



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE JORNALISMO**

**FELIPE RAMON DA SILVA DE LIMA**

**JORNALISMO POLICIAL NA TV: UMA ANÁLISE SOBRE OS PROGRAMAS  
POLICIAIS E SUAS ESTRATÉGIAS PARA AUMENTAR A AUDIÊNCIA**

**CAMPINA GRANDE**

**2022**

**FELIPE RAMON DA SILVA DE LIMA**

**JORNALISMO POLICIAL NA TV: UMA ANÁLISE SOBRE OS PROGRAMAS  
POLICIAIS E SUAS ESTRATÉGIAS PARA AUMENTAR A AUDIÊNCIA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Departamento do Curso  
de Jornalismo da Universidade Estadual  
da Paraíba, como requisito parcial à  
obtenção do título de Bacharel em  
Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Rômulo Ferreira de  
Azevedo Filho

**CAMPINA GRANDE**

**2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

L732j Lima, Felipe Ramon da Silva de.  
Jornalismo policial na TV [manuscrito] : uma análise sobre os programas policiais e suas estratégias para aumentar a audiência / Felipe Ramon da Silva de Lima. - 2022.  
38 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas , 2022.

"Orientação : Prof. Me. Rômulo Ferreira de Azevedo Filho ,  
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Jornalismo policial. 2. Audiência televisiva . 3.  
Sensacionalismo no Jornal. 4. Programa de televisão. I. Título

21. ed. CDD 070.4

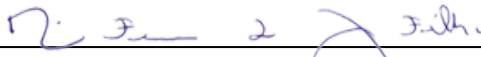
**FELIPE RAMON DA SILVA DE LIMA**

**JORNALISMO POLICIAL NA TV: UMA ANÁLISE SOBRE OS PROGRAMAS  
POLICIAIS E SUAS ESTRATÉGIAS PARA AUMENTAR A AUDIÊNCIA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Departamento do Curso  
de Jornalismo da Universidade Estadual  
da Paraíba, como requisito parcial à  
obtenção do título de Bacharel em  
Jornalismo.

Aprovada em: 28 / 03 / 2022.

**BANCA EXAMINADORA**




---

Prof. Me. Rômulo Ferreira de Azevedo Filho (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Prof. Dr. Leonardo da Silva Alves  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Prof. Dr. Rostand de Albuquerque Melo  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## AGRADECIMENTOS

O processo não foi fácil, mas podemos dizer que foi muito gratificante! Primeiramente, tenho que agradecer a Deus pela oportunidade de fazer o curso que sempre sonhei, morar em uma cidade nova e aproveitar tudo o que Campina Grande pode proporcionar. Uma cidade que transforma e que te faz evoluir, muito obrigado por tudo, Campina.

Gratidão à minha família, por todo o suporte que me proporcionou durante esses anos longe de casa. Em especial aos meus pais, José Aristides e Maria Aparecida; minha irmã, Giovanna Camilly e aos meus avós Lúcia de Fátima, José da Silva e Francisca Pereira. Sem vocês esse sonho não seria possível!

Tenho que agradecer aos amigos que cruzaram a minha caminhada e que vão seguir comigo para o resto da vida. Izailma Araújo, parceira de todos os dias dos corredores da UEPB. Com quem compartilhei as dúvidas e inseguranças da vida acadêmica e profissional, mas que se tornou um pilar na minha vida em CG. Você é especial e vai ganhar o mundo. Yasmin Amélia, amiga que chegou e ganhou espaço na minha vida. Quem compartilhei momentos maravilhosos e outros que são história. O sucesso está escrito para você. Inabelly Araújo, parceira desde o primeiro dia na Universidade. Pessoa com coração gigante e que merece as melhores coisas do mundo. Bom, são muitas pessoas especiais e não temos mais 50 páginas, mas fica minha gratidão também pelos amigos Ygor Lino, Dayvsson Victor, Jéssica Costa, Débora Macedo, Victoria Lobo, Mayara Oliveira, Beatriz Ferreira, Leia Marques, Maria Luiza, Laís Fernandes e Márcia Cordeiro.

Agradecer também aos professores da UEPB, representados pelo meu orientador Rômulo Azevedo e banca Rostand Melo e Leonardo Silva. Muito obrigado pelos ensinamentos de todos.

Por fim, agradecer as pessoas que acreditaram no meu potencial como profissional na área do Jornalismo. A minha primeira oportunidade na Tv Borborema, Bastos Farias, Magdônia Alves e Tarcísio Araújo. Na TV Itararé, Saulo Queiroz. E na Positive Comunicação, Eveline Gonçalves.

Muito obrigado a todos! Estou iniciando agora uma linda história e que os novos capítulos sejam maravilhosos. Que assim seja!

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	08
<b>2. JORNALISMO POLICIAL NA TV</b> .....	11
<b>2.1 SENSACIONALISMO NA TELA</b> .....	14
<b>3. “GUERRA” PELA AUDIÊNCIA</b> .....	16
<b>4. INTERNET COMO PLATAFORMA PARA ATRAIR AUDIÊNCIA E GERAR ENGAJAMENTO</b> .....	20
<b>5. ANÁLISE DO PROGRAMA “A PATRULHA DA CIDADE”</b> .....	22
<b>6. ANÁLISE DO PROGRAMA “CIDADE ALERTA”</b> .....	28
<b>7. ELEMENTOS CARACTERÍSTICOS ENTRE OS PROGRAMAS POLICIAIS</b> .....	35
<b>8. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	37
<b>9. REFERÊNCIAS</b> .....	38

## **JORNALISMO POLICIAL NA TV: UMA ANÁLISE SOBRE OS PROGRAMAS POLICIAIS E SUAS ESTRATÉGIAS PARA AUMENTAR A AUDIÊNCIA**

Felipe Ramon da Silva de Lima<sup>1</sup>

### **RESUMO**

Este artigo tem como intuito analisar dois programas policiais, A Patrulha da Cidade e Cidade Alerta, e as estratégias utilizadas para aumentar a audiência televisiva. A parte teórica abrange a história da televisão no Brasil, como surgiu o jornalismo policial na TV e como o sensacionalismo tomou conta da programação das emissoras abertas do país. Através de um recorte em duas edições de cada programa durante o mês de março, vamos analisar e destacar elementos que são característicos em ambos, formando um modelo de programa policial. Os resultados obtidos evidenciam que os recursos utilizados para atrair público e segurar a audiência são imperceptíveis para o telespectador comum, mas que causam o efeito desejado para as emissoras e programas, gerando mais números positivos e, conseqüentemente, oportunidade de reverter em ações comerciais visando o lucro.

**Palavras-chave:** Televisão. Jornalismo Policial. Audiência. Sensacionalismo.

### **ABSTRACT**

This article aims to analyze the police programs, A Patrulha da Cidade and Cidade Alerta, and the strategies used to increase the television audience. The theoretical covers the history of television in Brazil, how police journalism appeared on TV and how sensationalism took over the programming of open broadcasters in the country. Through a cut in the edition of two police programs, one in a local TV and the other national, we will analyze and highlight elements that are characteristic in both, forming a model of police program. The results obtained show that resources to attract the public and hold the audience are imperceptible to the common viewer, but that they cause the desired effect for broadcasters and programs, generating more positive numbers and, consequently, the opportunity to revert to commercial actions aimed at profit.

**Keywords:** Television. Police Journalism. Audience. Sensationalism.

---

<sup>1</sup> Graduando em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB.  
E-mail: [feliperamon.lima@hotmail.com](mailto:feliperamon.lima@hotmail.com)

## 1. INTRODUÇÃO

Desde a instalação da primeira emissora de Tv no Brasil, TV Tupi (1950 1980), a população foi estimulada a dedicar parte do seu tempo na frente da televisão. O aparelho se tornou peça fundamental nas casas dos brasileiros com o passar dos anos.

Os televisores ficam horas ligados e, em muitos lares, passam o dia sintonizados em diversos canais, no segmento de notícias, filmes, séries e canais abertos. De acordo com a pesquisa Inside Video<sup>2</sup>, da Kantar IBOPE media<sup>3</sup>, os brasileiros passaram em média, 07 horas e 09 minutos na frente da televisão por dia em 2020, superando o ano anterior com 37 minutos a mais no tempo diário. A análise foi feita durante o primeiro ano da pandemia de COVID-19 no país, causando o confinamento da população em todo o território nacional. Ainda segundo o levantamento, 204 milhões de brasileiros assistiram televisão no período e os programas matinais, novelas, telejornais e reality show são as preferências dos telespectadores nacionais.

A história da televisão brasileira começa em 1950 com o jornalista e empresário Assis Chateaubriand. O paraibano era dono de um dos maiores conglomerados de comunicação, Diários Associados, e decidiu implantar a primeira emissora do país. Assim nasceu a TV Tupi em 18 de Setembro de 1950, em São Paulo. No início, a programação da televisão nacional era muito semelhante ao rádio, isso inclui a recriação de programas tradicionais. A programação era feita toda “ao vivo” e com horários específicos, pois ainda não tinha conteúdo suficiente para um dia inteiro de transmissão.

