone de resistência e representatividade dentro do contexto popular da TV no Brasil, mesmo sob seus diferentes formatos – seja em quadros, seja dentro da grade. Nos anos 90, Sílvio Santos vende a TV Record, que pertencia ao conglomerado de concessões da SBT ao Bispo Edir Macedo. Na década seguinte, essa mesma TV se tornaria um peso forte na concorrência, tomando o posto de vice - liderança do SBT. No fim dos anos 90, estrelas da emissora como Jô Soares, Serginho Groisman e Angélica migram para a Rede Globo.

No final dos anos 2000, o SBT resgata os programas de auditório com as estréias dos programas de Carlos Massa, o Ratinho, e do apresentador Netinho de Paula. Em entrevista ao Jornal O Globo¹⁸, o próprio Carlos Massa afirma que outrora, Sílvio Santos teria encomendado uma pesquisa e nela, concluiu-se que a emissora era muito

¹⁷ <http://www.museudatv.com.br/historiadasemissoras/sbt.htm>

¹⁸ <http://oglobo.globo.com/cultura/revistadatv/mat/2009/04/28/sbt-volta-as-origens-com-programas-populares-apresentados-por-ratinho-netinho-de-paula-755477338.asp>

“popular” e não atraía “audiência qualificada”. “Agora, Silvio percebeu que o que o povo quer no SBT era exatamente o que tínhamos”.

Do caráter popular, alguns dos programas de temática policial no SBT se tornaram ícones de repercussão e de audiência. Dentre estes, destacamos o clássico *Aqui e Agora*, que tinha como grande marca a atuação do repórter Gil Gomes. Partindo deste exemplo, optamos por fazer um recorte da trajetória dos programas sob esta temática, contribuíram para reconfigurações atualizadas da construção do popular na televisão.

2.2 A temática policial nos programas populares

Os programas com temática policial, e que abordavam temas do chamado mundo cão se multiplicaram na grade da programação televisiva na segunda metade da década de 1960. “*002 Contra o Crime* (1965) e *Polícia às suas Ordens* (1966) na Excelsior; *Patrulha da Cidade* (1965), na Tupi; *Plantão Policial Canal 13* (1965-1966) na Tv Rio; e *A Cidade Contra o Crime* (1966), na Globo” (RIBEIRO E SACRAMENTO et al., 2010, p. 111). O programa *O Homem do Sapato Branco* é considerado o primeiro a experimentar, literalmente, uma abordagem baseada nas situações do chamado “mundo – cão”, que diz respeito, basicamente, à exploração das mazelas sociais, dos pobres, das baixarias, dos pormenores da vida íntima. A expressão fora criada por Jacinto Figueira Júnior, apresentador da atração. O título, criado pelo próprio apresentador, fazia referência aos profissionais de saúde, “pessoas que realmente desejam o bem dos outros”¹⁹. O sucesso do programa, que estreou na TV Bandeirantes em 1967 e passou a ser veiculado na Globo nos dois anos seguintes, superou a censura da Ditadura Militar, que proibiu sua veiculação por enquadrá-lo como “sensacionalista”, e voltou nos anos 80 a ser veiculado no SBT e na Record.

Em 1979, antes ainda do retorno do “homem do sapato branco”, um outro programa criaria raízes dentro do estilo que culminaria nos programas policiais. O *Povo na TV* veiculado inicialmente na TV Tupi, se tornou na TVS, antiga SBT, já nos anos

¹⁹ <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-241589,00.html>

80, uma forte lembrança entre os primórdios das atrações do “mundo-cão”²⁰. Neste mesmo ano, um dos maiores fenômenos entre os programas policiais estrou, na TV Tupi. O *Aqui Agora* funcionou como uma espécie de embrião de *O Povo Na TV*, pois tinha dois dos mesmos apresentadores, Wagner Montes e Cristina Rocha. Como migraram para a TVS, o programa acabou e só retornou em 1991, no já SBT.

O *Aqui Agora* era apresentado como "*um jornal vibrante, uma arma do povo, que mostra na TV a vida como ela é!*" (CAMPELLO, 2008). O foco eram reportagens policiais, mas apresentava outras editorias, além de versões irônicas e de teor humorísticos nos espaços dedicados à previsão do tempo e aos comentaristas. Eugênio Bucci, citado por Alexandre de Assis Campello, afirma que o sucesso do programa era confirmado pelos índices de audiências alcançados, após um ano de sua exibição, com uma média que chegava à metade do que a Globo alcançava no mesmo horário dentro da grande São Paulo (BUCCI, 1993 *apud* CAMPELLO 2008). “O mais curioso é que as cenas de tragédia asseguravam ao programa um aumento de 33 pontos na audiência, segundo o Ibope”. (CAMPELLO, 2008, p. 84). As estratégias utilizadas pelo programa, para além da estrutura de telejornal, baseavam-se em uma construção de realidade e movimento que lhe resultavam em uma imediatividade e confiabilidade do público, com o uso do plano-sequência, câmera tremida e edição com uso de elementos que remetam ao suspense. O programa foi acusado algumas vezes de exploração sensacionalista, e acabou perseguido principalmente a partir do regime de Ditadura Militar. A crise da TV Tupi levou-o ao SBT, onde passou por reformulações, nova onde de críticas, altos e baixos de audiência. Para Marco Roxo,

O que incomodava no “Aqui Agora” era o fato de ele ser jornalístico. Diferentemente de “O Povo na TV”, híbrido entre programa de auditório e jornalismo comandado por um não-jornalista, “Aqui Agora” foi pensado e elaborado por jornalistas profissionais (ROXO et al. 2010, p. 189).

O *Aqui Agora* ficou no ar até 1997, quando os índices de audiência começam a cair. Em 2008, Silvio Santos decide resgatar o programa em uma versão aparentemente repaginada (já que vários recursos como trilhas e logo da primeira versão foram

²⁰ “O time de apresentadores era formado pelo ex-galã de fotonovela e amigo de policiais Wagner Montes, Cristina Rocha e Sérgio Mallandro. O programa, ao vivo, tinha ainda um curandeiro, Roberto Lengruber, preso no ar por charlatanismo.” ALZER, Luiz André e CLAUDINO, Mariana. **Almanaque dos anos 80**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005, p. 67

utilizados) com quatro apresentadores de pé, mas o índice de audiência não foi o esperado e o programa saiu do ar a pouco mais de um mês da estréia²¹. Esta última versão, apagada, não exclui da memória da televisão brasileira as marcas da irreverência dos “anos de ouro” do programa.

Nascido em televisão no mesmo período em que a versão inicial do Aqui Agora foi ao ar – final dos anos 70 – um outro programa de cunho policial fez sua história, nesse caso ainda mais expressivamente por conta de seu apresentador. Luiz Carlos Alborghetti estreou o *Cadeia* inicialmente na Rádio Tabajara da cidade de Londrina, Paraná, relatando crimes. Tamanho o sucesso, passou a ser veiculado em uma emissora local e em 1982, ampliou a exibição para todo o Estado. Neste mesmo período, Alborghetti entra para a política (elegeu-se vereador e depois deputado estadual por duas vezes), mas em 1992 retoma à televisão. O programa *Cadeia* se tornou *Cadeia Nacional*, através do sinal da Rede OM de Televisão, com várias afiliadas espalhadas pelo país.

Com uma toalha branca no ombro e óculos na ponta do nariz, Luiz Carlos Alborghetti introduziu um discurso no melhor estilo à favor da “moral e dos bons costumes”²². Autor de bordões como “bandido bom é bandido morto”, ou “Cadeia para vocês, vagabundos”, Alborghetti bradava contra políticos, autoridades e anônimos e batia na mesa como forma de protesto e indignação aos próprios crimes e situações que narrava. Carlos Massa, o Ratinho, que mais tarde seria um dos propagadores de seu estilo, foi um de seus repórteres. O programa durou dois anos, quando Alborghetti se afastou mais uma vez para concorrer às eleições. Ocorreram novas tentativas frustradas de retorno do programa à televisão, e por fim, manteve-se uma versão para a internet, que permaneceu no ar até pouco antes da morte de Alborghetti, em dezembro de 2009.

²¹ Reportagem do Jornal Folha de S. Paulo na internet aponta que, segundo a própria emissora, Trata-se de um programa muito caro, que não atrai anunciantes suficientes e tampouco dá a audiência esperada”. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u391211.shtml>

²² “Eu sou contra o crime organizado, contra as drogas, enfim, eu sou contra todas as formas de violência que venham a desintegrar a moral e os princípios da família brasileira. Eu criei isso no rádio. Eu criei isso na televisão. Eu criei isso na internet”, disse Alborghetti, em entrevista para um fã que mantém um site em sua homenagem. Disponível em <http://alborghetti.wordpress.com/autobiografia/>

A partir dos anos 90, os programas voltados quase que exclusivamente para a temática policial, formatados sob os moldes clássicos e habituais de um telejornal, proliferaram nos canais televisivos de todo o país. “(...) os telejornais policiais surgem em oposição a um modelo de jornalismo televisivo, ainda tributário do período do período de regime militar, no qual não havia espaço na telinha para um tipo de representação social brasileira” (CAMPELLO, 2008, p. 16). Alexandre de Assis Campello aponta ainda três possíveis interferências, no que tange ao contexto sócio – cultural do país, que viabilizariam o lugar destes programas: a prática do chamado “jornalismo verdade”, em resposta a um modelo padronizado e engessado de se fazer telejornalismo; o crescente aumento da violência e descrença nas instituições civis por parte da própria população; e a disputa pela audiência da televisão aberta, uma vez que nesta década inserem-se as televisões pagas no mercado. (CAMPELLO, 2008, p. 39)

Nesta década concentram-se maior número de programas que se encaixam neste estilo. Entre os destaques estão o *Cidade Alerta*, que estreou em 1995 na Rede Record, o *Programa do Ratinho*, com estréia em 1998 no SBT (antes, em 1997, surgiu como *Ratinho Livre* na Rede Record), e o *Brasil Urgente*, que estreou em 2005 com José Luiz Datena, apresentador que continua à frente da atração atualmente. A estes soma-se ainda o *Linha Direta*, exibido pela Globo entre 1998 e 2008. “No caso do Brasil, o crescimento destes programas é comumente associado a um pequeno aumento do poder aquisitivo das classes populares nos últimos anos e ampliação dos domicílios com televisão” (FRANÇA, 2006, p. 40). O *Linha Direta* não se enquadraria numa perspectiva de telejornal, mas sinala para o fato de quem nem mesmo a emissora líder de audiência deixaria de exibir algo dentro da temática. Sua primeira exibição, em caráter experimental no ano de 1990, é apontada ainda por Campello como experiência significativa no crescimento de tais telejornais no país (CAMPELLO, 2008, p. 31).

2.3 Programas populares na Bahia

Se os programas populares, com o conteúdo voltado para o entretenimento a exemplo dos shows de calouros e variedade, começaram a história da televisão no país, na Bahia não foi diferente. Os primeiros sinais de transmissão de TV na Bahia ocorreram em 1956, com imagens da Igreja de Nossa Senhora da Conceição da Praia, no dia da Santa Padroeira, 08 de dezembro de 1956. A experimentação foi como um

teste inicial para a implantação da primeira emissora baiana, a TV Itapoan, inaugurada oficialmente no dia 19 de novembro de 1960, e integrante das emissoras do conglomerado Diários Associados, de Assis Chateaubriand. O Grupo ainda era dono da Rádio Sociedade, implantada em 1924, a primeira local.

O atraso de dez anos da chegada da TV é apontado por alguns estudiosos como adendo de um atraso industrial e tecnológico sofrido pelo estado. Albino Rubim (2003) caracteriza o período como o de “uma incipiente cultura midiática, ainda destituída de uma lógica produtiva específica” (RUBIM, 2003, p. 103). A programação, que no início contava com reproduções locais dos programas nacionais – já que era muito difícil a chegada a tempo de outras praças – a exemplo do Repórter Esso. Logo as produções locais de variedades entravam na grade: programas de calouros como *O Céu e o Inferno*, *Show dos Novos* e um pouco depois, o dominical *Escada para o Sucesso*, que revelava talentos e era apresentado por Newton Paes então diretor da TV Itapoan (ARAGÃO, MENEZES E SANTOS, 2006, p. 38).

A segunda emissora, a TV Aratu, só chegou nove anos depois, mas com aparelhos mais modernos e novas tecnologias de transmissão. Nos anos 80 é que chegam as três outras emissoras, TV Bandeirantes, TV Bahia e TV Educativa, esta de caráter público-estatal e sem pretensões de concorrer no mercado movimentado pelos números da audiência.

Observa-se aí então que a concorrência entre as emissoras privadas na Bahia só fica acirrada a partir dos anos 80, quando a programação local recebe novos investimentos e atenções às demandas da população, nos telejornais e nos programas de variedade. Antes disso, a grade era principalmente marcada pela retransmissão das emissoras nacionais – os sinais da Rede Globo, da TV Manchete, da CNT, do SBT -, filmes e programação infantil. O título dado a Salvador como Patrimônio Histórico da Humanidade, pela UNESCO, reforça a criação de uma idéia de “baianidade” a ser difundida nos telejornais baianos (ARAGÃO, MENEZES E SANTOS, 2006).

Mas obviamente que algumas produções deste período marcaram presença no embrião do telejornalismo popular, tal qual o produzido nos moldes de hoje. Um deles é *O Povo na TV*, que na versão local, era apresentado por Ivan Pedro, Cristóvão

Rodrigues, Gérson Macedo e Raimundo Varela, aquele que viria a ser um dos ícones do telejornalismo popular na Bahia.

Depois deste programa, a participação de Raimundo Varela agradou na audiência e deu margem para iniciar o projeto pessoal de desenvolver um programa de serviços que tivesse um teor popular ainda mais forte. Passa a apresentar o programa *Balanço Geral*²³, versão televisiva para o formato que já era veiculado na Rádio Sociedade, e em 1988, apresenta-o também no rádio. O *Balanço Geral* fica no ar até 1990, quando Raimundo Varela se afasta da emissora por conta de divergências com o seu então proprietário Pedro Irujo, e passa a outra emissora. O retorno acontece em 1997, quando a TV Itapoan é vendida ao Grupo do Bispo Edir Macedo, já detentora da Rede Record de Televisão. O *Balanço Geral* é apresentado até os dias de hoje, com o próprio Raimundo Varela. Ele chegou a se afastar para concorrer às eleições²⁴, como candidato a prefeito de Salvador, mas como a candidatura não foi à frente, retornou à televisão.

Em análise dos telejornais locais, a pesquisadora Kátia Morais identificou, a partir de uma amostra de entrevistados, quais os conteúdos se destacavam em cada uma das emissoras. A temática policial aparece como destaque em todas as edições analisadas, e também como maior influência diante dos telespectadores. Como hipóteses para esta pesquisa, a autora oferece três opções:

Primeiro, o alto índice de matérias policiais veiculadas pelas emissoras pode decorrer do fato de as mesmas priorizarem as informações obtidas com os

²³ “O *Balanço Geral* na TV, assim como o formato da rádio, diariamente cedia espaço para as reivindicações da população através de reportagens, gravadas antecipadamente; além de apresentar notícias do tipo sensacionalista com os fatos do dia-a-dia da cidade (factuais), entre elas: acontecimentos policiais adjetivando os bandidos com jargões próprios (“malandreco, filho de mãe infeliz, capeta desgarrado, exum desmamado etc”), problemas sociais, greves e o quadro conhecido como Clipe-Reclamação (vídeo-clipe musical que era produzido a partir da letra de uma música com caráter de protesto, retratando os problemas da cidade e/ou da população). Toda sexta-feira, encerrava o programa com um artista musical”. Descrição do Wikipedia, disponível em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Balanço_Geral_\(Bahia\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Balanço_Geral_(Bahia))

²⁴ A participação de apresentadores e repórteres de programas populares na política é um fato notório. No cenário nacional, os mais conhecidos que conseguiram exercer carreira na política foram Luiz Carlos Alborghetti, do programa *Cadeia* – conforme já citamos anteriormente – e o deputado Celso Russomano, que iniciou a carreira em *O Povo na TV*, da TVS, programa também citado anteriormente. Somente na Bahia, três candidatos ligados a programas televisivos concorreram às eleições neste ano de 2010: O delegado de polícia Deraldo Damasceno, figura carimbada nos programas policiais, Uziel Bueno, ex-apresentador do *Na Mira*, e Sheila Varela, esposa de Raimundo Varela e repórter do programa *Balanço Geral*. Todos dois disputam vaga como Deputado Estadual, mas apenas Deraldo Damasceno elegeu-se.

