



A Ascensão do Grotesco no Cenário do Jornalismo Televisivo Nordestino¹

Agda Patrícia Pontes de AQUINO²

Clarissa Mesquita Cabral de AZEVEDO³

Heloíse Dezirrê Bezerra do NASCIMENTO⁴

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

O grotesco, ou simplesmente conhecido como sensacionalismo, há muito vem sendo usado por diversas emissoras como opção de linha editorial. Porém, foi a partir da década de 90 que essa categoria estética passou realmente a interferir na supremacia das emissoras de maior audiência no país, gerando adaptações ou enfrentamentos a ele por parte destas emissoras. Este artigo visa definir o que realmente é o grotesco, analisá-lo no cenário televisivo (tendo como objeto de estudo os telejornais Correio Verdade da emissora TV Correio, filiada à Rede Record em João Pessoa e o jornal Plantão Alagoas, da TV Alagoas, filiada ao SBT em Maceió) e comparando a ascensão deste fenômeno no cenário televisivo como uma das causas principais da perda do monopólio da audiência da Rede Globo a partir dos anos 90, tendo como ponto de referência o Jornal Nacional desta emissora.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo; grotesco; estética; Nordeste.

Introdução

O popularesco⁵, grotesco ou simplesmente conhecido como sensacionalismo vem sendo usado por diversas emissoras regionais e nacionais como opção editorial há muito tempo, porém foi a partir da década de 90 que essa categoria estética passou a interferir na supremacia das emissoras mais conhecidas no país, como a Rede Globo. Hoje os nordestinos se deparam com uma grande massa de telejornais investigativos, mais popularmente conhecidos como jornais policiais, que antes ocupavam prioritariamente o horário do almoço e agora ganham mais espaço também à noite e pela manhã.

¹Trabalho apresentado ao IJ 01 - Jornalismo do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado 15 a 17 de junho de 2011, em Maceió.

² Orientadora do trabalho. Mestre em Estudos da Mídia e Professora do Curso de Comunicação Social da UFPB, email: agdaaquino@gmail.com

³ Aluna do 5º período de Comunicação Social – Radialismo, da UFPB, email: c_luthor@hotmail.com

⁴ Aluna do 5º período de Comunicação Social – Radialismo, da UFPB, email: heloquisa_23@hotmail.com

⁵É importante salientar que neste artigo não pretendemos analisar os termos “popularesco”, “grotesco” e “sensacionalismo” de forma pejorativa. Pretendemos sim analisá-los como fenômenos em ascensão que possibilitam o emprego de novos padrões estéticos no cenário telejornalístico. Também optamos por empregar esses três termos de forma análoga entre si.



Inicialmente, estes telejornais popularescos, com conteúdo forte e comentários assíduos, não significavam tanta ameaça à programação já consolidada das grandes emissoras, porém aos poucos eles foram conquistando um público que se tornou fiel ao estilo policial. Este público muitas vezes enxerga nesses programas uma espécie de meio de ligação entre a população e suas reivindicações de direitos e “justiça”. As emissoras afiliadas à Rede Globo na região Nordeste possuíram durante anos supremacia de audiência em índices de Ibope⁶ e seguiam o padrão de qualidade já estabelecido pela Rede Globo. Entretanto, tem-se identificado mudanças em sua padronização, no tocante a diferenciação na composição de cenários, contratação de apresentadores mais populares, que utilizam de uma linguagem clara e informal, e atenção especial aos assuntos queridos pela massa populacional; todas essas mudanças indicam uma clara reação ao sucesso de público alcançado pelos jornais popularescos.

Diante deste fato, este artigo visa definir o que realmente é o grotesco, enquanto categoria estética, analisá-lo no cenário televisivo nordestino, tendo como objeto de estudo os jornais Correio Verdade da TV Correio, filial da TV Record no estado da Paraíba e o Plantão de Alagoas, transmitido pela TV Alagoas, filiada ao SBT no estado de Alagoas e comparar este fenômeno com o que aconteceu com a Rede Globo quanto à perda do monopólio de audiência do Jornal Nacional. Os estados da Paraíba e de Alagoas não fogem à regra dessa nova tendência jornalística e, apesar de serem estados com realidades sociais e culturais particulares se assemelham no campo telejornalístico em relação às principais características destes jornais.

O desenvolvimento deste artigo contará com uma pesquisa empírica fundamentada na observação dos telejornais citados durante um período de tempo predeterminado e na realização de uma entrevista com o apresentador do Correio Verdade, Samuka Duarte, visando melhor perceber as características deste tipo de telejornal popularesco que atualmente está rompendo a hegemonia de uma emissora que durante anos manteve o monopólio do telejornalismo brasileiro, a Rede Globo.

