



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS – CCSA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**PAULA FREIRE NUNES FERREIRA**

**O ESPETÁCULO DAS TRAGÉDIAS HUMANAS – CORREIO VERDADE: DO  
GROTESCO AO RISO**

**CAMPINA GRANDE – PB  
2012**

**PAULA FREIRE NUNES FERREIRA**

**O ESPETÁCULO DAS TRAGÉDIAS HUMANAS – CORREIO VERDADE: DO  
GROTESCO AO RISO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup>. Robéria Nádia Araújo Nascimento.

CAMPINA GRANDE – PB  
2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL CIA 01 – UEPB

F383e Ferreira, Paula Freire Nunes.

O espetáculo das tragédias humanas – Correio Verdade: do grotesco ao riso./ Paula Freire Nunes Ferreira. – 2012.  
25 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2012.

“Orientação: Profª. Dra. Robéria Nádia Araújo Nascimento, Departamento de Comunicação Social”.

1. Correio Verdade. 2. Samuka Duarte. 3. Sensacionalismo. 4. Espetacularização televisiva I. Título.

21. ed. CDD 302.234 5

PAULA FREIRE NUNES FERREIRA

O ESPETÁCULO DAS TRAGÉDIAS HUMANAS – CORREIO VERDADE: DO  
GROTESCO AO RISO

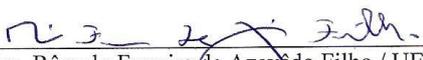
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Aprovada em 12/11/12

Nota: 10,0

  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Robéria Nádia Araújo Nascimento / UEPB  
(Orientadora)

  
Prof. Ms. Orlando Ângelo da Silva / UEPB  
(Examinador)

  
Prof. Esp. Rômulo Ferreira de Azevedo Filho / UEPB  
(Examinador)

## AGRADECIMENTOS

*“Aconteça o que acontecer, desfrute”.*  
(Joseph B. Wirthlin)

Nestas humildes palavras, quero demonstrar apenas uma singela porção da minha gratidão ao meu amoroso salvador Jesus Cristo, e ao meu bondoso Pai Eterno, meu Deus. Agradeço-te Senhor, por permitir que a cada dia eu possa acordar e ter a esperança de ir em direção à realização dos meus sonhos, por me fazer sentir que posso ser capaz de grandes realizações nos meus maiores momentos de fraqueza. Por me manter firme e permitir que eu conclua mais esta etapa de grande importância em minha existência. Obrigada por nunca desistir de mim, por estar sempre com Suas mãos estendidas para me ajudar. Por me consolar nos momentos mais difíceis, por saber o motivo de cada lágrima que rolou em minha face quando pensei em desistir e dizer: “Eis-me aqui”, tente novamente. Agradeço ao Senhor por todas as experiências que já vivenciei; sendo elas alegres ou tristes, Tu mostrastes-me como crescer, como aprender a desfrutar de grandiosos ensinamentos de vida em cada situação. Obrigada por conceder-me a oportunidade de dar real valor à vida. Sou grata a Ti, Senhor... Eternamente!

Agradeço à minha amada mãe, minha melhor amiga, Nininha, por ser meu maior exemplo de amor, determinação, e coragem de enfrentar a vida. Se um dia eu conseguir ter uma porção da sua força e destemor, serei indubitavelmente uma pessoa melhor. Obrigada, minha mãe, por demonstrar como uma pessoa é capaz de cometer sacrifícios àqueles que ama, por me incentivar, por segurar em minha mão quando eu sentia que não conseguiria, por me acalantar nos momentos tristes e por vibrar com tão grande entusiasmo diante minhas conquistas. Por ser minha confidente e protetora. Deus me abençoou grandemente ao escolher-me pra ser sua filha. Amo-te mãe, muito obrigada por tudo.

Ao meu pai Cláudio, que infelizmente não está mais entre nós, por ter me mostrado até o último momento, que mesmo com dores físicas e emocionais não devemos murmurar diante do que acontece, que devemos manter a calma, e ter serenidade para enfrentar os desafios, sejam eles dolorosos ou não. Obrigada, meu amado pai!

À minhas queridas tias Ozita, Odete e Odaiza (Nonu, minha segunda mãe). Obrigada, Nonu por ser um exemplo de integridade, humildade e paciência. Por durante todos estes anos, tanto ajudar à mim e a minha mãe em ocasiões que por vezes foram tão duras. Por demonstrar o que é ser família de verdade. À minha tia Ozita, por me mostrar o quanto o

trabalho nos dignifica, e como é ter forças para buscar as coisas que nosso coração deseja. À Olívia, por ter me ajudado quando meu pai estava doente oferecendo sua casa e cuidando de mim tantas vezes. À Odete, por compartilhar conversas e sorrisos comigo, em tardes enfadonhas, quando eu procurava uma fuga da realidade, mesmo que por instantes.

À Aluska, Nathália e Nayara, por fazerem parte do “organismo”, e estarem presentes em momentos que foram de lágrimas à crises descontroladas de riso! À Aluska, por dividir comigo segredos e histórias bizarras que marcaram minha vida, por ouvir minhas lamentações e por muitas vezes me fazer perder a paciência (o que me tornou uma pessoa muito mais paciente). À Nathália, por insistir, e compartilhar comigo a alegria de poder conhecer A Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos dias, da qual hoje sou membro. Esta atitude fez com que hoje eu possa ter expectativas e uma visão muito mais ampliada de onde posso chegar e do que posso me tornar. À Nayara por me mostrar que um pouco de loucura é necessário pra enfrentar essa jornada cheia de desafios chamada vida. A vocês, girls... Muito obrigada.

Às minhas alunas por me mostrarem a importância da tolerância, da paciência, da doação ao próximo, do pensar no outro, e de como um sorriso ou um abraço pode nos resgatar quando estamos prestes a jogar tudo para o alto. A todos os que foram meus professores, desde quem um dia me ensinou a ler e escrever, até os que compartilharam seu conhecimento comigo permitindo que um dia eu conseguisse ingressar na vida acadêmica, a vocês, minha reverência. À Laudicéia Aguiar, por me fazer viver o que um dia foi sonho, a Romero Motta e à todos que foram meus professores de ballet, por me ensinarem a passar por essa vida e dançar, e poder compartilhar com outros aquilo que aprendi com vocês. Muito obrigada!