órgãos policiais através da ronda, sendo as mesmas tratadas como de maior interesse jornalístico, em detrimento das demais áreas. Numa segunda hipótese, a alta recorrência de matérias desse tipo pode ser uma comprovação do agenda *setting*, onde uma emissora passa a explorar tal área por conta de o mesmo ocorrer com uma emissora concorrente. Numa terceira hipótese, o quadro pode refletir o que, para os veículos, se caracteriza como a realidade da cidade de Salvador (MORAIS, 2009, p. 10/11)

No percurso que delinea a dinâmica dos programas populares televisivos na Bahia, observa-se então a presença da temática policial. Antes da TV no entanto, mais precisamente na década de 60, um programa estritamente policial fazia história do rádio baiano.

2.3.1A presença do rádio

O rádio teve uma presença efetiva no advento da comunicação massiva na Bahia. A primeira rádio a operar na Bahia foi a Rádio Sociedade, que iniciou suas atividades em 1924. Em seguida, vieram as emissoras Excelsior, em 1944, e a Cultura, em 1950.

Inicialmente, a programação da Rádio Sociedade – que levava este nome por conta do grande número de grupos que associados, configuravam como proprietários da emissora – era basicamente musical, com músicas clássicas e um “repertório popular” com tangos argentinos e chorinhos regionais. “Nada a ver com conteúdos jornalísticos, apenas referências culturais”, conforme o site da própria emissora. Com o passar dos anos, a grade teve de passar por modificações, por conta das emissoras concorrentes que surgiam, em segmento AM e FM, e da própria televisão mais tarde²⁵.

Após a década de 60, as rádios aproveitaram sua programação musical para se transformarem em um espaço à parte na transmissão dos shows de auditório que começava a despontar nas transmissões televisivas. Mas o que sustentaria o universo da rádio, principalmente as AMs como a Sociedade – que detinha até meados da década de 80 a liderança absoluta da audiência (RUBIM, 2003) – foi a popularização dos programas esportivos e policiais. Em 1968 a Sociedade estréia o programa *Sociedade*

²⁵ A primeira transmissão de rádio FM no Brasil se deu em 1955 pela Rádio Imprensa, no Rio de Janeiro (<http://www.brasilcultura.com.br/perdidos/historia-do-radio-am-no-brasil/>) e na Bahia, a primeira transmissão FM foi feita com a inauguração da Itapoan FM, em 1977 (<http://www.itapoanfm.com.br/2010/index.php?menu=aradio>).

Contra o Crime, “trazendo informações policiais regadas de humor e sarcasmo”²⁶. O programa, que tem os mesmos apresentadores desde 1971, torna-se uma referência dos programas policiais que serão veiculados no rádio e também na televisão, influenciando desde a criação de personagens para tratar de forma irônica as ocorrências policiais, até o horário para veiculação de tais programas – já que o horário do meio-dia se tornou popularmente conhecido como o “horário nobre” da televisão baiana²⁷.

A partir da década de 80, quando aumenta o número de emissoras televisivas no estado, cresce também o número de rádios FM e a programação de ambos se modificam em consonância com um novo status cultural que começa a ser dinamizado por, entre outros fatores, o surgimento do “Axé Music”, dos blocos Afros como o Ilê Ayê, e a popularização – agora em nível nacional – do carnaval. “Não por acaso, as mídias baianas, em especial a televisão, têm investido em programações, dentro e, principalmente, até fora da tela, impregnadas por essa cultura afro-baiana”. (RUBIM, 2003, p. 115). O rádio, então, acompanhando as tendências televisivas, resgata aqueles que agora voltavam a ser os mais populares da TV local, os programas esportivos e os policiais. Entre os sucessos deste momento atual do rádio, estão os programas *Se Liga Bocão*, apresentado por Zé Eduardo e que tem uma versão para a TV, e o *Acorda Pra Vida*, antes apresentado por Raimundo Varela e agora por Uziel Bueno.

2.3.2A TV Aratu

Com o Slogan “TV Aratu – A Nova Imagem da Bahia”, a segunda emissora de TV no estado chegava com o propósito de agregar público através de uma programação diversificada, com qualidade de imagens, e que desse espaço aos conteúdos locais (BUENO, 2004). O nome, que inicialmente seria de TV Independente, foi mudado para

²⁶ Segundo a descrição no blog do programa, “O Sociedade Contra o Crime foi responsável por alertar para os perigos da bandidagem e criar o personagem Mão Branca, que sobrevive até hoje nas delegacias da cidade. Atualmente os personagens Cecéu e Zé Grilo, Maricota, Jatobá e Massaranduba, além de Manda Ver, Françonete e Miguelina fazem a festa dos ouvintes e deixam muitos bandidos com os cabelos em pé”. (<http://www.rádiosociedadeam.com.br/capa/sociedadecontraocrime/post.aspx?nid=18687>)

²⁷ A referência ao horário nobre da televisão baiana aparece nesta bibliografia em BUENO, 2004, mas tomamos como um referencial o desenvolvimento dos telejornais locais neste horário. A influência nos programas televisivos pode ser ilustrada através do resgate do personagem “Mão Branca”, do *Sociedade Contra o Crime*, e que atualmente aparece – apenas através de uma mão trajando uma luva branca – no programa *Se Liga Bocão*, da TV Itapoan.

fazer referência a uma conquista econômica do estado, a implantação do Centro Industrial de Aratu. Durante dezesseis anos, retransmitiu o sinal da Rede Globo. Com a chegada da TV Bahia, que conquistou a concessão para o sinal da Globo, a TV Aratu passou a retransmitir a programação da TV Manchete, mudando em 1995 para a CNT. Dois anos depois, tornou-se afiliada do SBT, e permanece até os dias de hoje. As marcas da emissora nacional logo passaram a caracterizar as ações e a programação local.

Programas com a cara do público local e a participação ativa da população de Salvador tornaram-se uma marca da TV Aratu. Não demorou muito, para a emissora cair no gosto popular. A Ginkana, A Noite dos Namorados, A Missa do Galo, a Maratona da Bondade e o Arraial do Galo lotavam ginásios e ruas onde eram instalados os concursos e apresentações, muito bem recebidos pela platéia, ávida por alguns minutos de fama (ARAGÃO, MENEZES E SANTOS, 2006, p. 56).

A forma como a TV Aratu constitui o seu pacto com a audiência, de participação popular através das festas, jogos e premiações, Muniz Sodré e Raquel Paiva (2009) situam como uma estratégia controladora das elites às expressão cultural popular, largamente utilizada, retrabalhadas e reproduzidas pelos meios de comunicação massivos, em especial a televisão. “A estratégia básica consistia em traduzir para o espaço televisivo o *ethos* festivo de praça pública já presente nos programas de auditório radiofônicos” (SODRÉ E PAIVA, 2002, p. 111).

O fato de a TV Aratu ser a retransmissora do sinal da Globo nos anos iniciais proporcionou algumas ações pioneiras em torno da tecnologia, como a primeira transmissão a cores, através da novela *O Bem Amado*, em 1973, e o repasse da programação da Globo através do sistema de microondas, vindo da filial em Recife. Mas foi a partir do vínculo com o SBT que os índices de audiência da TV Aratu se firmaram, fazendo com que a emissora recuperasse a vice – liderança local, e retransmitisse o sinal via satélite para grande parte das cidades do interior do estado. A superação na audiência só seria afetada com a retomada da TV Itapoan, quando sua afiliada Record passa a ser comandada pelo Grupo da Igreja Renascer, que adota uma postura mais ofensiva em torno da disputa pela liderança com a Rede Globo.

O investimento nos programas populares, tal qual a sua emissora afiliada em rede nacional, se torna prioritário na TV Aratu. O fenômeno dos programas policiais também

é acompanhado, em especial para o chamado “horário nobre” da audiência local. Atualmente fazem parte da grade da emissora os programas Bom Dia Cidade, Que Venha o Povo, Na Mira, Aratu Notícias 1ª Edição, A Hora do Povo, Aratu Notícias 2ª Edição, e Quem Sabe Mais?, no estilo *game show*. Tomamos aqui o programa Na Mira como um referencial. O programa recupera os níveis de audiência do horário do meio dia da TV Aratu, e provoca repercussão a partir do momento em que o Ministério Público da Bahia interfere, pede a suspensão do programa, por considerá-lo de conteúdo impróprio e demasiadamente violento para o horário.

2.3 Debates em torno do popular

A partir deste breve percurso que retoma a presença dos programas populares na televisão, no âmbito local e nacional, identificamos as marcas que especificam estes produtos enquanto populares. A televisão no Brasil nasce comercial e ao mesmo tempo “popular” o que evidencia um conflito simbólico entre os dois campos de interesses. O mapa das mediações de Martín-Barbero (2009) nos fornece as pistas para compreender esta interação. Quando os programas populares são rechaçados a partir de uma reconfiguração política e industrial, e depois voltam, estamos observando relacional entre as matrizes culturais que permitem a sua volta e aceitação por parte da audiência, ao mesmo tempo em que negocia com as competências de recepção e também as lógicas de produção.

Nesse processo as matrizes culturais ativam e moldam o *habitus* que conformam as diversas Competências de Recepção. A *institucionalidade* tem sido, desde sempre, uma mediação densa de interesses e poderes contrapostos, que tem afetado, e continua afetando, especialmente a regulação dos discursos que, da parte do Estado, buscam dar estabilidade à ordem constituída e, da parte dos cidadãos – maiorias e minorias –, buscam defender seus direitos e fazer-se reconhecer, isto é, re-constituir permanentemente o social (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.17/18)

De outra forma, também o conflito relaciona, em um movimento diacrônico, as matrizes culturais e os formatos industriais, quando mesmo a partir de rupturas, não prescinde dos elementos culturais e simbólicos: o melodrama, a narrativa, as estratégias de simulação do contato, do texto verbal, e de proximidade, a estética da repetição.

A perspectiva dos estudos culturais, que considera os movimentos sociais, históricos, econômicos e culturais para a compreensão do fenômeno das práticas de comunicação massiva, reconhece o popular naquilo que diz respeito ao massivo. No entanto, vemos que a reconfiguração em torno do que seria um programa popular na televisão assume uma perspectiva, a partir da valorização do aspecto político – estético apoiado nas matrizes do populismo e do grotesco. Vejamos por exemplo a conotação que adquirem os programas populares nos anos 50 e na atualidade. Antes, eram populares porque reuniam a família, que usufruía junto do entretenimento e da abordagem dos temas ordinários. Hoje, o popular passa a ser identificado pejorativamente por marcas genéricas e categóricas de seu conteúdo: sensacionalismo, predileção por temas fúteis ou da vida particular, audiência das camadas mais populares da sociedade, todas quase sempre associadas à má qualidade. E para além dessas marcas, o povo – principal componente ou razão de ser desses programas – aparece sob a nova condição de “representante dos anônimos”, como sugere Vera França.

Não se trata exatamente do ‘homem’ ordinário, do representante da porção comum e mediana da humanidade. É uma figura mais marcada – marcada pela falta: falta de beleza, de glamour, de excepcionalidade e, na maioria das vezes, falta das condições mínimas de sobrevivência (FRANÇA, 2004, p. 1)

E o que há de popular nos programas policiais teriam de popular? Considerando então, a estética televisiva pela qual o popular vem sendo apreendido, é possível observar como as estratégias de produção estão associadas às matrizes culturais e às práticas comunicativas não só do Brasil, mas dos países latinoamericanos. Os programas de temática policial, como pudemos observar, vem sendo formatados a partir desta estratégia, em que ambas referências são negociadas.

O uso da estética grotesca, do melodrama, das performances exageradas e de caráter sensacionalista foi primordialmente extirpado, depois remodelado, mas nunca abandonado. Talvez porque “[...] o sensacionalismo, mais do que ser uma perversão e uma fonte de exploração da miséria humana, está indissociavelmente associado a uma forma ancestral de se contar histórias” (ROXO et. al 2010, p. 180). Olhando particularmente para o melodrama, e considerando o seu lugar nos produtos massivos populares, Barbero localiza a sua apropriação como a do excesso de gestos, a expressão

de sentimentos em uma cultura que não pôde ser “educada” pelo padrão burguês (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 167).

Especialmente nas sociedades latinoamericanas, o caráter político populista é outra marca forte que aparece na construção dos programas populares, a partir de uma ligação histórica e social. Principalmente a partir da performance de seus mediadores, e da importância que assumem, convocam um debate político não em torno da sociedade, mas uma mistura entre os elementos do assistencialismo e da vigilância para impor-se politicamente na representação do interesse público. Para Barbero, o populismo “será então a forma de um estado que diz fundar sua legitimidade na ascensão das aspirações populares e que, mais do que uma estratégia a partir do poder, resulta como uma organização do poder que dá forma ao compromisso entre massas e Estado”. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 224/225). As tradições do coronelismo e o fato de que duas das emissoras locais na Bahia – TV Aratu e TV Bahia – serem ligadas a famílias de grupos políticos não estão apenas coincidentemente ligadas às formas como se configura o popular, distintamente em cada uma delas.

O caráter estético do grotesco ganha o destaque quando, na contemporaneidade, os programas populares são comumente associados àqueles que operam sob a fórmula do riso aliado ao espectro animalesco, e do chocante:

Esses elementos fazem-se presentes, como se fossem cláusulas contratuais, no “contrato de leitura” que a televisão estabelece com o seu público. [...] De fato, o sistema televisivo-mercadológico constituiu esse público que, ao longo dos anos, tornou-se ele próprio “audiência de tevê”. Os arautos do moralismo culturalista tendem a explicar o fenômeno pela vitimização do público: a massa analfabeta e socialmente desarraigada seria “vítima” de um sistema absolutamente perverso, que poderia, mas não quer, oferecer uma programação formativa, de nível cultural mais “elevado” (SODRÉ E PAIVA, 2002, p. 133).

A discussão sobre os programas populares, entre os quais se encaixam os programas policiais, é possível no âmbito dos estudos culturais a partir do momento então que reconhecemos a estratégia de apropriação adotada pela indústria televisiva, e a partir do momento em que nos propomos a reconhecer os pontos de tensão que ilustram a negociação entre as matrizes culturais, as apropriações conceituais e os modos de fazer, ou melhor as lógicas de produção.

Diante desta perspectiva que assume os programas populares na televisão, das críticas e níveis de audiências, somam-se a eles, no âmbito da pesquisa em comunicação, as discussões em torno da qualidade e da ética nestes programas.

Segundo Gomes (2006), a discussão sobre a qualidade no telejornalismo no Brasil tem frequentemente se baseado na discussão de quatro eixos: a desregulamentação e concentração da propriedade dos canais de TV por fortes grupos político-econômicos e/ou familiares; a função social do jornalismo; a popularização da audiência e a qualidade técnica, em especial a qualidade de imagem e som. (GOMES, 2006, p. 3). No entanto, se consideramos movimentos históricos e as reconfigurações dos valores entre comunicação e sociedade, chegamos ao impasse de que, para então avaliar a qualidade, tenderíamos a caminhos extremistas que consideram ou a televisão nos padrões da chamada norma culta, ou empilhar exemplos comerciais, populares, de baixa qualidade. Para João Freire Filho (2001), “o discurso moralizante sobre qualidade se caracteriza pela monomania e pela estreiteza de seu horizonte de expectativas” (FILHO, 2001, p. 92).