1. Antecedentes à popularização do grotesco

⁶ “O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística - IBOPE - é um dos principais institutos de pesquisa da América Latina. Nesta região, lidera o fornecimento de informações para a tomada de decisões de marketing, propaganda, mídia, Internet e mercado, oferecendo assim ferramentas para orientar os processos decisórios de seus clientes” (Ibope. Disponível em: <http://www.ibope.com.br>).



O controle remoto, que deu origem ao *zapping* (ato constante de mudar de canal pelo telespectador), o videocassete (que possibilitou a gravação de programas), juntamente com a internet (que além de dispersar a audiência da televisão também proporcionou às emissoras um contato mais efetivo com seu público), e a facilitação financeira da venda de televisores (que acabou fragmentando a reunião de indivíduos de uma mesma família) (Borelli; Priolli, 2000), e mais recentemente o aumento do poder aquisitivo da população brasileira, todas estas características em conjunto influenciaram o modo como as pessoas assistem TV. A própria estrutura televisiva no Brasil também vê em sua programação as consequências desse novo cenário sócio-econômico, uma vez que para continuar a manter índices satisfatórios, as emissoras passam a ter que se adaptar às novas situações emergentes.

Um importante fato aconteceu na última década que ampliou ainda mais o quadro descrito acima: o aumento do número dos jovens na população brasileira e, conseqüentemente, em índices de audiência. De acordo com Borelli e Priolli (2000) as características desta audiência juvenil é a necessidade deles estarem em contato com novidades constantes, não ficarem presos a uma grade de programação televisiva que não os atraia, serem adeptos fiéis da prática do *zapping*, e buscarem emoções fortes. Os empresários não iriam supor, entretanto, que tais emoções fortes, buscadas tanto por esse novo grande público em ascensão como também pelo público adulto, seriam encontradas nos programas popularescos, cujas principais características são a reunião do cômico, da violência simbólica, da diversão e da quebra dos padrões tradicionais de estética.

2. Os Telejornais

De modo geral, nos utilizaremos da definição apontada por Rezende (2009, p.7) para telejornal: “as emissoras qualificam como telejornais, os noticiários, segmentados ou não, em vários formatos. A transmissão ao vivo dos telejornais dá um tom de atualidade, indispensável aos meios eletrônicos de informação”. Temos em vista também que é a meta-realidade, explicada por Duarte e Castro (2007), o principal recurso utilizado por qualquer telejornal, pois ela se refere, de forma mais fiel possível, ao mundo exterior da televisão.



Outra importante contribuição para este momento de análise é extraída das concepções de Melo *apud* Rezende (2009) na análise das características presentes no jornalismo televisivo em comparação com o jornalismo impresso. Quando foi percebido que não bastava apenas ler uma notícia, mas sim relacionar uma imagem a ela, passou-se a entender que a aparência dos apresentadores, o jeito como eles falavam e sua expressão corporal, podia facilitar ou dificultar o entendimento da notícia tanto quanto uma palavra no lugar errado de um texto impresso. Hoje também nota-se uma certa valorização do sotaque regional, como afirma Ramos (2010), pois assim há uma maior identificação do público com o fato relatado, esta característica não anula a concepção de que o mais importante em uma reportagem é que ela seja realizada de forma clara e por isto ainda privilegia-se o uso de expressões de conhecimento nacional em comparação com expressões puramente regionais.

Os telejornais enfrentam a dificuldade da criação de um novo formato na sua configuração atual. Como afirmam Duarte e Castro (2007, p. 36) “os telejornais estão engessados atrás de notícias requentadas e atrás das bancadas”. Por isso o grotesco começou a ser usado nos telejornais: para atrair uma maior parcela da audiência, chamar mais atenção, como afirma Vargas, Olivetto e Segantini (s.d.). Une-se ao melodrama uma sonoplastia previamente escolhida e uma narração que possibilite sentimentalismo por parte do telespectador, ampliando o impacto dos fatos (VARGAS, OLIVETTO & SEGANTINI, s.d.). A partir disto deduzimos, portanto, que a escolha um tom em televisão não é feita aleatoriamente, mas sim estrategicamente observando-se reconhecimento e aprovação do telespectador, visa-se mais do que simplesmente entreter o telespectador, mas torná-lo fiel ao mas sem se afastar do que o programa propõe.

Cada subgênero de jornalismo já tem seu próprio tom e cada formato pode acessar novas combinações, isto os diferencia dos subgêneros. Ou seja, a “antiga fórmula” de se fazer TV, onde a programação primava por um discurso burocrático e institucional, está sendo gradativamente substituída pela chance de trazer para frente da tela as pessoas excluídas deste processo. E é neste contrasenso, de conceder a voz, mas, ao mesmo tempo negar-lhe é onde acontece o jogo de sedução televisiva do grotesco.