À minha orientadora Robéria Nádia, por ser exemplo do que é ser professor, por sua calma, atenção e inteligência. Por aceitar embarcar comigo e me guiar à luz de seus conhecimentos, numa etapa tão importante de conclusão de ciclos de vivência. Aos professores Rômulo Azevêdo e Orlando Ângelo, por sua disponibilidade, carinho e cuidado ao aceitarem participar da minha banca do TCC. Reverencio vocês.

Enfim, agradeço a cada pessoa que passou por minha vida, e de alguma forma deixou marcas, sejam elas boas ou más. Isso contribuiu para que eu pudesse evoluir e pudesse chegar mais fortalecida a esta etapa de conclusão de uma fase da minha existência. Mais um passo foi dado, e que possamos continuar a trilhar um bom caminho, e escrever não a melhor história, mas a nossa história. A todos vocês, meus sinceros agradecimentos!

Paula Freire.

## **RESUMO**

Este artigo apresenta uma análise de conteúdo do programa Correio Verdade, exibido pela TV Correio e apresentado por Samuka Duarte, à luz dos conceitos de espetacularização, grotesco e jornalismo sensacionalista. O estudo, fundamentado em Debord, Muniz Sodré, Raquel Paiva, entre outros autores, permitiu a percepção de que o jornalismo sensacionalista, presente na imprensa desde seus primórdios, possui conteúdos voltados para os interesses mercadológicos produzindo ações que objetivam a conquista da audiência e não necessariamente objetivos informativos. Por isso, essa modalidade jornalística configura-se como um dos segmentos mais populares da chamada indústria de mídia. Assim, trechos do referido programa foram observados, caracterizando-se e explicando-se aspectos que perpassam a construção da linguagem sensacionalista, permitindo a compreensão da espetacularização midiática no contexto televisivo.

Palavras-chave: Correio Verdade. Samuka Duarte. Sensacionalismo. Espetacularização televisiva.

## **ABSTRACT**

This article presents a content analysis of Correio Verdade program, displayed on TV Correio and presented by Samuka Duarte, with the concepts of spectacularization, grotesque and sensationalist journalism. The study, based on Debord, Muniz Sodré, Raquel Paiva, among others, led us to the perception that the sensationalist journalism, in the press since its inception, has content geared to the marketing interests, producing initiatives which aim to conquer the audience, and not necessarily informational purposes. Therefore, this sort of journalism is configured as one of the most popular segments of the media industry. Thus, some excerpts of this program were observed for us, in the intent of characterizing and explaining aspects that underlie the construction of sensationalist language, allowing an understanding of the context of media's spectacularization on television.

Key-words: Correio Verdade. Samuka Duarte. Sensationalism. Television's spectacularization.

## SUMÁRIO

<b>Introdução.....</b>	<b>8</b>
<b>1. Metodologia.....</b>	<b>9</b>
<b>2. Jornalismo e Sensacionalismo.....</b>	<b>10</b>
<b>3. A espetacularização midiática.....</b>	<b>15</b>
<b>4. A construção da imagem: A cena de Samuka Duarte.....</b>	<b>20</b>
<b>Considerações finais.....</b>	<b>22</b>
<b>Referências Bibliográficas.....</b>	<b>24</b>

## O ESPETÁCULO DAS TRAGÉDIAS HUMANAS – CORREIO VERDADE: DO GROTESCO AO RISO

Paula Freire Nunes Ferreira<sup>1</sup>

Robéria Nádia Araújo Nascimento<sup>2</sup>

### INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação apresentam-se como influentes instrumentos utilizados pelo homem na procura de uma possível identidade e/ ou visibilidade social. Oferecem produções voltadas, em parte, para a satisfação dos desejos dos indivíduos (e dos próprios *mass media*), mostrando acontecimentos característicos de suas realidades, como também, através de recursos visuais, linguísticos e comportamentais, fabricam um outro contexto de modo a seduzir a audiência para suas produções. Para Fausto Neto (2002):

O modelo de operação da mídia, na sua proposição, interdita o pensamento porque resolve ocupar o lugar daquilo que sempre falta ao sujeito. A mídia tem resposta, nela tudo podendo, nela realizando o princípio do prazer, nela, finalmente, se efetivando um projeto de sentindo de felicidade (FAUSTO NETO, 2002, p. 219).

Considerando esse aspecto, o estudo aborda o jornalismo sensacionalista exemplificando a espetacularização televisiva a partir do programa diário Correio Verdade, exibido pela TV Correio paraibana e apresentado por Samuel de Paiva Henrique, conhecido popularmente por Samuka Duarte.

O referido programa é do gênero policial, indo ao ar de segunda a sábado, no horário das 12 às 13 horas. Líder de audiência em João Pessoa, adota como slogan o “Jornalismo Verdade”, apresentando conteúdos relacionados a assassinatos, acidentes, prisões e crimes em geral, acompanhados de comentários que visam discutir a violência urbana no estado. Imagens fortes (corpos esquartejados, exibição não autorizada de pessoas apreendidas, entre outros), recursos sonoros (barulho de tiros, de objetos quebrando, gritos), bordões e, principalmente, a figura do apresentador Samuka Duarte são os mecanismos utilizados pela produção para despertar a curiosidade e, conseqüentemente, obter a audiência do telespectador.

---

<sup>1</sup>Graduanda do Curso de Comunicação Social – UEPB – E-mail: paula.ffyr@gmail.com

<sup>2</sup>Prof<sup>ª</sup> Dr.<sup>a</sup> em Educação. Prof<sup>ª</sup> titular do Curso de Comunicação Social – UEPB –E-mail: rnadia@terra.com.br

Com o propósito de contextualizar o programa Correio Verdade, este artigo aborda o jornalismo sensacionalista, analisando a espetacularização midiática e identificando os elementos que perpassam a construção da imagem do apresentador Samuka Duarte, através de uma análise de conteúdo que recorta trechos de alguns episódios exibidos pela TV Correio. Conforme Bardin (2009), esse método é um conjunto de meios técnicos referentes à análise, dentro do campo das comunicações, e nos oferta uma série de instrumentos que nos permite escolher critérios de classificação diante dos conteúdos, de acordo com aquilo que desejamos ou esperamos encontrar numa pesquisa científica.

## **1 METODOLOGIA**

Para elaboração deste estudo, realizamos uma revisão bibliográfica na busca de embasamento para a relação conceitual apresentada: sensacionalismo, espetacularização midiática e meio televisivo. Entre as fontes e autores consultados adotamos obras de Muniz Sodré (1984), Guy Debord (1994), Márcia Franz Amaral (2006), Arbex Júnior (2001), que auxiliaram na compreensão temática.