A discussão sobre a ética dentro destes programas resgata a discussão sobre os valores que institucionalizam o jornalismo enquanto campo profissional e prática socialmente reconhecida, “revigorar conceitos como compromisso e responsabilidade social, expressos tão claramente nos códigos de ética jornalística” (KARAM, 2004, p. 123). Pensando nas características levantadas por Araújo (2006) em relação às características centrais dos programas populares contemporâneos, vemos um cenário de embate: práticas que desafiam a qualidade (de que falamos há pouco) e os princípios da atividade jornalística. Neste sentido que Francisco Karam alerta que:

“[...] os códigos éticos e a profissão jornalística correm o risco de não serem mais aquilo que se apregouo tanto durante todo o século XX e caminhar em direção à “marquetização” da realidade, a ante-sala do simulacro do real, a sala efetiva do marketing da comunicação, a nova retórica” (KARAM, 2004, p 130)

Ora, já vimos que todos estes riscos estão presentes nas tensões que se estabeleceram (estabelecem) historicamente entre cultura, comunicação e sociedade. Renegá-los nos conduz ao mesmo movimento ambíguo que a formulação de conceito popular pressupõe: afinal, dizer o que é certo do que se faz do jornalismo, ou considerar tudo o que está sendo feito, sem distinções? Em nenhuma das duas hipóteses

encontramos uma situação que dê conta da complexidade que comunicação e sociedade protagonizam em suas relações, nem mesmo quando especificamos para os produtos jornalísticos televisivos. Não estamos dizendo que devemos excluir o debate sobre os valores e princípios, mas que a concentração apenas neles nos impede de ampliar o debate e olhar para as demais interações, ou melhor, para as mediações.

3. NA TELA, NA MIRA

O programa Na Mira estreou na TV Aratu no dia 18 de Agosto de 2008 com exibição diária, a partir das 7h e com duração de vinte e cinco minutos. Na grade de programação, estaria inserido como atração anterior ao programa “Bom Dia Cidade”, noticiário apresentado por Fernando Santana, à época exibido às 7h25 e com foco nas notícias sobre o município de Camaçari e região metropolitana. A faixa matutina da programação televisiva é geralmente dedicado à exibição do tipo “primeira edição” dos telejornais locais, e sendo assim, o contexto em que está inserido indica que o Na Mira assume a condição de oferecer aos telespectadores as principais notícias ambientadas na capital, embora a proposta seja a de ser um noticiário policial com foco em “notícias exclusivas sobre a situação da segurança pública do estado”²⁸.

A temática policial dentro dos noticiários televisivos já não é neste momento visto como uma novidade para o telespectador das emissoras locais, conforme já exploramos no capítulo anterior. A aposta na nova atração vinha através de dois pontos: exclusividade na abordagem temática (apenas policial, já que os noticiários populares que ocupam a faixa horária do meio – dia também o exploram, mas em meio a outras editorias), e Uziel Bueno, que acumulava experiência na emissora como repórter policial e como apresentador.

Uziel Bueno, então com doze anos de trabalho na emissora em que começou como estagiário, estreou como repórter policial do programa “Se Liga Bocão” que saía do rádio para estrear na televisão em agosto de 2006. O radialista Zé Eduardo, o Bocão, após uma polêmica denúncia de envolvimento em um esquema de extorsão a empresários, deixa a emissora em dezembro de 2007. Em janeiro do ano seguinte, A TV Aratu apresenta no mesmo horário um noticiário semelhante à atração, com o nome “Que Venha o Povo”, inspirado no bordão utilizado pelo lendário radialista Zé Bim, antes exercendo a função de repórter no “Se Liga Bocão”. Uziel Bueno assume como

²⁸ http://www.aratuonline.com.br/2009/programas_namira.html. Acessado em 31/10/2009

apresentador do programa por dois meses, até a chegada do jornalista Casemiro Neto, que assume o comando do noticiário em fevereiro de 2008²⁹

O retorno de Uziel Bueno acontece com a estréia do Na Mira, em que assume o posto de âncora ideal. O vínculo com a temática vinha através da experiência como repórter policial, e do título de “Amigo da Polícia Militar”, recebido em abril de 2008, e que se caracteriza como uma homenagem concedida àqueles que prestaram serviços relevantes à sociedade e instituição policial, em determinado ano. O título seria referente ao relacionamento estabelecido com a polícia através do trabalho na emissora, e nesta situação, aparece como um artifício de “credibilidade” formalizado ao jornalista, perante à instituição policial.

O programa alcança bons índices de audiência³⁰ e em dezembro de 2008 passa a ser exibido no horário de 13h, logo após a exibição do noticiário “Que Venha o Povo”, comandado pelo jornalista Casemiro Neto e até então principal novidade e trunfo concorrencial da emissora dentro daquela considerada a principal faixa horária da programação local. O sucesso do programa permite que o seu espaço seja ampliado para uma hora, e o horário matinal é mantido para a exibição de reprises. Em 2009, o programa mantém os bons índices de audiência registrados pela emissora, que nos últimos anos oscilava entre as terceiras e quartas colocações nesta faixa horária, e com o Na Mira, alterna entre o topo e a vice - liderança.

O programa caracteriza-se basicamente pelo acompanhamento e cobertura de crimes ordinários e operações policiais, e habituais entrevistas aos detidos. O diferencial viria através do *tom* como Uziel Bueno conduz a atração – mais duro, mais incisivo e mais ousado do que os demais apresentadores – e nas reportagens realizadas por ele mesmo. Há também uma tentativa de “acidificar” o conteúdo do noticiário, através da exibição de cadáveres em via pública resultantes de homicídios e ou acidentes reportados pelo programa. As estratégias vêm em nome da linha editorial adotada, que

²⁹ Em SANTOS M, 2009, análise do modo de endereçamento dos programa Que Venha o povo, no período apresentado por Uziel Bueno.

³⁰ Em janeiro de 2009, o programa registrava media diária de 19 pontos no Ibope com picos de 23. <http://audienciav-ibope.blogspot.com/2009/01/pograma-da-recordbahia-desbancado-por.html>

prevê “ir além da notícia” e delimitar o que realmente deveria estar no centro, ou melhor, “na mira” do debate em relação à violência e segurança pública.

O crescimento da audiência eleva as reações e especulações que operam em movimentos contrários de aprovação e reprovação. Em abril de 2009, após oito meses de exibição, o Ministério Público da Bahia entra com uma ação judicial contra o programa que acarreta na suspensão de sua exibição por três dias³¹. Em maio, a emissora opta por fracionar a exibição do programa e cria o Boletim Na Mira, exibido às 11h45 e com quinze minutos de duração e a segunda parte do programa entra às 12h55, que permanece com uma hora de exibição. Em agosto do mesmo ano, a Campanha “Quem Financia a Baixaria é Contra a Cidadania”, organizada pela Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara dos Deputados, classificou o programa na quarta posição do 16º Ranking da Baixaria, que reúne as atrações que mais receberam críticas e denúncias dos telespectadores em relação ao uso da violência, apelo sexual e demais conteúdos classificados como antiéticos³².

O recorte feito para o corpus deste trabalho busca captar o(s) modo(s) de endereçamento deste programa, em duas fases, observando as relações, estratégias e nuances estabelecidas com a audiência, com o contexto da produção televisiva local e as discussões em torno do jornalismo popular e da cultura popular. O período selecionado para a primeira parte desta análise, as edições entre os dias 19 e 21 de abril de 2010, apresenta uma especificidade: situa-se a cerca de um mês antes do apresentador deixar o programa para candidatar-se a um cargo político na esfera estadual, fator que limita e ao mesmo tempo amplia as discussões em relação ao seu endereçamento. Na segunda parte desta análise, selecionamos o período de 13 a 24 de setembro de 2010 para observar a continuidade e/ou mudanças destas estratégias do programa, após a mudança de apresentador.

³¹ O programa foi suspenso em 16 de abril de 2009, e no dia seguinte anunciou a assinatura de um Termo de Ajustamento de Conduta junto ao Ministério Público, garantindo a continuidade de sua exibição. <http://www.mp.ba.gov.br/imprimir.asp?cont=1489>

³²

<http://www.eticanatv.org.br/index.php?sec=2&cat=5&pg=2&ano=a86de05666983f9e73653e9876ef40e4>. O Centro de Comunicação Democracia e Cidadania da Universidade Federal da Bahia, vinculado a Faculdade de Comunicação, também fez estudos sobre o programa Na Mira, tendo como uma das prerrogativas a classificação deste ranking. <http://www.ccdc.ufba.br/>

3.1 “Na Mira”, com Uziel Bueno

Se a proposta é apresentar uma perspectiva mais “arrojada” ou até mesmo alternativa aos padrões estéticos que identificam a emissora líder de audiência, algumas referências padronizadas no telejornalismo brasileiro são dispensadas: uma bancada, e um apresentador comportadamente sentado, efeitos de edição que embelezam a imagem, notícias leves para encerrar o noticiário, como um convite simpático a um próximo dia de audiência. O principal bordão utilizado por Uziel Bueno para comunicar-se com o telespectador parece dar a sensação de que vem antes que qualquer imagem: *“Aqui não é TV da Xuxa! Aqui não é a Disneylândia! Se você não quer ver a realidade da Bahia, vá para o raio que o parta”*. O aviso é dado logo na entrada.

O programa começa com a exibição de um rápido clipe com cenas extraídas de reportagens que foram ou serão veiculadas naquela edição: operações policiais, imagens tremidas, corpos estendidos no chão, pessoas chorando, dando depoimentos, brigas e situações de desespero humano. A trilha sonora em BG quase sempre era alguma vinculada ao suspense. O clipe é seguido por uma rápida vinheta de abertura, usada também nas passagens de bloco. Mostra um molde de um corpo humano geralmente usado como alvo durante treino de atiradores sendo alvejado por tiros, e em seguida, o logo do programa, que também aparece sobreposto a uma espécie de alvo, desfocado.

A figura já estabelece relação com o ambiente policial e, conseqüentemente, com temas que envolvam violência ou mortes através da arma de fogo, questões que estariam literalmente, no centro do debate.



Figura 2 - vinheta abertura A



Figura 3 - vinheta abertura B

No pequeno espaço que possui o cenário interage com o programa através de elementos de rápida identificação. O fundo do cenário é da cor vermelha, usada também para preencher o nome que identifica a logomarca do programa. Simboliza a atenção, a urgência, além de ser a cor do sangue e da luz na sirene dos carros de polícia. Arcos que foram em voltas a figura de um grande alvo, uma impressão digital e um revólver completam o desenho do cenário, que é acrescido de um telão, por onde Uziel Bueno interage com as reportagens, e nesta semana específica, há também um boneco vestindo calças jeans e uma camisa com a marca do programa, e no lugar da cabeça apresenta um monitor de vídeo. Aqui temos a representação do telespectador, que aparece em determinado momento neste monitor através de uma conexão via internet (Figura 5).



Figura 4 - câmera no estúdio A



Figura 5 - câmera no estúdio B

No estúdio, os enquadramentos de câmera são quase sempre em primeiro plano, com imagem fechada apenas no rosto do apresentador (Figura 4), ou então em plano médio, que o enquadra da cintura para cima, quando apresenta a cabeça da reportagem a ser exibida. A exceção se dá na inserção dos anúncios publicitários, quando o plano abre um pouco mais do que o médio, ou quando alguma situação inusitada acontece no estúdio, como por exemplo na edição do dia 20 de abril, em que um anão funcionário da emissora (não fica claro se faz parte da equipe do programa, apenas o uso de um crachá o identifica como funcionário) é chamado por Uziel até o estúdio para simular a cena de uma mulher que está dançando de biquíni em cima de um carro, escorrega e cai. A imagem é narrada pelo apresentador em uma espécie de nota coberta.

Uziel Bueno: Vamos lá! Uma dançarina, uma dançarina desequilibrada, subiu no capô de um carro, mas caiu com a cara de tanta empolgação. Você vai ver o que

aconteceu! É o seguinte, a imagem realmente é muito forte, você que tiver criança em casa, diga para elas não fazerem isso em casa, tá certo? Não repitam isso em casa! É muito perigoso! Praia de São Tomé de Paripe na Mira!(aponta para o telão)

Entram as imagens, que tem qualidade ruim e parecem ser amadoras, feitas através de um celular. O homem primeiro dançando, uma mulher puxa o homem de cima e toma seu lugar e enquanto está dançando, se abaixa, escorrega e cai com o rosto no chão. A cena é repetida várias vezes, o que sugere que o material passou por alguma edição.

Uziel Bueno (em off): *Isso aconteceu em São Tomé de Paripe, e eu não poderia furtar vocês desse grande acontecimento, viu? Gelo na cara, meu amigo! Artista por um dia! Vem cá, Tomate! Tomate vem aqui!*(volta a imagem do estúdio, entra o anão correndo) *A simulação aqui, Tomate, vamos fazer a simulação aqui da mulher dançando lá vai! Dançando, isso e depois cai!*

O anão faz uma simulação cômica da cena e Uziel Bueno ri. Ele percorre todo o espaço do estúdio, cambaleando, e a câmera segue seus passos. Eles continuam com a brincadeira, Uziel Bueno finge que está colocando gelo no rosto do anão e ele também ri. Toda a brincadeira dura cerca de dois minutos, até Uziel “expulsar” o anão de cena com a simulação de um chute no traseiro.

O momento serve para exemplificar os movimentos de câmera no estúdio, mas também insere aqui o primeiro momento onde verificamos os deslocamentos do gênero noticiários, a partir da inserção do momento cujo apelo mais forte é o riso, o entretenimento. Como noticiário policial, o programa já anuncia brechas, ou momentos de negociação com demais elementos que estariam entre os pertencentes aos programas populares. A cena coloca a menina em uma situação que transita entre a exposição de um realismo “grotesco-tosco” e a condição de chaga social. É neles que se encontra o ingênuo, o natural - a menina sobe no carro para dançar, ter o seu “dia de artista”, mas bate a cara no chão -, e todas as conseqüências de um sistema social que oprime e exclui – o pobre é vítima da “guerra sangrenta mostrada todos os dias” pelo programa. E o riso é permissível a partir do momento em que opera como uma provocação ao que é esteticamente padronizado como certo (SODRÉ E PAIVA, 2009), e/ou quando

exatamente essa apelação grotesca encontra cada vez mais, representação da vida ordinária do pobre, cheia de miséria e fatos que passeiam entre o riso e o sofrimento.

No período selecionado pelo corpus percebemos que há uma valorização das reportagens de cunho social, em detrimento dos temas policiais. Sob a dinâmica da escolha de personagens, e enfatizando os tópicos sociais, Uziel Bueno refere-se ao período eleitoral que se aproximava, e faz reclames pessoais a alguns gestores públicos. O tratamento pode ter como fator atenuante às pretensões (até então extra-oficiais) políticas do apresentador, mas na ausência de explicitações, nos atentaremos na estrutura e condução das reportagens, que centram em uma figura específica, e a partir do que tenha acontecido com ela, é que surgem as discussões.