Angrimani *apud* Avner (2010) nos explica que a principal diferença de um jornal meramente informativo, por exemplo, para um jornal dito “popularesco” se dá na valorização da violência por parte do segundo tipo, para este autor são várias as formas



de violência simbólica, física e sexual que merecem destaque na pauta de um jornal que se dedique a explorar notícias sensacionalistas, veremos algumas delas adiante.

3. O grotesco

Originalmente restrito à arquitetura, o conceito de grotesco se expandiu para a maior parte de outros campos sociais. Pode-se dizer que o:

Grotesco é o cômico, o feio, o monstruoso, a palhaçada, mas, sobretudo, um modo novo e geral de conceber o fato estético, pois termina irrompendo, na visão hugoliana, em qualquer lugar onde aconteça a produção simbólica (SODRÉ & PAIVA, 2002, p. 44).

A sociedade de massa, intensificada principalmente após a Segunda Guerra Mundial, buscava programas que mostrassem divertimento e integração ao meio que viviam. Os programas de auditório, vindos do rádio, são um exemplo disto, pois além de serem popularescos, refletiam o desejo das elites dominantes em obter audiência de camadas anteriormente não exploradas por esse meio, assim transpuseram para o cenário midiático a velha atmosfera de praça pública, levando a uma aproximação entre este novo público e a própria emissora (SODRÉ; PAIVA, 2002).

Na opinião de Sodré e Paiva (2002) uma vez que é intermediado pelas classes dirigentes, o popularesco mostra apenas uma das realidades existentes, ou seja, não é porque que ele se propõe a integrar a grande massa populacional que não existe manipulação de conteúdo. Ainda de acordo com esses autores, sobre as várias classificações existentes para o grotesco, como a escatológica (referência a excrementos humanos) ou teratológico (a respeito de monstruosidades naturais), diríamos que é o tipo chocante que melhor se aplica aos jornais televisivos em ascensão em nossa região, pois este formato além de reunir as formas citadas, possui a intenção de causar choques no telespectador, invocando, portanto, o sensacionalismo.

O telespectador de um programa sensacionalista visualiza o fato quase que no momento exato em que ele acontece e assim ele se envolve com a notícia, se revolta ou se emociona, e diante do fato de que a busca por manter os altos índices de audiência é algo comum no cenário televisivo brasileiro, esta busca se materializa, na maioria das vezes, com a implantação de um programa popularesco que possa atrair as camadas economicamente menos favorecidas da população. O programa popularesco se sustenta



na premissa norte-americana de que a partir do momento que notícias sobre o crime são divulgadas, essas reportagens se destacam e atraem o público.

Patias (2006, p. 4) explica de maneira completa e sintética as principais características estéticas de um telejornalismo sensacionalista:

No telejornal sensacionalista [...] o apresentador fica em pé no estúdio, tendo atrás de si um cenário arrojado, formado por monitores de TV, por onde ele acompanha a exibição das imagens, comunica-se pelo ponto eletrônico com a direção técnica do programa, pede a repetição de imagens, dá ordens, gesticula com as mãos, movimenta-se com liberdade, dá as costas para as câmaras, anda pelo estúdio, gesticula e abusa de expressões faciais, pode se aproximar ou se afastar das câmaras, produzindo efeitos muito diferenciados, em especial quando é enquadrado em close-up, e, principalmente, faz seus julgamentos. [...] No telejornal sensacionalista, o apresentador é mais um animador que, ao mesmo tempo anuncia as notícias, chama os repórteres, divulga os produtos e serviços oferecidos pelos patrocinadores, faz sorteios de brindes e manda recados aos telespectadores (PATIAS, 2006, p. 4).

Na televisão aberta, apesar de já existirem dois padrões bem consolidados de programação, o de qualidade (representado, sobretudo, pela Rede Globo) e o do grotesco, é este sempre usado como recurso ambicioso de buscar “hegemonia de audiência” (SODRÉ & PAIVA, 2002, p. 130), podendo ser descartado ou reaproveitado quando é necessário e a qualquer momento.

O grotesco aparece quando um programa de televisão “suscita o riso cruel [...], sorteios e prêmios [...] e encena o povo e, ao mesmo tempo mantendo-o à distância (idem, p.132). Ou seja, primeiramente quando se torna possível rir de tudo, sem limites morais ou sociais para isto; em segundo lugar a partir do momento em que o governo não consegue garantir os direitos de sobrevivência básica ao cidadão é papel destes programas ludibriarem a população com prêmios obtidos a partir de jogos; e terceiro, ao mostrar reportagens sobre pessoas que sofrem pelo descaso econômico, social ou médico, sem resolver a situação, mas apenas mostrá-la. Outra característica do grotesco nos programas telejornalísticos se aplica na contratação de seu apresentador, que deve ser carismático com o público, normalmente vindo das classes populares e falante de uma linguagem de conhecimento geral. Assim, a população passa a se identificar com ele.