Para a percepção do programa alvo da análise desenvolvemos etapas de seleção do conteúdo a fim de selecionarmos trechos e fragmentos adequados ao objetivo geral do trabalho. Foram assistidos episódios do programa Correio Verdade por um período de 2 (dois) meses. Nesse espaço de tempo, também recorremos a materiais disponíveis no site do programa: (<http://sites.portalcorreio.com.br/correioverdade/>) e no youtube: ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)), a fim de nos possibilitar a aproximação com o formato sensacionalista apresentado pela TV Correio. Os vídeos foram selecionados de acordo com os aspectos propostos pela discussão do estudo, trazendo particularidades expressivas dos conceitos de grotesco, espetacularização e sensacionalismo. Esse tipo de amostra, segundo Rudio (1999) denomina-se de “intencional”, caracterizada por uma seleção consciente do analista que revê os temas e abordagens necessárias ao tratamento da abordagem da pesquisa. Esse tipo mostra-se adequado à Análise de Conteúdo (BARDIN, 2009), método que norteou as nossas observações.

Identificamos aqui os vídeos como: Programa 1 e Programa 2. O primeiro trata de uma tentativa de assassinato, enquanto um repórter da TV Correio cobria este acontecimento, e o segundo nos mostra um trecho de comentário feito pelo apresentador Samuka Duarte, demonstrando sua indignação à impunidade aos crimes dos políticos brasileiros corruptos, que

influenciam a penalização leve de menores infratores. Os trechos foram gravados e apresentados em CD para a devida verificação da banca avaliadora.

Fizemos uma pré-análise de vários programas, com volume de material aleatório, buscando observar as características sensacionalistas comuns ao material colocado sob nossa avaliação. Escolhidos os trechos, fizemos a exploração temática, analisando suas peculiaridades tendo em vista a proposta de nosso estudo que é identificar os elementos da espetacularização televisiva presentes no programa Correio Verdade.

Tomando por base os critérios definidos por Bardin (2009), foram observados os parâmetros de *tema* como unidade de registro, a fim de localizar o que a autora chama de “*núcleos de sentido* que compõem a comunicação” (BARDIN, 2009, p. 131). Desse modo, buscamos identificar a presença de características espetaculares e sensacionalistas nas mensagens bem como as atitudes e a linguagem (verbal e não verbal) do apresentador, o teor sensacionalista das matérias exibidas, além de observar os recursos para atrair o interesse dos telespectadores: “O tema, geralmente é utilizado como unidade de registro para estudar motivações de opiniões, de atitudes, de valores, de crenças, de tendências, etc.” (BARDIN, 2009, p. 131).

A adoção deste método e dos procedimentos, adequados aos veículos da comunicação, nos permitiu uma compreensão mais aprofundada da realidade investigada, possibilitando também o exercício das deduções e inferências, ações sugeridas por Bardin (2009) para uma observação criteriosa dos meios de comunicação e de suas mensagens.

## 2 JORNALISMO E SENSACIONALISMO

O jornalismo é um objeto que possui um diverso campo de análises de seus desdobramentos. Diante de seus inúmeros aspectos observamos características determinantes e distintas dentro deste âmbito, que representam várias formas e faces das produções jornalísticas. Destacamos aqui o jornalismo que ganha a nomenclatura de *sensacionalista*, que possui características presentes nos mais diversos produtos midiáticos, sejam eles impressos ou audiovisuais.

A forma sensacionalista caracteriza-se especialmente pelo modo exagerado com que trata os aspectos ocorridos no cotidiano buscando atender a interesses mercadológicos capitalistas. Conhecido como “popular” ou “marrom”, o sensacionalismo está presente nas produções jornalísticas desde seus primórdios. De forma apelativa, suas produções mexem com a emoção dos indivíduos, explorando o sofrimento humano de maneira grotesca. A mídia

televisiva se apropria desse artifício em nome da conquista da audiência. Para Arbex Júnior (2001):

A indústria da mídia não apenas se submeteu de forma cada vez mais intensa aos interesses do mercado mundial, no sentido estritamente econômico, como também aos jogos de poder que regulamentam esse próprio mercado. Assim como ela é parte dos eventos que noticia, também é parte do império oligopolizado da informação (ARBEX JÚNIOR, 2001, p. 99).

Ridicularização de pessoas humildes, apelo em relação a assuntos relacionados à sexualidade, violência, banalização do interesse público, dentre muitos outros aspectos são temas que estão sempre presentes nas pautas dos jornais sensacionalistas. A produção de notícias desse gênero defende a valorização da emoção, a espetacularização das relações humanas; aspectos estes que podemos observar no cotidiano das produções midiáticas da atualidade.

Essa “forma” de jornalismo não é característica apenas de nossos dias atuais, já está presente na prática jornalística desde seu princípio (no contexto do jornalismo impresso) e continua seguindo o mesmo padrão: fatos que evidenciem como forma de “espetáculo” os acontecimentos ocorridos no cotidiano das massas. De acordo com Amaral (2006):

O sensacionalismo enraizou-se na imprensa desde seus primórdios. Na França do século XIX, os jornais populares de uma página eram conhecidos como *canards*, termo que significa conto absurdo ou fato não verídico. Os que mais faziam sucesso eram os sensacionalistas que contavam catástrofes, crianças violentadas e eclipses. Aliás, os primeiros jornais franceses, surgidos entre 1560 e 1631, como *Gazette de France* e *Nouvelles Ordinaires*, eram semelhantes aos jornais sensacionalistas atuais e traziam informações fantásticas que agradavam a todos. (AMARAL, 2006, pp. 16-17).

Na atualidade, os casos não se limitam à catástrofes ou eclipses, com o desenvolvimento das sociedades e suas inter-relações, os acontecimentos agora relatados são muito mais escandalosos, a vida do indivíduo passa a ser tratada como objeto de espetacularização, os horrores de suas experiências são levados ao público como mercadoria.

O jornalismo sensacionalista em sua análise histórica, ainda num contexto de mídia impressa, já mostrava características presentes nas demais produções midiáticas da contemporaneidade (com ênfase na televisiva); conteúdos supervalorizados, intensificação dos fatos; foram e ainda são aspectos presentes em algumas produções jornalísticas.

Em geral, o sensacionalismo está ligado ao exagero; à intensificação, valorização da emoção; à exploração do extraordinário, à valorização de conteúdos

descontextualizados; à troca do essencial pelo supérfluo ou pitoresco e inversão do conteúdo pela forma (AMARAL, 2006, p.21).