Na edição do dia 21 de abril uma reportagem que a princípio mostraria um corpo que foi encontrado no bairro de Vila Nova, em Lauro de Freitas, se transforma em tribuna de insatisfação declarada em relação a gestão de Moema Gramacho, prefeita do município. Após mostrar o corpo e denunciar o local como “ponto de desova”, o repórter Murilo Villas-Boas questiona aos moradores sobre o local:

Murilo Villas-Boas (voz off, imagens distorcidas do corpo em tela): *Uziel, lá no fundo a movimentação e o corpo do rapaz conhecido como Galego.* (aparece em plano aberto, ao lado de pessoas). *Agora, a indignação do pessoal de Vila Nova é que essa área deveria ser uma praça!* (Câmera faz panorâmica e mostra o local). *Segundo informações, a prefeita Moema Gramacho prometeu uma praça, mas construiu esse Centro de Abastecimento que nunca funcionou e o detalhe, aqui serve como motel, local de estupro e ponto de desova. Falei alguma mentira?* (direciona microfone para uma das mulheres ao lado)

Mulher (1): *É verdade! A gente já fez abaixo assinado, mandou pra prefeitura, só que não foi tomada nenhuma providência até hoje!*

Mulher (2): *E nós queremos providência porque nossos filhos não podem passar por aqui depois de seis horas, mãe de família, pai de família, porque pode acontecer isso aí que tá acontecendo, crimes direto! A comunidade tem que se reunir para tirar isso daqui, e nós é que temos que fazer isso!*

Murilo Villas-Boas: *Essa Central de Abastecimento foi construída, tijolos levantados, alicerce batido, laje batida, agora nunca chegou a funcionar.* (direciona microfone)

Mulher (2): *Nunca!*

Mulher (1): *Mês passado, uma adolescente foi estuprada aqui e ninguém tomou nenhuma providência.*

Murilo Villas-Boas: *E hoje, pra finalizar, um rapaz foi morto, um rapaz conhecido como "Galego", e vale ressaltar a indignação do pessoal com a prefeita Moema Gramacho, que prometeu e não cumpriu. Essa área seria uma praça, mas como você pode ver, serve apenas como motel, desova, e ponto de estupro!*

Uziel Bueno (no estúdio): *Além da violência que atinge toda a Bahia, também o que contribui com a falta de segurança pública ou a violência, meu amigo, é a omissão das autoridades! Você tem alguma dúvida de que a omissão das autoridades contribui também com a violência ou não? Quando eu digo aqui muitas vezes – e não é so o governo não viu, pai? – muitos prefeitos da Bahia são omissos em relação à falta de segurança pública! Ah, mas segurança pública é só uma questão de estado! Não é não! A partir do momento que a prefeita, ou o prefeito promete uma praça e não faz, ou não faz um saneamento básico, ou não faz uma estrutura pro povo, isso contribui com a violência. Violência e segurança pública não é só uma questão de policia. Meu amigo, segurança pública é emprego, renda, lazer, educação, saúde, tudo! Moradia, tudo isso! Só aí mais uma constatação de que a omissão das autoridades contribui sim com a violência. E não sou eu quem tá dizendo não, é o povo!*

Nesta situação, Uziel Bueno se vale da figura do povo como interlocutor de sua mensagem, de cunho político e caráter denunciante contra determinados gestores, ou mesmo contra todo o aparelho político vigente. Ao longo das edições, ele pontua frases como "Povo da Bahia, você não é burro. Eleições 2010", ou "Segurança Pública será tema dessas eleições, abra o olho", e assim veicula seus conselhos a sua futura campanha política. Uziel Bueno oferece uma explicação do que seria uma política de segurança pública eficiente, apoiado no fato que noticia, e com o auxílio de performance e texto verbal coloquial e no tom de alerta. E aqui, vemos como o programa trabalha de forma mais intensa a condição de vigilância, do que o Quarto Poder. A performance mostra que a denúncia é mais evidente, mais forte do que um mero discurso político-democrático. O apresentador surge neste momento como

operador de leitura capaz de conduzir processos de decodificação destas narrativas (FRANÇA, 2004).

Além das reportagens, Uziel Bueno extrapola as fronteiras de seu envolvimento político e social quando adere a uma campanha social de arrecadação para os desabrigados pela chuva na cidade, e usa o espaço do programa para explorar sua ação benfeitora. Na edição do dia 20 de abril, ele chama ao estúdio Nelson Fontes, responsável pelo site de notícias “Subúrbio News” para agradecê-lo pelo apoio na campanha e convidar o público para uma festa da campanha:

Uziel Bueno (no estúdio, ao lado do convidado): *Nelson, eu quero agradecer a você por ter entrado comigo lá na campanha SOS Bahia, viu? O seu site lá no subúrbio, pessoas humildes mas que trabalham bastante e hoje a noite vai ter um evento lá né? Lá no subúrbio né?*

Nelson Fontes (posicionado atrás de uma pequena bancada): *Exatamente, hoje vai ter o ensaio da banda Balada de Rua, que abraçou o projeto né, o SOS Bahia.*

Uziel Bueno: *E onde vai ser o show?*

Nelson Fontes: *Lá no Esporte Clube Periperi.*

Uziel Bueno: *A partir de que horas?*

Nelson Fontes: *A partir das 17 horas.*

Uziel Bueno: *E eu vou tá lá viu? (sic) Vamos pegar a renda toda, que é um quilo de alimento, e todo esse quilo de alimento vai ser revertido para a campanha SOS Bahia!*

Antes de convocar o telespectador a participar da campanha, na edição do dia anterior, Uziel Bueno foi a campo para mostrar a situação que justificou a sua existência. Na semana anterior, o programa teria exibido o caso de dona Euflosina, moradora do bairro de São Marcos. Com as fortes chuvas que caíram na região, parte do asfalto cedeu, dificultando a passagem dos pedestres. Caminhando pelo bairro, Dona Euflosina caiu e sofreu uma fratura exposta. Como repórter, Uziel Bueno volta ao local para situar o telespectador das condições em que a senhora se encontra, e mostra a situação do bairro quando chove.

Uziel Bueno (na rua): *Estamos aqui na estrada da base naval de Aratu, aqui a localidade chama de Lourival Costa, Paripe. Ali, não sei se você tá lembrando, foi exatamente o local onde Dona Euflosina, ela machucou a perna teve fratura exposta que a gente mostrou aqui no Na Mira.*

Entra uma fusão com imagens da semana anterior. A mulher no chão, amparada pelas pessoas, muita água em volta o local parece estar alagado por causa de chuvas, imagem fecha na fratura exposta da senhora, as pessoas gritam, a mulher grita de dor. Volta para Uziel Bueno.

Uziel Bueno: *Perna fraturada, ela se encontra neste momento no hospital geral do estado e, sabe como é que é né? O povo sofre, sofre muito. A gente tá exatamente na rua, e olha como tá a situação. A chuva deu uma trégua, pelo menos por alguns dias, e olha como é que tá a situação aqui.*

Ele caminha pelo local e mostra a rua esburacada, particamente sem asfalto e com muita lama e pedra pelo caminho. Vestindo calça jeans e uma camisa preta com a marca do programa e a frase “O Sistema é bruto!”, Uziel colhendo depoimentos dos moradores. Em determinado momento, começa a chover e duas senhoras o acolhem sob um guarda chuva e o abraçam sob os gritos e aplausos dos demais moradores. Uma tarja com o subtítulo “*Gente como a gente: Uziel pisa na lama para mostrar problemas*” é inserido na imagem.



Figura 6 - Uziel Bueno em reportagem

Além de “pisar o pé na lama” e mostrar todos os sacrifício que seriam impostos ao jornalista, ao repórter, por ter que ir até o local e mostrar a realidade dos fatos e das

pessoas, Uziel Bueno também negocia com as idéias de temporalidade, novidade e apuração jornalística para legitimar o seu discurso e posicionamento como mediador central. A todo o tempo, o apresentador faz referência ao tempo da notícia ou do trabalho jornalístico em frases como “Aqui não tem notícia de 5 ou 50 dias atrás não, foi hoje de manhã”, ou “Eu já tenho muito tempo nesse negócio de polícia, de jornalismo investigativo”, “Aqui é investigação, meu amigo”, “Não vou descansar enquanto não souber a verdade”, “Aqui, é transparência total pra você”. A partir do texto, o apresentador evoca os compromissos de verdade, apuração e interesse público para assegurar ao telespectador que o trabalho feito pelo noticiário “é “sério”. Convocando o telespectador, ele estabelece um contato direto para intermediar um espaço que seria de reconhecimento: se o apresentador é amigo do povo, é igual ao povo, então aquele é o momento simbólico do reconhecimento e da proximidade, mais uma vez.

Uma situação mostrada pelo repórter Murilo Villas-Boas na edição do dia 21 de abril ilustra o que seria uma reportagem habitual do programa. Um homem de 53 anos estava desaparecido há cerca de uma semana quando o seu corpo foi encontrado às margens do Rio Joanes. O repórter vai até o local, mostra as dificuldades de chegar até onde está o corpo. No caminho, encontra dois filhos da vítima, faz algumas perguntas. Uma das filhas chora, mas diz não saber o que aconteceu. A reportagem termina com Murilo chegando até o local, mostra o corpo (com tarja que embaça as imagens) e finaliza atribuindo à Polícia o desfecho deste crime.

O esclarecimento do crime não é revelado, não há provas sobre sua motivação, e o papel do repórter foi ir até o local de difícil acesso para mostrar esse corpo, e classificá-lo como mais uma “vítima da guerra sangrenta mostrada todos os dias”. A construção de uma “vítima – personagem”, o choro da filha, e o desfecho sem explicações são os ganchos principais que permitem a reportagem, que mostra sobretudo a bravura do repórter de atravessar uma mata e ir até o local do corpo.

A função do repórter, que aqui foi mostrada de forma simplista pela chegada ao local do crime, é transportada literalmente para o texto do mediador central, reforçando a negociação com as expectativas sobre a atividade jornalística, e sobre o próprio espaço midiático. Na edição do dia 19 de abril, após exibir reportagem sobre um menino de

oito anos que morreu vítima de bala perdida, Uziel Bueno encerra a matéria com discurso inflamado:

Uziel Bueno (em off, imagens do velório da criança, a mãe chorando ao lado do caixão): *“Olha o desespero dessa mãe, olha o desespero!”* (sobe som com música instrumental lenta) *“Ninguém aqui inventa notícia. Ninguém, aqui, inventa notícia, meu amigo. Essa é realidade da Bahia. Essa é a realidade, queira você ou não, essa é a guerra sem fim, que faz vítimas de qualquer idade. Uma criança de oito anos de idade envolvida com o quê? Com nada! Autoridades da Bahia, Legisladores da Bahia, vereadores, deputados, vamos fazer alguma coisa, para evitar isso? Isso pode ser evitado sim. Traficante ser morto não, mas uma criança ser morta sim!”* (Volta imagem no estúdio). *“Não vamos colocar o lixo para debaixo da parede. Minha função, minha função, é colocar esse lixo para fora, e fazer o seguinte: Autoridades, limpem o lixo! Limpem o lixo!”*

A forte exploração da dramaticidade, atrelada à figura de um personagem central, e amarrada ao diálogo com alguns dos princípios que institucionalizam a atividade jornalística também norteiam a organização temática do programa, que prioriza um assunto principal – o que sugere maior apelo textual e imagético – que vai ordenar os demais, em picos de tensão durante o programa. E mais uma vez, do caráter de vigilância: “mostrar o lixo” não garante nenhuma atividade político-democrática por parte do apresentador. Ao contrário, ele se vale de valores de interesse público para disseminar um discurso moralizante, não necessariamente atuante. Ou seja, não quer dizer que ele mostra esta situação, apresentada como lixo, que ele irá apontar os caminhos para as soluções.

Podemos dizer ainda que nas reportagens, o uso do melodrama é uma constante, a partir do momento em que muitas delas são estendidas às próximas edições, gerando o acompanhamento da audiência em “capítulos”, até esgotar todas as possibilidades da discussão e chegar a um desfecho satisfatório. As interrupções provocadas pela inserção dos anúncios publicitários também contribuem para o prolongamento dos “capítulos”, além de atender às demandas comerciais e popularescas que clama pelo clima de suspense. Usa-se da estratégias que constrói “narrativas serializadas do cotidiano”, alternando entre a repetição maçante e novidades convenientes. A *estética da repetição*,

segundo Martín-Barbero (2009), diz respeito à temporalidade social que a televisão infere, em especial nos programas populares, e que medeia o tempo do capital com o tempo da cotidianidade.

Temos um exemplo na reportagem exibida no dia 19 de abril pelo repórter Valdeck Filho, sobre a morte da estudante de psicologia Mônica Peixinho. O marido da vítima alega que esta teria cometido suicídio, mas a perícia descarta a possibilidade. Enquanto faz a passagem em frente à casa onde teria ocorrido o crime, um fundo preto com frases em lettering³³ ilustram a narração do repórter: “*Uma semana antes da morte*”, depois “*Suicídio??*” “*Crime Passional??*”, e por fim “*Não foi um crime perfeito*”. A reportagem explora ainda imagens em câmera escondida, e efeitos primários de edição que dialogam justamente com a proposta estética de buscar o tosco, o alternativo, uma perspectiva além, apesar de se valer dos pontos básicos do melodrama, artifício recorrente nas construções televisivas no Brasil.

O entrelaçamento entre drama, recorrência de assunto e as peculiaridades do texto verbal, em especial do mediador central, podem ser exemplificadas em outra reportagem da mesma edição, sobre um operário que morreu vítima de uma bala perdida, no dia 20 de abril.

Danilo de Carvalho trabalhava como ajudante de pedreiro e estava indo ao trabalho, nas imediações da Avenida Tancredo Neves, quando próximo a onde ele passava ocorria um assalto conhecido como “saidinha bancária”, que é quando a pessoa é surpreendida por ladrões logo após sair de um banco. Uma das vítimas do assalto reagiu e houve troca de tiros, um deles acertou Danilo, que não tinha relação alguma com o fato. O corpo ficou exposto na via - que concentra grande número de edifícios comerciais e está próxima a bairros nobres de Salvador -, durante horas. No dia em que ocorreu, o Na Mira abriu o programa com imagens do local onde o corpo estava, coberto por um lençol branco. No outro dia, após exibição de reportagem feita pela

³³ “Em televisão, denominam-se *graphics* todos os recursos visuais (design gráfico, lettering, logotipos), em geral dinâmicos e tridimensionais, destinados a construir a “identidade” visual da rede, do programa, ou dos produtos anunciados, bem como também as apresentações de créditos, as chamadas e toda sorte de elementos visuais que se sobrepõem à imagens figurativas captadas pelas câmeras”. (MACHADO, 2005, p. 199)

equipe de um dos telejornais da emissora, Uziel Bueno comenta o assunto e chama para mostrar a família do rapaz:

Uziel Bueno (no estúdio): *Agora você vai ver o desespero da mãe desse cara que morreu, da mãe desse trabalhador, da mãe do jovem Danilo de Carvalho. Ela implorando por justiça, e por amparo, meu amigo! Esse é o drama do dia a dia! Bota na tela, joga pro povo ver! O Sistema é bruto!* (aponta para a tela)

A reportagem começa com imagens do corpo no chão, e a sonora da mãe em off, que grita desesperadamente “Mataram meu filho! Mataram meu filho! Ele só tinha 22 anos!”. A repórter é Analice Salles, que aparece em um sofá ao lado dessa mãe, e ouve o seu depoimento com um semblante emocionado. Constrangida, ela tenta amparar a mãe. Há a sonora do pai do jovem, e o irmão chorando muito, não consegue falar. A mãe se ajoelha nos pés do assistente de câmera e então Uziel Bueno interrompe a reportagem:

Uziel Bueno (em off): *A mãe se ajoelha pedindo clemência! Alguém pelo amor de Deus ajuda essa mãe! Quem vai ajudar essa mãe? Eu vou repetir de novo, morreu um auxiliar de pedreiro. Poderia ter morrido ali um advogado, um juiz, um empresário, um jornalista, qualquer um poderia ter morrido ali naquele momento! Qualquer um! Quem vai ajudar essa mãe agora? Quem vai indenizar essa mãe agora? Isso é reflexo da insegurança pública. Eu não to aqui pra mentir pra ninguém! Não to aqui pra maquiarr nada! Eu coloco o lixo em cima do tapete, meu amigo! Quem quiser limpar, que limpe! Eu faço a minha parte, eu cobro, eu reivindico, to aqui do lado do povo! Quero saber como é que vai ficar agora a situação dessa mulher! Meu amigo, vítima é isso aí!*

Volta para a reportagem em vídeo. Depois no estúdio, Uziel Bueno volta para fazer o comentário final.

Uziel Bueno: *Mas no final dessa reportagem aí, essa mãe fala sobre segurança pública. Bota aí que eu quero ver essa mãe falando de segurança pública! Melhor do que ninguém, ela que é mãe de uma vítima, vai falar sobre esse assunto.* (volta para a reportagem)

Mãe (sentada no sofá, chorando): *Quando o filho é vagabundo e a polícia mata, a gente chora, chora pelo filho, pela perda que perdeu, mas não vai chorar nunca mais pela sorte que teve porque ele está morto e enterrado. Agora se ele é um trabalhador, a secretaria de segurança tem que tomar uma providência, e fazer um exame de delito pra saber o qual foi a bala que matou este menino!*

Uziel Bueno (no estúdio): *É questão de honra para a Secretaria de Segurança Pública mostrar para a sociedade baiana quem, matou, esse, trabalhador. Auxiliar de pedreiro meu amigo! Trabalhador que acordou quatro e meia da manhã para ir trabalhar!*

O choro da mãe, ao mesmo tempo em que cumpre a função de comover o telespectador, ou melhor, de ilustra o que Martín-Barbero (2009) chama de *drama do reconhecimento*. “Do filho pelo pai ou da mãe pelo filho, o que move o enredo é sempre o desconhecimento de uma identidade e a luta contra as injustiças, as aparências, contra tudo o que se oculta e disfarça: *uma luta por se fazer reconhecer*” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p.306). Através do texto verbal em tom de denúncia, Uziel Bueno recorre aos elementos do melodrama para colocar o programa como local de representação simbólica deste reconhecimento. Associado ao drama, o texto discursivo vem acompanhado da linguagem coloquial que busca aproximar o telespectador de tal discurso. O apresentador se refere ao público quase sempre como “*meu amigo*”, ou como “*paí*”, ou “*meu rei*” em referência às gírias frequentemente utilizadas entre os baianos.