Diante do exposto, nos propomos a analisar a elevação do grotesco no quadro jornalístico regional e sua disputa com o padrão de qualidade já estabelecido, tendo como objeto de estudo os telejornais Correio Verdade e Plantão Alagoas.



4. Estudo do caso: Correio Verdade e Plantão de Alagoas em comparação com a perigosa década de 90 para o Jornal Nacional da Rede Globo

Pretendíamos inicialmente analisar o telejornal Cidade em Ação, programa policial investigativo da TV Arapuan, filiada da Rede TV no estado da Paraíba, porém a contratação do apresentador Samuka Duarte e do repórter Emerson Machado por parte do sistema Correio de televisão no dia 03 de janeiro de 2011 fez com que nosso objeto de estudo sofresse modificação passando a ser o jornal policial, Correio Verdade, veiculado pela TV Correio, afiliada da Rede Record. Porém, antes de iniciar análise da pesquisa, nos deteremos na explicação de algumas características do jornal Cidade em Ação com intuito de haver uma melhor contextualização, pois das análises realizadas o Correio Verdade segue seus mesmos padrões estéticos e tendências de Ibope do Cidade em Ação.

O telejornal Cidade em Ação se propõe, a partir de denúncias realizadas pela própria população, cobrir crimes e exigir soluções dos principais problemas existentes no estado da Paraíba (TV Arapuan, s.d.) Possui características que podem ser relacionadas ao grotesco, como conteúdo forte, imagens de cadáveres, sarcasmos em comentários ávidos, entre outras. Cidade em Ação obteve um crescimento de 24,6% no mês de setembro do ano de 2009, época em que os repórteres mencionados ainda trabalhavam nele, conseguindo 12 pontos percentuais e, assim, ultrapassando, sem maiores dificuldades, o JPB 1ª edição, da TV Cabo Branco, afiliada à Rede Globo (Portal Mídia, 2009). Já em 2010, outra pesquisa mostrou que em agosto foi divulgado que o programa Cidade em Ação obteve uma média de 40 pontos (PB Agora, 2010), um crescimento histórico no cenário telejornalístico paraibano, pois em menos de dois anos de atuação, a TV Arapuan conseguiu liderar o horário de almoço com folga em comparação com a TV Cabo Branco, antiga líder no mercado televisivo do estado da Paraíba.

O Jornal Nacional, telejornal da Rede Globo que durante anos deteve o primeiro lugar de audiência em todo o Brasil (BERELLI & PRIOLLI 2000), já sentia a pressão de concorrência desde a década de 90. Antes de continuar com tal explicação, é necessário comentar previamente algumas características estética do formato do Jornal Nacional: atrás dos apresentadores é posicionado um mapa da região em que eles cobrem juntamente com a redação com muitas pessoas trabalhando, esta organização nos dá a ideia de que seus produtores estão a serviço do telespectador. A vinheta do



Jornal Nacional é ágil e esta dinamicidade é acompanhada ao longo do telejornal e também em sua escalada realizada de forma alternada entre o casal de apresentadores, Fátima Bernardes e William Bonner, estes se comportam de modo formal. Recursos tecnológicos como o *chroma-key*, que contextualiza o telespectador, e os infográficos, que dão um tom mais didático, também são utilizados.

De acordo com Borelli e Priolli (2000, p. 63) foram duas as principais razões para que ocorresse a pressão de concorrência sentida pelo Jornal Nacional em comparação com os jornais popularescos: a “crise de credibilidade” e a “crise de fidelidade da audiência”. Acrescentamos aqui o seguinte comentário destas autoras:

Ao crescente questionamento de seu caráter oficialesco e partidário, acresce-se o retorno da demanda pela programação popularesca. Complexifica-se, aqui, a exigência do público, posto que, se já não mais se espera um discurso jornalístico propriamente descritivo, mas sim opinativo, analítico, também parece cessar a aceitação tácita do encampamento de discursos governamentais (BORELLI, PRIOLLI, 2000, p. 64).

Após a explanação sobre um dos mais importantes telejornais da atualidade brasileira, Jornal Nacional, podemos agora nos debruçar sobre um dos nossos objetos de estudo o Correio Verdade. Esse telejornal vai ao ar às 12:10 de segunda-feira à sábado pelo canal aberto 12 da TV Correio filiada da TV Record. Utilizando o tradicional padrão estético do telejornal policial, o Correio Verdade se vale dos comentários do apresentador Samuka Duarte a cada notícia veiculada, normalmente de forma indignada com os fatos relatados, e de *merchandising* de produtos que patrocinam o programa. O Portal Correio explica que o objetivo deste programa é expor a verdade existente nos fatos veiculados e o próprio site o define como “um programa de forte apelo social” (Portal Correio, s.d.) e expõe que a TV Correio se destaca tanto por ter 90 horas de programação local quanto por ficar em primeiro lugar de audiência no horário de 12 às 14 horas.