Temáticas com conteúdos tratados desta forma aguçam a curiosidade do consumidor dos produtos jornalísticos, que envolto a um cenário de transformações sociais, buscam produções que lhe sejam apresentadas de forma impactante. Dessa forma, os meios de comunicação de massa (*mass media*) são os mecanismos que possuem a maior força em repassar estes assuntos para a sociedade; e a televisão é um de seus elementos de maior destaque e poder; pois é através dela que a maioria da população tem acesso a informações e entretenimento em geral.

Tratando-se ainda da produção jornalística “espetacular”, esta se propõe a mostrar o que é supostamente de “gosto” do público, ou seja, aquilo que lhe chame atenção. Mas então o que há de errado em mostrar o que é do gosto dos teles(es)pectadores?

Nem todos os fatos que costumam ser noticiados são efetivamente de interesse comum ou coletivo, mas do ponto de vista do jornalismo é esse o enfoque que deveria predominar. O jornalismo trata, por excelência, do interesse público, e por razões éticas seu objeto deveria ser o interesse público e não o gosto do público (AMARAL, 2006, p. 122).

Uma preocupação relacionada a este tipo de produção é a transformação dos conteúdos em mercadoria. Os produtores e receptores destes conteúdos estão inseridos num cenário onde o jornalismo com características sensacionalistas está presente no plano das indústrias de mídia, como explica Thompson (2009, pp. 253-254): “[...] as indústrias da mídia nas sociedades ocidentais são em muitos casos, organizações comerciais ou quase-comerciais, operando num mercado competitivo e sujeito a pressões financeiras e a incentivos de vários tipos”.

Além disto, um aspecto que podemos ressaltar é sua contextualização com a conjuntura capitalista. Como já afirmava Marx (1818-1883), o capitalismo torna tudo mercadoria. Portanto, a mídia e suas produções são também passíveis de absorver os impactos das intervenções mercadológicas. Daí o jornalismo sensacionalista volta sua produção para um aspecto que aumente sua “clientela”, utilizando de fatores que agucem a emoção humana diante de fatos e acontecimentos, criando, assim, uma conjuntura que oferece para os produtores de notícias sensacionais mecanismos que os ajudem a explorar e evidenciar esses fatos e acontecimentos de acordo com os interesses mercadológicos das empresas que oferecem este tipo de produção. Os produtores deste tipo jornalístico cedem às imposições do capitalismo e comprometem a qualidade e a veracidade de suas criações:

O discurso sensacionalista exige do redator criatividade e percepção do novo no fato, da novidade da palavra (do palavrão, da gíria) e do incomunicável do universo popular. O impacto precisa ser renovado e mantido a cada edição. Os aspectos do inusitado e do violento se repetem diariamente, mas o redator precisa transformar a briga de botequim em guerrilha marginal; precisa inventar a matéria quando não existem bons ingredientes para despertar emoções e compor um escândalo jornalístico. A imaginação recobre o dia magro em acontecimentos explosivos. (PEDROSO, 1994, p. 2)

Dessa forma há o comprometimento dos conteúdos passados a sociedade, e a televisão, com suas inúmeras ferramentas de influência sobre o sujeito, passa a direcionar a atenção de seus receptores da forma que seja mais cabível aos interesses econômicos da indústria midiática, para Sodré (1984, p. 55): “Arte, gesto, roupa, informação, comunicação \_ tudo isso pode ser produzido, duplicado, repetido serialmente *ad infinitum* por subsistemas técnicos variados”.

Sendo assim os conteúdos sensacionalistas disseminados pela ferramenta televisiva (assim também como nas demais mídias), produzem uma “efervescência social”. Para conseguir a atenção de possíveis receptores, os produtores deste tipo de jornalismo utilizam-se da linguagem, da manipulação de sentimentos, de recursos audiovisuais, presentes nos contextos das realidades dos sujeitos para produzir através destas ferramentas, aspectos que levam os seres a aumentar seu interesse na procura por estas produções, pois a TV é uma das mídias que causam maior impacto social, como afirma Sousa (2002, p.103): “A televisão é sabidamente o veículo de mídia com maior penetração em todos os segmentos sociais. Em média, a população que assiste TV passa mais de Três horas diárias expostas ao veículo”.

Nesse sentido, a televisão é um objeto significativo de apelo social, não é um meio no qual grupos de indivíduos (ou o ser isoladamente) procuram apenas por informações que esclareçam seus questionamentos sobre o cotidiano. Através da TV as massas buscam “aparências”, sentimentos e sensações distintas, e que ao mesmo tempo as familiarizem; experiências que possam ser muitas vezes “sensoriais”. O indivíduo se sente parte de um grupo, “unido” pelo fato (experiência) de simplesmente ver tevê, de saber que outros indivíduos, simultaneamente, exercem a mesma ação; tornando-o assim (simbolicamente), parte de um “segmento” social. Segundo Fechine (2006):

[...] a própria televisão encarrega-se de construir, com frequência cada vez maior, momentos nos quais aquele que acompanha a transmissão o faz menos pelo que deseja *saber*, e mais pelo que almeja *sentir*: sentir junto, sentir o sentir do outro e, principalmente, sentir-se junto ao outro no momento em que todos sentem o mesmo tão somente pela experiência comum de “ver TV” (FECHINE, 2006, p.2).

Tendo socialmente esta influência, o espaço televisivo se torna um meio pelo qual o homem encontra relações que produzam sensações de identificação, de pertencimento. Reproduzindo algo que já existe, com ou sem alterações que convenham aos interesses mercadológicos, as produções da mídia televisiva levam ao público a representação de suas realidades, oferecem aparências e possibilidades de forma segmentada e multifacetada, atraindo o indivíduo para aquilo que mais condiz com sua busca por informação, entretenimento, pertencimento, ou simplesmente pela ação de assistir TV, mesmo que isto não o influencie cognitivamente.

Isso ocorre porque, de acordo com Sodré (2002, p. 105), a TV se adapta aos desejos culturais em razão da evolução dos padrões técnicos que a perpassam: “Antes de tudo, é preciso frisar que televisão não é um dispositivo uno, isto é, um *medium* cujas características técnicas e culturais mantenham o mesmo padrão em todas as épocas e lugares, já que é nítida a sua evolução técnica e semiótica”.

