

A NOTÍCIA QUE TEMOS (NÃO) É A NOTÍCIA QUE QUEREMOS: O JORNALISMO POLICIAL INFORMA O QUÊ?

*Crislene Lisboa Girardi**
*Marcus Antônio Assis Lima***

RESUMO: Desde 1990 quando a televisão brasileira introduziu na sua programação jornalística programas policiais modificando a linguagem e os fatos que eram transformados em notícia, se faz necessário repensar o tipo de informação que queremos e até que ponto ela é realmente informativa e formativa. Dentro desse contexto é possível combater o nível da programação jornalística da televisão brasileira? (Teoricamente) O telejornal que deveria informar e formar será que vem cumprindo com tal papel? O jornalismo, e, mais precisamente, o jornalismo policial, a que, a quem e para que serve?

PALAVRAS-CHAVE: Desinformação; Jornalismo policial; Telejornalismo.

No dia seguinte os jornais já não davam destaque à morte de Marly. Tudo cansa, meu anjo, como dizia o poeta inglês. Os mortos têm que ser renovados, a imprensa é uma necrófila insaciável.

Rubens Fonseca,
O cobrador.

Introdução

Interpretar o mundo e repassar/transmitir esse recorte a milhões de pessoas que querem se informar sobre os acontecimentos transformados em notícias é a função precípua do jornalismo. E a qualidade informativa, juntamente com a verdade e apuração dos

* Mestranda do Programa de Pós-graduação em Letras: Cultura, Educação e Linguagens (PPGCEL) da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb).

** Doutor em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professor Titular da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb).

fatos, devem nortear o trabalho do jornalista. Mas até que ponto os crimes informam? E se informam, informam o quê?

Todos os dias a televisão expõe de forma gratuita e banalizada imagens de dor e de violência. Oliveira (2014) conta que o telejornalismo sensacionalista é denominado de *mundo cão*. Esse novo formato de jornalismo policial tem como data inicial o dia 20 de maio de 1991 quando o telejornal *Aqui Agora*¹ foi veiculado pelo Sistema Brasileiro de Televisão, o SBT. Considerado o primeiro telejornal policial da televisão brasileira, apresentado por Gil Gomes, repórter policial há 40 anos, o *Aqui Agora* tinha em sua abertura o seguinte slogan “Um jornal independente que mostra na TV a vida como ela é”. O *Aqui Agora* levou para a televisão o modelo do jornalismo popular que era utilizado nas emissoras de rádio: sensacionalista, com notícias policiais e muito apelo sexual. Em relação ao nome do programa, Oliveira (2014, p. 71) salienta que era assim chamado porque “a todo momento, as câmeras e microfones do telejornal estavam no momento exato do acontecimento, para mostrar a realidade ‘nua e crua’, sem interferência e sem maquiagem”.

Alguns fatos contribuíram para essa mudança na programação televisiva durante a década de 90, por exemplo, com a chegada da TV por assinatura ao Brasil, a tevê aberta perde audiência das classes A e B para esses canais por assinatura. Além disso, com o sucesso do Plano Real em 1994 “houve um aumento significativo de bens eletrodomésticos por famílias que estavam adquirindo o seu primeiro televisor, todas elas integrantes das camadas mais baixas da sociedade” (MATTOS, 2000, p. 117). Com o aumento dos aparelhos de tevê nos domicílios, as emissoras passaram a disputar a audiência nas “classes C, D

¹ Entretanto, antes mesmo do “*Aqui Agora*”, existiram outros telejornais que exploravam a violência de forma sensacionalista e grotesca, segundo Sodré (2002). É o caso de “*O homem do sapato branco*”, apresentado por Jacinto Figueira Júnior, em 1966. A TV Tupi de São Paulo, em 1954, exibiu o programa “*Tribunal do Coração*” com encenação de histórias pessoais e casos dos telespectadores. “*O Povo na TV*”, exibido de 1981 a 1983, foi outro programa que abordou a vida privada dos participantes. Outro programa jornalístico que fazia cobertura policial e também merece destaque é o “*Cadeia*”. Inicialmente, quando foi criado em 1979, era exibido apenas em Londrina no Paraná, mas em 1992 foi transmitido em rede nacional.

²Slogan do telejornal *Aqui e Agora* reproduzido na época. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=Vs4WAoriDfk>. Acessado em: 02/07/2017.

e E, apelando para os programas populares, sensacionalistas e, também passaram a lançar mão de sexo e violência, como o “Aqui Agora”, “Cidade Alerta”, “190 Urgente”, “No Limite” e outros (MATTOS, 2000, p. 167).

Esse novo formato popularesco vai influenciar outras emissoras que começam a alterar a linguagem e a escolha dos fatos do telejornal, passando a explorar, em forma de narrativa, as ocorrências policiais e os problemas sociais. Além disso, os telejornais buscaram uma linguagem menos formal e aumentaram a quantidade de reportagens policiais. Essa nova forma tem sido uma tendência do jornalismo policial na televisão (BORELLI; PRIOLLI, 2000).

Como consequência, os demais telejornais remodelaram-se, aumentando a quantidade de matérias policiais, ampliando o espaço de entradas ao vivo sobre as editadas e buscando uma linguagem menos formal. Aliás, uma das marcas de todos esses programas popularescos é a descontração, que será uma tendência muito forte no quadro da televisão brasileira na década de 1990, em contraste com as normas do Padrão Globo de Qualidade (BORELLI; PRIOLLI, 2000, p. 119-120).

Para conquistar um público cada vez maior, a televisão brasileira e mais precisamente os telejornais policiais vão fazer da segmentação da notícia um caminho para atrair a audiência. Nesse sentido, a superficialidade na abordagem dos fatos e o sensacionalismo serão fatores preponderantes para atingir tal objetivo.

A lógica imanente a esse processo confirma o seguinte: para superar a concorrência e provocar o interesse imediato da audiência, o que importa é a sensacionalização dos fatos sociais. Isso é inescapável da essência da produção jornalística, que deve organizar, sintetizar, dispor os acontecimentos como choques de estranhamento, cada vez mais espetaculares, inusitados (COSTA, 2002, p. 153).