A sistemática da pesquisa se consistiu em uma coleta de dados para a análise dos telejornais durante a semana de 28 a 31 de abril de 2011, após isso foi realizada a observação destas edições e logo em seguida fazer sua análise realizando um levantamento dos principais temas veiculados e elaboração de uma lista com todas as reportagens veiculadas nesta semana. Após fazer este levantamento inicial, analisamos suas principais características e em seguida entrevistamos o apresentador Samuka Duarte. Antes de prosseguir com a análise devemos mencionar como destaque a edição



do dia 31 de abril do jornal *Correio Verdade*, na qual foi promovida a Caravana da Verdade com três horas de duração, realizada ao vivo em um bairro da capital de João Pessoa (Mangabeira) com presença de seus moradores; neste programa serviços de saúde e de utilidade pública foram realizados, chamadas no estúdio aconteceram para que houvesse *merchandising*, a interação do público presente com a banda que se apresentava a cada bloco e com o apresentador nos faz lembrar de uma espécie de jornalismo *show*.

Faz parte do estilo de apresentação de Samuka Duarte citar sua história de batalha de vida para servir de inspiração de resistência contra o crime para reforçar seu discurso o apresentador também menciona o discurso religioso e sobre isto Samuka nos explicou em entrevista concedida para este artigo⁷ que seu pensamento é mostrar para o povo que a violência não é fruto do bem “porque a violência não se acaba com violência, se acaba também com as pessoas se aproximando de Deus”.

Quando o grotesco se junta ao drama em um telejornal percebemos que os fatos, por mais simples que pareçam, passam a ser ampliados para causar um maior impacto, impacto este expandido pelo uso de uma narrativa e sonoplastia forte. Ao analisarmos os telejornais *Correio Verdade* e *Plantão Alagoas* notamos uma narrativa dramática que não perde para o uso de uma sonoplastia forte, no *Correio Verdade* ouvimos gravações de tiros e falas engraçadas, como “meu filho tá brabo?” ou então o anúncio de “primeiro lugar” de audiência. Ainda sobre a narrativa deste jornal, Samuka nos explica que não há necessidade de falar de uma forma complicada, pois ele não apenas fala para o povo ele quer ser compreendido por ele: “Eu narro o fato real como acontece, como que isso é sensacionalismo?”. “Eu vim para quebrar a falsidade do cara que mostra uma coisa e quando está fora da televisão é outra, eu mostro a verdade, a realidade, o Samuka sou eu, esse aqui na televisão e fora, não tem fricotagem sou uma coisa só a vida inteira” (entrevista para o artigo).

Samuka Duarte, apresentador do programa *Correio Verdade* e praticamente uma personalidade no estado da Paraíba⁸, se utiliza de um vocabulário e de um sotaque próprio do povo nordestino⁹ e, apesar disto fugir do padrão do telejornalismo

⁷ Ver anexo: Entrevista completa com Samuka Duarte.

⁸ “Toque aqui no meu filho”, Samuka nos contou que essa frase é comum quando ele aparece em algum evento público. “Sou um ser humano normal, mas tem gente que já tá levando para outro lado. É uma honra muito grande, mas eu sou igual a todo mundo, não sou melhor do que ninguém, ainda continuo simples”.



promovido pelas grandes redes nacionais, é uma das características que mais atrai o público, pois a partir do momento que a população entende o que está dito e escuta suas expressões regionais na televisão passa a se identificar com o programa, se tornando um público fiel. O apresentador também se utiliza de uma fala ríspida, mas por vezes engraçada, menciona muito a importância de Deus na vida de uma pessoa para que ela não cometa crimes e não hesita em agitar no ar seu cajado¹⁰ para repreender os bandidos que aparecem nas reportagens do telejornal. Em depoimento para este artigo Samuka explica que não adianta bradar contra os bandidos, mas sim contra o sistema penal, este que só pode ser modificado pelos políticos, pois, tomando o exemplo dado pelo próprio Samuka, se uma pessoa menor comete homicídio contra dez pessoas, quando sair da apreensão vai ter sua ficha limpa, mesmo depois destes homicídios.

A equipe de produção do programa é outro fator que contribui para o sucesso de qualquer telejornal. “São aproximadamente 30 pessoas que trabalham indiretamente e diretamente no programa. A equipe é muito mais importante que o apresentador, sem a equipe qualquer televisão fecha” Samuka declarou para a entrevista deste artigo. Os principais repórteres do Correio Verdade são: Emerson Machado que utiliza do humor ao entrevistar os acusados e isto acaba se revelando útil por ser uma forma de relaxar o telespectador diante do uso excessivo de reportagens com temática de violência; Josenildo Gonçalves consegue imagens exclusivas gravadas durante a madrugada; e Marcos Antônio que se destaca por sua atuação diante das câmeras com uma entonação e forma de descrição da notícia claramente e muito próxima à linguagem policial.

