

Jornalista ou justiceiro?

O discurso do apresentador Alexandre Mota, do programa Balanço Geral - RS

Journalist or avenger?

*The discourse of TV anchor Alexandre Mota, presenter of the Balanço Geral – RS
("Rio Grande do Sul News Rundown") news program*

Esther da Rosa LOURO¹
Michele NEGRINI²

Resumo

A televisão se tornou o principal veículo de comunicação de massa do Brasil. Vale ressaltar, no contexto da programação televisiva, os telejornais, os quais são importantes instrumentos de informação para o público. Este trabalho tem por objetivo analisar o discurso do apresentador Alexandre Mota, do programa Balanço Geral da Rede Record. O jornalista, no decorrer programa, tem postura opinativa e eloquente, mostrando-se capaz de julgar os principais acontecimentos sociais e as atitudes das autoridades competentes. Como metodologia de análise, optamos pelo uso de alguns recursos da análise do discurso de Linha Francesa. Como objeto de estudos, analisamos três vídeos do programa, que foram escolhidos por conterem elementos e pautas recorrentes na programação da atração.

Palavras-chave: Telejornalismo. Balanço Geral. Sensacionalismo. Análise do discurso.

Abstract

Television has become the main mass communication vehicle in Brazil. In the context of television programming, the TV News are important instruments that inform the public. This article intends to analyze the speech used by the TV News presenter Alexandre Motta, from the TV News show Balanço Geral from Rede Record. The journalist, as the program follows, is very eloquent and opinionated, proving that he is capable to judge the main social day-to-day events and the attitudes from the competent authorities. As an analysis methodology we opted by using elements from the French school of Discourse Analysis. As study object, we analyzed three videos from the TV News program that were chosen because of its content and recurring theme in the TV show programming.

Keywords: TV News. Balanço Geral. Sensationalism. Discourse analysis.

¹ Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Pelotas. E-mail: therlouro@gmail.com

² Doutora em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2010). Integrante do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (UFSC). E-mail: mmnegrini@yahoo.com.br

Introdução

A televisão é um meio de comunicação bastante popular entre a população brasileira. Este veículo, atualmente, tem passado por constantes mudanças em sua grade de atrações. Os programas de entretenimento e os telejornais modificam-se, para aumentar os índices de audiência, formatando-se de acordo com a preferência do público, a fim de torná-lo fiel.

Com a força da mídia televisiva, torna-se inegável a importância do telejornalismo no contexto social. O telejornalismo é muito mais que simples fonte de informação, já que pode vir a cumprir um papel social importantíssimo, sendo, muitas vezes, a única maneira de otimizar a efetivação dos direitos da população.

Atualmente, muitos telejornais utilizam-se de diversos recursos, como a espetacularização e o sensacionalismo, para atingir o seu público. Sendo mais que necessária uma reflexão profunda sobre a responsabilidade dos telejornais como formadores de opinião e uma análise das práticas jornalísticas na televisão.

Para tal, o presente trabalho tem por objeto analisar o programa “Balanço Geral RS”, apresentado pela emissora de sinal aberto Rede Record. O programa tem como público alvo a capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, e sua região metropolitana. A atração foi escolhida por se utilizar de recursos do jornalismo popular. Pretende-se, com este estudo, analisar o discurso utilizado pelo apresentador da atração Alexandre Mota.

Sabedores da força do telejornalismo no contexto social, devemos pensar sobre a importância de uma reflexão sobre as práticas jornalísticas na televisão. O poder de persuasão, de formar opinião e de transformar a sociedade deve ser utilizado com sabedoria e moderação. Para tal, os responsáveis pelas emissoras e pela programação devem ater-se na consciência de tal realidade, cientes de seus deveres e direitos.

A Televisão

Atualmente, a televisão tornou-se um dos principais veículos de comunicação de massa do país. Através de uma programação variada e atrativa, as emissoras televisivas

conquistam telespectadores de diversas faixas etárias, consumidores fiéis de suas produções.

O telejornalismo exerce um papel primordial em qualquer segmento em que venha a ser considerado. Seu papel primeiramente é o informativo³, mas com o passar do tempo, veio somando à sua estrutura: crítica social, denúncias, investigações e até, em alguns casos, assistência social.