O mesmo autor, em outro estudo (SODRÉ, 1984), salienta que a televisão é um sistema informativo que possui a mesma função dos códigos econômicos de mercado, sendo assim, se torna um meio que possui produções voltadas para a geração de capital que informam sobre a vida cotidiana, mas que também possui mecanismos que podem centralizar o poder e disciplinar o cidadão, gerando, desta forma, uma espécie de “comando” inconsciente no receptor dos conteúdos veiculados por essa mídia.

Desse modo, os produtores do meio televisivo utilizam recursos técnicos e semióticos, que possam afetar culturalmente determinados segmentos populares. Com um olhar *etnográfico* dos produtores, os conteúdos deste meio audiovisual trazem características específicas, que envolvam e ao mesmo tempo provoquem determinados desejos de acordo com as particularidades culturais de cada segmento. Quando se trata das produções consideradas sensacionalistas, a supervalorização dos fatos (como forma de espetáculo) é um exemplo das principais peculiaridades que podem despertar o interesse do telespectador.

Diante desta significativa influência, a mídia se torna um “lugar” para o espetáculo, para o grotesco, os produtores midiáticos encontram grande espaço e ferramentas para a difusão de seus conteúdos; e os receptores destas produções, ao entrarem em contato com temáticas que evidenciem fatos cotidianos, podem se sentir atraídos pelo sensacionalismo.

### **3 A ESPETACULARIZAÇÃO MIDIÁTICA**

Na contemporaneidade, as relações sociais entre os sujeitos tornam-se cada vez mais comandadas e direcionadas, por e para, relações que possuam significado e aparências. O homem procura por experiências que o faça se sentir visto, ou que o faça ver aquilo que ele “deseja” ou tem a “necessidade” de conhecer; experiências estas que empiricamente são vividas dentro de um segmento social determinado por valores simbólicos.

Seja no ambiente familiar, no trabalho, escola ou nas relações pessoais, o indivíduo vive numa constante busca por autoafirmação e para a satisfação de suas “necessidades”. O que acontece é uma espécie de “sonho social” como explica Guy Debord (1994), a necessidade (que pode ser de pertencimento, informação, entretenimento, conhecimento, dentre outros) se encontra como um sonho existente socialmente, e quando isto ocorre, o próprio sonho (que é de natureza social) se torna uma necessidade, como num ciclo vicioso.

Disseminando seus conteúdos, o meio midiático torna-se uma espécie de palco para a encenação das próprias realidades humanas, tornando-se assim um espaço para o espetáculo. Segundo Debord (1994), aquilo que foi outrora vivido diretamente pela humanidade, agora se torna representação, ou seja, as relações sociais dos indivíduos passam a ser representadas por e para os mesmos, o indivíduo se torna ao mesmo tempo ator e plateia dos shows que representam suas existências, tendo como meio de mediação as imagens, que podem ser (e são) produzidas pela indústria dos *mass media*.

A mídia televisiva tem um papel fundamental na construção representativa da realidade, o poder exercido por este meio de comunicação de massa diante de seus receptores funciona como numa relação de sedução. A televisão mostra-se como o meio capaz de satisfazer os desejos do homem, como podemos observar nas discussões sobre imaginário e pensamento de Maria Rita Kehl (2002, p. 175), que teoriza a relação da influência da TV no cotidiano das crianças, mas que se aplica a qualquer tipo de relação (mídia televisiva *versus* receptor): “O sedutor é aquele que diz ao outro: “eu sei o que você deseja” e ao mesmo tempo insinua: “eu tenho o que você deseja” – e assim deixa o outro fascinado, enfeitiçado diante desse saber, e dependente dele”.

Sendo assim, através de uma espetacularização midiática, onde as mensagens são repassadas para o público como forma de show, o homem é seduzido por aquilo que vê; e não só por isso, como também por aquilo que ouve e sente, pois está envolto numa sociedade de consumo, que é comandada por interesses privados; a informação é mercadoria, o trabalho a vida e as relações humanas são mercadorias, e a forma de seduzir o ser é o espetáculo, que estabelece uma relação de dependência com uma realidade inventada, capaz de o “integrar” num determinado contexto social criado para substituir as próprias experiências (reais) dos

indivíduos. Conforme Sodré (2002), essa busca de integração no espaço público “imaginária” oferece a falsa sensação de inclusão social:

Das páginas sensacionalistas dos jornais às revistas de fofocas com celebridades e à heterogeneidade da programação televisiva, a massa busca um espetáculo que a divirta e ao mesmo tempo a integre, ainda que imaginariamente, no espaço público – espaço, como se sabe, historicamente difícil de constituir num país como o Brasil, cujas elites sempre sufocaram o Estado e a república com seus interesses privados (SODRÉ; PAIVA, 2002, p. 110).

Utilizando este cenário de espetáculo, onde o “show” da vida e das relações humanas é representado, os produtores dos conteúdos midiáticos considerados sensacionalistas e, neste caso, televisivos buscam através de suas produções, meios que conquistem a atenção dos telespectadores da forma mais sedutora possível.

Procuram aguçar, no receptor, diferentes reações, buscando nas expressões comportamentais, narrativas, imagens (dentre outros aspectos), recursos que atinjam o indivíduo através de sua própria experiência identificatória, imaginária, ou seja, de sua própria carga cultural; proporcionando o que se pode descrever como “contratos de leitura”, que podem ser entendidos como uma pré-suposição de que o receptor das mensagens sensacionais (espetacularizadas) possui conhecimento prévio daquilo que está sendo tratado, produzindo assim uma sensação de reconhecimento que captura a sua atenção para os conteúdos transmitidos. Esse fator produz audiência e mantém o produto midiático espetacular na memória do público.

Dentro da conjuntura sensacionalista, não poderíamos deixar de mencionar as marcas do grotesco; um dos aspectos mais intrínsecos ao contexto de espetacularização. Transformação de paradigmas, efeitos de estranhamento, de medo ou descontrole, ou até de riso nervoso, como explica Sodré e Paiva (2002), são alguns dos aspectos do que antes era apenas mencionado para descrever avaliações estéticas de obras de arte.

De um substantivo com uso restrito à avaliação estética de obras-de-arte, torna-se adjetivo a serviço do gosto generalizado, capaz de qualificar – a partir da tensão entre o centro e a margem ou a partir de um equilíbrio precário das formas – figuras da vida social como discursos, roupas e comportamentos (SODRÉ; PAIVA, 2002, p. 30).