A linguagem coloquial também acompanha os anúncios publicitários, que ocupam grande parte do programa. Quando não é feito pelo próprio apresentador, a publicidade vem através de um anunciante que mostra simpatia e familiaridade com o apresentador. Nada muito distante dos primórdios da televisão brasileira, em que o telespectador era agraciado com quase trinta minutos de publicidade em sequência. (ORTIZ, 1988)

O apresentador também tem uma postura enérgica durante a condução do programa, o que permite classificá-lo como uma espécie de personagem performático, quando gesticula e grita demonstrando indignação, aprovação ou desaprovação em alguma situação, ou quando altera a voz ao anunciar determinados assuntos, simulando

as narrações radiofônicas tão presentes em grande parte da memória da audiência baiana. Acompanhado do clássico bordão, Uziel Bueno dá tapas na câmera, como se estivesse batendo na própria face do telespectador, o que articula simulacro do real – a câmera balança, a imagem treme, é que como se ele pudesse tocar de fato no rosto do telespectador – e de proximidade, isto através da dinâmica do ao vivo, que dá um apoio funcional à intensidade das performances e estratégias de aproximação.

A performance e a linguagem coloquial servem ainda como base para condução do momento dedicado aos jogos e prêmio distribuídos ao telespectador. Durante o programa, Uziel Bueno divulga um número de telefone celular em que o telespectador, através da ligação, concorre a ingressos para shows ou a uma participação no estúdio no quadro “Acerte no Alvo”. Neste, o telespectador tem três chances para jogar os dardos em um pequeno dardo pregado na parede do cenário. Cada faixa do alvo representa uma quantia em dinheiro, e os valores vão de cem a mil reais. A cada dia, ao final do programa, um telespectador surge para jogar e sai com alguma quantia em dinheiro. Enquanto joga, ele ainda é persuadido pelo apresentador a desistir e aceitar a quantia que ele oferece, provocando a tensão do quadro. O assistencialismo, tal como a postura, remetem mais uma vez à estratégia de aproximação através da reprodução da festa dentro da televisão, onde se encaixa a observação feita por Muniz Sodré, de que tal recurso atua como redutor da expressão popular, conforme exemplificamos no capítulo anterior, ao situarmos a história da própria TV Aratu e o SBT, vinculadas à distribuição de prêmios e realização de jogos para entreter o telespectador.

O telespectador é convidado a inserir-se no programa a partir do boneco que o representa no cenário. A cada dia, um telespectador é selecionado para aparecer no monitor, responder às perguntas do apresentador e fazer algum comentário ou dar algum recado. O apelido que identifica o programa através da ferramenta Skype é o NaMira190, em referência ao número de urgência utilizado para contactar a polícia através do telefone. A conversa entre Uziel Bueno e o telespectador é geralmente rápida, porque depende da velocidade de conexão do computador conectado. Um dos diálogos, exibido da edição do dia 20 de abril, entre Uziel Bueno e uma telespectadora da cidade de Iaçú, exemplifica a participação.

Uziel Bueno (no estúdio): *Eai o que você está achando dessa violência toda no Estado? O Sistema aí tá bruto?*

Telespectadora (em vídeo): *Tá sim, muito bruto, bruto demais. Muita violência, muitos jovens usando drogas, tá demais, tá demais, tá horrível!*

A conexão com a internet evidencia um outro simulacro de realidade, que se dá a partir do plano virtual. Como o telespectador de fato aparece no programa, e a partir de uma tela que simula o rosto de uma pessoa, ele tem a sensação de que está de fato dentro do programa. É um novo lugar de interação entre o programa e o público, mas como mostra a descrição, há limites para esta participação e o mediador central trata da limitação que é dada, das perguntas que são feitas, ou seja, de sua participação como um todo.

3.1.1 Caras e vozes do programa

A equipe de reportagem do programa é constituída pelo apresentador Uziel Bueno, e pela atuação mais forte dos repórteres Valdeck Filho e Murilo Villas – Boas. O repórter Alex Lopes aparece apenas duas vezes, de forma bastante rápida rapidamente, e por isso optamos em não incluir observações a respeito de sua performance e representatividade no programa. Há utilização de reportagens exibido em outros telejornais da emissora (identificado pela estrutura padronizada das matérias – off – sonora- passagem – fala povo, e pelo figurino do repórter que traja paletó e gravata). Os temas centrais do período selecionado para a análise (política, problemas sociais) evidenciam que Uziel Bueno, mediador central do programa, é o responsável por disseminar de forma mais representativa o discurso que dá o tom ou estilo do programa. Além de situar o telespectador de que ele não está “*na tevê da Xuxa, e nem na Disneylândia*”, ele comunica em um de seus bordões o “lugar de fala” do programa: “*Existe o céu, o inferno, e no meio, o Na Mirã*”. O programa atuaria como uma espécie de “purgatório” para aqueles que “saem da linha”, que agem na contramão das regras do bem estar social e cometem crimes, ou afrontam a polícia. A representação do “tribunal social” em companhia do discurso moralizador vai às últimas conseqüências do exercício da idéia da imprensa como quarto poder moderador.

Através de uma linguagem coloquial e familiar, os repórteres são conduzidos por Uziel de forma que apresentam modos particulares de conduzir a matéria, mas não sobressaem em relação a ele. Valdeck Filho, que tem uma figura caricata: é gordo, tal como o apresentador do programa representado pelo filme *Tropa de Elite*. Isto coloca-o numa condição de diálogo com as diferenças, a partir da aparência estética, e com as matrizes culturais em relação aos mediadores historicamente representados nos programas policiais (Datena, Leão, Ratinho também possuem forma física semelhante à do repórter). Valdeck tem uma fala pausada e caracteriza suas reportagens através de uma narração pontual, adjetivada e que simula uma investigação dramática, porém comedida. As nuances de sua narração são exploradas muitas vezes pelo fato da voz do repórter ser a única da reportagem. Ele então, é a via única de obtenção da informação. Murilo Villas-Boas é o repórter jovem, de narração e atuação mais enérgica que o outro, e utiliza o bordão “olho viu, boca piu”, em referência ao silêncio das fontes em relação aos crimes reportados.

Embora todos interajam, literalmente, com Uziel Bueno durante as reportagens – chamam pelo apresentador para mostrar o que estão vendo – é na cabeça da reportagem apresentada pelo mediador central que está o modo de fazer. É Uziel Bueno quem se responsabiliza pela críticas ao aparelho político, à estrutura social, e por demarcar os papéis. É Uziel Bueno quem finaliza as reportagens policiais quase sempre parabenizando as equipes de polícia envolvidas no fato e classificando os indivíduos presos como “vagabundos”. Ou melhor, se estão vivos, são trabalhadores sofredores e desassistidos; se são vivos e tornam – se capturas da polícia, são vagabundos fora da lei; se estão mortos, são “vítimas da guerra sangrenta”.

A edição do dia 19 de abril por exemplo começa com imagens da Micareta de Feira de Santana, ocorrida na semana anterior, de pessoas brigando nas ruas durante a festa. Na cabeça da matéria ele informa que o evento foi marcado por muitas brigas e mortes, e não apresenta nenhum dado técnico. Mas as imagens – que não são creditadas – justificam o caráter violento. A mesma cena de uma briga, envolvendo muitas pessoas, é mostrada várias vezes. Depois é inserida a imagens de policiais civis em serviço chegando até o local e agredido algumas pessoas, prováveis motivadores das brigas e desordem no local. Durante todo o programa, Uziel parabeniza as equipes de polícia que “*jogaram duro*” e alerta: “*O cara que sai pra rua pronto pra brigar, tem que*

estar preparado pra apanhar também’. Na reportagem sobre a morte da estudante de psicologia Mônica Peixinho, mencionada no tópico anterior, por exemplo, Uziel Bueno encerra a matéria com um agradecimento e uma cobrança, no sentido de deixar o telespectador atento às funções do programa:

Uziel Bueno (no estúdio): *“Doutor Meirelles de Lauro de Freitas, parabéns pela investigação. Eu tenho certeza que o senhor vai chegar aos autores do crime. Eu tenho certeza! E nós do Na Mira vamos querer saber quem é! Tudo leva a crer, se não for peço desculpa aí, mas tudo leva a crer, que foi o companheiro dela”*.

A cobrança e vigilância encontram também especial conotação política, já que além de acompanhar e parabenizar o trabalho feitos pelas equipes de polícia, Uziel Bueno faz constantes reclames ao Governo em prol das condições de trabalho destes profissionais: pede por melhores salários, equipamentos, aumento de salário, o que aumentaria a qualidade do serviço prestado à sociedade, e conseqüentemente, a sua segurança. Mas o papel de vigilância se estende inclusive aos próprios policiais. Na edição do dia 19 de abril, após a matéria sobre a criança de oito anos morta por uma bala perdida (citada anteriormente), Uziel Bueno dá uma informação extra – oficial e pede satisfações à Instituição, assumindo uma postura de defesa dos policiais de patentes mais baixas:

Uziel Bueno (no estúdio): *Virou moda na Bahia Comandante de Companhia – isso nem o governador sabe! – que agora proibiu de ter alto de resistência. Se bandido vai lá e atira contra a guarnição, os caras não podem revidar!*

Coisa (recurso sonoro em off): *Como é que é Uziel?*

Uziel Bueno: *Porque se o cara revidar, e atirar no bandido que tá atirando contra ele, o cara vai parar é na Guarda, vai dar um gelo no cara, tira o cara da rua. Tá virando moda na Bahia! E depois eu vou falar o nome dos Comandantes que tão fazendo isso, hein? Vou falar!*

Aqui aproveitamos para pontuar a representação do personagem “Coisa”, que aparece como um ratificador da performance e discurso de Uziel Bueno. A princípio, a “voz” que surge ilustrando comentários no estúdio e também as reportagens dá sinais de que trata apenas de um recurso sonoro. A popularidade de seu clássico bordão “Socorro,

meu Deus, eu não quero morrer”, ecoada através de som esganiçado e dramático acabam estabelecendo uma conexão, um diálogo com o apresentador, que culmina por dar-lhe o nome de “Coisa”. A significância redutora do nome que lhe é atribuído dialoga com o própria representação do pobre, dos excluídos no programa, que aos olhos do poder público, são invisíveis, um “nada” que clama por socorro e melhores condições de vida. O programa é a plataforma onde, literalmente “a coisa” tem uma voz, e que ecoa repetitivamente, diariamente.

Centralizando seu papel e conduzindo repórteres e conteúdo, Uziel Bueno torna-se uma peça essencialmente importante na análise a partir do momento em que ele evidencia um crescimento simbólico de representação em relação ao próprio programa. O exemplo está em uma reportagem feita por ele próprio na edição do dia 21 de abril, sobre caso de Adeílson Ferreira Lima, caseiro acusado de matar a estudante Francarla Ribeiro. Um mês após o assassinato, o caseiro, que estava foragido, resolve se entregar à polícia e assume a autoria do crime. Na delegacia, começa a ser entrevistado pelo repórter Valdeck Filho, até o momento em que ele diz que só responderá as perguntas a Uziel Bueno. Ele vai até a delegacia e faz a entrevista.

Neste dia, o programa começa com imagens em preto e branco de Uziel Bueno na delegacia, conversando com o Adeílson. Em seguida, um trecho da entrevista é exibido:

Uziel Bueno (em plano, perspectiva diagonal à câmera, ao lado do preso): *Porque você matou?*

Adeílson Lima: *Não sei.*

Uziel Bueno: *Por ódio?*

Adeílson Lima (balança a cabeça negativamente)

Uziel Bueno: *Por amor? Por paixão? Raiva? Ciúme?* (a cada pergunta ele direciona o microfone e só na última ele responde)

Adeílson Lima: *Não, imagina!*

Uziel Bueno: *Porque então?*

Adeílson Lima: *Não sei. Nunca vou saber responder essa pergunta. Pra ninguém, infelizmente.*

Uziel Bueno: *Você vai responder pra mim!*

Adeílson Lima: *Eu não conseguiria, infelizmente.*

Uziel Bueno: *Mas você falou pra mim!*

Adeílson Lima: (silencia, olhando para ele).

Uziel Bueno: *Você abriu seu coração pra mim, naquela entrevista que eu fiz com você, você abriu seu coração pra mim.*

Adeílson Lima: *Num te disse?*

Uziel Bueno: *Você me disse tudo o que aconteceu.*

Adeílson Lima: *Da discussão?*

Uziel Bueno: *Tudo o que tinha acontecido.*

Adeílson Lima: *Ah sim. (se cala)*

Uziel Bueno: (vira-se para a câmera) *Pois é, é isso que você vai saber daqui a pouquinho aqui no Na Mira. Porque ele matou Francarla. O crime que chocou a Bahia.*

Trechos da reportagem são exibidos em partes durante todo o programa, e em passagens das chamadas de bloco. Quando o caseiro diz que responderia às perguntas de fosse para Uziel Bueno, o repórter Valdeck Filho pega o celular e dá ao preso, para que ele fale com o apresentador. Os dois combinam que no dia posterior, Uziel irá até a Delegacia para entrevistá-lo. Em plano – sequência, o outro trecho mostra sua chegada à delegacia, o encontro com o caseiro e o início da entrevista. No último bloco, na exibição da última parte, questiona sobre o porque do preso ter escolhido a ele para entrevistá-lo:

Uziel Bueno: *Me diga uma coisa. Ontem, Valdeck Filho teve aqui fazendo uma entrevista com você, e você disse “eu só falo pra Uziel”, por quê?*

Adeílson Lima: Não sei. (instantes de silêncio). *Tinha muito jornalista aqui ontem e eu inclusive falei que hoje eu só queria falar com vocês dois. Eu falei a ele ontem.*

Uziel Bueno: *Por que você só queria falar comigo?*

Adeílson Lima: *Porque eu acredito no trabalho. Confio.*

Uziel Bueno: *É sério o negócio lá.*

Adeílson Lima: *Lá é.*

Uziel Bueno: *O negócio aqui é sério!*

Adeílson Lima: *Eu sei disso, e confio. Justamente por isso que eu falei com ele que queria falar com você.*

Uziel Bueno (vira-se para a câmera): *É por isso que eu falo, as pessoas podem até não gostar de mim, pode não gostar! Pode dizer que eu sou mal educado, grito demais,*

né? Pode falar o que quiser, mas pelo menos vai me respeitar, porque pelo menos eu falo a verdade!(direciona o microfone para o preso).

Adeílson Lima: *É, fala a verdade. Não fala errado não, não fala nada de errado.*

Uziel Bueno (vira-se para a câmera): *As pessoas podem não gostar de mim, porque eu falo a verdade, posso gritar, posso xingar, mas, me respeitam. E por que você acha isso?*(direciona microfone)

Adeílson Lima: *Pela forma de trabalho que você faz.*

Uziel Bueno: *Diga que o sistema é bruto, rapaz!*

Adeílson Lima: *O sistema é bruto. Pra qualquer um.*

Uziel Bueno: *Eu digo que tem o céu, tem o inferno, e o Na Mira aonde?*

Adeílson Lima: *No meio.*

Uziel Bueno: *E o Na Mira no meio. E ainda assim me respeita? Você gosta de mim?*

Adeílson Lima: (rindo) *Se o que você fala é verdade, não é mentira, é isso que dá. Você não tá inventando nada ali. Ali a realidade da Bahia é aquela mesmo. Algumas pessoas gostam outras odeiam. Mas a realidade é aquela, tem que aceitar.*

Com a exibição da reportagem, o programa alcança quase 1h30min de duração. Uziel Bueno ainda confirma com ele que “dentro ou fora da cadeia, tem que respeitar”, no que o caseiro afirma. Ao final da reportagem, a pergunta feita desde o início do programa não é respondida, e o telespectador fica sem saber o real motivo que levou o caseiro a cometer o assassinato, e quando ele finalmente teria dito “a verdade” ao apresentador. A qualificação e o respeito ao programa, sobretudo ao apresentador, ocupam boa parte da matéria.