Para definir sensacionalismo Angrimani (1995, p. 13) conceitua o adjetivo como sendo a “divulgação e exploração, em tom espalhafatoso, de matéria capaz de emocionar ou escandalizar” ou “como o uso de escândalos, atitudes chocantes, hábitos exóticos etc., com o mesmo fim, ou exploração do que é sensacional na literatura, na arte etc.” ou ainda

como algo “que produz uma sensação intensa, (...) que desperta viva admiração ou entusiasmo, espetacular, formidável”. Essa denominação é atribuída quando se quer colocar o veículo a margem afastando-o dos mídias “sérios”. Ainda segundo o mesmo autor, como o termo é abrangente ele é confundido “com qualificativos editoriais como audácia, irreverência, questionamento, mas também com imprecisão, erro na apuração, distorção, deturpação, editorial agressivo” (ANGRIMANI, 1995, p. 14). O que pode acontecer também em outros jornais. Outra definição para o vocábulo sensacionalismo foi proposta por Pedroso (*apud* ANGRIMANI, 1995, p. 14):

Modo de produção discursivo da informação de atualidade, processado por critérios de intensificação e exagero gráfico, temático, linguístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto de representação ou reprodução de real social.

Outro autor que vai caracterizar o sensacionalismo é Marcondes Filho (*apud* ANGRIMANI, 1995, p.15) que define o termo como o “grau mais radical da mercantilização da informação”. Para ele esse modo de tratar a notícia “está carregado de apelos às carências psíquicas das pessoas e explora-as de forma sádica, caluniadora e ridicularizadora” (*apud* ANGRIMANI, 1995, p.15). O apelo está direcionado para as vendas “tudo o que se vende é a aparência, e na verdade, vende-se aquilo que a informação interna não irá desenvolver melhor do que a manchete” (*apud* ANGRIMANI, 1995, p.15). Nessa prática jornalística “extraí-se do fato, sua carga emotiva e apelativa e a enaltece” (*apud* ANGRIMANI, 1995, p.15). A partir daqui uma nova notícia é construída passando a se “vender” sozinha. Ainda segundo o autor, a imprensa sensacionalista não se presta a informar, muito menos a formar. “Presta-se básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do público” (FILHO *apud* ANGRIMANI, 1995, p.15). Os jornais sensacionalistas têm um discurso sedutor, um apelo emocional e ainda utilizam um tom escandaloso e espalhafatoso mesmo quando a notícia não é necessariamente sensacionalista. Todo esse cenário é montado para mercantilizar a notícia e provocar no telespectador “pseudo-alimentos às carências do espírito” (FILHO *apud* ANGRIMANI, 1995, p.15). O autor ainda afirma que a

imprensa sensacionalista “como a televisão, o papo no bar, o jogo de futebol, servem mais para desviar o público de sua realidade imediata do que para voltar-se a ela, mesmo que fosse fazê-lo adaptar-se a ela” (FILHO *apud* ANGRIMANI, 1995, p.15). O conteúdo está pautado nos “escândalos, sexo e sangue (...) interessa ao jornalista (...) o lado aparente, externo, atraente do fato. Sua essência, seu sentido sua motivação ou sua história estão fora de qualquer cogitação” (*apud* ANGRIMANI, 1995, p.15).

Na televisão, o grotesco aparece em forma de espetáculo. Segundo Sodré (2002), a programação televisiva é composta por “aquilo que o público deseja ver”. Predomina o grotesco chocante. Brigas de vizinhos, de familiares, deformidades, violentados e crimes fazem parte do conteúdo dos telejornais policiais. O povo se sente representado. Uma ilusão! Já que, segundo Sodré (2002), isso não passa de uma encenação para manter o povo afastado de uma programação formativa. A escolha do que é notícia é realizada com os “óculos’ especiais”, termo usado por Bourdieu (1997), a partir dos quais os jornalistas veem certas coisas e não outras. O princípio da seleção é a busca do sensacional, do espetacular. Para transmitir o extra-cotidiano, os jornalistas utilizam-se de elementos do sensacionalismo. “A televisão convida à *dramatização*, (...) põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico” (BOURDIEU, 1997, p.25).

Costa (2002) chama atenção exatamente para o tratamento que é dado as notícias que exploram as anomalias patológicas, os comportamentos desviantes e a dimensão extraordinária do fato que buscam explorar a anormalidade do fato dando um tom de naturalidade e tentando conquistar/atrair audiência. A seleção dos acontecimentos explora o inusitado, os aspectos sensacionalistas e espetaculares.

A condição definidora do fato noticioso, portanto, é a exploração do inusitado. Partindo da seleção dos assuntos, pretende destacar ainda os aspectos mais espetaculares, sensacionais. Isso supõe como natural no meio jornalístico a busca permanente da *anormalidade*, desde o momento da definição da pauta, passando pela titulação da matéria e prosseguindo na narrativa que expõe seletivamente os fatos numa ordem decrescente de importância – do mais chocante às informações complementares (COSTA, 2002, p. 153).

Com a popularização do noticiário televisivo, o jornalismo sensacionalista começa a atingir a grande massa de telespectadores. Na conquista por mais e mais telespectadores, a televisão, segundo Costa (2002), busca na produção da notícia a sensacionalização dos acontecimentos sociais seja na “exclusão de temas socialmente necessários”, na “exploração do grotesco ou do incomum” ou na exteriorização da barbárie em manchetes ou títulos bombásticos. O autor ainda atribui à produção da notícia a denominação de estética da barbárie concretizada na cultura do transitório e do espetacular, o que é inerente nesse processo de cobertura jornalística. Toda essa busca natural pelo sensacionalismo é atribuída às condições industriais.

Trata-se de uma condição inerente à produção da notícia em função das condições industriais da produção jornalística e do fato de ela buscar naturalmente a sensacionalização dos acontecimentos sociais o conteúdo exploratório do espetacular enquanto elemento constitutivo da notícia se conforma às formas de produção que propiciam a fragmentação, desmontagem, aceleração do processo de produção e consumo de informações, favorecendo, no seu conjunto, a distorção, o falseamento da realidade, a exposição cindida de fatos simplificados (COSTA, 2002, p.6).