O programa Plantão Alagoas, exibido pela TV Alagoas, filiada do SBT, existe desde a década de 90, sendo desta forma, pioneiro no estado de Alagoas no formato de jornal policial. Sua exibição acontece durante o horário do almoço, ao vivo, a partir do meio dia com uma hora de duração, de segunda a sexta feira – aos sábados, o programa é apresentado às 11h45. É comandado pelo repórter e agora apresentador, Sikera Júnior. Assim como o Correio Verdade, apresentado na Paraíba, o Plantão de Alagoas possui uma importante equipe técnica que trabalha para o programa seja diferenciado dos

⁹ “Eu prefiro falar a linguagem do povo, o meu sotaque é do sertão da Paraíba, do cara que mora no sertão que colhe abacaxi e quando chega em casa na hora do almoço e vai me assistir, aí este pessoal eu falo para eles. E por incrível que pareça, promotores, juízes, advogados me assistem e gostam da minha linguagem, a última pesquisa do Ibope eu tive mais audiência na classe A”, Samuka nos explica.

¹⁰ “Na verdade, aquilo nem é um cajado, ele é um pedaço de pau que o pessoal usa para acender e apagar as luzes do estúdio, só que um dia eu me revolttei quando estava apresentando uma matéria, peguei o pau e comparando com o cajado que Moisés usou para dividir as águas para o povo passar, eu o batizei não como o cajado de Moisés, mas como o cajado da revolta. E não é que deu certo? Hoje tem até gente querendo me imitar!” Samuka comentou sobre sua criação do cajado da revolta.



demais: Sikera Júnior, Batista Filho e Fábio Araújo que se utilizam de uma linguagem popular e cômica para conquistar o público. Durante 14 anos, o programa foi apresentado pelo jornalista e agora vereador, Oscar de Melo, que se afastou do programa apenas uma vez durante o período eleitoral por quatro meses; nesse espaço de tempo, tomou a frente do programa, Wilson Júnior, que até então era responsável pela apresentação do *merchandising*, porém, o público não o aceitou plenamente e por isso logo que se elegeu, Oscar Melo voltou a apresentar o programa.

Muitas vezes, Oscar de Melo conversa durante o programa com a equipe técnica presente no estúdio, assim como Samuka, e afirma que seu programa não é um programa que gosta de baixaria ou escândalo. Durante o programa, há sempre a presença de *merchandising* dos patrocinadores do programa. Segundo o site da emissora (TV Alagoas, s.d.), o Plantão de Alagoas é hoje um dos programas de maior credibilidade da TV alagoana, além de possuir excelente audiência em sua faixa de horário, sendo um meio pelo qual a população alagoana pode reivindicar seus direitos e esclarecer dúvidas. Este telejornal é composto por quadros que garantem o sucesso do telejornal: Plantão Comunidade, que reserva espaço às pessoas carentes de Maceió para que elas reivindiquem problemas relacionados à sua comunidade, “sendo a voz da população, cobrando das autoridades competentes a solução para os problemas de cada comunidade” (TV Alagoas, s.d.); Plantão Comportamento: espaço de discussão sobre a sexualidade, uma médica especialista aparece neste momento e utiliza uma linguagem profissional, porém simples com o intuito de esclarecer dúvidas dos telespectadores; DNA é o quadro em que são realizados testes de DNA, segundo o site esse quadro cumpre uma função social e oferece um serviço diferencial à sociedade alagoana.

Tais análises demonstram que a população está, desde a década passada, se interessando mais e mais por telejornais que mostrem fatos que ocorrem próximos à região em que vivem, que proporcionem participação ativa (e não apenas imparcial) dos apresentadores que divulgam informações, realizam diversão (obtida, geralmente, a partir de jogos ao vivo) e expressam suas opiniões. É importante salientar que o estilo de telejornal popularesco não é restrito às classes C e D, mas também ao público das classes A e B, tendência esta observada desde a década de 80 (BORELLI; PRIOLLI, 2000), e por isto não é possível relacioná-lo apenas às camadas mais pobres da população brasileira, e assim desmitifica-se a falsa ideia de que é apenas o público mais carente que se sente atraído a este tipo de produção. Baudrillard *apud* Avner (2010) exemplifica que o magnetismo pela morte e pelo sensacionalismo é eminente ao instinto



humano, não sendo, assim, dependente da condição social ou financeira, mas sim da condição de se ser humano.

