



## Ética na Mídia: a Influência do Jornalismo Heróico-social<sup>1</sup>

Allaisa de SANTANA<sup>2</sup>

Aureliano Quinto de Souza Neto<sup>3</sup>

Lucas Erick de Aquino CONCEIÇÃO<sup>4</sup>

União Metropolitana de Educação e Cultura, Itabuna, BA

### RESUMO

O Artigo se propõe a discutir a ética na mídia, fazendo análise ao programa sensacionalista Alerta Total, exibido pela TV Cabrália, no interior do Estado da Bahia, de segunda a sexta. O trabalho destaca a influência do jornalismo sensacionalista para o público, por meio dos fatos noticiados e como a sociedade aborda esse meio. Relaciona porque esse recurso telejornalístico torna-se mais atraente para o público, mas que acaba contribuindo para que sua informação perca a qualidade influenciando passivamente com sua própria opinião, perdendo, assim, toda a credibilidade da notícia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Alerta Total; Ética; Jornalismo; Sensacionalismo.

### INTRODUÇÃO

Ética vem do grego “ethos”, que quer dizer modo de ser, o caráter. Jornalismo vem da palavra “jour” em francês, que significa dia. Algo que fosse dado com informações factuais, tornando-se divulgador de notícias.

Com o passar do tempo, a marginalização social das classes menos favorecidas está dando lugar a uma nova metodologia jornalística, que confunde a essência real a que se propõe o jornalismo desde a sua origem e dá espaço a uma busca desenfreada de audiência atropelando os índices básicos e noções de respeito, caráter, ética e qualidade midiática. Partindo desse princípio, observa-se o surgimento de um jornalismo de caráter duvidoso que, cada vez mais, torna-se algo público e real no cotidiano das pessoas, abrangendo intensamente as classes sociais D e E, tornando a notícia veiculada algo duvidoso e contestável. Tal experiência tem levado a prática jornalística a perder a sua referência de um jornalismo sério, a essência midiática é jogada por terra diante da banalização da notícia.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Graduando do 7º semestre do Curso de Jornalismo da UNIME-Itabuna, e-mail: [allaisa@hotmail.com](mailto:allaisa@hotmail.com)

<sup>3</sup> Graduando 7º semestre do Curso de Jornalismo da UNIME-Itabuna, email: [aureliano\\_netol@hotmail.com](mailto:aureliano_netol@hotmail.com)

<sup>4</sup> Graduando do 7º semestre do Curso de Jornalismo da UNIME-Itabuna, e-mail: [lucasaquino87@hotmail.com](mailto:lucasaquino87@hotmail.com)



Com isso, cresce o espaço do jornalismo vil, em que o compromisso ético de mostrar a realidade perante os fatos perde seu rumo, e surge a pior das espécies do jornalismo – o sensacionalismo, um tipo de postura adotada por certos veículos de comunicação em que se busca um único objetivo: o índice abusivo de busca de audiência e o exagero com dosagem de apelo emotivo sustentado pelas fragilidades emocionais e sociais daqueles que vêm nesse tipo de exposição pública o caminho para resolver as mazelas e impasses sociais. Esse jornalismo desenfreado tende a tornar-se, com o passar dos anos, um jornalismo chulo e fora do seu significado original.

Com o objetivo ético de desvendar todo mistério que ronda por trás dessa nova tática jornalística, observa-se, portanto, que o termo “ético” tem sido relegado a segundo plano. Observa-se, ainda, que, nos últimos anos, aparecerão programas ditos “jornalísticos” em que o sensacionalismo será a “mola mestra” e a busca desenfreada por audiência vai tratar a notícia e a informação como mera mercadoria, onde deveria ser mostrado apenas aquilo que se vende. Mas ter acesso às informações será também uma necessidade social, devido ao sentido de viver em sociedade e estar em contato com pessoas, notícias, fatos, acontecimentos, dramas públicos ou pessoais, e toda uma série de conhecimentos que leva o indivíduo a se sentir parte da sociedade. A preocupação maior estará na criação de programas que chamem a atenção dessa população. Não basta apenas obter-se da informação, tem que banalizar e aterrorizar para absorver a idéia de sucesso.

Passando por toda formação discursiva de tais palavras, as quais altamente se correlacionam, surge um jornalismo sem sentido ao ser comparado com o seu significado original manchando as iniciativas éticas e comprometidas.