A televisão era produzida por profissionais dedicados, mas sem experiência com aquela nova linguagem. A TV Tupi absorveu radialistas, jornalistas do impresso, publicitários, autores e atores de teatro para “criar” uma programação ‘aos moldes do rádio nacional’. Marcondes Filho (1988) destaca que nesse início o que se exibia era um rádio televisionado. Atualmente, isso mudou e um estilo próprio foi adotado pela televisão nacional e, assim, atraindo a atenção da população brasileira. O país conta com cinco redes de TV com canais abertos e gratuitos, com afiliadas em todos os estados.

---

<sup>2</sup> Pesquisa realizada pela Kantar IBOPE Media para avaliar o consumo de vídeo pelos brasileiros durante um determinado período.

<sup>3</sup> Empresa que faz pesquisa de mídia em diversos países da América Latina e no Brasil faz a medição da audiência televisiva.



O conteúdo transmitido nesses canais é bem diversificado e agrada todos os públicos. A tecnologia e novos recursos implantados fazem total diferença para quem está assistindo a televisão. Em relação a isso Marcondes Filho (1988) diz que:

O televisor, obviamente, é apenas um aparelho que transmite mensagens produzidas por homens que trabalham no outro extremo, na estação de TV. Homens com ideias, intenções, ideologias, interesses a divulgar. Se a TV ocupa, hoje, nos lares, o espaço do “bezerro de ouro” é porque alguma coisa de errado ocorre com as pessoas que assistem e fazem TV e não com o aparelho. (MARCONDES FILHO, Ciro, 1988, p.8.)

Os primeiros telejornais exibidos na televisão seguiam a mesma linha dos programas apresentados no rádio, acrescentando apenas imagens às notícias. Os longos textos eram narrados com um ritmo radiofônico e a figura do apresentador era séria com voz potente. Assim, Maurício Loureiro Gama fez o “Imagens do Dia”, primeiro programa jornalístico da TV brasileira, onde mostrava fotos que marcaram o dia no país. Pouco tempo depois, o “Repórter Esso” foi exibido pela primeira vez na televisão e conquistou a atenção do público. O programa já era sucesso no rádio.

Com o passar dos anos a linguagem da televisão brasileira foi se aprimorando, ganhando estilo e se afastando cada vez mais do rádio. A revolução no jornalismo televisivo começou com a implantação do Jornal Nacional da TV Globo. O telejornal nasceu em 1969 e tinha como objetivo fazer uma integração do país através da informação. Nomes como Hilton Gomes, Cid Moreira e Sérgio Chapelin construíram carreira no Jornal Nacional e moldaram a figura dos apresentadores no telejornalismo.

Em 1979 a TV Tupi já estava enfrentando uma forte crise e decidiu lançar a primeira versão do “Aqui Agora” para atrair mais o público. O primeiro programa policial era, para muitos, apenas puro sensacionalismo. A partir desse momento, uma nova era foi implantada na TV brasileira e esse segmento ganhou a audiência e gerou muita repercussão. Nos anos 90 e 2000 houve um crescente número de programas similares ao pioneiro, o “Aqui Agora” retornou para a grade de programação, mas agora no SBT e outros exemplos de programas que surgiram foram: Cidade Alerta- RECORD TV, Brasil Urgente- BAND, Balanço Geral- RECORD TV, Primeiro Impacto-SBT e até o Linha Direta – TV Globo foi criado com uma nova roupagem para o gênero. Esses programas estão dominando o cenário da televisão nacional e com a grande audiência do público, as empresas de comunicação passaram a dedicar grande parte da sua programação para o gênero policial.

A atenção do público por reportagens sensacionalistas, crimes e violência tornou essa linha editorial rentável para as emissoras. Morin (2007) descreve que o motivo das empresas de televisão dedicarem tanto tempo a esses programas é o interesse do público.

Em busca de audiência, a empresa de televisão visa agradar o público, exibindo o que despertaria atenção da massa. Para isso, ela aproveita do gosto popular para fazer de sua programação um espetáculo, uma forma de divertimento a ser consumida como mercadoria, característica fundamental da cultura de massa. (MORIN, 2007).

Diante disso, o presente artigo se justifica pela necessidade de compreender os elementos e estratégias utilizadas por programas do segmento policial para conquistar e aumentar a audiência.

Pretende-se, neste trabalho, analisar a linguagem, recursos e estratégias utilizadas por dois programas do gênero policial, sendo um no cenário nacional e outro local, identificando elementos que caracterizam o jornalismo policial como atrativo para o público. Com essa finalidade, utilizaremos os estudos teóricos de autores como Ciro Marcondes Filho (1986 e 1988); Danilo Angrimani Sobrinho (1995); Edgar Morin (2007); Henry Jenkins (2008); Davi Mamblona Marques Romão (2013), autores que trabalham questões relacionadas à televisão, qualidade de conteúdo e convergência de mídia.

Na primeira parte deste artigo, fazemos um levantamento da história do jornalismo policial na tv, sua evolução ao longo dos anos, a guerra pela audiência em programas do segmento e como o *Instagram* tem engajado esse tipo de conteúdo nas redes sociais. Na segunda parte, vamos analisar dois programas policiais que são destaques na audiência, sendo um em cenário nacional, Cidade Alerta-RECORD TV e um local, A Patrulha da Cidade- TV BORBOREMA. O motivo da escolha desses programas foi que o primeiro se consolidou em segundo lugar no IBOPE em São Paulo, de acordo com dados da avaliação da Kantar IBOPE Media. E o programa local foi, por dois anos consecutivos (2018 e 2019) líder de audiência em Campina Grande no horário de meio-dia às 13 horas. Por fim, na terceira parte, iremos destacar elementos e características comuns presentes nos dois programas do segmento policial.

O objetivo desta pesquisa é verificar como o jornalismo policial na tv utiliza essa importante plataforma para conquistar a audiência e quais são os recursos utilizados pelos programas policiais. Vamos mostrar como esse segmento se tornou tão popular no país e

através da aceitação do público por esse tipo de conteúdo, acabou influenciando a programação das emissoras abertas.

## 2. JORNALISMO POLICIAL NA TV

A televisão é o principal meio de comunicação de massa que consegue atingir milhões de pessoas de uma única vez. Nos últimos anos, a televisão registrou uma queda brusca na audiência em relação à internet. De acordo com o levantamento feito pelo site Notícias da Tv<sup>4</sup>, portal especializado no assunto, através de dados exclusivos da Kantar IBOPE Media, três emissoras abertas registraram queda nos números de audiência entre 2019 e 2021. Segundo o site, a Globo teve uma queda na média-dia (das 7h às 0h) de 7,7%. Saindo de 15,6 pontos em 2019 para 14,4 pontos de média-dia em 2021. Já a RecordTV teve uma redução de 8,7% no período e o SBT teve a maior queda na audiência diária em 2021, registrando 31,8% menos audiência que em 2019, caindo de 6,3 pontos para 4,3. Ainda segundo o levantamento feito pelo site, os *streamings*<sup>5</sup> aumentaram o número de assinantes, já que nesse período chegaram novas empresas nesse segmento no Brasil. Além da Netflix e GloboPlay, empresas como Disney+, Prime Video e HBO Max lançaram seus catálogos no mercado nacional. Um segmento televisivo que registrou queda em audiência, mas continua atraindo muita atenção é o de programas policiais. Isso desperta um interesse maior quando falamos de um gênero jornalístico tão discriminado por conta da abordagem e conteúdo exibido.

Das cinco principais emissoras abertas do Brasil, 4 exibem programas com gênero policial em sua programação. O Cidade Alerta- RECORD TV; Brasil Urgente-BAND; Balanço Geral- RECORD TV; Primeiro Impacto-SBT e Alerta Nacional-REDETV são alguns dos programas com destaque em audiência para cada emissora e com repercussão nas redes sociais.

Esse modelo de programa fez sucesso primeiramente na TV Tupi em 1979. A primeira versão do *Aqui Agora*, uma criação de Wilton Franco, gerou muita audiência e ganhou o gosto popular, mas com a crise enfrentada pela emissora, saiu do ar. O programa voltou em 1991, porém em outro canal, o SBT. A emissora de Silvio Santos estava

---

<sup>4</sup> Relatório disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/com-reprises-e-explosao-de-streaming-na-pandemia-ibope-da-tv-aberta-desaba-70761>> Acesso em: 02/02/2022

<sup>5</sup> Plataforma que possibilita a transmissão de conteúdos pela internet, sem a necessidade de fazer o download.

passando por uma reformulação e buscava mais audiência, assim surgiu a nova versão do *Aqui Agora*. Gil Gomes, Goulart de Andrade e outros apresentadores, jornalistas e figuras públicas passaram por esse fenômeno televisivo. Uma das características adotadas, que revolucionou o modo de exibir as reportagens na televisão, foi a utilização do Gerador de Caracteres, conhecido como GC. Outro destaque era a “câmera nervosa”, mostrando sem cortes e sem edição as ocorrências policiais. Frases apelativas eram utilizadas para prender quem estivesse mudando de canal ou apenas passando na frente do aparelho televisor. O *Aqui Agora* fez tanto sucesso que iniciou uma onda de programas policiais nas emissoras abertas do país. Assim surgiu o *Cidade Alerta* e o *Brasil Urgente*, que seguiam o mesmo modelo do pioneiro.