Neste momento em que usa o próprio espaço do programa para reforçar o papel que o mediador central ocupa nos programas com esta temática – ele é reconhecido pelos criminosos. Uziel Bueno deixa o programa para tentar um pleito na esfera que é alvo de suas críticas e observações. Até então ele exerce um poder substancial enquanto operador central das narrativas propostas pelo programa, oferecendo ao público um “peso” diante do contexto comunicativo estabelecido com o público. Sua saída provoca constrangimentos e novas perspectivas de negociação com os demais operadores.

3.2 “Na Mira”, em nova versão

Analice Salles, que ocupava o posto de repórter na TV Aratu estreou como apresentadora do programa Na Mira no dia 28 de maio, dois dias após o anúncio oficial do desligamento de Uziel Bueno da emissora³⁴. À primeira vista são observadas poucas modificações, inclusive no figurino que continua sobre os mesmos moldes: Analice Salles usa sempre roupas escuras, vermelho, preto ou cinza e casacos compridos de modelo “sobretudo”, trajes que a colocam em semelhança com um detetive, ou investigador. Desta vez, já não há mais euforia em relação aos índices de audiência do programa. No site da emissora, na parte dedicada aos relatórios de audiência, os índices referentes ao programa estão ausentes, diferentemente do que ocorria na fase apresentada por Uziel Bueno. Sinalizamos, arbitrariamente, que um provável fator de estranhamento por parte da audiência esteja relacionado ao fato de uma mulher estar à frente de uma atração deste subgênero já que Analice Salles é a única no país, que temos conhecimento, a apresentar um programa policial na televisão.

À parte das especulações, a saída de Uziel Bueno e a queda na audiência fazem com que o programa deixe de ser uma espécie de “carro – chefe” do horário para a TV Aratu, mas se mantém em disputa na concorrência e busca adequar – se aos impedimentos judiciais impostos outrora a partir de deslocamentos na representação do mediador central e também nas estratégias textuais e visuais, elementos que aos poucos vamos pontuando durante a análise. No corpus analisado para esta fase, de 13 a 24 de setembro de 2010 como já foi dito anteriormente, representa o quarto mês de Analice Salles à frente do programa e aparenta posicionamento mais seguro, a partir de atrações observadas aleatoriamente, antes deste período selecionado. O programa então não muda essencialmente a sua “cara” mas exhibe tentativas de reconstrução a partir do mediador central - via mais perceptível da linha editorial adotada pelo programa - , e de sofisticações nos recursos audiovisual, como a mudança de abertura, que passa de um clipe para uma escalada, como mostraremos mais adiante. Estes dois pontos nos oferecem um ponto de partida, mas a relação estabelecida com os demais elementos é que nos indicará um caminho para a compreensão deste novo momento do programa.

³⁴ Uziel Bueno enviou aos veículos de comunicação uma carta pública anunciando sua demissão da emissora. <http://bahiapress.com.br/wordpress/?p=22686>

O período selecionado para análise está inserido dentro do período de campanha política para eleições presidenciais, e assim, para abrir espaço na grade de programação para o Horário Eleitoral Gratuito dos partidos, o horário de exibição do Na Mira foi modificado, passando a ser veiculado às 12h10min ao invés de 13h, que é o seu habitual. Nem por isso, o programa mudou o seu formato de abertura, que é estabelecido primordialmente através de diálogo com o apresentador das atrações que o antecede, neste caso, o Que Venha o Povo, comandado pelo jornalista Casemiro Neto. Sendo o horário do almoço, faixa que vai do meio dia às duas da tarde aproximadamente, faixa exclusiva das emissoras locais, a TV Aratu adotou como estratégia emendar um programa no outro, algo como que para a audiência não tenha tempo de mudar de canal e ver o que se passa enquanto há intervalo comercial. Os apresentadores estabelecem uma conversação que evidencia um clima de familiaridade e simpatia entre ambos, o que contribui para uma sensação de familiaridade entre atrações e apresentadores. Os programas também se assemelham por estabelecerem uma linguagem próxima, coloquial e aberta para se referir ao público e a eles próprios, como na edição do dia 21 de setembro.

(Após um anúncio publicitário em estúdio)

Casemiro Neto: *Acabou? Bota uma música aí, solta o som!*

(Entra uma música de reggae. Casemiro fica dançando no estúdio por 20 segundos e depois pergunta “É Adão?”, em referência à banda Adão Negro. Volta a falar)

Casemiro Neto: *Adão Negro! Eu fico por aqui, boa tarde! Cadê Analice Salles, tá lá Na Mira, vamos lá (sic)!*

(Entra Analice Salles no vídeo)

Analice Salles: *Oi Casemiro, boa tarde!*

(Volta para Casemiro e o som abaixa)

Casemiro Neto: *Boa tarde, tudo bem? Deixa a música rapaz, ela quer ouvir também!*

(Volta para Analice Salles, que começa a dançar discretamente)

Analice Salles: *Rastafári reggae Jamaica!*

Casemiro Neto: *Pronto, aí ó! Qual o problema?*

(Entra uma vinheta sonora, cuja voz diz “Que beleza!” Volta para Casemiro Neto)

Casemiro Neto: *O programa tem violência mas tem que ter alegria também, pode ser assim não!*

Analice Salles (em off): *Com certeza Cazé, eai?*

Casemiro Neto: *Diga Analice!*

(Volta imagem para Analice Salles, que anuncia as manchetes do programa)

Após o anúncio das chamadas, o início do programa é marcado pelo clipe de abertura semelhante utilizado quando era apresentador por Uziel Bueno: cenas de pessoas chorando, operações policiais, cadáveres estendidos no chão, trechos de reportagens que da mesma forma, foram ou serão veiculadas na edição do dia. Nas reportagens, poucos efeitos de edição são explorados e a simplicidade estética aqui funciona como um artifício que garante a naturalidade ao programa, assegura que ele é feito sem muitos cortes e relacioná-lo com a verossimilhança da situação. Um dos mais recorrentes é o da tela dividida e recortada (Figura 7), que de um lado mostra, por exemplo, o policial entrevistado, no outro o material apreendido, e entre as duas imagens, recortes horizontais com imagens desfocadas. Quando volta para o estúdio, a câmera está sempre bem próxima a Analice Salles. Quando a imagem não está fechada no rosto da apresentadora (Figura 8), está em plano médio, da cintura para cima, onde apenas o telão, que é de onde ela chama as matérias, está em quadro.



Figura 7 - efeito de edição



Figura 8 - câmera no estúdio A2



Figura 9 - câmera no estúdio B2

O telão no estúdio é utilizado como um recurso não só visual e estético, mas como ferramenta de conversação entre a apresentadora, reportagens e telespectador. Ao anunciar uma cabeça, ela sempre termina com o bordão, “Você vai ver agora na tela, do Na Mira”, e aponta para o telão com os dedos indicador e polegar à mostra, em semelhança à figura de um revólver (Figura 9). Quando a exibição termina, a imagem de volta para o estúdio é, em grande parte, fechada na apresentadora olhando para o telão, como se estivesse assistido a reportagem junto com o telespectador. É por ali também que as mesmas imagens serão exibidas mais uma vez, no comentário que Analice Salles faz sobre cada uma das matérias exibidas. Ao se referir à “tela do Na Mira”, a apresentadora convoca o telespectador a assistir junto, pontua que aquela é uma tela específica, única para aquele tipo de reportagem: o telespectador só vai ver a notícia daquele jeito ali, “na tela do Na Mira”. O telão funcionará ainda como uma espécie de guia para orientar o discurso da apresentadora quando esta faz a “revisão” da matéria, ponto este que tocaremos mais adiante.

Quase sempre os recursos sonoros utilizados vêm através de vinhetas sonoras que reproduzem tiros, sirene de carro da Polícia, ou gritos. Nas reportagens, músicas de suspense completam a edição em algumas ocasiões. Na abertura, por exemplo, a trilha utilizada em BG utilizada é uma música de pagode, ritmo bastante popular em todo o Estado e que na maioria das vezes as letras das músicas se referem aos problemas sociais e às camadas mais pobres da população. As músicas utilizadas mudam a cada programa, mas no corpus analisado, uma delas foi usada mais do que a outra. A música é do grupo Nego Bom, e o título “Se quer morrer, deva na boca”, numa referência às conseqüências de que se envolve com as drogas, e acaba devendo dinheiro às chamadas

“bocas de fumo”, nome usado para definir os locais onde os traficantes comercializam as drogas.

O grupo Nego Bom ganhou espaço para apresentar a música em uma apresentação no estúdio, na edição do dia 24 de setembro, depois que doou um fogão a uma senhora que foi atropelada por um trator. O caso foi mostrado na edição do dia 20 de setembro e repercutido durante toda a semana em uma espécie de “Campanha da Solidariedade” feita pela apresentadora. No dia de sua exibição, Analice Salles fez diversas chamadas durante todo o primeiro bloco do programa, até por fim anunciá-la:

Analice Salles: *E agora eu vou mostrar para vocês a matéria que eu tinha prometido, investigar essa história, Dona Josilene.*

(Entra as imagens de uma mulher nos escombros, com o rosto branco, e pessoas à sua volta amparando)

Analice Salles (em off, cobrindo as imagens): *Vocês lembram que ela foi atropelada por um trator lá nas obras de um hospital no subúrbio. Com é que ela está hoje? Ela foi indenizada? Ela está andando? Como é que está a vida dela depois dessa tragédia?*

(Continuam as cenas dos escombros, a mulher sendo amparada pelas pessoas. Sobe som, e depois volta imagem para o estúdio).

Analice Salles: *O Na Mira foi lá. Nós não nos esquecemos não. Essas são as imagens exclusivas aí que na época o Na Mira mostrou.*

(Sobe som de suspense, entra a matéria)

Dona Joselane foi atropelada no dia 28 de março de 2010 e a matéria sobre o caso, feita pela própria Analice Salles, que então ocupava posto de repórter, foi exibida no mesmo dia em um dos telejornais da emissora. A apresentadora aqui, em outro papel, funciona como dispositivo legitimador de dois aspectos usados para conduzir a matéria: o discurso de proximidade (levantado em frases como “chama a matéria que eu fiz”, “eu entrevistei o marido da vítima”, ou “eu sei o horror que foi essa tragédia”) e como potencializador para insistir no assunto durante toda a semana; e a dramatização, aqui tomada como um fator pessoal pela apresentadora, e que vai puxar a “Campanha da Solidariedade”.

A exibição da matéria também acontece de forma fragmentada, em pequenos trechos durante todo o programa, recurso já utilizado na fase anterior do programa e recorrente dos programas populares. O modo de endereçamento principal do programa então continua o mesmo: guiar o telespectador através de “narrativas serializadas do cotidiano”, com ênfase no apelo melodramático, na chamada estética do grotesco e de performances enérgicas dos mediadores. As reportagens são interrompidas acontecem ainda quase que em todas as vezes para a entrada de anúncio comercial do estúdio – às vezes feito pela própria Analice, às vezes feito por um anunciante específico – ou intervalo comercial. A forte presença então do espaço publicitário permanece inalterada, e mais uma vez é explorada de forma que a audiência se envolva. O texto, tanto da apresentadora – quando esta é quem faz o anúncio - quanto dos anunciantes, cria o mesmo clima de intimidade com o telespectador, ou seja, acompanha o mesmo estilo ou tom utilizado pelos mediadores do programa.

Mostrada de forma recorrente durante toda a semana, a matéria sobre o caso de Dona Joselane aparece aqui também como um exemplo para ilustrar como nesta fase o Na Mira se utiliza de artifícios do assistencialismo para estabelecer um vínculo com a audiência. A matéria mostra a imagem de uma lista onde estão escritos todos os mantimentos que Dona Joselane mais necessita para melhorar sua condição de vida. Analice Salles pede que o telespectador doe algum destes materiais, ligando para a produção do programa ou através de e-mail, informando o que desejam doar, que o programa se comprometeria em viabilizar esta doação. No final da semana, a apresentadora agradece todas as ligações recebidas, e afirma que houve casos de pessoas que estavam na Europa ficarem sabendo do caso e através do email, se interessaram em ajudar. O espaço dado à banda de pagode em início de carreira sugere uma “recompensa” pela adesão à campanha. E não é este o único exemplo presente no corpus.

A edição do dia 13 de setembro começa com um vídeo amador, em que uma criança aparece falando os mesmos bordões utilizados por Analice Salles. A criança também está vestindo roupas semelhantes à da apresentadora, e também um sapato de salto alto. Quando o vídeo termina, Analice Salles explica que a criança foi a vencedora do concurso chamado “Alvo do Bem”, e como fez o melhor vídeo imitando a apresentadora, ganhou o prêmio no valor de trezentos reais. No fim do programa, a

menina, que se chama Gabriela, aparece no estúdio com a mesma roupa usada no vídeo, novamente imita a apresentadora e depois chama um adulto responsável para atirar dardos em um alvo do cenário, cujas faixas representam um valor em dinheiro. A mulher que acompanha Gabriela acerta três faixas, o que totaliza mais trezentos reais. A menina então, vencedora do “Alvo do Bem”, ganha no total seiscentos reais pela participação no jogo.

Apesar do exemplo, não podemos considerar a princípio, pela delimitação que o próprio corpus impõe, que neste momento o assistencialismo é um ponto forte do programa, embora ele mostre que o programa acompanha as estratégias utilizadas pelos demais programas locais, concorrentes na mesma faixa horária. Sugerimos que a ausência de um mediador central forte, que estabeleça o discurso paternalista presente nas campanhas assistencialistas, afaste esta possibilidade. O jogo “Acerte no Alvo” é transformado no “Alvo do Bem” e começa com um concurso onde as crianças imitam a apresentadora, e não simplesmente ligam para participar. A estratégia é estabelecer fortalecer a aproximação entre público e apresentador, para daí explorar o momento dos jogos e da participação direta do telespectador.

Enfocando na temática central do programa, partimos aqui para a observação de um ponto considerado chave na linha adotada pelo programa, que é a exibição de corpos e o uso da imagem distorcida. É possível perceber neste novo momento do programa que há uma conotação político – social mais branda na exposição destas imagens. A exibição de corpos, quando fora das circunstâncias de operação policial, aparece como algo que foi encontrado pela equipe enquanto passavam pelo local, ou então, a partir de imagens amadoras enviadas pelos próprios telespectadores, e então eles usam a imagem para chamar o serviço do Disque Denúncia. Na edição do dia 21 de setembro, temos um exemplo de como isto é explorado.

Após um anúncio publicitário em estúdio, Analice Salles anuncia a cabeça da matéria, que acaba funcionando como uma nota coberta.

Analice Salles: Olha só, e agora vamos falar de violência, a realidade é essa. O corpo de uma mulher que foi encontrado no bairro de Fazenda Grande. A vítima tem marcas de tiro na cabeça e nas nádegas e estava amordaçada, olha aí que cena!

(Sobe som. Entram as imagens do corpo estendido no chão com sangue. A mulher está de bruços, e as imagens estão com qualidade baixa, assemelhando – se às feitas por um celular por exemplo).

Analice Salles (em off, imagem do cadáver cobrindo): *Além disso, você vê aí que a vítima estava com as mãos amarradas nas costas, e os pés atados aí com fita adesiva. Que situação! Chocou os moradores dessa área aí. Ela também foi amordaçada viu? Tem todos os indícios de que foi executada a mando de traficantes. Execução!*

A imagem permanece mais dois minutos no ar, e a voz de Analice em off, descrevendo a situação do corpo, e informando que mais dois assassinatos ocorreram naquela região durante o último final de semana. O off de Analice é intercalado com sobe sons curtos, até que ela convoca o telespectador para o papel de informante e colaborador.