O objeto deste trabalho é analisar o programa Alerta Total, exibido diariamente às 12:00 horas pela TV Cabralia. Com objetivo de desmascarar a verdadeira realidade de um programa sensacionalista do interior, e observar o quanto ele influencia na vida da sociedade transformando-o em “heróico social”. Para desenvolver esta pesquisa, foi analisado o programa durante os dias 19 a 23 de novembro de 2008.

### **Sensacionalismo X Ética Jornalística**

A informação se tornou produto de primeira necessidade para o ser humano. “As trocas de informações atingiram intensidade e amplitude antes difíceis de imaginar. E a notícia, antes restrita e controlada pelo Estado e pela Igreja, tornou-se bem de consumo

essencial” (LAGE, 1987,8). Nesse amontoado formado pelas informações, os jornalistas adquirem condições favoráveis para que possam confrontar suas verdades todos os dias.

Desde o “surgimento” da imprensa, foi descoberto o potencial da fórmula sexo, violência e sangue, como forma de atrair ainda mais o público. O Código de Ética dos jornalistas, no artigo 7º, estabelece que “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação”.

O código estabelece subordinar-se à atuação do profissional, e sua principal relação com a sociedade, com as fontes de informações e principalmente entre os jornalistas. Infelizmente o jornalismo vem perdendo cada vez mais o foco principal de informar e conscientizar. Está se tornando superficial no que diz respeito à transmissão de notícias e séries, passando em branco fatos importantes de cunho social, deixando em aberto escândalos sexuais, violência, pornografias e outras facetas dessa mídia sensacionalista que tanto fascina os telespectadores. Para conquistar a audiência, não existe pudor da mídia que transforma acontecimentos sem maior importância em manchetes espalhafatosas usando, para isso, excessos emocionais e uma linguagem exacerbada e excessivamente coloquial, eventualmente com a utilização de gírias, termos de baixo calão e insinuações.

Os telejornais voltam-se completamente para camadas mais populares, em busca desenfreada da audiência, exibindo matérias com um maior conteúdo dramático. Muitos autores intensificam que, a partir disso, não existe uma certa ética para tal conteúdo. Francisco Karan (1997) explica que a preocupação ética do jornalismo surge desse mundo social a partir desse público inferior, e como cada vez mais a indústria sensacionalista vem crescendo exercendo maior influência na realidade.

O jornalismo, ao reconstruir o mundo, ao mostrá-lo em sua diversidade de fatos e pluralidade de versões, trouxe algo inerente consigo: a necessidade de distinguir os acontecimentos de relevância pública e a responsabilidade de publicá-los, prevendo conseqüências e atendendo a princípios de pluralidade social. A preocupação com a questão ética surge ao mesmo tempo em que se tenta garantir e ampliar o direito social à informação (KARAM, 1997, p.53).

A responsabilidade de uma informação lógica e objetiva deveria ser a marca concreta de qualquer jornalista. Sabe-se que, na formação acadêmica, o jornalista aprende a: ser fiel ao fato, respeitar as fontes e ser, dentro do possível, imparcial. O sensacionalismo torna-se um recurso de linguagem, que passa a ser disponível à interligação do público com a

história relatada. A dramatização é transformada em destaque, possuindo características onde "tudo que pode ser comovente, sensacional, excepcional" (MORIN, 1967, p. 104). O telespectador torna-se personagem principal, como se tivesse vivenciando o fato noticiado, seja crime, denúncia ou fato social.

### **Sobre o Programa**

Nasceu com a idéia de utilidade pública na televisão regional, e facilitar mais o serviço voltado para a população menos favorecida. Começou a ser apresentado pelo pastor Reginaldo Silva, onde o mesmo passou o bastão para o jornalista Gerdan Rosário, que acabou passando para Ricardo Bacelar e, atualmente, é apresentado por Tom Ribeiro. É exibido pela TV Cabrália, uma emissora de televisão brasileira com sede em Itabuna, que transmite seu sinal através do canal 7 VHF, no interior do estado da Bahia.