Agora, a discussão do grotesco amplia-se a diversos aspectos da vida contemporânea, inclusive, da comunicação. No contexto de espetacularização da mídia, observamos várias de suas particularidades que podem causar impacto na recepção de determinados produtos do *medium* televisivo, considerados espetaculares.

Desconstrução de modelos conhecidos como “normais”, na disseminação de conteúdos, apresentação de acontecimentos considerados inadequados para determinados segmentos, o “chocante”, o “bizarro”, o inesperado, o cômico, o trágico; são alguns dos diversos aspectos que podem ser considerados grotescos e que podemos encontrar nesses produtos.

Os efeitos causados por tais impressões, provocadas pelas mensagens e imagens transmitidas ao sujeito, ocasionam reações de espanto, indignação, interesse pelo incomum, por aquilo que não se vê (ou não deveria ser visto) nas grades da programação televisiva. Esse “show” com características “exóticas” é oferecido ao público na forma de informações, através de programas popularescos, apresentados por sujeitos marcados por peculiaridades estéticas que causem junto aos receptores um sentimento de proximidade, mas sem provocar uma reflexão a respeito das mensagens que são transmitidas. Samuka Duarte, apresentador do programa alvo de nosso interesse, é exemplo de carisma e popularidade. Aos olhos dos receptores, o que importa é a apreciação positiva que se traduz em altos índices de audiência para a TV Correio, desenvolvendo empatia com diversas faixas etárias do público. Por isso, Debord (1994, pp. 24-25) nos diz: “o espetáculo na sociedade corresponde a uma fabricação concreta de alienação”.

Falando ainda em impressões grotescas, outro exemplo de conteúdo com peculiaridades sensacionalistas, espetaculares, é um flagrante de tentativa de homicídio, na cidade de João Pessoa, que ocorreu na madrugada do dia 18 de Março de 2012, mas que foi exibido na edição do programa Correio Verdade, da segunda-feira dia 19 (**Programa 1**, grifo nosso). A cobertura realizada pelo repórter Josenildo Gonçalves, conhecido popularmente como “Cancão da Madrugada” (pelo fato de cobrir acontecimentos policiais que ocorrem neste período da noite) e o cinegrafista Roberg Santos, mostra o momento em que um rapaz ferido por tiros, agonizava diante das câmeras na espera por socorro, enquanto outro homem (o mesmo que já havia disparado contra o rapaz) surpreendentemente tenta novamente assassiná-lo (**00:28**); toda essa “trama grotesca” da vida real é desenrolada diante dos olhares dos populares e da equipe, que acompanhavam atentamente a ocorrência. Um caso de crime bárbaro, que mostra um pouco do perfil das matérias sensacionalistas exibidas pelo programa Correio Verdade.

Quando o homem é novamente atingido, o repórter corre rapidamente do local, ofegante, mostrando-se (através da voz trêmula) e das imagens, chocado, surpreso e aterrorizado com a cena que acabara de presenciar. Acontecimento este, que não o impediu de inúmeras vezes durante a matéria, citar para os telespectadores, o fato de serem os primeiros a

chegarem ao local, e estarem transmitindo o acontecimento com exclusividade, como podemos constatar nos trechos da fala do repórter: **(00:34)** – “Meu Deus do céu, nossa equipe acompanhando com exclusividade! O cara terminou de matar! Meu Deus do céu, Berg, meu Deus do céu! O cara terminou de matar o outro na nossa frente!”. **(01:01)** – “Meu Deus do céu, matou o cara! Atirou na cabeça do cara na nossa frente, gente! Meu Deus do céu! Nossa equipe com exclusividade! Ó, Berg, tu viu, véi? Meu Deus do céu, atirou na cabeça do cara, rapaz! Jesus do céu, meu Deus! Como é que pode uma coisa dessa?”.

Ao constatar que não haveria mais perigo para si e para o cinegrafista, Josenildo Gonçalves retorna ao lugar onde a vítima agonizava e observa que ainda está vivo, segundos depois, ao perceber que o SAMU chegava para socorrer o ferido, o “Cancão da Madrugada” não hesita em pedir que o cinegrafista registre a imagem do rapaz ainda se movimentando; assim como o atendimento, mostrando o homem envolto ao próprio sangue; registros estes que banalizam completamente a condição humana, transformando as tragédias pessoais, em espetáculos populares.

**(02:35)** – (Imagem do rapaz, fala do repórter) “Gente, aqui! Ainda tá vivo ainda! Ainda tá vivo ainda!” (A imagem é transferida para a chegada do SAMU). “Vem, vem, vem Berg! Mostra aqui Berg, meu Deus do céu, vamos acompanhar aqui, gente, a chegada do SAMU aqui no local!” (Imagem volta para o rapaz, em meio ao sangue), neste momento ouve-se a voz de um homem que diz que o rapaz é seu sobrinho.

**(02:53)** - Diálogo entre o repórter (R) e o tio da vítima (T):

T: “É o meu sobrinho!” – R: “É teu sobrinho, é?”.

T: “É, meu querido!” - R: “Meu Deus do céu!”.

T: “Tá morto, tá?” – R: “Chegou, chegou o tio dele aqui! Mostra aqui, Roberg!”.

T: “Mas eu num quero ser entrevistado não!” – R: “Chegou o tio, meu Deus do céu! Amigo, pelo amor de Deus! Eu nunca tinha visto uma coisa dessa na minha vida!”.

Estes fragmentos mostram como o conteúdo da matéria exibida possui características chocantes, exageradas. Mostra o inesperado, aquilo que não iria ao ar num programa que obedece aos padrões de qualidade jornalística. O “jornalismo verdade” anunciado pelo programa é pautado nas aberrações cotidianas visando despertar a curiosidade, pois como explica Sodr e e Paiva (2002), o grotesco   uma das características utilizadas para reter o interesse e, conseqüentemente a audiência dos telespectadores, sem a preocupa o com a qualidade do conteúdo:

Predominam hoje, dois padrões de programa o: o “**de qualidade**”, ou seja, esteticamente *clean*, bem comportado em termos morais e visuais e sempre fingindo jogar do lado da “cultura”, e o **do grotesco**, em que se desenvolvem as estratégias

mais agressivas pela hegemonia da audiência (SODRÉ; PAIVA, 2002, p. 130, grifo dos autores).