Para Bourdieu (1997), o uso ordinário da televisão traz perigos. O autor associa esse perigo “ao fato de que a imagem tem a particularidade de poder produzir o que os críticos literários chamam de efeito de real, ela pode fazer ver e fazer crer no que faz ver” (BOURDIEU, 1997, p.28). Este conceito parece dialogar com Charaudeau (2006) quando ele expõe sobre a “dupla relação” existente entre o “dispositivo televisual” (como lugar do telespectador se informar) e a “instância da informação” (explicação dos acontecimentos do mundo). O telespectador pensa que as imagens dão conta da realidade do mundo. Um mal-entendido, segundo Charaudeau (2006), já que a própria imagem carrega efeitos emocionais, descrições, relatos e comentários.

Essa fragmentação apresentada nas notícias não reflete a realidade. Não é o seu retrato fiel, é uma leitura, um olhar sobre o acontecido. O recorte do fato constrói um

espaço que contrasta com o que acontece, mas, ao mesmo tempo, é a sua finalidade para atrair a audiência segundo Charaudeau (2006, p.20):

A ideologia do ‘mostrar a qualquer preço’, do tornar visível o invisível e do selecionar o que é mais surpreendente (as notícias ruins) faz com que se construa uma imagem fragmentada do espaço público, uma visão adequada aos objetivos das mídias, mas bem afastada de um reflexo fiel. (...) Com isso, as mídias não são a própria democracia, mas são o espetáculo da democracia, o que talvez seja, paradoxalmente, uma necessidade.

Para Sodré (2002, p.133), “as emissoras oferecem aquilo que elas e seu público desejam ver”. Sodré (2002) ainda cita em sua obra a frase de Lacan, “não existe mais diferença entre a televisão e o público depois de algum tempo” (LACAN *apud* SODRÉ, 2002, p.131), para explicar a programação das emissoras de televisão que utilizam como matéria-prima as representações sociais, formando “uma identidade entre a televisão e seu público” (SODRÉ, 2002, p. 131). De acordo com Bourdieu (1997), se existe um campo jornalístico que explora a dor, o sofrimento e a violência é porque existem também telespectadores predispostos a este tipo de informação. O abuso de conteúdo sensacionalista – crimes, tragédias, desgraças - e grotesco na televisão é uma redução da fronteira entre o jornalismo e o entretenimento.

Que informação traz a notícia que temos?

Todos os dias as pessoas buscam notícias de todo e qualquer tipo, do lugar onde vivem, do país, do mundo, e os telejornais contribuem para a propagação desses acontecimentos do dia a dia. Mas o que é notícia? Para Charaudeau (2006) a construção da notícia sempre passa pelo ponto de vista particular, já que o fato é um recorte da realidade. Para que esse acontecimento se transforme em notícia, isto é “existir” é essencial nomeá-lo e transformá-lo em um discurso. Ele conceitua notícia:

(...) um conjunto de informações que se relaciona a um mesmo espaço temático, tendo um caráter de novidade, proveniente de uma determinada fonte e podendo ser diversamente tratado. Um mesmo

espaço temático: significa que o acontecimento, de algum modo, é um fato que se insere no certo domínio do espaço público, e que pode ser reportado sob a forma de minirrelato (CHARAUDEAU, 2006, p. 132).

Com este mesmo sentido, Curado (2002) propõe alguns aspectos que caracterizam o que é uma notícia: identificação de personagens, localização geográfica onde ocorreu o fato, descrição da circunstância e o contexto histórico que norteia a noção de amplitude e do que significa essa informação.

A importância da notícia é geralmente julgada de acordo com a sua abrangência, isto é, segundo o universo de pessoas às quais pode interessar. Esse é o critério mais utilizado em jornalismo de televisão que, dando ênfase ao aspecto amplitude, pode tender a transformar a notícia em entretenimento ou em espetáculo, tratando apenas de questões amenas ou desprovidas de polêmica (CURADO, 2002, p. 16).

Como propõe a autora acima é com esse sentido de transformar a notícia em entretenimento e/ou em espetáculo é que se trabalhará a notícia como uma mercadoria a venda. Um conceito que caracteriza o tipo de notícia veiculada no segmento policial desse artigo é a definição de Marcondes Filho (1989) no livro *O Capital da notícia – jornalismo como produção social da segunda natureza*.

Notícia é a informação em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isto a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político (MARCONDES FILHO, 1989, p. 154).

No jornalismo policial todos esses apelos são transmitidos pela notícia que seduz ao telespectador a assistir ao programa. O público, muitas vezes, nem percebe essa manipulação e esse tratamento dado aos acontecimentos. Segundo Charaudeau (2006, p. 7), o tratamento que a mídia imprime aos acontecimentos/reportagens televisivos “permite a alguns se refugiarem no espetáculo da ‘mediocridade’ (no sentido etimológico) para se livrar

da sua”. O que de acordo com o autor “não resolve os problemas e os dramas do cotidiano de cada um, o telespectador-cidadão se refugia no espetáculo do sofrimento dos outros” (CHARAUDEAU, 2006, p. 7). Todo diferencial na hora de transformar o acontecimento/fato em notícia televisiva deve-se à pressão econômica que impera sobre toda a televisão, seja ela pública ou privada. Para transmitir informação, a mídia funciona sob uma dupla lógica de ação: a primeira é a econômica - uma empresa que tem por finalidade o lucro e, portanto, deve fabricar um produto competitivo no mercado; a segunda é a semiológica - uma máquina produtora de signos (formas e sentidos) (CHARAUDEAU, 2006). Essa opinião de Charaudeau (2006) se assemelha com a de Bourdieu (1997, p. 19) quando este autor menciona sobre “o que se exerce sobre a televisão é a pressão econômica”. Costa (2002) também parece compartilhar desse ponto de vista quando cita que “não há como dissociar, do conteúdo da informação jornalística, a natureza do veículo de comunicação e sua integração sistêmica à economia de mercado” (COSTA, 2002, p. 7).