Analice Salles: *Quem souber de alguma informação, você sabe né? Manda aqui pro canal interativo www.aratuonline.com.br/aovivo. Quem é essa moça, qual a ligação dela, se ela tem alguma ligação com o tráfico de drogas, se ela é usuária, trabalhava aonde. Alguma informação, que eu possa divulgar aqui, repassar para a Polícia.*

Depois desta imagem, entra outra nota coberta que mostra os corpos de dois jovens, encontrados pela Polícia na região da Via Parafuso. Mais uma vez as imagens parecem amadoras, têm baixa qualidade, e ela se refere a uma provável execução a mando de traficantes. Mas a apresentadora não pede que o telespectador denuncie ou entre em contato com o programa caso saiba de alguma coisa. É como se neste caso os policiais já estivessem à frente da situação e conseqüentemente, da investigação. Quando então a Polícia não está presente, o programa exerce o papel de “investigador”, ou uma extensão da polícia, intermédio entre o fato e a elucidação do crime. O apelo das imagens dos cadáveres vem sob a prerrogativa de serviço público, e à Polícia. Trata-se de uma denúncia, um flagra que servirá de material para que a Polícia investigue. Esta talvez seja uma pista das formas que o programa encontrou para atrelar o apelo imagético necessário às sanções impostas pela Justiça Estadual. Deste que é

apresentador por Analice Salles, o programa não sofreu nenhuma interrupção e nem ações de censura por parte do Ministério Público da Bahia.

O papel de investigação policial alia-se ao papel do jornalismo investigativo, aqui explorado de forma peculiar, através de um aproveitamento menos incisivo de alguns dos princípios que institucionalizam a atividade jornalística, como a novidade e atualidade da notícia, em prol da performance e do melodrama. Diferentemente de Uziel Bueno, que a todo momento fazia referências ao tempo de apuração, Analice Salles utiliza-se de outros artifícios para credibilizar o assunto.

A reportagem sobre o caso de Dona Joselane serve mais uma vez como guia. Ao resgatar o caso, seis meses depois do ocorrido, o programa mostra o acompanhamento do fato, a cobrança pela resolução (neste caso, da construtora responsável pela obra e pelo trator que causou o atropelamento), mas não fica claro o que motivou o resgate do assunto: se houve um compromisso firmado antes com o telespectador de que seis meses depois a reportagem procuraria a vítima, se esta foi até o programa e pediu algum auxílio, se o caso foi lembrado por alguns dos noticiários da emissora. Neste caso, as imagens da mulher sob os escombros, e depois, em situação de precariedade, foram mais relevantes do que a atualidade da notícia.

Na edição do dia 16 de setembro foi exibida uma reportagem sobre um francês que foi preso acusado de pedofilia, e mais uma vez não há qualquer referência a datas. O homem tem setenta e dois anos e foi preso depois que banhistas da praia de Jauá o viram tentando molestar uma menina de doze anos, e denunciaram à Polícia da região. Depois da reportagem, feita por outra equipe do Na Mira (fato sugerido pelo crédito à repórter responsável), Analice Salles apresenta uma pesquisa sobre pedofilia que teria sido feita pelo FBI, a Polícia Federal norte americana. O órgão teria identificado símbolos que os pedófilos usam na internet para representar as suas preferências. Os símbolos são mostrados várias vezes durante o programa, e não há menção alguma sobre quando esta pesquisa teria sido feita ou publicada. Sem atualidade, a reportagem e a pesquisa ganham sentido quando se observa o contexto em que são exibidas.

O encadeamento de assuntos encontra associação com o apelo melodramático na edição do dia anterior, a reportagem mais importante do noticiário foi a denúncia feita

por vizinhos de que um jovem que estaria molestado sexualmente a própria irmã, que apresenta diagnóstico de deficiência mental. A reportagem já teria sido exibida no programa Que Venha o Povo, atração anterior ao Na Mira, e desde a abertura Analice Salles afirma que o programa dará continuidade a uma “Caça ao pedófilo”. A reportagem é começa com o depoimento de vizinhas, que descrevem como a menina era molestada. Há uma briga entre os vizinhos e a mãe do acusado, que o defende. O jovem acusado não está no momento da briga, mas ao chegar em casa encontra a equipe de reportagem e os policiais, que o levam à Delegacia para que preste depoimento. Antes desta reportagem, foi exibida outra também sobre denúncia de abuso sexual a crianças, desta vez um pai acusado de molestar uma das filhas. Os policiais receberam a denúncia e a equipe de reportagem os acompanha até a casa do acusado, que não é encontrado em casa mas a polícia faz buscas pelo bairro até encontrá-lo e levá-lo até a Delegacia. O tema “Pedofilia” então esteve na ordem do dia durante duas edições. O acompanhamento do assunto é estratégico para especificar e reforçar o tom da discussão do assunto.

3.2.1 Novas caras, novas vozes

O telespectador é convocado também a acompanhar, em várias ou durante toda uma edição, partes das operações policiais, foco das principais reportagens apresentadas no programa. Mas neste caso, o foco de atenção se concentra na performance dos repórteres, e no discurso em favor da Polícia, desta vez muito mais forte do que na fase anterior.

Marzzo Silva, Murilo Villas-Boas e Messias Teles são os três principais repórteres do programa, e cada um deles segue a proposta de conduzir a matéria de forma peculiar, criando marcas de reconhecimento específicas e dialogando com as demais estratégias de convocação estabelecidas pelo programa. Marzzo Silva costuma iniciar as reportagens com o bordão “Tirem as crianças da sala porque o assunto é agora é de gente grande”. Murilo Villas-Boas já é um repórter conhecido pela audiência, mas nesta fase gesticula mais e tem atuação mais cênica e mais incisiva diante dos presos entrevistados. Messias Teles, que aparenta ser mais velho que os demais, transforma-se no personagem “Messias do Kichute”, em referência a uma marca de tênis bastante

popular na década de 1980, e costuma finalizar as reportagens com o bordão: “Dou de kichute na caixa dos peitos da bandidagem”.

É a partir destas performances, incluindo a sua própria, que Analice Salles centra discurso em defesa da atividade de seus repórteres e do trabalho da instituição policial, analisa as mazelas sociais e indica papéis, representados por cada um daqueles que viram notícia. O seu papel, aliás, como mediadora central, torna-se menos representativo em comparação com o período de Uziel Bueno. Os destaques de atuação são distribuídos de forma mais equivalente entre a apresentadora e os repórteres

Temos um exemplo na edição do dia 22 de setembro. A reportagem do Na Mira acompanhou a busca dos policiais a dois dos seis homens que participaram do assalto a uma agência bancária do Hospital São Rafael, ocorrido no dia anterior. A câmera mostra imagens tremidas dos policiais entrando pela comunidade da Baixa Fria. O repórter em off, com voz embargada (como se estivesse correndo, logo atrás dos policiais), narra a situação. Foram exibidos vários trechos da reportagem durante todo o programa. A parte final, exibida no último bloco, o repórter Marzzo Silva comenta sobre as dificuldades de se fazer esse tipo de reportagem e Analice Salles comenta:

Analice Salles: *Continua aí a matéria da operação, de Marzzo, que eu quero fazer uma observação.*

Entra as imagens de um chão, o repórter mostra marcas de sangue no chão.

Analice Salles (em off): *Nossa equipe aí acompanhando o trabalho árduo, debaixo de sol, correria, subidas, descidas, atrás dos bandidos, junto aí com a equipe da 13ª Delegacia, Bonde 0013, nossa equipe de reportagem, auxiliar né, cinegrafista e meu repórter. (sobe som curto) Sempre chegam na área que vocês pedem, com educação e elegância, é a minha equipe, graças a Deus. Aí quando chega alguém que fala assim “Chegou aqui uma equipe, chamaram o pessoal de vagabundo”. E para não gerar desconfiança eu tento apurar, e quando eu apuro, eu fico tão triste porque eu vejo que é um colega de outros lugar que andam fazendo isso, sabe, então não confunda não! Meu repórter Marzzo aí por exemplo, fotografa Cacau, simpático, educados, estudante de Direito, tem índole, tem brio, nunca chegaram num lugar falando isso. Então eu apuro as coisas (volta para Analice Salles no estúdio). Então eu apuro as coisas, e só fico triste porque acontece, outros colegas, que agem de maneira*

não-profissional, e chegam nos lugares e esculhambam com os moradores e isso fica impune, entendeu? Até que isso vai atrapalhar meu trabalho, seu trabalho. Ali é gente como a gente, eu sou gente como você, todo mundo aqui é igual. O recado tá dado.

O “recado” de Analice Salles discute o papel do ofício, deste tipo de reportagem junto às comunidades. Ela negocia com o telespectador a entrada da equipe naquele espaço e sua divulgação, atesta a credibilidade dos profissionais para fazer aquele tipo de atividade, e fala sobre os “modos de fazer”, quando questiona possíveis atitudes de outros colegas de profissão. A referência sobre o fato que teria motivado a apuração da apresentadora é ocultada. O que entra em questão mais uma vez, é a legitimação sobre a função de poder moderador exercida pela imprensa.

Outra reportagem, exibida do dia 23 de setembro, ilustra como a performance dos repórteres do Na Mira é usada para credibilizar a profissão, a sua condição de repórter, e também o papel do jornalismo como quarto poder, legitimador da atividade neste programa, em ambas as fases. O repórter Murilo Villas-Boas acompanha uma operação policial em uma região da periferia conhecida como Planeta dos Macacos. Ao final, os policiais fazem abordagens em algumas pessoas, e dois homens acabam sendo levados para a delegacia para prestar depoimento. Um deles, flagrado com uma arma, está algemado, no camburão da polícia e o repórter vai até lá conversar com o preso.

Murilo Villas Boas: *Estrada Velha do Aeroporto, muita gente na rua, muitos curiosos e exatamente, este rapaz. Você estava com a arma na mão! Maior, o único maior.* (Direciona o microfone para o rapaz).

Rapaz: (silêncio).

Murilo Villas Boas (em off): *Tá arrependido né negão?*

Rapaz: (Silêncio, o rapaz faz expressão de desdém. O rosto dele em foco na imagem, entra voz em off do repórter cobrindo).

Murilo Villas Boas: *Um carro com marca de dois disparos. Um 22 na sua mão. Menores a sua volta. A intenção, nós sabemos qual foi.*

Rapaz: *Negão, vai pra casa da porra (sic)!*

Murilo Villas Boas: *Você ainda é muito bem educado, né? A raiva bate, né camarada?*

Rapaz: *Que raiva negão? Eu não tava com nada não!*

Murilo: *Você não tava com nada, e tá aí, preso, algemado, um carro com a marca de dois disparos, os menores já disseram que a arma era sua, e aí? A educação, vai continuar?* (Direciona o microfone. Toda a pergunta do repórter fica em off cobrindo a imagem fechada no rosto do rapaz)

Rapaz: (silêncio).

Murilo Villas Boas: *A raiva bate?*

Rapaz: (Silêncio. Cara de desdém para o repórter)

Murilo: *Tá tremendo de raiva ou de frio?*

Rapaz: *Tá vendo eu tremendo aqui? Tá vendo eu tremendo?*

Murilo Villas Boas: *Você é valente!*

Rapaz: *Você tá vendo eu tremendo?*

Murilo Villas Boas: *Você é o famoso "cabeça cara, destruição em massa". É aquilo mermo e não muda em nada!*

Rapaz: *Deus é mais, negão.*

O diálogo entre o repórter e o preso mostra a situação de inquisidor do repórter e suas plenas condições para exercer tal papel com credibilidade, e a representação do criminoso, no último nível da sociedade e portanto, passível de chacotas, perguntas constrangedoras e por fim, julgamento moral. O artifício é usual dos programas populares e reforça, como dito anteriormente, o discurso moralizador imposto por estes programas sob a perspectiva de ser um vigilante dos problemas sociais e da atuação do poder público. Se os crimes e a violência existem, os programas televisivos funcionariam democraticamente, como uma plataforma denunciadora, mediadora e até solucionadora de tais problemas, como acontece em outros programas em que o mediador se oferece como solucionador dos casos.

Outra situação ilustra a tensão estabelecida entre o papéis estabelecidos pelo repórter e pelo indivíduo preso, e portanto, excremento social, e mais especificamente, a tentativa do programa de mais uma vez estabelecer a confiança com o telespectador e proporcionar um outro tratamento à questão. Na edição do dia 20 de setembro, o repórter Marzzo Silva vai até a Delegacia e conversa com três homens presos por tráfico de drogas, no bairro de Fazenda Coutos.

Marzzo Silva: *E o que você tava fazendo lá?*

Manuel (um dos presos, identificado com este nome na reportagem): *Fui comprar pra usar.*

Marzzo Silva: *Ah, você é usuário. Sabia que o carregamento estava chegando?*

Manuel: *Não.*

Marzzo Silva (voz empostada, vira-se para a câmera): *Sabia que os SI, que toda essa guardião de P2, da 49ª, da 3ª, da Choque, da Rondesp, você sabia que eles estavam por ali?*

Manuel: *Se eu soubesse eu não ia né?*

Marzzo Silva: *Mas é claro!* (vira-se para a câmera) *Ninguém vai dar testa! Ninguém é maluco! Tem gente que encara né?* (vira-se para um dos presos, o primeiro a ser entrevistado).

Silêncio.

Marzzo Silva: *O Léo faz silêncio. Tem gente que encara, Iron?* (Vai para o preso ao lado).

Iron: (Balbucia algumas palavras e o repórter insiste)

Marzzo: *O quê?*

Iron: *Não quero falar nada não.*

Marzzo: *Pois é, e a gente respeita. O Iron diz, “não tenho nada a declarar”, mas a gente respeita, porque afinal de contas, eu digo todo dia, ninguém é obrigado a produzir provas contra si mesmo!*

No estúdio, a performance de Analice Salles conduz o programa a partir dos comentários a cada reportagem exibida, dos bordões e também com a relação estabelecida com a voz em off do personagem oculto que Uziel Bueno intitulava de “Coisa”. No tópico inicial deste capítulo, abordamos a relação mantida por Uziel Bueno com este personagem, uma relação de proximidade, e diálogo que lhe permitiu inclusive a criação de um nome. Esta proximidade sugere uma associação imediata do personagem ao apresentador e neste momento, verifica-se um certo distanciamento de Analice Salles. A “Coisa” reduz-se a um recurso de efeito sonoro, que ratifica o discurso empregado pela apresentadora. A voz aparece em todas as edições do programa, possui maior quantidade de frases de efeito, algumas mais recorrentes que outras. Quando a voz entra e pronuncia “Meu Senhor do Bonfim, socorro, eu não quero morrer”, a apresentadora responde “Nem eu, nem você”. Este distanciamento do recurso que se tornou uma das marcas mais fortes do programa quando comandado por Uziel

Bueno, representaria uma estratégia de deslocamento de sentido do papel do mediador central, que a neutraliza frente ao programa.

Mas a criação de bordões específicos, de linguagem coloquial e fácil assimilação faz-se essencial para manter o vínculo com a audiência. A estratégia, mais uma típica dos programas populares, funciona como um elo de aproximação, como se dissesse que apresentador e audiência “falam a mesma língua”, e que a relação será a mais próxima possível, o que lida com expectativas da própria audiência. Analice Salles, bem como Uziel Bueno, possui entre três e cinco bordões ou frases feitas, que são ditas no decorrer do programa, a depender da notícia que for veiculada e de seus desdobramentos. Em todas as edições analisadas, Analice Salles iniciou o programa com o mesmo bordão, da mesma forma, com o mesmo posicionamento de câmera:

Coisa (voz em off): *Analice Salles está na área*

Analice (séria, olhando de frente para a câmera): *Na área e no cerco do crime. E você sabe que não está no canal errado, e aqui não tem maquiagem, a única maquiagem eu estou aqui é a que está no meu rosto.* (bate com uma das mãos no próprio rosto). *E mais, faço o que eu faço na face ó, do salto alto.* (câmera faz imagem fechada nos pés da apresentadora, que está com sapatos de salto alto, e ela bate com os pés no chão).

Coisa: *É isso aí lôra. Pisa na cabeça do dragão.*

Este no entanto, é o único bordão em que a apresentadora faz referência ao discurso assumido pelo programa, que é o de oferecer uma cobertura do noticiário policial mais próxima possível do real, sem cortes e filtros da edição comum jornalística. Uziel Bueno recorria desta estratégia de forma mais intensa, e quase sempre seus bordões assumiam a postura editorial do programa, mas Analice Salles faz referências mais pessoais, que exaltam a sua capacidade de conduzir o programa e postura em relação aos noticiários. Frases como “*Primeiro eu falo, segundo eu aviso, terceiro eu detono*”, “*Comigo é fogo na batida*”, ou “*Comigo o babado é forte*” representam uma tentativa de chamar a atenção do telespectador mais para a figura do apresentador em detrimento das especificidades que do programa em si. Isto mostra que

há uma mudança quanto posição significativa do mediador em relação ao programa, quando o foco se desloca do programa e sua natureza, para o apresentador e suas habilidades – ela não *é* o programa. Tal posicionamento acompanha também a lógica de produção, pois, deslocando a atenção para o novo mediador, o programa desvincula-se de seu idealizador – não é mais o Na Mira *de* Uziel Bueno, mas continua sendo o Na Mira, a partir de nova perspectiva.