Outro fator que chama a atenção no programa em análise é o modo como o repórter se dirige ao público, construindo uma narrativa de extrema indignação diante do fato presenciado. Além da situação de tragédia, que por si mesma provoca reações de inconformismo, os receptores também são afetados pela ação performática do repórter e tendem a se sensibilizar com o fato. Essa empatia com o espetáculo costuma mobilizar as massas e provocar ressonância junto ao público, direcionando a opinião pública para a visão defendida pela emissora.

A linguagem utilizada por Josenildo Gonçalves aponta características de sensacionalismo, do *grotesco chocante*. Conforme Sodré e Paiva (2002), abre-se espaço para a realidade dos violentados (e não só destes, como também de todos os segmentos que possam causar “estranhamento”), fazendo com que o acontecimento adquira efeito sensorial, instigando a reação da audiência. Mesmo demonstrando que estava surpreendido pelo fato, o repórter, através de suas colocações, torna a situação ainda mais chocante e inacreditável proferindo uma narrativa dramatizada que apela para a sensibilidade.

Para além da obra, o campo social é afetado pelas aparências sensíveis, não necessariamente instaladas na ordem do real, mas também do possível e do imaginário. Somos afetados o tempo todo por volumes, cores e ritmos, assim como por narrativas e frases. (SODRÉ; PAIVA, 2002, p. 38).

Este fragmento do Correio Verdade é apenas uma amostra dos conteúdos espetaculares que podemos encontrar nos produtos midiáticos, principalmente nos programas de viés sensacionalista. Os produtores utilizam diversos mecanismos técnicos e simbólicos, por muitas vezes grotescos, para mobilizar a audiência. Dependem de fatores comerciais para que possam manter suas “atrações” no ar, e o único jeito de manter seu “negócio” é conseguindo a audiência, não importando os meios para conseguir tal resultado. Em consonância com essas estratégias de captura da atenção pública, a figura do apresentador Samuka Duarte se fortaleceu alcançando grande influência junto às camadas mais populares.

#### **4 A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM: A CENA DE SAMUKA DUARTE**

Conduzindo o programa Correio Verdade, Samuka Duarte é, sem dúvidas, uma das figuras mais marcantes da mídia paraibana nos últimos tempos. Com sua performance e narrativa acentuada (a exemplo de um de seus bordões mais conhecidos: *Mô fĩ – meu filho*),

aliadas aos recursos técnicos utilizados por seus produtores, tornou-se um dos personagens mais conhecidos da TV paraibana. Carismático, ele se apresenta diante das câmeras falando do “povo e para o povo”. Utiliza uma linguagem coloquial, de fácil compreensão, permeada com elementos cômicos, a exemplo de expressões como: *ripa na chulipa*, *deu águia* (pra expressar quando algo não sai conforme o planejado), *dar um pau* (bater), dentre outras; colocando-se como um “amigo” do público, alguém familiarizado, que mostra as necessidades e as injustiças ocorridas no dia a dia dos seus telespectadores; aquele que transmite a informação tal qual ela ocorre, uma espécie de “voz do povo” na televisão.

Enquanto porta-voz da “sociedade oprimida”, Samuka provoca no receptor algo que talvez ele busque: “alguém semelhante”, que fale “olho no olho” e diga o que as pessoas gostariam de dizer, mas que não têm espaço para tal. Esse mecanismo produz a identificação permitindo que o sujeito se sinta interpelado individualmente, ação que Muniz Sodré (1984) denomina de *processo de individualização familiarizada*. Este processo tem no núcleo familiar seu alvo principal. Através do segmento social “família”, os conteúdos televisionados atingem o sujeito disfarçadamente, ou seja, dando a impressão de contato direto, especificamente com este ou aquele indivíduo que esteja assistindo TV; mas o que ocorre na verdade é apenas uma simulação de contato particular. Então surge daí a ideia de que o apresentador se dirige intimamente ao sujeito, produzindo o reconhecimento do papel social de porta-voz e o sentimento de identificação popular. Por isso, o público sempre se dirige ao apresentador por você, legitimando a percepção de proximidade diária com ele. Nesse sentido, não há formalidades e distanciamentos entre o público e o apresentador.

Observamos estas características num comentário feito por Samuka Duarte, no programa exibido no dia 16 de Agosto de 2011 (**Programa 2**, grifo nosso). O apresentador mostra sua revolta contra políticos, os quais considera corruptos, diante de uma apreensão de menores infratores. Ele argumenta que os maiores criminosos estão de fato governando o país, que estes são os que “assaltam” a sociedade brasileira, e que todos os presídios do país deveriam ser abertos, “porque os verdadeiros criminosos estão livres e governando a nação”. No decorrer do comentário, a forma de seu comportamento chega a ser agressiva (voz num tom elevado, gesticulação intensa em direção à câmera), há também o uso de recursos sonoros ao fundo (*background*). Esses recursos dão à situação um clima de suspense. Ao mesmo tempo, percebemos outros mecanismos no estúdio, que interagem com o apresentador, reproduzindo vozes num tom humorístico grotesco e espetacular:

(Programa 2) – (00:01) – “ Eu acho, presta atenção no que eu vou dizer agora pra encerrar! Eu tenho coragem de dizer! Eu acho que tem que abrir os presídios do Brasil, soltar

todo mundo! Solta todo mundo, sabe por quê?! (*Gritando!!*) Porque a maior *ladroeira*, a maior turma que tá roubando e assaltando, está lá... (pausa que dá a sensação no receptor de que o apresentador não teria coragem de terminar sua colocação), está solta! (voz de *background* num tom de humor: ‘tu num tem coragem!’) Tenho! Está em Brasília, está em São Paulo, tá no Rio, são políticos roubando (gesticulação que se refere a um furto) o dinheiro do povo! E tudo solto e rindo da cara da gente!”. (02:42) – “Tem que abrir os presídios do Brasil! (voz de *background* ‘te acalma’). Abre! Abre! E solta *os preso tudinho!* (*Gritando*). Pronto! (Ao fundo a música “Libera geral” na versão da banda Chiclete com Banana). Libera tudo! Ora!”.

A música escolhida pela produção transmite a mensagem enquanto recurso sonoro de persuasão e identificação popular. Tais estratégias espetaculares que visam mobilizar a atenção do público podem ser “entendidas ora como gozo com o sofrimento do outro, ora como nenhuma contemplação ética para com o tema em pauta”, segundo explicam Sodré e Paiva (2002, p.132). Trata-se de um estímulo para quem assiste o programa. A figura cômica de Samuka, com seus gestos e expressões, sua “naturalidade” (mesmo que seja exagerada, bizarra) provocam a simpatia da audiência e oferecem ao receptor uma identificação sensorial. Assiste-se, nesse sentido, a um show na tevê aberta, oferecido a todos que quiserem presenciar a espetacularização da vida humana. Com isso, os indivíduos se sentem familiarizados, amigos do apresentador, pois ele “oferta ao povo aquilo que o povo quer ver”.