Esse gênero de programa é muito questionado em relação ao telejornalismo “tradicional”, pois a qualidade da informação e o tratamento que é dado a notícia podem ser considerados raso e superficial.

No trabalho, *Jornalismo Policial: indústria cultural e violência*, apresentado por Davi Mamblona para Universidade de São Paulo, ele destaca um trecho da publicação *O perfil do Repórter de Telejornal Policial no Brasil*, de Periago (2004), onde o autor traz uma análise sobre esse segmento. Segundo Periago, o tempo no jornalismo televisivo é considerado mais acelerado e a apuração não tem uma pesquisa pausada e refletida, pois tem que ser praticamente instantânea.

A reportagem tem uma duração diferenciada, pois na televisão a notícia tem que ser resumida, simples e pontual. Mas essas regras são quebradas em alguns casos nos programas policiais, pois em reportagens com maior repercussão costumam ganhar uma ampla cobertura, utilizando a repetição de conteúdo. Determinados critérios jornalísticos são abolidos pelos repórteres para que os programas possam se tornar atrativos para o público. Isso também tem relação com a questão da busca pela audiência e publicidade. Após explanar esses elementos o autor destaca que o jornalismo televisivo é levado a assumir um formato mais dinâmico e superficial fazendo com que o aprofundamento da notícia fosse esquecido.

Atualmente os programas do gênero policial tem mais de uma hora de duração e com isso muitos elementos têm que ser adotados para atrair o público e prender até o fim.

Uma reportagem é mostrada em três etapas: a primeira é a apresentação da reportagem no estúdio, logo em seguida, vem a reportagem externa e, para finalizar, volta para o apresentador disparar um comentário inflamado e repleto de exclamações ora para criticar ou ironizar determinada circunstância. (PERIAGO, 2004, p.17 apud ROMÃO, p. 36)

Muitas vezes uma reportagem exibida tem duração no máximo de até 4 minutos, mas o comentário do apresentador pode durar um tempo muito maior que esse. Outro elemento utilizado é a repetição da reportagem, vídeo com algum depoimento ou imagem de câmera de segurança. Isso possibilita um tempo maior para a cobertura, prendendo a atenção do público, pois em muitos casos o tema tem grande apelo. O segmento também abusa dos efeitos sonoros, vinhetas e músicas tenebrosas durante a transmissão.

Os programas do gênero policial chamam a atenção do público, seja na própria televisão como também nas redes sociais. Isso pode ser comprovado com os dados de audiência diária das emissoras ou nos assuntos mais comentados na internet. Segundo dados da Kantar IBOPE Media, programas como Cidade Alerta e Brasil Urgente são destaques em audiência para as emissoras durante a avaliação semanal. O programa exibido na Band alcançou 4,5 pontos de audiência domiciliar na principal praça analisada, a cidade de São Paulo, entre 10/01/22 e 16/01/2022. Esse número representa a maior audiência da emissora durante o período analisado. De acordo com o site Bastidores da TV, o Cidade Alerta teve uma média de audiência de 7,5 pontos no dia 12/01/2022. As reportagens exibidas, comentários do apresentador ou até mesmo a fala de entrevistados, personagens ou autoridades geram uma grande repercussão. Os telespectadores já estão familiarizados com o gênero e sentem a necessidade de se manter informado por esse tipo de conteúdo. Fica evidente quando analisamos o número de programas policiais e o tempo total na grade de programação das principais emissoras abertas no Brasil. Apenas o Cidade Alerta e o Brasil Urgente ficam três horas no ar e ao vivo, de segunda à sexta-feira.

Se no início do século, o jornalismo policial na TV estava presente apenas no fim de tarde e começo da noite, atualmente pode ser assistido em todos os horários. Temos como exemplo o Primeiro Impacto- SBT que começa às 4 horas da manhã e o Balanço Geral -Manhã- RECORD TV, começando às 5 horas. Já na parte do almoço temos o Balanço Geral- RECORD TV, A Patrulha da Cidade- TV BORBOREMA, Correio Verdade – TV CORREIO, Cidade em Ação – TV ARAPUAN e no horário da tarde os tradicionais programas. Isso demonstra que com o passar dos anos, a oferta de programas com conteúdo policial em rede nacional aumentou e, conseqüentemente, os telespectadores estão cada vez mais consumindo esse tipo de produção na televisão brasileira.

Segundo a análise de Periago (2004), o jornalismo policial na TV adota algumas características específicas para atrair o público, assim o repórter e o cinegrafista ganham destaque e isso tem como objetivo deixar a notícia mais interessante.

Em determinados casos, a interferência do repórter também serve para manipular momentos que não estão correspondendo com a expectativa de uma determinada situação. Nesse sentido, criam-se situações que aumentam o potencial de um fato para que ele se torne mais fluente aos olhos do telespectador. (PERIAGO, 2004, p.11 apud ROMÃO, p.34)

Diferentemente do jornalismo tradicional, os programas do gênero policial buscam uma linguagem mais popular e, em muitos casos, gírias e expressões informais realizando assim, uma comunicação direta com o telespectador.

## 2.1 SENSACIONALISMO NA TELA

Os programas policiais são conhecidos pelo sensacionalismo utilizado na exibição de reportagens na televisão. Os crimes são abordados de forma direta e sem filtro. Em alguns casos podemos acompanhar imagens sem nenhum tipo de tratamento bem na hora do almoço ou jantar. ANGRIMANI SOBRINHO (1995) diz que:

Sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso. (ANGRIMANI SOBRINHO, 1995, p. 16)

Esse tipo de conteúdo acaba moldando a percepção dos telespectadores sobre o que é “informação de verdade”. Alguns programas adotam o argumento de que estão reportando a realidade da sociedade, como no *Aqui Agora*, que tinha como slogan “um jornal vibrante, que mostra na TV a vida como ela é”. O sensacionalismo na televisão era uma novidade quando os primeiros programas policiais começaram a ser exibidos e, em muitas situações, o público era surpreendido com imagens não tão agradáveis na tela. Mas com o crescimento desse tipo de conteúdo na grade de programação, os telespectadores foram ficando mais “acostumados”.

Ligando a televisão podemos conferir imagens de perseguição policial, troca de tiros entre criminosos, assaltos, homicídios, brigas, vídeos de câmeras de segurança e corpos de vítimas. O sensacionalismo tem essa função, mostrar sem cerimônias imagens que podem gerar impacto nos telespectadores. Segundo Marcondes Filho (1986), “o

jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece. Fabrica uma nova notícia que a partir daí passa a se vender por si mesma”.

Muitos telejornais seguem um padrão de notícia sem abusar do sensacionalismo, mas em algumas situações adotam um tom diferente ao reportar uma informação. Isso pode ocorrer por conta da situação encontrada pelo repórter ou pela realização da edição do conteúdo. O fato é que os telespectadores estão cada vez mais familiarizados com o sensacionalismo na tela e, em muitas situações, até estranham as reportagens exibidas em telejornais que não seguem essa mesma linha editorial. Angrimani Sobrinho (1995) fala que o telespectador precisa de espírito crítico para entender quando ocorre a mudança da linguagem objetiva, para a sensacionalista.

Esse segmento já estava presente no Brasil através do jornalismo impresso com as publicações da imprensa marrom e jornais populares, mas o sensacionalismo tem como origem a Europa e Estados Unidos da América. Na França, os “*Canards*”<sup>6</sup> conquistaram os leitores. Eram jornais populares simples e tinham apenas a manchete, ilustração e texto. O segmento se popularizou no país e eram contadas histórias de diversos crimes. Já nos EUA, Joseph Pulitzer foi um dos primeiros a utilizar o sensacionalismo como objeto para atrair público.

A base do jornalismo sensacionalista é o “*Fait Divers*” onde são publicadas notícias de gêneros diversos. Foi amplamente utilizado na França, publicando histórias, muitas vezes, com temáticas absurdas e surrealistas. Esse estilo de conteúdo gerou muita renda através da venda das publicações. Angrimani Sobrinho (1995) relata que o *Fait Divers* foi muito utilizado pelos “*Canards*”.

Para tornar seu produto mais atrativo, os “canardeiros” de Paris passam a relatar vários fait divers ao invés de apenas um, incluindo acontecimentos ocorridos em outras cidades: “Tempestade dantesca – Crime horrível cometido em Marselha – Tentativa de roubo contra a guilhotina – O monstro de Elboeuf”. A fórmula dá resultado e é imitada pelos jornais que passam a editar semanalmente cadernos ilustrados de fait divers, “cozinhando” os relatos que tinham sido publicados anteriormente pelos “canards”. (ANGRIMANI SOBRINHO, 1995, p. 27)

Na história da comunicação, podemos identificar elementos que foram utilizados com o objetivo de atrair público e, conseqüentemente, gerar mais lucro para os

---

<sup>6</sup> Jornais populares de apenas uma página, impressos na parte frontal e que comportavam título, ilustração e texto.

empresários. Com a televisão não foi diferente, pois através dos números da audiência as emissoras conseguem gerar mais patrocínios e aumentar seus ganhos.