Acima do repórter e da apresentadora está a instituição policial, aqui centro de todas as reportagens e fonte dos recursos moralizadores. Os repórteres frequentemente se referem aos policiais como “*Guerreiros*” ou “*Amigos do bem*” e são vistos como heróis que salvam a sociedade dos crimes e das drogas. Analice Salles costuma encerrar seus comentários após as reportagens agradecendo às equipes de polícia, e condenando os presos com o bordão “*Pague sua cadeia*”. A polícia atua na proteção da sociedade e o destino para “*quem escolhe o mundo do crime, são duas opções: ou é caixão ou cadeia meu filho*” (Analice Salles, edição de 20 de setembro).

É recorrente a menção aos nomes dos policiais ou delegados a frente das operações (Sargento Sérgio, Delegado ACM) e um deles, que apareceu em quase todas as edições analisadas por este corpus, ganha um apelido dos repórteres. Trata-se de Carlos Bonde, chefe de investigação da 13ª Companhia de Polícia Civil do bairro de Cajazeiras. Os repórteres se referem ao policial como “Bonde 0013”, em referência ao personagem fictício, criado pelo escritor Ian Fleming, “James Bond”, agente secreto de um serviço de espionagem britânico que acrescentava o código 007 a sua identificação.

Na edição do dia 21 de setembro por exemplo, a apresentadora anuncia uma reportagem que vai mostrar uma denúncia feita pelo Carlos Bonde, e que irá mostrar a “ousadia” dos bandidos com a polícia.

Analice Salles: *Olha, uma frase de mau gosto expressa em um cano no meio da rua deixou o policial Carlos Bonde indignado. Ele disse que é uma falta de respeito, e que logo, logo vai descobrir o autor. Ah meu filho, se ele falou e mostrou, ele vai atrás mesmo. Aqui na tela, do Na Mira.*

(Entra a matéria)

Marzzo Silva: *O Bonde disse “eu vou provar”, e nós viemos na incursão na Baixa do Tubo, e Bonde vai provar que aqui polícia é visto como “alemão”.*

(repórter e cinegrafista estão dentro de um carro, seguindo outro à frente que parece ser o da polícia. As imagens, tremidas, mostram o caminho percorrido até o local indicado pelo policial. Depois corta, e entra a imagem do cano pichado).

Marzzo Silva: Lôra, vem ver comigo. *O Bonde falou que ia mostrar e tá ali a prova* (o repórter em quadro lê a frase escrita no cano). *“Polícia na Baixa Fria é alemão”, assinado... Ainda tem uma assinatura ali, tá vendo? Olha lá. Não dá para identificar o que diz esse nome, mas aqui ó, ainda assinaram, olha lá. Bonde, falou que provaria e provou. Na Baixa do Tubo, polícia é alemão! Vamos ouvir o Bonde* (Caminha em direção ao policial, que está ao lado do carro da reportagem). *Provado né Bonde?*

Carlos Bonde: *Tá vendo aí? É como eu falei a você, eles ficam escrevendo aí, fora outras coisas né, ficam ofendendo a polícia moralmente, como eu lhe falei.*

Marzzo Silva (em off, imagens do cano pichado cobrindo): *Palavra de Bonde é lei. É o 0013, disse e provou!*

Aqui, vemos que a equipe de reportagem mobilizou-se para apoiar o protesto feito pelo policial, que mostra as condições hostis de trabalho a que são submetidos. Conduzidas desta forma, as reportagens do Na Mira executa um papel marcadamente de “voz da instituição policial”, ou seja, não basta apenas sair em sua defesa. Aqui, o programa mostra outro deslocamento de sentido, desta vez no contexto comunicativo estabelecido primordialmente pelo programa. Ou seja, o discurso central em favor da polícia é mantido mas agora sob estratégias de texto e performance. Policial e povo continuam sendo os elementos centrais, por onde o programa interpela o caráter popular, mas sob estratégias distintas: mais drama, mediador central menos atuante, reportagens com maior utilização do melodrama e da ação.

Mas o programa oferece pistas de que experimentações estão utilizadas. Nas três últimas edições analisadas deste período, verifica-se a inserção de uma escalada, ao invés de um clipe de imagens, para a abertura do programa. Um narrador apresenta alguns dos destaques do programa, e a imagem é ilustrada por uma frase em lettering, que dá um efeito de título. A cor da letra é vermelha e aparentemente deformada, com efeito que dá sensação de que elas escorrem ou derretem pela tela, ou ainda, como se

aquele título tivesse sido escrito “a sangue”. O programa sinaliza de que há um investimento diferencial nos recursos audiovisuais, apontando novas estratégias na construção do estilo do programa, o que só poderá ser verificado a partir de observações futuras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao optar por uma abordagem que considera marcos históricos e sua interação com cultura, comunicação e sociedade, defrontamo-nos com um caminho duro e com muitas tensões, que no entanto nos proporciona também uma perspectiva dignamente ampliada, onde as múltiplas visões oferecem mais do que uma só. Queremos dizer que as contribuições a partir de um referencial que considera os contextos sociais, culturais, históricos e econômicos, e mais, um mapa que nos oferece guias culturalmente construídas, permitiu-nos um olhar mais rico em relação ao que se acontece entre comunicação e sociedade na contemporaneidade.

Pretendíamos verificar de que forma o telejornalismo popular está sendo configurado no âmbito nacional e local. Chegamos à conclusão, a partir de um breve resgate histórico, que nos mostra situações específicas em que o telejornalismo popular se configura e se relaciona com o público. Todo este percurso histórico permitiu-nos observar que, no contexto contemporâneo em que os meios de comunicação operam, os estudos culturais considerem o popular a partir do que é massivo, mas a interação entre os elementos que Martin Barbero nos chamou a atenção mostra que o popular adquiriu no Brasil um aspecto político-estético, através da articulação entre o populismo e grotesco, estratégico do ponto de vista comercial, industrial televisivo, e emblemático do ponto de vista das matrizes culturais imbricadas nas práticas comunicativas do povo.

A reflexão dos autores Raquel Paiva e Muniz Sodré nos chamam atenção de que uma categoria estética é um sistema coerente de elementos e exigências distintas, que tornam uma obra identificável a partir de um determinado gênero. O grotesco na televisão se une à interessante articulação entre o que historicamente sempre esteve associado à cultura dos povos latinos – o melodrama, o riso, o satírico, a espontaneidade – e as lógicas produtivas industriais, com raízes nos princípios revolucionários burgueses. O programa Na Mira, permitiu-nos verificar que a partir do momento em que ele se classifica como noticiário, mas navega por outras esferas como a do humor e o entretenimento, os gêneros se operacionalizam como categorias culturais, como estratégias de comunicabilidade que estão sujeitas a situações específicas de comunicação. Esta hibridização é possível porque historicamente, tal estratégia de

construção esteve presente na gênese dos programas populares televisivos locais, seja através do rádio, que assumiu grande importância como veículo de comunicação.

A partir destas reflexões concluímos então, que o programa Na Mira se endereça ao público como um programa policial, de caráter popular, e a promessa de abordar esta temática não se dá de forma exclusiva, mas sim em diálogo com os formatos dos telejornais populares. Ele não se configura estritamente como um telejornal, por dispensar elementos referentes ao formato, disposição das notícias e organização, mas interage com os valores e classifica-se como um noticiário policial, uma vez que centra o seu conteúdo principalmente nas ocorrências ligadas à Instituição. O tema localiza a audiência em relação ao conteúdo, mas o povo é o principal instrumento de interlocução, principalmente a partir do texto e performance dos mediadores centrais. Mas isto não significa que o povo seja bem representado, uma vez que o caráter popular que o programa assume é, como afirmei anteriormente, a partir de uma estética política grotesca, não necessariamente preocupada com os interesses do povo, com o serviço, com o interesse público.

No corpus utilizado neste trabalho por exemplo, não identificamos referência alguma sobre os índices de violência na capital, sobre a segurança nos bairros, especialistas que dêem sua opinião sobre o assunto, digo em caráter de informação especificamente. Ser policial não significa apenas relatar um crime, exibir os corpos e ser informativo não significa apenas levar o repórter ao local do crime. No entanto, ao utilizar recursos como o melodrama, a proximidade através do texto, dos bordões, mostrar o povo na televisão, ele se utiliza de símbolos da cultura popular. Estes símbolos negociam com as lógicas de produção que, estrategicamente, supervalorizam o caráter comercial e não atendem, necessariamente, apelos do povo, nem mostram referências culturais.

Analizamos o programa em duas fases, a primeira em abril deste ano, quando era apresentado por Uziel Bueno, e a segunda parte em setembro deste ano, em que é apresentado por Analice Salles. O mediador central não representa todo o endereçamento do programa, mas é um componente e aqui observamos que a mudança de apresentador provoca deslocamentos em relação ao endereçamento do programa, a partir de novas articulações em relação aos demais operadores de análise utilizados, que

dizem respeito ao contexto em que a comunicação se dá, ao pacto firmado com os valores do jornalismo, à organização temática do programa.

No primeiro período, temos o apresentador escrachado, que protagoniza os momentos de maior repercussão e audiência do programa, e a forma como conduz o programa fornece subsídios simbólicos que o levam a deixá-lo para tentar a carreira política, feito não alcançado. Na segunda fase, o programa deixa de ter a mesma relevância comercial para a emissora, e entra em cena a apresentadora que é menos articulada que o primeiro e centra no toco do fato reportado, com performance menos incisiva. Estes dois momentos representativos também para o olhar em cima das estratégias de construção do programa, como se aliam os elementos simbólicos que remetem ao popular às lógicas produtivas. Aquele movimento que está no mapa esquemático elaborado por Martín-Barbero.

No que diz respeito à discussão ética, questionamos aqui se os limites impostos ao programa contribuíram para a sua legitimação perante à sociedade, e se provoca mudanças em relação à qualidade. A intervenção do poder judicial impondo uma censura não excluiu as imagens fortes, e nem provocou uma mudança de horário no programa. Assim, vemos que a discussão se faz pífia a partir do momento em que a lógica produtiva tem o poder de invalidar alguma decisão. E quanto à qualidade, o programa a recupera quando segue a proposta policial, mas vacila em relação à proposta popular. Desta forma é que valorizamos o olhar específico para cada programa, e seus movimentos, para abrir a discussão em torno destes temas.

Assim, vemos a importância deste trabalho a partir do esforço em refazer um percurso que diz respeito à história dos programas populares na televisão, num determinado contexto específico, para entender como eles se configuram e como eles, cada um ao seu modo, dialogam com a audiência e se cumprem as promessas feitas. Vemos um avanço em relação aos trabalhos feitos no âmbito do grupo de pesquisa a partir da aplicação do esquema de Martín-Barbero, que como abordamos anteriormente, desloca o olhar para as relações entre matrizes culturais, lógicas de produção, formatos industriais e competências de recepção.

No entanto, aqui não se apresentam todos os questionamentos que a articulação teórico-metodológica proposta suscita. O objetivo é o de levantar discussão, e assim incentivar que os outros trabalhos na mesma linha venham a ser produzidos, enriquecendo a produção acadêmica em torno desta metodologia, dos estudos culturais, e da produção televisiva local.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Afonso de. **A mídia como “Poder Moderador”: uma perspectiva comparada**. Artigo apresentado na XVII COMPÓS: São Paulo/SP, GT - Comunicação e Política, 2008. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_305.pdf. Acesso em 02 de setembro de 2010.
- ARAGÃO, Joana Maltez de; MENEZES, Juliana Cíntia Ferreira de; SANTOS, Lourivânia Soares. **A Caixa Mágica: um resgate da história da TV em Salvador**, Salvador: Nós Três, 2006.
- BUENO, Uziel. **TV Aratu 35 Anos. A Imagem da Televisão Baiana**. 2004. Memorial (Projeto Experimental de conclusão da habilitação em Jornalismo) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação.
- CAMPELLO, Alexandre de Assis. **Novo Olhar sobre os Telejornais Policiais. Interação pelo Formato**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2008. Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/gris/biblioteca/teses/dissertacao-pdf-14-09.pdf>. Acesso em 17 de julho de 2010.
- DAHLGREN, Peter; SPARKS, Colin. **Journalism and popular culture**. Londres: Sage, 1992.
- DUARTE, Dannilo de Oliveira. **Jornalismo Policial na televisão: gênero e modo de endereçamento dos programas Cidade Alerta, Brasil Urgente e Linha Direta**. 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea), Universidade Federal da Bahia.
- FRANÇA, Vera Veiga. O “popular” na TV e a chave de leitura dos gêneros. In: GOMES, Itania Maria Mota (org.). **Televisão e Realidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.
- FRANÇA, Vera Regina Veiga; ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. AUTORES. In: FRANÇA, Vera Regina Veiga (Org.). **Narrativas televisivas: programas populares na TV**, Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- FREIRE FILHO, João. **TV de qualidade: uma contradição em termos?** *Libero*, vol. 4, nº 7-8, 2001, p. 86-95. Disponível em: <http://200.144.189.42/ojs/index.php/libero/article/viewArticle/3899>. Acesso em 04 de Agosto de 2010.
- GOMES, Itania Maria Mota. **Telejornalismo de Qualidade. Pressupostos teórico-metodológicos para análise** in e-compos Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, no. 6, ISSN: 1808-2599, agosto/2006.
- GOMES, Itania Maria Mota. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós**. n. 8, 2007. Disponível em:

- <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/126/126>>. Acesso em: 16 abr. 2010.
- GOMES, Itania Maria Mota. **O que é popular no jornalismo popular?** In: COUTINHO, Eduardo Granja, FREIRE FILHO, João e PAIVA, Raquel (orgs.). *Mídia e poder: ideologia, discurso e subjetividade*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.
- GOMES, Wilson S. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004
- KARAM, Francisco José Castilhos. **A Ética Jornalística e o Interesse Público**. São Paulo, Summus, 2004.
- HALL, Stuart. **El trabajo de la representation** (Trad. Elías Sevilla Casas). Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP), 2002. Disponível em <<http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/tallhall.pdf>> Acesso 01 jul. 2009.
- MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: SENAC, 2000.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**, São Paulo, Brasiliense, 1995, p. 39-68
- MIRA, Maria Celeste. **Circo eletrônico - Silvio Santos e o SBT**. São Paulo: Loyla, 1995, p. 1-47. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=6O7MoKyW0vAC&oi=fnd&pg=PA5&dq=Silvio+Santos&ots=OhteS3MggD&sig=1N1BH-OUlc7oxoTKINKeAEEXZBU#v=onepage&q=Silvio%20Santos&f=false>. Acesso em 10 de Agosto de 2010.
- MITTELL, Jason. **A cultural approach to television genre**. In: *Cinema Journal*, 40, nº3, Spring 2001, p. 01-24
- MORAIS, Kátia Santos de. **O quê que o telejornalismo baiano tem? Um olhar sobre a construção da realidade a partir da relação entre telejornalismo e telespectador na cidade de Salvador**. Artigo apresentado no I Colóquio Internacional Televisão e Realidade, Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, 2009. Disponível em: <http://www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Katia%20Santos.pdf>. Acesso em 13 de Agosto de 2010.
- ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Perspectiva, 1988, p. 113-148.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart, ROXO, Marco, SACRAMENTO, Igor (orgs.). **História da Televisão no Brasil**. BARBOSA, Marialva Carlos; BERGAMO, Alexandre; MIRA,

Maria Celeste; RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. AUTORES. São Paulo: Contexto, 2010.

RUBIM, A. C. **Cultura, política e mídia na Bahia contemporânea.** Comunicação & Política, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 93-117, jan./abr. 2003.

SANTOS, Mirella de Freitas. **Apropriação do popular pelo telejornalismo brasileiro: análise dos programas Se liga Bocão, Balanço geral e Que venha o povo.** Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, 2009.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O Império do Grotesco,** Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura.** (Trad. Waltensir Dutra), Rio de Janeiro, p. 79-142: Jorge Zahar [1971]1979.