Retransmitia a programação da Rede Mulher; agora retransmite a programação da *Record News*, o primeiro canal aberto 24 horas de notícias do interior. Com a chegada dessa nova retransmissão, em 29 de setembro de 2007, o Alerta Total sofre uma alteração no seu horário padrão que era apresentando ao meio-dia, e passa a ser exibido às 18 horas. Com o alto índice de audiência que o programa tinha, volta a ser exibido no horário de antes a partir do dia 26 de novembro do mesmo ano. Sempre com sua programação toda ao vivo e com o *slogan* "Programa democrático e do povo Baiano", constitui-se em espaços de notícias, informações do cotidiano popular, cobertura dos fatos policiais, além de reivindicações da população e denúncias de modo geral. A população enxerga o programa como um refúgio. Já que, a partir dos órgãos sociais, eles não obtêm a devida resposta, a sociedade usufrui desse meio de comunicação como forma de tentar conseguir sua luta recompensada. Com 1 hora de programação, além de privilegiar o noticiário comunitário, o programa permite a participação dos telespectadores, seja com denúncias ou até mesmo para ajudar alguém que esteja passando certa necessidade. Acredita-se que geralmente o comentário que é feito pelo próprio apresentador seja uma característica de tentar demonstrar o apelo da população, uma forma de representação da mesma, lutando sempre por uma vida melhor.

Considerado o mais polêmico programa da televisão baiana desde que entrou no ar, o Alerta Total tem se caracterizado pela veiculação de matérias de interesse popular, uma verdadeira tribuna para as reivindicações da população. É um programa interativo, com



participação do telespectador via *e-mail*, fax e telefone, onde a tônica são pedidos para melhorias na segurança pública, saneamento básico, educação, saúde etc.

### **Alerta Total – análise de um jornalismo local**

Uma pesquisa de influência nos bairros de Itabuna responde todas as dúvidas que poderiam existir sobre essa indústria sensacionalista. Em cada bairro, foi selecionada pelo menos uma família, com perfil bem distinto e que são telespectadores assíduos dessa mídia jornalística. Quanto mais diferentes fossem as famílias, em questão de idade e escolaridade, maior pode-se observar o posicionamento e a influência na vida do telespectador. São pessoas que precisamente vivem no mesmo espaço geográfico, só que singulares nas suas principais características. Apesar de o posicionamento ser diferenciado, de acordo com as condições sociais, é nos bairros mais periféricos e decadentes que o programa tem índices de audiência no horário.

É no bairro que a pessoa é alguém, tem um nome, tem uma vida, tem uma história, é filho de fulano, é pai de beltrano; e no trabalho é alguém na medida em que os companheiros reconhecem nele esse sujeito social, que é negado pelo trabalho e que é tecido nas relações de bairro, nas relações sociais curtas, primeiras, domésticas (BARBERO, 1995, p. 60).

Entender o cotidiano das pessoas e perceber de forma explícita como um programa de televisão possa influenciar no ato de assistir foi fundamental para a análise desta pesquisa. Exemplo maior disso foi a análise de um casal com praticamente a mesma faixa etária, nível socioeconômico baixo, em que ambos não concluíram ensino fundamental. Ele diz que assiste a tal programa por informar o que acontece na cidade, e ainda reivindicar os principais problemas do seu bairro. Já sua esposa tem uma opinião divergente: ela diz que o programa tem mais suspense do que informação, e reclama de tanto comercial (*merchandising*) atrapalhando as notícias de serem dadas.

Uma Administradora de Empresas, de classe média, residente no Jardim Vitória, foi entrevistada e diz não se interessar por conteúdos sensacionalistas no geral, diz ter pouco tempo para assistir TV; quando o faz, fixa-se em noticiários menos tendenciosos, como Ana Paula Padrão no SBT e o local da TV Santa Cruz, não sobrando espaço para programas tipo Alerta Total, que em sua opinião macula, agride e lesa a consciência das pessoas para se manter em cima de lacunas e chagas sociais. Diz ainda acompanhar as notícias por revistas especializadas e *sites* jornalísticos.

Uma entrevista bastante interessante foi de uma senhora de 62 anos, aposentada, residente no Bairro de Fátima. A mesma tem uma foto do antigo apresentador do Alerta Total, Ricardo Bacelar, em cima de sua estante. Diz que exibe a foto do apresentador por achar ele um homem bonito e generoso, cultuando, assim, como um ídolo, um estilo de herói como ela mesma diz. Isso principalmente por ter resolvido o problema do buraco de esgoto na porta de sua casa, e por fazer justiça e estar sempre disposto a ouvir os mais necessitados. Ela ressalta também que o programa é muito bom por ajudar os que precisam e principalmente por exibir a violência que ronda na cidade, para que as pessoas fiquem sempre alerta.