Os programas policiais são ótimas vitrines para divulgar produtos, serviços ou marcas. O Instituto Alana fez um levantamento em parceria com a ANDI Comunicações e Direitos, sobre o modo de financiamento dos programas considerados policialescos. A pesquisa intitulada, *A publicidade como estratégia de financiamento dos programas policialescos*<sup>7</sup> traz uma análise das ações comerciais em 10 programas do gênero para tv e 10 para rádio. O levantamento foi feito em dez capitais brasileiras, sendo elas: Belém, Belo Horizonte, Brasília, Campo Grande, Curitiba, Fortaleza, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo durante os dias 22 de fevereiro e 20 de março de 2016.

Segundo a pesquisa, no período analisado foram registradas 4381 ações comerciais na Tv. Sendo a maior parte veiculada nos intervalos comerciais com 67,8% das ações, na sequência temos o *merchandising*<sup>8</sup> dentro dos programas com 25,7% e por último, 6,6% como cota de patrocínio, o tradicional oferecimento. O estudo mostra ainda que o apresentador tem participação direta nas ações comerciais dentro do programa. De um total de 1124 *merchandisings*, 870 ou 77,4% são do tipo testemunhal, quando a figura do apresentador está falando sobre o produto. Assim, podemos destacar que a imagem desse profissional fica diretamente ligada às empresas e produtos. Entre as empresas patrocinadoras podemos observar, montadoras de carros e motos, farmacêuticas, produtos de estética, clínicas médicas, óticas, redes de mercado e varejo, bancos, empresas de crédito e órgãos públicos. Com a pesquisa, fica evidente que mesmo exibindo conteúdo com qualidade questionável e a audiência não sendo a mesma do início dos anos 2000, programas do gênero policial ainda são grandes espaços para publicidade. Assim, as reportagens que estão sendo levadas ao ar, são apenas iscas para atrair audiência e vender produtos e serviços.

### **3. “GUERRA” PELA AUDIÊNCIA**

A publicidade e os investimentos são peças fundamentais para manter as emissoras ativas e produzindo novos conteúdos. Para conquistar tudo isso é preciso gerar *Audiência*, um dado muito importante para quem faz televisão. Através desses números,

---

<sup>7</sup> Pesquisa realizada pela ANDI, ALANA e INTERVOZES para identificar as empresas que financiam programas policiais em dez capitais brasileiras.

<sup>8</sup> Ações comerciais realizadas dentro dos programas ou durante a programação de uma emissora de TV.



as emissoras passam a oferecer espaços durante a sua programação para divulgar marcas e produtos, gerando mais lucro.

Quanto mais audiência um programa ou emissora conquistar, maior será o preço cobrado para as empresas anunciarem. Por isso, é tão importante produzir programas que atraiam bons números de audiência. Em 1942 foi fundado o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, IBOPE. A empresa fazia pesquisas de mercado, opinião e política, mas foi aprofundando em dados de audiência no rádio e, posteriormente, televisão. Logo nos anos 1950, o instituto começou coletando os dados da audiência televisiva, e com o surgimento de novas emissoras no mercado nacional, os números ficaram ainda mais importantes para os empresários e anunciantes.

No início, a pesquisa era feita de porta em porta, com perguntas sobre quais programas as pessoas acompanharam no dia anterior, atualmente isso mudou e a tecnologia é fundamental para fazer a medição da audiência. Através do aparelho chamado de *people meter*, em algumas capitais do país, como São Paulo e Rio de Janeiro, os números podem ser conferidos minuto a minuto. Isso é um termômetro muito importante para as emissoras, pois sabem em tempo real o que o público está achando daquele programa e, em alguns casos, podem mudar as estratégias naquele mesmo instante. Para Marcondes Filho (1988), a audiência da televisão pode ser comparada com o público presente nas salas de cinema e teatro. Ele destaca que, a baixa bilheteria de alguns espetáculos sinalizava para o realizador que era necessário melhorar a qualidade do seu produto, pois não estava agradando o público.

Atualmente, a baixa audiência obriga as emissoras a mudarem o formato de programas ou, até mesmo, toda a programação. Assim, visam atrair um público maior e, conseqüentemente, mais anunciantes para a emissora.

Na TV, o telespectador pode, a qualquer momento, mudar de canal, e a emissora sofrer perdas com isso. Este pequeno detalhe, que na verdade é o principal na estrutura do programa de televisão, explica por que a TV não pode "gastar" o tempo do receptor. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 18.)

A guerra pela audiência movimentou a televisão, ajuda a crescer, conquistar novos públicos e transforma o conteúdo. Com isso, o entretenimento e jornalismo ficam aquecidos, atraindo novos anunciantes e gerando mais dinheiro. Com a implantação do Jornal Nacional, foi criado um modelo de telejornal para a televisão brasileira. Os apresentadores não emitiam opinião, ficavam apenas sentados, sérios e com planos de imagem engessados, mas tudo isso mudou com a chegada dos programas policiais. O

padrão sofreu um choque e o contato dos telespectadores com as notícias mudou. A TV Globo, principal emissora do país, foi diretamente atacada com essas alterações, pois presenciou de perto a chegada de um novo modelo para transmitir informação, mudando totalmente o padrão que havia implantado há algumas décadas.

Com uma linguagem considerada mais “popular e direta”, o público começou a se sentir mais próximo dos apresentadores e, conseqüentemente, dos programas policiais. Nesse segmento, o apresentador desempenha também a função de comentarista e, assim, consegue se conectar com o seu público. Com esse modelo, os programas policiais começaram a conquistar o público e os dados de audiência dos telejornais começaram a sofrer algumas alterações. Isso criou um sinal de alerta e, aos poucos, um novo modelo foi adotado para os telejornais tradicionais, principalmente na TV Globo. As reformulações começaram nos jornalísticos locais, as bancadas foram sendo retiradas, os apresentadores passaram a caminhar pelo estúdio, a interação com os repórteres ficou mais informal e foi se aproximando ainda mais do modelo de programa policial, mas sempre mantendo o padrão de não emitir opinião e não abusar do sensacionalismo na tela.

Na televisão, a edição de um jornal sensacionalista não pode ser a mesma de um jornal analítico informativo. Há necessidade de mostrar justamente o que o outro não mostra. O repórter tem que provocar emoção, precisa narrar a notícia em tom dramático. A edição não pode cortar a imagem da mãe que chora desesperada a morte de seu filho. (ANGRIMANI SOBRINHO, 1995, p.40)

Para atrair mais audiência, os programas policiais seguem o caminho de mostrar o que não é divulgado nos outros telejornais e assim o público fica, cada vez mais, familiarizado com esse tipo de conteúdo duvidoso. O que podemos analisar na televisão é um abismo entre qualidade de conteúdo e audiência. Para Marcondes Filho (1988), a televisão espetaculariza todos os acontecimentos, sendo esse o seu modo de transmitir o mundo para o mundo.

Ficou muito mais importante gerar bons números de IBOPE, pois assim podem divulgar que tal programa/emissora está em primeiro ou segundo lugar naquele horário. Desde o início da pandemia, as pessoas passaram 30% a mais de tempo assistindo notícias em 2020, a informação foi divulgada na pesquisa Inside Video, da Kantar IBOPE Media. Esses números acabam refletindo o interesse ainda maior dos brasileiros por notícias.

A força dos programas policiais nos anos 1990 e primeira década dos anos 2000 foi diminuindo, e o que era novidade acabou se tornando comum. Um levantamento feito

por Gabriel Vaquer <sup>9</sup>para o site Na Telinha, mostra que o gênero sofreu mudanças editoriais ao longo dos anos e a audiência que surpreendia com números expressivos, como 30 pontos em praças no Nordeste, foi caindo aos poucos. A publicação traz a informação do cancelamento em 2020 de um tradicional programa policial do Ceará, Barra Pesada – TV Janguadeiro, após 30 anos.

De acordo com a análise, programas do segmento passaram por reformulações após a fuga do público para outros conteúdos, pois o sensacionalismo já não estava agradando tanto quanto antigamente.

Para realizar as mudanças, as emissoras encomendaram pesquisas de opinião com os telespectadores e constataram que a figura do apresentador era bem aceita, mas o conteúdo transmitido não estava sendo mais atrativo. O artigo traz o exemplo do baiano José Eduardo, o bocão, um dos principais apresentadores do segmento. Por muitos anos apresentou o Se Liga Bocão, que chegou a liderança de audiência, mas com o desgaste dos anos acabou ficando em terceiro lugar. Após a realização da pesquisa de opinião, a emissora decidiu cancelar o programa e José Eduardo assumiu a versão local do Balanço Geral, trazendo um conteúdo amplo, mas também abordando pautas policiais. Atualmente, o programa briga diretamente com a afiliada da Globo no estado pela liderança na audiência.

Outra importante mudança para o segmento policial foi com o apresentador pernambucano Joslei Cardinot, mostrando um reflexo do mercado local e do tipo de conteúdo que o telespectador busca atualmente, sendo algo mais leve e sem tanto sensacionalismo. Quando analisamos os números da última pesquisa <sup>10</sup>Kantar IBOPE Media realizada com as emissoras da capital paraibana entre os dias 14 e 20 de setembro de 2021, identificamos que a principal afiliada da Globo no estado, TV Cabo Branco, ainda tem a liderança isolada na audiência contra os programas policiais.