Costa (2002) assinala também sobre a qualidade do conteúdo nas informações, muitas vezes, fica comprometida, e até secundária, já que se tornam mais importantes os aspectos que vão impactar o público-receptor. Os procedimentos técnicos e narrativos que, muitas vezes, senão na maioria das vezes chegam a comprometer a ética e o humanismo, questões que parecem que não importam para esse tipo de telejornalismo. Segundo o autor o mais importante neste tipo de jornalismo “são os índices de audiência e a circulação e consumo dos bens simbólicos que justificam os meios” (COSTA, 2002, p. 154).

Jornalismo policial informa o quê?

Para atingir e continuar na programação da emissora, o jornalismo necessita de credibilidade e de qualidade, marcas que serão alcançadas por meio da junção de palavras e imagens precisas. E como selecionar palavras e imagens? De acordo com Marcondes Filho (2002) só são proibidas as imagens “sem vida”, monótonas; as interessantes que prendem o telespectador devem fazer parte do noticiário. Ele destaca: (...) um cinegrafista não pode

sair por aí filmando a esmo, ele precisa filmar de uma forma cativante: a TV tem de provocar emoção, envolvimento, ligação, como os telefilmes. O real tem que se moldar aos modelos da ficção para ser ‘telejornalizável’ [...] É preciso tornar o acontecido (a verdade) em algo sedutor, pois uma verdade morna não atrai ninguém. [...] se a TV consegue fazer com que eu me fixe a ela, se ela me prender e eu sentir ligação, emoção, envolvimento, eu me sentirei, então, ‘como se eu estivesse lá’. O telespectador busca na TV sentir as mesmas emoções que ele gostaria de poder viver no real, presenciando a coisa. Quando a TV lhe proporciona isso, quando ela o faz chegar às lágrimas, para ficar no exemplo, ele sente internamente um conforto, o de ter participado vivamente do acontecimento. Isso lhe dá um valor de verdade e de autenticidade (MARCONDES FILHO, 2002, p. 85-86).

Em relação à escolha das palavras, utilizar-se-á a visão da Teoria Semiollingüística de Patrick Charaudeau que “recusa a visão teórica que reduz a língua ao manejo de regras gramaticais e ao léxico – uma redução que a escola e o senso comum fazem crer ser natural” (SILVA, 2013, p. 236). A linguagem é muito mais do que regras gramaticais, codificação e decodificação de signos linguísticos; para Charaudeau a “linguagem é o mecanismo ou instrumento que permite às pessoas não só pensar e agir, mas também interagir com seus semelhantes e, conseqüentemente, viver em sociedade” (SILVA, 2013, p. 236). É a linguagem que possibilita os indivíduos pensarem, agirem e interagirem. A língua é a formadora do discurso, mas ela ultrapassa essas regras. O resultado é um alinhamento de circunstâncias, “a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca” (CHARAUDEAU *apud* LIMA, 2009, p. 3). O discurso é exatamente o ato de linguagem que possibilita locutores e interlocutores construir enunciados. O sentido desses enunciados dependerá dos cenários das relações que se estabelecem entre elementos linguísticos, sociais, históricos e culturais (CHARAUDEAU, 2013). Discurso e texto são termos distintos. Para explicá-los Charaudeau (2011) diz que “há discursos diversos num mesmo texto e um mesmo discurso em vários textos. O discurso não é o texto, mas ele é carregado por textos” (CHARAUDEAU, 2011, p. 3). O

discurso é o que se apresenta de subentendido dentro do texto e “depende de suas condições de produção e dos locutores que o produzem e o interpretam” (CHARAUDEAU, 2011, p. 3). Neste sentido “um mesmo texto é então portador de diversos discursos e um mesmo discurso pode impregnar textos diferentes” (CHARAUDEAU, 2011, p. 3). O que se conclui que o discurso pode permear em textos diferentes e um mesmo texto pode carregar discursos diferentes.

Fatos acontecem a todo o instante, mas só alguns se transformarão em notícias. E nessa busca, ou melhor, nessa garimpagem tudo que é novo, inédito, inusitado será propenso a se metamorfosear nas linhas de um jornal, nas ondas de rádio, na boca de um repórter ou mesmo nas ondas da internet. Nessa caçada por acontecimentos todo jornalista quer mesmo é o furo³ de reportagem. Só que segundo Oliveira (2014) a busca pelo furo pode trazer alguns problemas:

Porém, a busca por notícias inéditas traz consigo alguns constrangimentos, como a produção de informação sem apuro e sensacionista, notícias com pouco aprofundamento e de pouca relevância para possuir o caráter de noticiabilidade. É muito comum este tipo de constrangimento nos telejornais Cidade Alerta e Brasil Urgente, sobretudo, por conta do caráter de dinamismo e de velocidade na cobertura de novas informações que ambos tentam manter como uma marca de agilidade dos programas e também como estratégia de cumprimento das promessas anunciadas por ele (OLIVEIRA, 2014, p. 36).

A garimpagem do que será notícia está sempre atrelado ao novo, ao furo, ao inédito e ao inusitado. É uma busca incessante pelo que se entende por verdade, naquele momento, que se é descoberto ajuda a melhorar o interesse coletivo. Ou como diz Olga Curado no

³⁶A novidade é conhecida no jargão jornalístico como o ‘furo’, algo que além de ser novo seja também relevante. A relevância de um tema é parte do compromisso do jornalismo na condição de instituição pública, e que deve corresponder a uma expectativa social por novidade mesmo que para isso, “ele precise operar certas ênfases ou privilegiar certos aspectos de um evento que possam ser afirmados como o fato ‘novo’ no evento e, assim, ganhar importância em relação a outros” (OLIVEIRA, 2014, p. 36).

livro *A notícia na TV* “jornalismo é um caminho que nos leva a desvendar segredos que, revelados, ajudam a melhorar as condições da vida coletiva” (CURADO, 2002, p. 12).