A interpelação direta efetuada pelo apresentador é o elemento fático mais visível da televisão. A familiaridade instaurada por seu rosto, em atitude de conversa íntima, de bate-papo, naturaliza a apresentação do mundo pelas imagens (vale frisar: apresentar, mostrar ou apontar o mundo é o específico da -arte- televisiva) e estabelece contato com o telespectador. Este espera sempre que a tevê ultrapasse os efeitos de mero espetáculo ou de pura informação e se invista da atmosfera de simpatia e camaradagem ideal de grupos primários como a família (SODRÉ, 1984, p. 61).

A imagem impactante de Samuka Duarte é um dos fatores que refletem nos elevados índices de audiência da TV Correio no horário em que o programa vai ao ar. Segundo dados presentes no site da emissora (<http://sites.portalcorreio.com.br/correioverdade/comercial.asp>), de acordo com uma “pesquisa Ibope realizada em Maio de 2011, o programa tem uma audiência domiciliar de 46,18 pontos e um share de 62,13 %”. A postura do apresentador revela as características mais expressivas do jornalismo sensacionalista: excentricidade, exagero, humor, e estes aspectos, aliados à informação (pois o programa cumpre sua função informativa), apelação para as tragédias sociais, espetáculo personificado; tornam Samuka Duarte, durante a semana, o personagem principal da tevê paraibana no início das tardes.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise de conteúdo ampliou nossa compreensão sobre os contextos de espetacularização, sensacionalismo e do meio midiático televisivo, a partir da observação do programa *Correio Verdade*, exibido pela TV Correio e apresentado por Samuka Duarte. O estudo permitiu a percepção de que o jornalismo considerado sensacionalista, presente na imprensa desde seus primórdios, possui conteúdos voltados para os interesses mercadológicos focalizando ações que têm por metas o aumento da audiência e não necessariamente objetivos informativos. Por isso, essa modalidade jornalística configura-se como um dos segmentos mais populares da chamada indústria de mídia.

O jornalismo sensacionalista (através de seus produtores) captura a atenção da sociedade em busca de alvos que lhe tragam o lucro e o conseqüente crescimento comercial. A sociedade, principalmente a classificada dentre os segmentos mais populares, é facilmente seduzida por essas estratégias na busca por entretenimento, identificação e, também, espetáculo, a fim de se afastar, momentaneamente, dos problemas cotidianos. Assim, é influenciada pelos produtos sensacionalistas dos *mass media* que se utilizam de aspectos característicos da própria realidade que a envolve, através da mobilização de mecanismos empáticos associados à linguagem, à emoção.

O apresentador Samuka Duarte incorpora esses mecanismos de popularidade trazendo à cena da TV Correio um personagem carismático que se intitula como porta-voz das camadas oprimidas. Em virtude disso, transpõe para a cena midiática a figura do amigo do telespectador, em razão dos espaços concedidos no *Correio Verdade* à participação popular. Segundo Muniz Sodré, nesses moldes, o jornalismo mescla sua missão informativa com prestação de serviços e assistencialismos sociais.

Num cenário de espetacularização promovido pelo *Correio Verdade*, como pudemos aprender nos estudos de Debord, percebemos a transformação das relações sociais em espetáculos, onde a realidade das experiências humanas, transmitida através da tevê, é transformada num show de conteúdos produzidos para atender “necessidades sociais” criadas pela própria mídia, e dessa forma, seduzirem o telespectador, que por sua vez é ávido na procura por produções que o atinjam de forma sensorial e simbólica.

Na observação de alguns trechos do referido programa, nos foi permitido caracterizar e explicar aspectos que perpassam a construção da linguagem televisiva sensacionalista, assim

como particularidades das características grotescas descritas por Muniz Sodré e Raquel Paiva, inerentes aos produtos televisivos e, também, a construção da imagem do apresentador Samuka Duarte, que se coloca, com a sua performance planejada, para além dos parâmetros de transmissão de informações, produzindo ecos de reconhecimento com os telespectadores.

Com isso, o público se sente representado, identificando-se com a forma humorística com que conduz a sua postura e seus comentários. Essa idealização do popular num veículo considerado por vezes elitista, em comparação à acessibilidade do rádio entre os segmentos de situação socioeconômica desfavorável, torna Samuka, na atualidade, um fenômeno de audiência. Tanto que sua imagem de comunicador do povo é hoje associada à publicidade de diversos produtos e serviços no estado da Paraíba, devido à empatia junto às camadas populares.

Diante destes aspectos, podemos questionar até que ponto a presença de conteúdos com características grotescas podem ajudar ou não na reconfiguração da linguagem televisiva voltada para os diversos segmentos da sociedade, ou se esse formato jornalístico será o formato do futuro, numa época em que a TV por assinatura ainda se coloca como padrão de qualidade inacessível para a maioria da população. Essas novas inquietações, geradas pelo presente trabalho, são pontos de partida para pesquisas futuras que pretendemos enfrentar. Por enquanto, ficamos na expectativa de que essa análise inspire novos estudos que se debrucem sobre a relação TV, espetáculo e sensacionalismo numa sociedade que aspira por informações qualificadas e se vê diante de produções distanciadas desse paradigma.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnlismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 4ª Edição, 2009.

DEBORD, Guy. **A sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FECHINE, Yvana. **Uma proposta de abordagem do sensível na TV**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Produção de sentido nas mídias”. XV Encontro da COMPOS. Bauru: Unesp, 2006.

KEHL, Maria Rita. **Imaginário e pensamento**, In: SOUSA, Mauro Wilton de. (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002.

NETO, Antonio Fausto. **A deflagração do sentido. Estratégias de produção e captura da recepção**, In: SOUSA, Mauro Wilton de. (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002.

PEDROSO, Rosa Nívea. **Contribuições aos estudos do sensacionalismo no jornalismo impresso brasileiro**. Artigo originalmente publicado na **Revista Comunicación y Sociedad**. N. 21. México: Universidad de Guadalajara, 1994.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. Petrópolis: Vozes, 1999.

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

SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da fala; função e linguagem da televisão no Brasil.** Petrópolis, Vozes, 1984.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 2009.