De acordo com os números do horário do almoço, o JPB 1 obteve 15,46 pontos contra 9,27 do programa policial apresentado na emissora concorrente. A pesquisa foi

---

<sup>9</sup> Reportagem disponível em: < <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/08/17/prazo-de-validade-chegando-diminuicao-de-programas-policiais-indica-nova-tendencia-149378.php> > Acesso em: 30/01/2022.

<sup>10</sup> Dados disponíveis em: <<https://redeglobo.globo.com/tvcabobranco/comercial/noticia/kantar-ibope-tv-cabo-branco-tem-mais-audiencia-que-todas-as-emissoras-juntas.ghtml>> Acesso em: 06/02/2022.

divulgada pela emissora e mostra que a TV Cabo Branco ainda é líder na média-dia, conquistando 17,78 pontos.

Cativar o público é uma tarefa diária e constante, pois um conteúdo diferenciado em outra emissora pode chamar a atenção de quem está assistindo e, a partir disso, determinados programas acabam perdendo telespectadores. A televisão funciona pela audiência e, a audiência serve para atrair anunciantes. Por isso é tão importante avaliar o que o público gosta e o que ele quer ver na tela.

#### **4. INTERNET COMO PLATAFORMA PARA ATRAIR AUDIÊNCIA E GERAR ENGAJAMENTO**

A internet é uma importante ferramenta para divulgar conteúdo, fazer conexões com o público, além de aproximar e humanizar apresentadores, programas e emissoras. Isso ficou ainda mais evidente com o advento das redes sociais, onde o público pode interferir diretamente no conteúdo das emissoras, sendo uma importante peça na engrenagem das produções televisivas. Com opiniões instantâneas, o internauta/telespectador pode expressar o que sente sobre os programas que estão no ar naquele momento. Atualmente, podemos identificar um crescimento na utilização do celular enquanto se assiste televisão e para 73% dos usuários de internet, o consumo das redes sociais aumentou durante a pandemia no ano de 2020, segundo a pesquisa Inside Video da Kantar IBOPE Media. Essa comodidade permite que os usuários das redes sociais façam comentários sobre o que estão acompanhando na tela. A convergência gera um engajamento maior para as produções, repercussão e atrai a audiência para tela, até de quem não estava acompanhando o conteúdo.

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2008, P.29)

Para a comunicação, é muito importante criar mecanismos para complementar um conteúdo que está sendo levado ao ar em uma plataforma, isso possibilita uma massificação e disseminação de produção para diferentes públicos. Movimentando a internet, as produções televisivas podem contar com uma interação espontânea, permitindo que aquele assunto se torne relevante para diferentes pessoas.

Apenas em 2020, os internautas geraram 335 milhões de tweets sobre conteúdos de vídeo na Tv Aberta. O levantamento da pesquisa Inside Video mostra que desse número, 12 milhões foram menções relacionadas aos programas jornalísticos. Esse dado representa um aumento de 119% em relação ao ano de 2019 no Brasil. A pesquisa também realizou um ranking com os programas da tv aberta mais comentados nas redes sociais e entre o TOP 10, três são do gênero jornalístico, Jornal Nacional - Globo, Fantástico - Globo e Cidade Alerta - Record TV, sendo o último, um programa do segmento policial.

De acordo com o relatório da consultoria AppAnnie<sup>11</sup>, em 2021, usuários brasileiros passaram 5,4 horas por dia no celular. Entre os aplicativos mais utilizados estão *WhatsApp* em primeiro e na sequência *Tik Tok*, *Instagram* e *Facebook*. Apenas com o *WhatsApp*, a média dos brasileiros ultrapassou 29 horas por mês, no app de mensagens. O *Instagram* também é uma importante ferramenta na captação de público e disseminação de conteúdo. Através dos vídeos curtos, fotos e *stories* com chamadas de reportagens as empresas/ programas conseguem atingir o público e assim, atrair para a televisão uma parcela daquelas pessoas. Um exemplo é o perfil do Cidade Alerta, que tem mais de 1 milhão e 300 mil seguidores<sup>12</sup>. São publicados, diariamente, vídeos com trechos de reportagens, fotos dos bastidores do programa e das equipes de reportagem. Isso dá uma percepção de proximidade com o programa e cria uma relação maior com os telespectadores. O perfil da TV Borborema na rede social também tem números expressivos, são 122 mil seguidores<sup>13</sup> e segue a mesma linha, publicando chamadas de reportagens, notícias e conteúdo relacionado aos bastidores da emissora.

Nos últimos anos, a televisão e a internet estão caminhando cada vez mais próximas, pois a queda da audiência mostrou que a TV precisa se reinventar e criar caminhos com a internet para atrair o público novamente. Através da convergência de conteúdo, os programas acabam gerando muito engajamento e o público passa a comentar sobre esses conteúdos nas redes sociais, permitindo assim, uma constante renovação de informações e espectadores.

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/01/12/brasileiros-sao-os-que-passam-mais-tempo-por-dia-no-celular-diz-levantamento.ghtml>> Acesso em: 27/02/2022

<sup>12</sup> Análise realizada em fevereiro de 2022.

<sup>13</sup> Análise realizada em fevereiro de 2022.

## 5. ANÁLISE DO PROGRAMA “A PATRULHA DA CIDADE”

A TV Borborema teve a primeira transmissão oficial em 14 de março de 1966, no canal 9, mas já estava no ar, de maneira experimental, desde 1963. A emissora foi fundada por Assis Chateaubriand, o responsável por implantar a TV no Brasil. A TV Borborema é a primeira estação da Paraíba e também do interior do Norte e Nordeste brasileiro. Como todas as emissoras do grupo Diários Associados, foi afiliada da TV Tupi até o ano de 1980, quando passou a transmitir o sinal da Tv Globo em Campina Grande e região. Com a implantação da TV Paraíba<sup>14</sup>, a Borborema foi, por pouco tempo, afiliada da Bandeirantes, na sequência Manchete e fechou contrato com o SBT, em 1989 passou a ser afiliada da rede de Silvio Santos.

Seguindo o estilo de televisão implantado no Brasil, a TV Borborema também utilizou de programas consagrados do rádio na sua programação, esse é o caso d’A Patrulha da Cidade. O programa fazia muito sucesso na rádio Borborema e em 1992 passou a fazer parte da grade da TV. Divulgando a pauta policial de Campina Grande e região, A Patrulha da Cidade na televisão foi desenvolvida por José Ailton, conhecido popularmente como “Batatinha”, José Cláudio e Marcial Lima, o programa segue o mesmo estilo do pioneiro Aqui Agora. No livro, “História da televisão na Paraíba” o autor, Gilson Souto Maior, destaca que José Cláudio, apresentador titular do programa desde o começo na TV Borborema, está há mais de 30 anos trabalhando no segmento policial e que “pelo tempo dedicado ao jornalismo, conta com o respeito e carinho de uma cidade inteira”.

Para a análise, vamos fazer um recorte em duas edições do programa, nos dias 01/03 e 02/03/2022. Elencamos esse período pois, marca o retorno do apresentador titular ao programa, após um período de vinte dias de férias, e ser a semana do carnaval, com a probabilidade de ter maiores ocorrências policiais. A Patrulha da Cidade tem início ao meio-dia e o tempo total de exibição é de 1 hora e 15 minutos, passando para o horário de transmissão do programa “A Hora do Povo na TV”.

Logo no início do programa do dia 01/03, foi exibida uma reportagem com um homem suspeito de roubar o mesmo estabelecimento comercial em dois dias seguidos. Na

---

<sup>14</sup> Emissora afiliada da Globo no interior do estado da Paraíba.

carceragem da delegacia, o suspeito conversou com o repórter Paulo Pessoa e falou que uma dívida com traficantes motivou o crime.

Figura 1: Captura de tela da transmissão da Tv Borborema no *Youtube* em 01/03/22



Fonte: Reprodução de tela registrada pelo próprio autor<sup>15</sup>.

No mesmo caso, o homem alega ser usuário de drogas há mais de dez anos e o apresentador do programa, José Cláudio, durante o seu comentário, com mais de três minutos, faz um “alerta” aos jovens, “Aqui eu faço um alerta agora, para você jovem! Não invente de entrar no mundo do tráfico. Nesse maldito vício da erva maldita, sabe o porquê? Acaba nessa situação. Ele devendo ao traficante, sendo ameaçado, tem que pagar senão morre. Essa que é a realidade! E para tentar escapar, a opção que ele encontrou foi roubar. Foi colocar a mão no alheio [...] e acabou se dando mal.”

Um dos recursos utilizados por programas policiais é a exibição de imagens de câmeras de segurança, chamando a atenção do telespectador. Ainda sobre o caso do roubo no estabelecimento comercial em Campina Grande, o programa repetiu várias vezes a mesma imagem enquanto o apresentador estava fazendo o comentário da reportagem.

---

<sup>15</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1ORI-FWJj80>>

Figura 2: Captura de tela da transmissão da Tv Borborema no *Youtube* em 01/03/22



Fonte: Reprodução de tela registrada pelo próprio autor.