Diante dessa afirmação e tomado à mesma como princípio apenas o crime em si não acrescenta, não traz conhecimento ou não modifica em nada a vida do cidadão. Muito pelo contrário os acontecimentos são apenas selecionados e transformados em notícia sem cumprir com o seu objetivo de informar. Segundo o decreto 52.795 de 31.10. 1963 que regulamenta o serviço de radiodifusão no Brasil, em seus artigos⁴ 28, 12, c – é preciso destinar um mínimo de 5% (cinco por cento) do horário de sua programação diária à transmissão de serviço noticioso. Então, as notícias têm um caráter tão importante que foi preciso um ato normativo, no caso o decreto, determinar que os acontecimentos fossem levados ao conhecimento de todos via um serviço de radiodifusão. Neste mesmo artigo do decreto só que na alínea “b” é exposto que na programação das concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão não é possível transmitir programas que atentem contra o sentimento público, expondo pessoas a situações que, de alguma forma, redundem em constrangimento, ainda que seu objetivo seja jornalístico. Ora, nesse sentido, parece que temos uma infração ou, no mínimo, um desrespeito a esse artigo do decreto, mesmo que o direito constitucional em seu artigo 5º, II, diga que “ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei”, mas o decreto, também, deve ser cumprido.

Bourdieu (1997) considera que as notícias de variedades utilizam as temáticas da imprensa sensacionalista – sangue, sexo, drama, crime - que ele classifica como “notícias que distraem”. A concorrência pela audiência leva as emissoras a noticiar o que ele denomina de fatos-ônibus (omnibus) “que não chocam ninguém, que não envolvem disputa,

⁴Outro artigo do mesmo decreto que também faz referência à programação é o Art. 67, item 3: As concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão, observado o caráter educacional desse serviço, deverão na organização dos seus programas, atender entre outras às seguintes exigências: 3. destinar um mínimo de 5% (cinco por cento) do horário de sua programação diária para transmissão de serviço noticioso. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d52795.htm. Acessado em: 30/07/2017.

que não dividem, que formam consenso, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada de importante” (BOURDIEU, 1997, p. 23). Essas notícias de variedades, segundo ainda o autor, ocupam um tempo raro, que poderia ser empregado para dizer alguma coisa importante que servisse de informação para o cidadão. Ele ainda salienta que ao utilizar o tempo para veicular assuntos considerados de pouca relevância social ou como ele mesmo denomina de “coisas tão fúteis” estas ocultam os fatos preciosos.

Mas como escolher o que será notícia? Bourdieu (1997) se preocupa com a escolha do que é notícia realizada com os “óculos especiais”, termo usado pelo autor, a partir dos quais os jornalistas veem certas coisas e não outras. O princípio da seleção é a busca do sensacional, do espetacular. Para transmitir o extra-cotidiano, os jornalistas utilizam-se de elementos do sensacionalismo. “A televisão convida à dramatização, (...) põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico” (BOURDIEU, 1997, p. 25). E continua dizendo que “os jornalistas, *grosso modo*, interessam-se pelo excepcional para eles. Eles se interessam pelo extraordinário, pelo que rompe com o ordinário, pelo que não é cotidiano” (BOURDIEU, 1997, p. 25). E ironicamente escreve: “os jornalistas cotidianos devem oferecer cotidianamente o extra-cotidiano, não é fácil” (BOURDIEU, 1997, p. 25). Na perseguição pelo furo jornalístico “está-se disposto a quase tudo” a busca pela exclusividade vai resultar na uniformização e na banalização do que é veiculado.

Logo na apresentação do livro *Estética da Violência* escrita pelo professor de filosofia da Unicamp, Pedro Goergen, o docente chama a atenção para as “poucas vezes que nos damos conta que a leitura de um jornal é a leitura de uma leitura” (GOERGEN, 2002, p. 2). Nesse sentido, a leitura de uma leitura é o que vemos, ouvimos e escrevemos. Ao olhar para um acontecimento, o jornalista faz uma leitura. É a primeira. Ele escreve o que viu, ouviu e apurou com as fontes, com os entrevistados. O leitor, o ouvinte, ou o telespectador

ao ter acesso àquela notícia faz uma segunda leitura. Traz outros elementos que transformam essa leitura numa nova forma de ver essa notícia. Pode incrementar com outra, buscar mais informações, refletir, lembrar de fatos, ou seja, faz a leitura da leitura.

A realidade, os acontecimentos nos são apresentados previamente selecionados, lidos interpretados. Algo é retirado de um determinado contexto, moldado e transferido para um outro, no qual ganha novos sentidos e relevâncias que lhe são imputados desde uma tela imperceptível de interesses. Mesmo que trate da reprodução do real, trata-se sempre de uma reprodução, uma vez que o fato (transmitido pela letra ou pela imagem) foi retirado do ambiente original e inserido num novo espaço. O jornalismo trabalha sempre com representações, que, porém não revela como tais. Faz-nos crer na postagem de fatos reais. Apaga-se o caráter mediado: o leitor sente-se em contato com o real, sem dispensar o mamão, o pão com queijo e o café. Esta ilusão permite que com a notícia nos sejam servidas de interpretações, interesses, ideologias (GOERGEN, 2002, p. 2).

De acordo com o autor a função mediadora exercida pelo jornal entre o leitor e a realidade é importante porque dá possibilidade de autonomia do sujeito quanto às informações que chegam a até ele ajudando/ complementando a sua formação. Segundo Curado (2002, p. 16) “a informação deve colaborar para produzir em nós um sentimento de inclusão social ou política, aumentando a nossa consciência acerca do que se passa nas cercanias ou alhures”. A autora enfatiza ainda que “o telejornal, programa de notícia ou o noticiário está no ar com a missão de oferecer esclarecimentos sobre os fatos. O limite do jornalismo é a verdade”.

Quando a desinformação deixa de ser um erro para se converter em uma estratégia comercial

Os tortos, muitas vezes, intransitáveis caminhos percorridos para que um fato se transforme em notícia e chegue até aos ouvintes, leitores, telespectadores e internautas compõem a função do jornalista sobre o seu papel – de informar completamente um acontecimento garantindo sua compreensão - e não o contrário de desinformá-lo. O problema é que o jornalismo policial televisivo noticia uma sucessão de casos violentos, brutais, que

não tem nexos uns com uns outros, e além disso, também não apresentam uma solução, ou ao menos, um possível ponto de partida para se pensar a violência como um problema social.