Se observarmos os números do Ibope em relação à disputa do primeiro lugar em audiência pelos jornais popularescos e os de padrão mais engessados, o primeiro estilo nada mais é do que uma tendência no cenário televisivo brasileiro, pois a população procura se vê na televisão, observar os problemas da sua rua, por exemplo, assistir um apresentador que lhes pareça mais próximo, ouvir opiniões que tomem partido e exigem soluções diante de problemas referentes a sua realidade social e não somente assistir a um jornal meramente informativo e expositivo. A escolha dos telejornais Correio Verdade, da cidade de João Pessoa, e do Plantão Alagoas, de Maceió não foi feita de maneira aleatória, foi baseada na faixa de horário de sua veiculação, no estilo jornalístico usado e principalmente em suas semelhanças no que se refere ao seu formato. Esta escolha comprova que a tendência de ascensão deste tipo de jornal não é restrita apenas a certos estados, mas é um fenômeno que está em processo de expansão pelo Brasil.

Considerações Finais

Ficou estabelecido aqui que foram vários os fatores que influenciaram a maneira como os indivíduos assistem à televisão. Porém, com a crescente participação dos jovens na audiência dos programas televisivos houve uma necessidade de satisfazer o que eles e o público adulto buscavam, pode-se resumir esse anseio na busca de emoções fortes, e foi no grotesco que essa busca começou a ser saciada. A partir disto definimos o grotesco como a reunião do que representa denúncia social, entretenimento e dramaticidade. A forma chocante é relacionada ao jornalismo sensacionalista e investigativo, normalmente exibidos em rede local no horário do almoço, como exemplo podemos citar nossos componentes de estudo: Correio Verdade e o Plantão Alagoas.

Enfim, tendo estado desde o início do planejamento televisivo em forma de programa de auditório, o grotesco não se revela hoje como algo totalmente inédito, mas sim como uma tendência observada pelos telespectadores que, de modo geral, não estão se contentando apenas com as clássicas formas de transmissão de informações jornalísticas, exemplificadas pelo Jornal Nacional. Deixando de lado qualquer crítica sobre se este estilo é verdadeiramente jornalístico ou socialmente correto, observou-se em nossa pesquisa que tal estilo está em ascensão no cenário televisivo nordestino, se



fortificando cada vez mais; mostrou-se também que os índices de audiência desse tipo de telejornal não são restritos somente às camadas menos escolarizadas ou mais pobres, pois pesquisas do Ibope divulgam que as classes abastadas da sociedade também estão sintonizando nesses programas. Pode-se dizer, portanto, que atualmente, os telespectadores estão buscando um novo formato de jornal que os inclua no processo de criação de reportagens, a partir de denúncias ou participação ao vivo e que lhes mostre a realidade em que vivem, proporcionando, ainda que leve ou exagerada, distração.

Referências

AVNER, Victor. **A Morte em Destaque no Fotojornalismo do Portal Alagoas 24 Horas**. In: XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2010, Campina Grande. **Anais Eletrônicos**. Campina Grande: 2010. Disponível em: Acesso em: 01 mar 2011.

BORELLI, Silvia H. S.; PRIOLLI, Gabriel (coord.). **A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência**. São Paulo: Summus, 2000.

CANDIDO, Jardel. Pesquisa Ibope na Tv: Sistema Arapuan de Comunicação comemora crescimento de índices de audiência. **Net**, 2009. Disponível em: <<http://www.portalmidia.net/noticia/pesquisa-Ibope-na-tvsistema-arapuan-de-comunicacao-comemora-crescimento-de-indices-de-audiencia/>>. Acesso em: 28 ago. 2010.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias de (orgs). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

IBOPE: banco de dados. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br>> . Acesso em: 01 set 2010

PB AGORA. TV Arapuan comemora índices de audiência. **Net**, 2010. Disponível em: <<http://www.pbagora.com.br/conteudo.php?id=20100813072154&cat=cultura&keys=tv-arapuan-comemora-otimos-indices-audiencia>> . Acesso em: 28 ago. 2010.

Portal Correio. **Net**. Disponível em: <http://www.portalcorreio.com.br/tv/institucional.asp>

Portal Correio. **Net**. Disponível em:
<http://www.portalcorreio.com.br/correioverdade/programa.asp>

REZENDE, Guilherme Jorge. **Gêneros e formatos Jornalísticos na Televisão**. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2902-1.pdf>>. Acesso em: 01 set. 2010.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002

TV ARAPUAN: banco de dados. Disponível em:
<http://www.tvrapuan.com.br/programa_cidadeemacao.php>. Acesso em: 28 ago. 2010.



VARGAS, OLIVETTO & SEGANTINI . Com Sangue Na Calcinha: O Grotesco Como Estética Contemporânea. **Net**. Disponível em: <http://aqis.ceart.udesc.br/imagetica_grotesca/wp-content/uploads/2009/09/Com-sangue-na-calcinha-LA-FURA-DELS-BAUS-e-CENA-11.pdf>. Acesso em: 01 set. 2010

ANEXO

Entrevista com Samuka Duarte, apresentador do programa Correio Verdade.