Seguindo a pauta policial no estado, o programa do dia 01 de março ainda traz um caso de homicídio em João Pessoa. Utilizando o material produzido por outra emissora afiliada do SBT, Tv Tambaú, A Patrulha da Cidade exhibe uma entrevista com a equipe da Polícia Civil que fez o atendimento da ocorrência. Na imagem levemente desfocada, é possível ver o corpo da vítima no chão. Em outro trecho, podemos acompanhar os funcionários do NUMOL, Núcleo de Medicina e Odontologia Legal, recolhendo o cadáver e colocando no carro do órgão. Ao finalizar o VT, o apresentador faz, novamente, um longo comentário sobre o caso, com mais de 2 minutos.

Figura 3: Captura de tela da transmissão da Tv Borborema no *Youtube* em 01/03/22



Fonte: Reprodução de tela registrada pelo próprio autor.

O apresentador José Cláudio é conhecido por utilizar o humor durante o programa e, principalmente, quando faz comentários sobre alguns casos envolvendo a prisão de criminosos. Uma de suas falas conhecidas é “Não tenho pena de bandido”. No dia 01/03,



identificamos uma situação em que Zé, como é conhecido popularmente, fala sobre uma perseguição policial que termina com um veículo recuperado. Durante o comentário ele diz em tom de voz alto: “[...] é uma vítima da sociedade (criminoso). Não, Não. Vítima, é o pai de família, cidadão de bem que não pode sair de casa, que tem seu estabelecimento arrombado. É um estudante que não pode sair de uma escola, que a bandidagem está com o olho arregalado para agir e atacar. Aqui não tem piedade para bandido não! Tá com peninha, Batatinha? Leve para casa! [...] Eu não tenho pena de bandido!”

Figura 4: Captura de tela da transmissão da Tv Borborema no *Youtube* em 01/03/22



Fonte: Reprodução de tela registrada pelo próprio autor.

No dia 02 de março, A Patrulha da Cidade começa com um *Stand Up*<sup>16</sup> do repórter Renato Diniz sobre a morte por afogamento de uma criança de dois anos em Campina Grande. O conteúdo traz apenas o repórter com as informações, foto da criança e sem entrevistas, mas logo na sequência, o apresentador do programa chama um segundo material, uma entrevista com o delegado responsável pela investigação do caso. O objetivo desse segundo VT é complementar a primeira informação, exibindo a fala de uma fonte oficial sobre o caso.

<sup>16</sup> Termo utilizado no telejornalismo para destacar o conteúdo de gravação em que apenas o repórter aparece no vídeo trazendo as informações.

Figura 5: Captura de tela da transmissão da Tv Borborema no *Youtube* em 02/03/22



Fonte: Reprodução de tela registrada pelo próprio autor.<sup>17</sup>

No mesmo dia, o programa trouxe outra reportagem sobre duas pessoas que morreram afogadas no sertão do estado. Seguindo no mesmo tema, o repórter Paulo Pessoa fez uma entrada ao vivo, direto do Batalhão do Corpo de Bombeiros em Campina Grande, com a Tenente Crislaine Araújo trazendo orientações sobre afogamento. Esse recurso é utilizado para explorar ao máximo o assunto abordado, segurando o telespectador e atraindo mais audiência para o programa.

Figura 6: Captura de tela da transmissão da Tv Borborema no *Youtube* em 02/03/22



Fonte: Reprodução de tela registrada pelo próprio autor.

Na edição do dia 02 de março, o programa exibiu um caso de tentativa de abuso sexual contra uma adolescente de 13 anos na cidade de Montadas. Na reportagem feita por Renato Diniz, a mãe da vítima não tem a identidade revelada, preservando a própria

<sup>17</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=G-Qc9FUuCDk> >

imagem e conseqüentemente da filha, mas em um trecho da fala ela revela o nome do suspeito de praticar o crime. Durante a entrevista, a mulher descreve em detalhes como tudo aconteceu dentro da própria casa e ainda revela que a filha gravou o crime com um celular. O material ainda traz uma “passagem<sup>18</sup>” do repórter em frente ao local onde o suspeito trabalhava.

Figura 7: Captura de tela da transmissão da Tv Borborema no *Youtube* em 02/03/22



Fonte: Reprodução de tela registrada pelo próprio autor.

Para criar uma teatralidade ao programa, o apresentador José Cláudio utiliza alguns elementos durante os seus comentários. Um objeto muito conhecido do público é a algema, chamada por Zé de “pulseirinha”. Essa é uma das marcas registradas do apresentador e está presente em todos os programas. A algema sempre aparece durante comentários envolvendo casos com grande repercussão e é o ápice do discurso do apresentador, quando ele declara que quer ver o criminoso preso. Destacamos o comentário feito após a exibição da reportagem sobre a tentativa de abuso sexual, “A polícia lá da região de Montadas está trabalhando para colocar a pulseirinha nele. Colocar a pulseirinha nesse sem-vergonha, nesse canalha.”

---

<sup>18</sup> Termo utilizado no telejornalismo para explicar a entrada do repórter no vídeo com informações durante uma reportagem.

Figura 8: Captura de tela da transmissão da Tv Borborema no *Youtube* em 02/03/22



Fonte: Reprodução de tela registrada pelo próprio autor.

A Patrulha da Cidade explora muitos efeitos sonoros durante a exibição das reportagens e apresentação. Alguns sons são específicos para cada tema, como quando tem uma reportagem sobre troca de tiros, conseguimos identificar disparos de arma de fogo sendo utilizados. Em explosões, o operador de áudio coloca um efeito de uma bomba sendo lançada e explodindo. Quando o apresentador faz algum comentário cômico, o efeito sonoro é uma risada de um personagem da internet. Durante todo o programa, é utilizado o recurso sonoro de sirene policial, trazendo uma sensação de ação e movimento ao conteúdo que está sendo exibido.

Em relação aos *merchandisings*, nos dois programas analisados identificamos, cinco ações no dia 01 de março e sete ações no dia 02 de março. Isso mostra a janela comercial para esse segmento policial, mesmo sendo dois dias com ponto facultativo na cidade de Campina Grande, o que acaba afetando as ações contratadas para os programas.

## 6. ANÁLISE DO PROGRAMA “CIDADE ALERTA”

Produzido pela RECORDTV, o Cidade Alerta atualmente é exibido de segunda a sexta-feira em cadeia nacional entre 16h30 e 18 horas, começando a programação local para as afiliadas enquanto a capital paulista segue acompanhando o programa até às 19h55, entregando o horário para o Jornal da Record. Aos sábados, a emissora leva ao ar uma edição especial do programa. Lançado em 1995, o Cidade Alerta já teve diversos apresentadores no comando da atração, entre eles: José Luiz Datena, Ney Gonçalves Dias, Gilberto Barros, Milton Neves e Marcelo Rezende. A versão atual é apresentada por Luiz Bacci e segue sendo vice-líder em audiência no horário, segundo dados do Kantar IBOPE Media.

O perfil editorial mantém o padrão de programas policiais, reportagens sobre homicídios, sequestros, assaltos, tráfico e perseguições estão presentes diariamente na grande, mas nos últimos anos, o programa passou a investir mais em pautas de direito do consumidor, tema que já era abordado no *Aqui Agora*, e reportagens investigativas, aprofundando em casos específicos e com grande repercussão entre os telespectadores e internautas. Um exemplo, a investigação da morte do Mc Kevin, após cair da varanda de um hotel no Rio de Janeiro. O *Cidade Alerta* trouxe informações em primeira mão da investigação da polícia, entrevistas e depoimentos de testemunhas.

Para a análise, vamos fazer um recorte em duas edições do programa, nos dias 07 e 08 de março de 2022. Elencamos este período, pois marca o retorno do apresentador titular ao comando do programa. Luiz Bacci retornou após passar 12 dias sem apresentar o jornalístico e assim, conseguimos ter uma dimensão melhor da condução do programa. A edição na íntegra fica armazenada na plataforma *Playplus*<sup>19</sup>, da RECORDTV, mas não tem possibilidade de fazer captura de tela, assim como fizemos na análise anterior, por isso utilizamos o recurso de fotografar com o celular a tela do computador. Assim, conseguimos construir melhor a análise.

Logo no começo da edição do dia 07 de março, Bacci já começa em um tom mais acelerado na narração falando sobre a chuva e alagamentos na capital paulista. O programa utiliza imagens feitas pelo helicóptero de reportagem para mostrar árvores caídas e pontos de alagamentos pela cidade, mas com pouco mais de 1 minuto no ar o apresentador já chama o primeiro intervalo comercial.

---

<sup>19</sup> Plataforma de streaming da emissora RECORDTV, onde são armazenados todos os programas exibidos no canal de tv aberto.

Figura 9: Foto da tela da transmissão do Cidade Alerta em 07/03/22



Fonte: Reprodução registrada pelo próprio autor.

Seguindo na pauta policial, o programa traz a prisão de quatro suspeitos de participação no sequestro de uma idosa de 71 anos em Mairiporã<sup>20</sup>. O grupo é chamado de “Quadrilha Pix”, pois pegava dinheiro das vítimas através da plataforma de transferência de dinheiro. A repórter Taynara Figueiredo entrevistou ao vivo o delegado responsável pelas investigações do caso. No final do Cidade Alerta, o caso é abordado novamente através de uma reportagem de Taynara, com imagens dos presos, entrevista de arquivo da vítima e a fala do delegado que foi transmitida ao vivo no começo do programa.