A dificuldade do jornalismo para esclarecer o leitor sobre os acontecimentos noticiados e o porquê de serem esses os escolhidos revelam as transgressões que os meios de comunicação cometem cotidianamente. A maioria dos casos, senão a totalidade das reportagens sequer fornece uma estatística para nortear a cabeça do telespectador para fazer conexões sobre a real dimensão do problema da violência no país.

A domesticação da massa de notícias produzida todos os dias nas redações (a ordenação e a hierarquização da matéria-prima informativa que o jargão jornalístico batizou de “edição”) ao contrário de “organizar o caos”, aumenta ainda mais, na cabeça do leitor, a confusão e a incompreensão dos fatos cobertos pela mídia. É alerta para o perigo de que esse comportamento, tornado sistêmico (e não eventual), produza o que o autor chama de *desinformação funcional*, “um fenômeno semelhante ao que acontece em casos de alfabetização ineficiente – quando a pessoa que está sendo alfabetizada aprende apenas a juntar letras ou mesmo frases inteiras, mas não consegue apreender o significado do que lê” (MORAIS *apud* SERVA, 2005, p. 17).

Um exemplo citado pelo jornalista Serva (2005) em seu livro *Jornalismo e Desinformação* foi a preocupação permanente dele de explicar o leitor o que estava acontecendo naquele canto do mundo (Iugoslávia). “Muitas vezes cheguei a sentir que as notícias que produzi como correspondente nem sempre eram compreendidas pelo leitor. Outras vezes senti que, ao descrever o que via, falseei a verdade” (SERVA, 2005, p. 20). E continua: “as ferramentas jornalísticas ao meu alcance pareciam insuficientes”. E afirma que essa dificuldade não era um caso isolado de uma ou outra cobertura jornalística. “Um fato assim recorrente não aparentava ser fruto do acaso, mas uma característica mais profunda do sistema jornalístico” (SERVA, 2005, p. 21). Ele mesmo “denuncia os equívocos que o jornalismo ‘comete há séculos e que continua cometendo nessa era de meios digitais’. Pecados que correm o risco de se tornarem mortais, quando a desinformação deixa de ser um erro para se converter em uma estratégia comercial” (SERVA, 2005, p. 16).

A busca pelo novo, pelo que sai do normal, pelo imprevisível é a matéria-prima do jornalista. Para que essa informação ou acontecimento se transforme em notícia e faça sentido, aliás, “só faz sentido quando necessariamente se harmoniza com uma referência anterior do leitor – um signo referencial interior, o interpretante” (SERVA, 2005, p. 49) é preciso que o fato seja esclarecido.

“O que surpreendente, então, necessariamente não faz sentido – ao menos que a ação comunicativa (jornalística ou não) ‘explique’ o fato ou o torne conhecido e assim crie referência interior para o receptor, dê a ele o conhecimento necessário para que os fatos passem a ‘fazer sentido’” (SERVA, 2005, p. 49).

Para organizar o que o autor denomina de caos, a imprensa precisa hierarquizar e categorizar nas páginas do jornal, ou no noticiário, da TV ou internet. Isso ele designa pelo nome de “edição”, isto é, a organização das informações conforme as regras do meio, do veículo e a “lógica do grupo incumbido do trabalho de editar, além da compreensão que ele tem dos fatos e o que ele supõe ser o interesse e a capacidade de entendimento do seu receptor” (SERVA, 2005, p. 55). Esses procedimentos vão gerar “uma ação que pretende DETER os fatos, obter sua essência, conhecer e explicá-los, ou ao menos parecer explicá-los” (SERVA, 2005, p. 55). Para isso o fato deve ser contado com muitos detalhes deixando o texto fiel ao fato original, o que resgata a sua capacidade de surpreender e ao mesmo tempo atribui a capacidade de compreensão. “Os pontos de controle estão em todos os níveis, indo do repórter que seleciona os fatos ao editor que decide o que eliminar, ao *cameraman* que escolhe para onde apontar a câmera, ao editor de vídeo que deixa uma parte do material no chão da sala de corte” (SCHRAMM; PORTER *apud* SERVA, 2005, p.58).

As lacunas de informação ou incompreensão são causadas por três conceitos: omissão, sonegação e submissão de fatos em diferentes níveis e razões que determinaram essas brechas. Serva (2005) denomina omissão a “ausência de informação, de qualquer natureza, causada por falta de condições de órgão de imprensa de obtê-la (...) dentro do prazo industrial de produção da edição” (SERVA, 2005, p. 65). A omissão pode ser corrigida logo – ou tornar-se uma sonegação. Sonegação é aquela “informação que, sendo de conhecimento

do órgão de imprensa, não foi colocada na edição por alguma razão” (SERVA, 2005, p. 66). Já a submissão “entende-se que, embora noticiado, tem uma edição que não permite ao receptor compreender e deter a sua real importância ou mesmo o seu significado” (SERVA, 2005, p. 66). “As três categorias podem se misturar e também ser alteradas em função da historicidade dos fatos” (SERVA, 2005, p. 66).

A submissão provocada pela possível confusão de notícias, segundo Serva (2005), está comumente associada aos casos chamados de “desinformação informada⁵”: “embora tenha tido acesso às informações, o consumidor não consegue compreender claramente o fato” (SERVA, 2005, p. 68). Por outro lado, se essa desinformação é tão grande e chega a provocar a compreensão errada da informação, a submissão nomeia isso de “deformação da informação”. Se ocorrer em caráter sistêmico (e não episódico), a “desinformação informada” pode causar uma *desinformação funcional*.

Essa desinformação funcional corresponde a um fenômeno definido pelo fato de que as pessoas consomem informações através de um ou mais meios de comunicação, mas não conseguem compor com tais informações uma compreensão do mundo ou dos fatos narrados nas notícias que consumiram. (...) a dificuldade de integrá-lo (o fato) numa construção lógica da realidade que é condição para, cada qual, poder pensar o seu estar no mundo e na História (SERVA, 2005, p. 71).