Em uma outra família do bairro Antique, comporta pela mãe e 5 filhos, dois de apenas 14 anos, e os outros três que não concluíram o ensino médio, com idades de 21, 20 e 23 anos, quando abordados a propósito de indagá-los sobre o programa que tanto faz referência em estar sempre atendendo seus pedidos, seja reivindicando os direitos no bairro como também pessoais, dizem que: “Sou fã, não perco um dia, porque só fala a verdade e não encobre mentiras, e não tem medo de nada”. Já a mãe tem uma opinião contrária, fica feliz em ter na televisão “a voz do povo” perante a tanto descaso dos políticos na cidade, mas detesta quando no próprio programa exibem imagens de corpos, sejam de acidentes ou até mesmo assassinados, mexendo sempre com a sua emoção. As crianças não são muitos fãs de assistir o programa, porém, quando a equipe de repórteres foi até o bairro fazer uma matéria pra ouvir o povo sobre as principais deficiências do bairro, eles acompanharam a matéria, que por sinal era ao vivo, pulando e fazendo algazaras. Passaram a assistir a tal programa depois que perceberam que poderiam sempre aparecer na televisão.

A simulação de diálogo é reforçada pelo uso da função fática da linguagem, com o apresentador dirigindo-se de forma direta e apelativa ao público, convidando-o a se indignar e a interagir com o programa, seja por *e-mail*, fax ou telefone. Outro reforço vem do gestual do apresentador, que usa as mãos para demonstrar seu envolvimento emocional, ao mesmo tempo em que em caminha pelo cenário, falando constantemente, perguntando o que será apresentado a seguir, pedindo detalhes aos repórteres, prometendo voltar “daqui a pouco” com outras informações, sempre apontando e gesticulando.

O discurso da TV se dá como um contato constante entre o emissor e o receptor/telespectador. Soma-se a isso a questão da recepção quase sempre doméstica: “O destino receptor direto acontece quando o apresentador se coloca diante da câmera e fala diretamente para ela, de tal maneira que os espectadores têm a impressão de que estão sendo particularmente interpelados” (THOMPSON, 1997, p. 93).



Em muitos momentos, o apresentador parte em direção à câmera, como se pretendesse sair dela e “invadir” o espaço do telespectador, exigindo dele uma reação semelhante à sua. Isso faz com que o programa se torne representativo perante a comunidade, induzido, assim, ainda mais o receptor, fazendo com que perca a referência de um jornalismo sério, sendo jogado por terra diante da banalização do próprio apresentador pela notícia.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os dados levantados sobre o Alerta Total permitem afirmar que o programa tem um cunho social, porém foge da questão jornalística. Trata-se de um sensacionalismo que se constrói através do exagero, pelo tom emocional e indignado; e visual marcado pela fragmentação, pelas imagens ao vivo, que tanto mostram quanto insinua, e pela construção artificial do suspense. Esses programas populares estão cada vez mais ocupando o horário da televisão brasileira. E nesses programas que acabam seduzindo a sociedade para que troquem o que ainda resta do jornalismo sério informativo por imagens apelativas que confundem o telespectador ao tentar distinguir o essencial do sensacional.

Não existe uma solução certa pra isso. A mídia, portanto, ligada ao mercado, torna-se dependente. Assim, quanto maior for a espetacularização da notícia, maior será a audiência e, certamente, quanto maior for a audiência alcançada, mais caros serão os horários para anúncios e publicidade, e maior ainda o retorno. O sensacionalismo atual é questão de sobrevivência.

Portanto, observa-se que o programa em si é sucesso no horário por de ser sempre voltado às classes mais baixas da sociedade, que se vêem altamente representadas no programa. Retrata, assim, de certa forma, a tragédia da vida humana que aquele público está vivendo na porta das suas casas. As mensagens devem ser comprometidas com a verdade e devem transmitir soluções que sejam criativas para uma sociedade sedenta, que só está deixando-se seduzir por esse mundo sensacionalista, abstraindo de lado o jornalismo sério e informativo por imagens apelativas que confundem o telespectador ao tentar distinguir a essência do sensacional. Um dos grandes desafios seria educar essa população telespectadora para que, além da sede de curiosidades e de coisas novas, esteja sedenta de conhecimento e informação.



## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BARBERO, Jesus Martín. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva.** São Paulo: Editora SENAC, 1995. 60p.

KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, ética e liberdade.** São Paulo: Summus, 1997. 53p.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia.** São Paulo: Ática, 1987. 64p.

MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX - o espírito do tempo.** Rio de Janeiro: Forense, 1967.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998. 93p.