Figura 10: Foto da tela da transmissão do Cidade Alerta em 07/03/22



Fonte: Reprodução registrada pelo próprio autor.

<sup>20</sup> Cidade localizada na região metropolitana de São Paulo.

O Cidade Alerta do dia 07 de março segue uma dinâmica de dividir os assuntos policiais com os alagamentos em São Paulo. Ao longo do programa, vários repórteres entram ao vivo trazendo destaques da região metropolitana de São Paulo e também de outros estados brasileiros. Em alguns momentos, Luiz Bacci interrompe o assunto abordado para falar sobre pontos de alagamento chamando o helicóptero com o experiente Comandante Hamilton<sup>21</sup>. Na tela é possível ver a divisão de temas, no canto direito sempre trazendo os desdobramentos da chuva e na parte esquerda o novo assunto que está sendo levado ao ar com o repórter.

Um exemplo, é o caso de uma mulher suspeita de matar o próprio filho de 7 anos no estado do Espírito Santo. O repórter Douglas Camargo entra ao vivo em frente ao departamento médico legal da Polícia Civil com um resumo do caso e fazendo, em alguns momentos, uma encenação do que teria acontecido após o crime e trazendo trechos de fala de testemunhas. Essa entrada durou mais de 5 minutos e não tem entrevista com nenhuma fonte da polícia ou defesa da mulher suspeita.

Figura 11: Foto da tela da transmissão do Cidade Alerta em 07/03/22



Fonte: Reprodução registrada pelo próprio autor.

Com o objetivo de ser um comentarista dos casos, trazendo a experiência de mais de 50 anos trabalhando com jornalismo policial e investigativo, além de ser autor de obras de sucesso, Percival de Souza também faz parte do elenco do Cidade Alerta. Atualmente, por conta da pandemia, faz suas entradas direto da própria residência, mas antes trabalhava junto com o apresentador no estúdio. Essa função começou quando Marcelo Rezende (1951 -2017), era titular do programa e seguiu com Bacci. Percival traz um olhar

<sup>21</sup> Piloto que faz a função de repórter e entra ao vivo direto do helicóptero que fica sobrevoando a grande São Paulo no horário do programa.

mais técnico para as opiniões sobre os casos. Com um estilo leve, que também teve início com Rezende, o jornalista é alvo de “brincadeiras” dos apresentadores e, em muitas situações, o humor toma conta das suas entradas e falas no programa.

Figura 12: Foto da tela da transmissão do Cidade Alerta em 07/03/22



Fonte: Reprodução registrada pelo próprio autor.

O Cidade Alerta não traz apenas pautas policiais, buscando atrair todos os públicos, o programa tem um quadro de defesa do consumidor, o “Xerife do Consumidor” com Jorge Wilson ajuda telespectadores que foram lesados durante a compra de algum produto ou serviço. O repórter faz o papel de mediador para solucionar o problema e ajudar quem buscou o programa. Na edição do dia 07 de março, o quadro teve uma duração de mais de 10 minutos, incluindo interação entre o apresentador Luiz Bacci, com Wilson no palco do Cidade Alerta e a reportagem sobre o caso. Em outros momentos, o programa já teve outro quadro parecido, “Patrulha do Consumidor” com Celso Russomanno.

Figura 13: Foto da tela da transmissão do Cidade Alerta em 07/03/22



Fonte: Reprodução registrada pelo próprio autor.



Na edição do dia 08 de março, o programa aborda amplamente o caso de uma rebelião em um presídio na cidade de São Paulo. O Cidade Alerta utiliza imagens gravadas pelo helicóptero da emissora mostrando focos de incêndio dentro da unidade prisional e também do trabalho da polícia durante toda a ocorrência. Durante um comentário sobre o caso, o apresentador Luiz Bacci fala: “Como a secretaria acertou nessa forma de botar os presos em ordem, colocar os presos na linha isso, evidentemente, desagrada os presos. Eles querem mamata, querem visita íntima [...] quer vida de luxo dentro da cadeia?”

Em outro trecho, Bacci questiona sobre a punição que os presidiários terão após destruírem o patrimônio durante a rebelião: “Isso daí não é pertence pessoal coisa nenhuma (material destruído). Isso daí é o povo de São Paulo que paga! Qual é a punição que esses miseráveis vão ter?”. Uma equipe de reportagem foi deslocada para o local para fazer uma cobertura presencial e durante o deslocamento o programa exibiu ao vivo a imagem do veículo seguindo até o local. O Cidade Alerta usou mais de 40 minutos da edição mostrando essa ocorrência ao vivo.

Figura 14: Foto da tela da transmissão do Cidade Alerta em 08/03/22



Fonte: Reprodução registrada pelo próprio autor.

Na edição do dia 08 de março, Dia Internacional da Mulher, o programa exibiu um vídeo de uma mãe gritando durante a prisão do filho, que é suspeito de participação em um sequestro. A mulher chega a se ajoelhar e pedir perdão para familiares da vítima pela atitude do filho. O vídeo é exibido inúmeras vezes enquanto Luiz Bacci e Percival de Souza comentam sobre o caso, destacando sempre que a mãe “não passa a mão na cabeça do filho”. Após isso, uma equipe de reportagem entra ao vivo direto do carro da

emissora informando que está a caminho da residência da mulher, onde será feita uma entrevista. Durante a entrevista, Bacci questiona sobre a motivação do filho entrar “nesse caminho”, mas a entrada é interrompida após outros filhos pedirem que a mãe não falasse sobre o caso por medo de represálias.

Figura 15: Foto da tela da transmissão do Cidade Alerta em 08/03/22



Fonte: Reprodução registrada pelo próprio autor.

Fazendo reportagens mais longas, o programa trouxe a participação do repórter Altair Moraes que é Deputado Estadual em São Paulo. Altair tem um quadro no Cidade Alerta chamado “Alto Aí”, que faz reportagens sobre a área policial e crimes. Ao todo, as duas participações na edição do dia 08 de março contabilizaram mais de 20 minutos de programa, entre interação no estúdio e reportagens.

Figura 16: Foto da tela da transmissão do Cidade Alerta em 08/03/22



Fonte: Reprodução registrada pelo próprio autor.

Pudemos destacar que o Cidade Alerta utiliza uma notícia como base e explora durante todo o programa, sempre intercalando com outras histórias. É possível ver isso nas duas edições, sendo na primeira os alagamentos em São Paulo e na edição do dia 08 a rebelião no presídio e também o caso da mãe revoltada com a atitude do filho no mundo do crime.

Para trazer dinamismo ao programa, é utilizado o recurso de divisão de tela, sempre com a notícia principal e outros dois quadros com a entrada ao vivo dos repórteres com outros casos em São Paulo ou pelo país. Destacamos também a narração do apresentador, isso ajuda a deixar o telespectador preso ao programa, pois ele sempre traz uma nova informação e faz uma ligação entre os casos, permitindo que seja compreendido por qualquer novo telespectador que chegar.

O recurso dos efeitos sonoros também está presente no Cidade Alerta, sirene policial, som dinâmico quando o repórter vai entrar ao vivo, tudo isso ajuda a prender a atenção de quem está assistindo ou apenas mudando de canal naquele momento. O Cidade Alerta é um exemplo da evolução dos programas policiais da década de 90, mostra que a tecnologia pode ajudar nesse segmento trazendo novos recursos para a cobertura policial, mas mantendo a tradição das pautas.

## **7. ELEMENTOS CARACTERÍSTICOS ENTRE OS PROGRAMAS POLICIAIS**

Durante a análise dos programas policiais “A Patrulha da Cidade” e “Cidade Alerta”, identificamos alguns elementos em comum que acabam sendo característicos para o segmento. Esses recursos são utilizados para chamar a atenção dos telespectadores e prender a audiência nesse conteúdo, assim gerando mais resultados positivos para o programa. Destacamos primeiramente as frases utilizadas no Gerador de Caracteres (GC), pois sempre são escritas com palavras fortes para segurar quem está passando na frente da TV ou apenas mudando de canal. O conteúdo faz um resumo da notícia, mas usa um tom alarmante para destacar casos que aconteceram na última hora ou que tenham grande repercussão.

Vamos pegar como exemplo o GC da edição do dia 08 de março do Cidade Alerta: “URGENTE – Agora: Rebelião em presídio de São Paulo. Fogo e Bombas. Polícia cerca o local.” A frase é construída com o objetivo de causar tensão em quem está acompanhando o caso pela TV.

A narração é um fator muito importante para os programas policiais, por isso os apresentadores precisam “dar ritmo” ao programa. Isso fica evidente quando assistimos ao Cidade Alerta e Patrulha da Cidade. Luiz Bacci e José Cláudio, conseguem envolver o telespectador na notícia e segurar quem está acompanhando a transmissão apenas com o modo de falar. Agilidade nas palavras e a entonação ajudam a construir e complementam a informação da reportagem, criando um ambiente de urgência em todos os conteúdos.