A objetividade tão buscada pelos jornalistas acaba trazendo um problema para o público: “a redução de fatos multifacetados para uma digestão mais fácil para o consumidor (...) ocorre não só em relação ao contexto dos fatos, mas também em relação à própria narração de ocorrências ditas ‘objetivas’” (SERVA, 2005, p. 95). Serva (2005) ainda relata que as agências noticiosas internacionais habituaram-se a simplificar as descrições dos fatos reduzindo a um denominador comum. Esse “procedimento retira dos fatos a diversidade

⁵ “Normalmente essa desinformação se dá porque um dos fatos se submete ao paradigma do outro – e o deslocamento retira da notícia o sentido necessário à compreensão do fato -, ou ambos se confundem em um outro paradigma” (SERVA, 2005, p. 68).

de versões, para torná-los algo ‘simples, claro e objetivo’, o que na verdade não são” (SERVA, 2005, p. 95). E continua relatando: “a primeira vítima quando começa a guerra é a verdade⁶. (...) o que vitima a verdade não é um assassinato puro e simples, mas uma intervenção cirúrgica que a mata, mas mantém sua aparência, como uma múmia” (SERVA, 2005, p. 95).

Para explicar o reducionismo jornalístico na descrição de fatos, Serva (2005) diz que: “uma alteração de paradigma pode inverter o sinal de uma história, de um papel, um herói pode facilmente aparecer como vilão, um caso complexo virar uma história simples (um caso de legítima defesa virar um assassinato simples), etc” (SERVA, 2005, p. 98). Esses são exemplos de como “simples reduções jornalísticas podem tirar uma história do seu contexto e alterar completamente o seu conteúdo” (SERVA, 2005, p. 98). E ainda cita uma declaração irônica de Albert Einstein para se referir as reduções: “Se minha teoria da relatividade estiver correta, a Alemanha dirá que eu sou alemão e a França dirá que eu sou um cidadão do mundo. Caso ela esteja errada, a França dirá que sou alemão, e a Alemanha, que sou judeu” (SERVA, 2005, p. 98).

Os desdobramentos dos fatos ganham cada vez menos destaque à proporção que se tornam conhecidos. De acordo com Serva (2005) isso é visto de maneira normal pelos jornalistas e dos consumidores acostumados como essa característica de produto comercial que é como é realizado o jornal hoje em dia. “Um jornal composto de desdobramentos é um jornal ‘frio’, e supostamente não cumpre sua vocação fundamental: a de vender novidades ao leitor” (SERVA, 2005, p. 103). O autor destaca que para os profissionais da imprensa é uma forma de “destacar o que é ‘novo do que é ‘notícia velha’, ‘repercussão’⁷,

⁶ “Frase dita por um senador norte-americano Hiram Johnson, em frase usada como epígrafe e inspiração do título do livro de Phillip Knightley, A primeira vítima, um clássico dos estudos sobre jornalismo de guerra” (SERVA, 2005, p. 95).

⁷Segundo o dicionário dos jornalistas é “prosseguir num assunto do próprio jornal ou de outro. Veja suíte”. Disponível em: <http://coisasdejornalista.com.br/dicionario-jornalístico/>. Acessado em: 06/07/2017.

‘follow-up’ ou ‘suíte’” (SERVA, 2005, p. 103). Ao vender novidades para o público o jornalista: “impõe ao mesmo tempo a desinformação sobre os desdobramentos de longo prazo de fatos que um dia soaram surpreendentes ou sobre as origens de longo prazo de fatos que o surpreenderão em outro momento” (SERVA, 2005, p. 103).

Servo (2005) afirma categoricamente que não é questão de apontar soluções para a distorção, já que não sabe se é um problema para o consumidor, mas é para quem busca entendimento das notícias, o que não é a mesma coisa, mas ele aponta que a “técnica jornalística – praticada hoje - não atende ao objetivo de permitir a compreensão dos acontecimentos, mesmo daqueles que porventura venham a se tornar fatos de interesse para a cobertura de imprensa” (SERVA, 2005, p. 117). E relembra os ensinamentos de Charles S. Peirce dizendo que “um signo, quer seja um objeto, quer seja uma ideia, só é compreensível e compreendido se o seu receptor tem dele um signo referencial, *interpretante*, que corresponde ao objeto primeiro”. E continua explicando que “só é possível entender algo – um objeto concreto, um fenômeno da natureza, uma palavra nova ou um conceito teórico sofisticado – se detivermos ideias anteriores correspondentes ou mais sofisticadas do que aqueles, suficientes para interpretá-los” (SERVA, 2005, p. 118). Nesse sentido, Serva (2005) compara como o consumidor de informações:

No momento em que o leitor de jornais consegue compor os signos *interpretantes* para a compreensão de uma notícia, ela já deixa de ser importante para os jornalistas (e possivelmente para o leitor mesmo, treinando a ser consumidor dos meios tais como são), pois deixa de ser surpreendente, nova, “quente”, etc. Deixa de ser “notícia” para os jornais, e paulatinamente sai do noticiário. (SERVA, 2005, p. 119).

⁸ Segundo o dicionário dos jornalistas é um “lembrete ou reforço de pauta, por telefone ou contato pessoal”. Disponível em: <http://coisasdejornalista.com.br/dicionario-jornalístico/>. Acessado em: 06/07/2017.

⁹ Segundo o dicionário dos jornalistas “do francês *suíte*, isto é, série, sequência. Em jornalismo, designa a reportagem que explora os desdobramentos de um fato que foi notícia na edição anterior. Também se usa o verbo *suitar* no sentido de repercutir”. Disponível em: <http://coisasdejornalista.com.br/dicionario-jornalístico/>. Acessado em: 06/07/2017.

Na ausência de notícias novas os jornais fazem o desdobramento de notícias anteriores, mais conhecido como *suíte* ou *esquentamento* de notícias, atribuindo aberturas novas a textos sobre fatos posteriores o que transmite um tom de novidade ao assunto. Para aumentar esse efeito surpresa na notícia, o jornalista põe informações desconhecidas – que segundo Serva (2005) “diminui a compreensão, que certamente seria maior, se o início do texto fizesse referência à reportagem do dia anterior ou a outras semelhantes que pudessem ser colocadas sob o mesmo paradigma” (SERVA, 2005, p. 121). O autor salienta que isso não acontece: a “imprensa não busca ampliar os significados das notícias. Ao contrário: em seu liquidificador de fatos, tudo que é sólido dever ser desmanchado” (SERVA, 2005, p. 121). E finaliza com o texto de ficção de Rubem Fonseca: “no dia seguinte os jornais já não davam destaque à morte de Marly. Tudo cansa, meu anjo, como dizia o poeta inglês. Os mortos têm que ser renovados, a imprensa é uma necrófila insaciável” (SERVA, 2005, p. 121).