1) Normalmente os telespectadores acham que um programa de televisão é comandado pelo apresentador, mas como você avalia a importância da equipe técnica para o desenvolvimento de um telejornal?

A equipe é tão importante quanto o apresentador, posso até dizer que é mais importante, mas para quem está assistindo, e eu também pensava isso antes de fazer televisão, que o apresentador manda em tudo, mas não o apresentador é apenas o apresentador, sem a equipe a matéria não vai ao ar. Por exemplo, no Correio Verdade, onde eu apresento o programa, tem aproximadamente 30 pessoas trabalhando, diretamente ou indiretamente no programa. A equipe é muito mais importante que o apresentador, sem a equipe qualquer televisão fecha.

2) Esse perfil de apresentação é próprio seu?

Eu fazia rádio antes e dessa mesma forma que eu apresento o Correio Verdade. Quando fui chamado pela primeira vez para fazer televisão, eu relutei de primeira porque ficaria muito exposto para os bandidos, tinha medo mesmo, mas depois aceitei, mas disse que iria fazer do meu jeito. Porque eu assistia a aqueles programas policiais e via que aqueles caras não se revoltavam e eu percebi que o apresentador tem que encarnar o espírito de revolta do telespectador e vi que esse estilo aumentava o índice dos Ibope.

3) Samuka você falou do seu medo em relação aos bandidos que agora poderiam ver seu rosto se você os criticasse. Mas curiosamente eles gostam de você, te chamam até de “boy doido”!

Eu não os humilho, e eles acabam que por me respeitar. Não adianta eu estar batendo no bandido. Sabe por quê? Porque eu tenho que dar pau no político que não muda a lei, o código penal. O menor mata, vai preso, ele mata até 10, quando ele completar 18 anos, ele sai com a ficha limpa, é a lei e ele não deve mais nada! Aí eu dou pau no bandido e a lei do mesmo jeito?

4) E como você se sente em primeiro lugar na audiência? Porque a tendência é esta mesmo é o Correio Verdade ficar em primeiro lugar.

Se Deus e quiser e vocês continuarem a assistir meu programa! Eu fico muito honrado, tem hora que até eu me emociono quando eu encontro as pessoas na rua e elas pedem ‘toque aqui no meu filho’, parece até que eu sou uma pessoa de alto cargo religioso, mas eu sou uma pessoa igual a todo mundo, sou um ser humano normal, mas tem gente que já tá levando para outro lado. É uma honra muito grande, mas eu sou igual a todo mundo, não sou melhor do que ninguém, ainda continuo uma pessoa simples.

5) Em comparação com os telejornais de formato mais ‘engessado’ alguns críticos consideram o seu programa sensacionalista, que se utiliza das dores dos outros para fazer audiência. Você considera seu programa sensacionalista?

Eu narro o fato real como acontece, como que isso é sensacionalismo? O cara chega e mata o outro com uma facada, eu tenho que narrar como foi, sem mascarar. Eu prefiro falar a linguagem do povo, o meu sotaque do sertão da Paraíba, do cara que mora no



sertão que colhe abacaxi e quando chega em casa na hora do almoço e vai me assistir aí este pessoal eu falo para eles. E por incrível que pareça, promotores, juízes, advogados me assistem e gostam da minha linguagem, a última pesquisa do Ibope eu tive mais audiência na classe . Eu vim para quebrar a falsidade do cara que mostra uma coisa e quando está fora da televisão é outra, eu mostro a verdade, a realidade, eu sou esse cara aqui, na televisão e fora, não tem fricotagem sou uma coisa só a vida inteira.

6) Samuka como surgiu a idéia de usar o cajado como se fosse um objeto de repreensão?

Na verdade, aquilo nem é um cajado, ele é um pedaço de pau que o pessoal usa para acender e apagar as luzes do estúdio, só que um dia eu me revoltei quando estava apresentando uma matéria, peguei o pau e comparando com o cajado que Moisés usou para dividir as águas para o povo passar, eu o batizei não como o cajado de Moisés, mas como o cajado da revolta. E não é que deu certo? Hoje tem até gente me imitando!”

7) Para finalizar, Samuka você também se utiliza do discurso religioso e isso é um diferencial de seu programa. Por quê o uso deste tipo de discurso?

A gente tem que mostrar para o povo que a violência vem do demônio, Deus não faria uma coisa desse tipo e se Deus existe, é claro que existe também o demônio, assim como existe o bem e o mal, o alto e o baixo. Eu uso este discurso para que as pessoas se aproximem de Deus, pois se você fizer isso seu lar é abençoado, porque a violência não se acaba com violência, se acaba também com as pessoas se aproximando de Deus.