Destacamos também a interação nas redes sociais, nos dois programas é possível ver uma hashtag no vídeo para publicações na internet. No programa local temos “#PatrulhaDaCidade” e no nacional “#CidadeAlerta”, isso facilita a identificação das menções <sup>22</sup>nas redes sociais, principalmente *Twitter* e *Instagram*. Na transmissão da Patrulha da Cidade no *Youtube*, é possível ver, em tempo real, os comentários dos espectadores sobre cada reportagem.

Os efeitos sonoros são fundamentais para manter o ritmo e a agilidade dos programas. No “A Patrulha da Cidade”, os efeitos são utilizados de maneira mais abrangente, com sons de tiros, bombas, sirenes e risadas. Já no Cidade Alerta, os efeitos são utilizados durante a entrada de um repórter ao vivo, na mudança de assunto e quando precisa mostrar agilidade em perseguições policiais.

O conteúdo é muito parecido em ambos os programas, mas os recursos do Cidade Alerta são maiores, pois estamos falando de um programa nacional. É possível destacar reportagens com pautas policiais, direitos do consumidor e investigações. Sempre abordando fontes oficiais da Polícia Militar, Civil ou Corpo de Bombeiros, os programas abusam de entrevistas com as vítimas e também familiares das vítimas e suspeitos dos crimes. Em algumas situações, chega a ser constrangedor, para os envolvidos nas cenas, a repetição de imagens durante a construção de um comentário do apresentador ou na exibição das reportagens.

Um ponto que podemos destacar tanto no Cidade Alerta como A Patrulha da Cidade são os comentários realizados pelos apresentadores. Em muitos casos, os comentários duram longos minutos após a exibição da reportagem. Os termos e

---

<sup>22</sup> Termo utilizado para destacar o que os usuários estão comentando sobre um conteúdo específico nas redes sociais.

expressões ajudam a prender o telespectador naquele conteúdo e acaba gerando uma identificação no discurso do apresentador com quem está em casa assistindo o material.

A linguagem utilizada nos dois programas policiais é um fator característico para o segmento. A construção das frases é feita de maneira clara, objetiva, direta e popular. Isso facilita a compreensão, por todos os públicos, do que está sendo dito. Em alguns casos, são utilizados termos informais no texto da reportagem, permitindo criar uma proximidade com quem está assistindo a tv naquele momento. Gerar conexões ajuda a cativar o público e formar uma base de audiência para o programa, transformando em dados positivos nas pesquisas do Kantar IBOPE Media.

## **8. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esta pesquisa nos trouxe reflexões sobre os elementos que são característicos entre os programas policiais na televisão. Para atender este propósito, fizemos a análise comparativa entre dois programas do gênero, Cidade Alerta e A Patrulha da Cidade, através de um recorte em duas edições de cada programa durante o mês de março de 2022. A partir da construção do referencial teórico foi possível compreender como surgiu o jornalismo policial na TV no Brasil e como esse segmento se tornou tão popular, atraindo a atenção de telespectadores, empresários de mídia e anunciantes.

Inicialmente, abordamos a evolução do jornalismo na televisão e como o sensacionalismo invadiu as telas das emissoras abertas do país. Os programas policiais foram criados para atrair o público e tirar audiência dos jornais tradicionais que já estavam há alguns anos fazendo sucesso nas telas. Buscamos entender um pouco mais como é a guerra pela audiência em televisão e como essa disputa entre emissoras gerou novos programas e acabou incentivando os telespectadores a procurarem por novidade nas telas constantemente.

Ao analisar os programas policiais, pudemos identificar como o sensacionalismo está presente nesse gênero de programa. Em muitas situações, o público vê exposto na tela, sem nenhum tratamento na imagem, corpos de vítimas de homicídio, perseguições policiais e troca de tiros na televisão bem na hora do almoço ou jantar, isso é um fator determinante para caracterizar o sensacionalismo com o objetivo de atrair atenção do público. Para algumas pessoas, esse tipo de conteúdo já se tornou comum e é a principal fonte de informação durante o dia. Os elementos utilizados em ambos os programas

mostram o estilo do segmento policial na TV, prender o público com um conteúdo apelativo.

Através de reportagens sem aprofundamento e com qualidade duvidosa, os programas policiais foram se instalando nas maiores redes de televisão aberta do país. É importante destacar a figura do apresentador para esse segmento. Eles conduzem os programas com uma narração forte, dando ritmo ao conteúdo e ainda são juízes ao construir comentários com muitos adjetivos e opinião.

Com essa pesquisa concluímos que a linguagem utilizada pelos programas policiais, recursos de imagens, efeitos sonoros e tecnologia acabam chamando a atenção dos telespectadores e gerando mais audiência para as emissoras. Isso fica comprovado com os dados da pesquisa do Kantar IBOPE Media, mostrando que atualmente o Cidade Alerta é segundo lugar na audiência. Os programas policiais ajudam a elevar a audiência das emissoras do país e gerar lucro através das ações de merchandising, abrindo espaço para anunciantes venderem seus produtos e serviços.

Para mudar essa realidade é necessário fazer uma reformulação completa na programação das emissoras abertas e assim, transformar o conteúdo de todos os programas do segmento policial. O público também precisa ter a sua percepção desse tipo de conteúdo modificada, pois o que está sendo consumido não é um conteúdo de qualidade. A peça principal para essa mudança é o jornalismo profissional e com responsabilidade, pois através dele conseguimos mudar a percepção dos telespectadores. Importante destacar que o poder de escolha está na mão de quem segura o controle remoto, assim quando o telespectador optar por um outro programa que não seja do segmento policial, a emissora precisa mudar sua programação. Sem audiência, os programas não recebem patrocínio, e sem dinheiro, as emissoras não conseguem manter um programa no ar. O que temos na tela é a utilização de elementos para prender a atenção e vender reportagens, em muitos casos, sem aprofundamento de apuração e investigação.

## **9. REFERÊNCIAS**

ANDI; ALANA e INTERVOZES. **A publicidade como estratégia de financiamento dos programas policiaiscos.** 2019.

ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. **Espreme que sai sangue:** Um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

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

BORGES, Rosane da Silva. **Jornalismo-verdade ou condenação sumária: jornalismo policial e os mal-ditos no programa de Tv Bandeira 2**. 2002. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

G1. **Brasileiros são os que passam mais tempo por dia no celular**. 12/01/2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/01/12/brasileiros-sao-os-que-passam-mais-tempo-por-dia-no-celular-diz-levantamento.ghtml>> Acesso em: 27/02/2022

IBOPE MEDIA, Kantar. **Consumo de vídeo bate recorde no Brasil**. 04/03/2021. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil/>> Acesso em: 29/01/2022

IBOPE MEDIA, Kantar. **Os conteúdos de TV e VOD que mais agitaram seu feed em 2020**. 04/02/2021. Disponível em: <[https://www.kantaribopemedia.com/retrospectiva\\_kstr2020/](https://www.kantaribopemedia.com/retrospectiva_kstr2020/)> Acesso em: 06/02/2022

IBOPE MEDIA, Kantar. **Tempo médio consumido com TV aumenta entre os brasileiros**. 11/03/2020. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/tempo-medio-consumido-com-tv-aumenta-entre-os-brasileiros/>> Acesso em: 29/01/2022

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. Ed. São Paulo: Apleph, 2008.

MAIOR, Gilson Souto. **História da Televisão na Paraíba**. João Pessoa: A União, 2017. \_\_\_\_\_; MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a Vida pelo Vídeo**. São Paulo, Moderna, 1988

MELLO, Jaciara Novaes. **Telejornalismo no Brasil**. 2009.

MIYASHIRO, Kelly. **Com reprises e explosão de streaming na pandemia, ibope da tv aberta desaba**. Site notícias da TV. 03/12/2021. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/com-reprises-e-explosao-de-streaming-na-pandemia-ibope-da-tv-aberta-desaba-70761>> Acesso em: 02/02/2022

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. 2007

PERIAGO, Francisco Redondo; PROENÇA, José Luiz. **O perfil do repórter de telejornal policial no Brasil**. 2004. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

REDEGLOBO. **Kantar IBOPE: Tv Cabo Branco tem mais audiência que todas as emissoras juntas**. 15/10/2021. Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com/tvcabobranco/comercial/noticia/kantar-ibope-tv-cabo-branco-tem-mais-audiencia-que-todas-as-emissoras-juntas.ghtml>> Acesso em: 06/02/2022.

ROMÃO, Davi Mamblona Marques. **Jornalismo Policial: indústria cultural e violência**. 2013.

TV, Bastidores da. **São Paulo: Audiências consolidadas de quarta-feira (12/01/2022).** 13/01/2022. Disponível em: <<https://www.bastidoresdatv.com.br/audiencia/sao-paulo-audiencias-consolidadas-de-quarta-feira-12-01-2022>> Acesso em: 06/02/2022

VAQUER, Gabriel. **Prazo de validade chegando? Diminuição de programas policiais indica nova tendência.** 17/08/2020. Disponível em:<<https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/08/17/prazo-de-validade-chegando-diminuicao-de-programas-policiais-indica-nova-tendencia-149378.php>> Acesso em: 30/01/2022.