Os processos desinformantes de omissão, *sonegação*, *submissão*, *deformação*, *saturação*, *neutralização* e *redução* são vistos como consequências do processo de edição que embora sejam “naturais”, segundo o autor inverte a missão do jornalismo que é informar, mas são essências a este trabalho.

O jornalismo como está disposto nos meios de comunicação atuais, pratica ao mesmo tempo técnicas de informação e desinformação. Satisfaz a demanda por informação, mas mantém elevada essa demanda. Satisfaz ao mesmo tempo em que nega. Informa, mas necessariamente desinforma também. (...) A consequência natural desse sistema é que, ao apresentar retratos dos fatos de forma isolada e descontextualizada, os meios informativos simultaneamente negam ao seu consumidor uma apreensão mais complexa da notícia e produzem uma percepção alterada dos acontecimentos ao longo do tempo – e por decorrência do fluxo da história –, ao gerar uma falsa sucessão de fatos novos e independentes. No jargão jornalístico, seria dizer: a imprensa engana ao apresentar aos seus leitores uma miríade de “notícias quentes” onde em verdade existem apenas “suítes” (SERVA, 2005, p. 126-127).

É notório que as imagens e as narrativas de violência ficaram banalizadas com os programas e telejornais policiais transmitidos pela televisão. Diante disso será que os telespectadores ainda tem uma sensação de desconforto e se sensibilizam com as notícias? Curado (2002) diz que essas cenas violentas tem o poder de dessensibilizar o público e que quando precisar incluí-las nas reportagens é necessário advertir o público. “O morto merece respeito e não deve ser mostrado a não ser que existam razões muito importantes para isso” (2002, p. 158).

De acordo com Traquina (2003), é cada vez mais crescente os abusos cometidos pelos “mídias noticiosos”, o que ele chama de liberdade negativa da imprensa. Além disso, “o sentimento é de que as notícias são de uma maneira crescente *info-tainment*, demasiada sobre o que é interessante e pouco sobre o que é importante” (TRAQUINA, 2003, p.190). Além disso, o texto na televisão é fragmentado e descontínuo, já que o critério de escolha ou exclusão de temas é subjetivo e aleatório. O compromete que aspectos da realidade sejam ressaltados ou desconsiderados. Nesse sentido o fator tempo disponível para veiculação ou mesmo para executar a reportagem, aliados as pressões do mercado industrial serão decisivos na hora do fato se tornar notícia.

WHAT NEWS DO WE HAVE, (NO) IS THE NEWS WE WANT: POLICE JOURNALISM TELLS US WHAT?

ABSTRACT: Since 1990, when Brazilian television has introduced police programs in its journalistic programming, changing the language and the facts that were transformed into news, it is necessary to rethink the type of information we want and to what extent it is really informative and formative. Within this context is it possible to combat the level of journalistic programming on Brazilian television? (Theoretically) the television news that should inform and train will you be fulfilling that role? Journalism, and more precisely police journalism, to whom, and for what purpose?

KEYWORDS: Disinformation; Journalism Police; Telejournalism.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Rafe. *Dicionário jornalístico*: entenda todos os jargões, 2016. Disponível em: <<http://coisasdejornalista.com.br/dicionario-jornalístico/>>. Acessado em: 06/07/2017.

- ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.
- BORELLI, Silva H.S. e PRIOLLI, Gabriel (coord.). *A deusa ferida: porque a Rede Globo não é mais a campeã de absoluta audiência*. São Paulo: Summus, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- BRASIL. Decreto 52.795 de 31 de outubro de 1963. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d52795.htm>. Acessado em: 07 de julho de 2017.
- CHARAUDEAU, Patrick. A televisão e o 11 de setembro: alguns efeitos do imaginário. *Logos 24: cinema, imagens e imaginário*. Ano 13, 1º semestre 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick. Dize-me qual é o teu corpus, eu te direi qual é a tua problemática. *Revista Diadorim* Volume 10, 2011.
- COSTA, Belarmino Cesar Guimarães da. *Estética da violência: jornalismo e produção de sentidos*. Campinas, SP: Autores Associados; Piracicaba, SP: Editora Unimep, 2002.
- CURADO, Olga. *A notícia na TV: dia a dia de quem faz telejornalismo*. São Paulo: Alegro, 2002.
- LIMA, Regina Aparecida Gaspar de Souza. *Análises de práticas discursivas como mediadoras do poder no contexto das organizações: um diálogo entre a semiolinguística e Van Dijk*. Disponível em: < [file:///C:/Users/cliente/Downloads/592-1725-1-PB%20\(6\).pdf](file:///C:/Users/cliente/Downloads/592-1725-1-PB%20(6).pdf) >. Acesso em: 01 de out. 2015.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O Capital da notícia – jornalismo como produção social da segunda natureza*, 2ª edição. São Paulo: Ática, 1989.
- MATTOS, Sérgio. *A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)*. Salvador: Editora Pas-Edições Inamá, 2000.
- OLIVEIRA, Dannilo Duarte. *Jornalismo policial na televisão: gênero e modo de endereçamento*. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2014.
- SERVA, Leão. *Jornalismo e desinformação*. 3 ed. São Paulo. Editora Senac São Paulo, 2005
- SILVA, José Otacílio da. Charaudeau. In: OLIVEIRA, Luciano Amaral (Org.) *Estudos do Discurso: perspectivas teóricas*. 1ª ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2013. p. 235-260.
- SODRÉ, Muniz. *Sociedade, mídia e violência*. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.
- SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. *O império do grotesco*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

Recebido em: 27/09/2017.

Aprovado em: 22/11/2017.