Compactuando com Porcello (2008), é muito comum sabermos de acontecimentos através de fontes não profissionais, como por exemplo: o conhecido de um amigo soube de um assassinato, acreditamos rasamente, sondamos outras pessoas, mas se um acontecimento não é veiculado na mídia, tal fato parece não ter acontecido. Permanece na sugestão, não parece real até vermos divulgado em algum meio de comunicação. E se for veiculado na TV, melhor ainda, imagens de apoio, autoridades e testemunhas nos fazem recriar o ocorrido, e tudo se torna muito mais verídico, quase Tateável. O autor acrescenta:

A televisão dá prioridade ao componente visual, de maneira a causar fascinação ao público. Ela aumenta o peso da imagem em relação ao valor da palavra. E o telespectador decodifica, mais facilmente, os códigos visuais do que os verbais. Se alguém diz que “isso apareceu na TV”, o outro aceita, passivamente, a situação como um fato real: “Se apareceu na TV, então aconteceu” (PORCELLO, 2008, p.51).

Sabedores da força do telejornalismo no contexto social, devemos pensar sobre a importância de uma reflexão sobre as práticas jornalísticas na televisão. O poder de persuasão, de formar opinião e de transformar a sociedade deve ser utilizado, com sabedoria e moderação. Para tal, os responsáveis pelas emissoras e pela programação devem ater-se na consciência de tal realidade, cientes de seus deveres e direitos.

Reiteramos, assim, a importância de um jornalismo consciente de seu papel social, correto e idôneo. Porém, sabemos que os diferentes formatos jornalísticos apresentam, muitas vezes, a realidade de forma teatralizada e espetacularizada. Uma mesma notícia pode ser veiculada de diversas formas, dependendo do enquadramento

³ O primeiro artigo do primeiro capítulo do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros faz alusão ao dever primordial do jornalismo: “Capítulo I - Do direito à informação Art. 1º O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.”

dado pelo veículo. Para tanto, é necessário o senso crítico e até receoso por parte do telespectador.

Há anos, percebe-se a popularização das notícias, ora com um tratamento diferenciado e aprofundado, outras, não raras, com clara vulgarização em sua abordagem. Atualmente, para aumentar os pontos na audiência (medidos via IBOPE - Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística e outros institutos), muitos programas se utilizam de artifícios populares, da espetacularização e do sensacionalismo para atingir seu público, fazendo uso de bordões, da fala direta ao telespectador, a exibição de imagens fortes e a exploração de tragédias e promoções, a fim de conquistar a fidelidade e a audiência do telespectador.

Se o telespectador se desligar, não há desculpas: o erro foi nosso. Quanto mais as palavras (ou o texto como um todo) forem ‘familiares’ ao telespectador, maior será o grau de comunicação. As palavras e as estruturas das frases devem estar o mais próximo possível de uma conversa. Devemos usar palavras simples e fortes, elegantes e bonitas, apropriadas ao significado e à circunstância da história que queremos contar (PATERNOSTRO, 1999, p. 78-85).

O jornalismo popular é aquele que prioriza a notícia que vai ser útil para a população a qual se destina. Este formato jornalístico trata a notícia de uma forma objetiva, sem utilizar-se de uma linguagem rebuscada, fala diretamente com o telespectador, como se soubesse a forma da notícia que ele quer ler, escutar ou assistir. Amaral (2006) nos explicita as diferenças entre a imprensa de referência⁴ e a imprensa popular:

Por intermédio das manchetes, é possível perceber que os jornais dão importância a fatos diferentes, de acordo com seu perfil e com a realidade de seus públicos-alvo. Na imprensa de referência, um acontecimento terá mais chance de ser notícia se: os indivíduos envolvidos forem importantes, tiver impacto sobre a nação, envolver muitas pessoas, gerar importantes desdobramentos, for relacionado a políticas públicas e puder ser divulgado com exclusividade. Na imprensa popular, um fato terá mais probabilidade de ser noticiado se: possuir capacidade de entretenimento, for próximo geográfica ou culturalmente do leitor, puder ser simplificado, puder ser narrado dramaticamente, tiver identificação dos personagens com os leitores (personalização) ou se for útil (AMARAL, 2006, p.4).

⁴ A autora Márcia Franz Amaral utiliza o termo imprensa de referência para referir-se aos jornais mais bem sucedidos, “considerados veículos de credibilidade entre os formadores de opinião”, “que dispõem de prestígio no país e são dirigidos às classes A e B”. (AMARAL, 2006, p.3)

Na referida produção de Amaral, a autora utiliza-se do exemplo de jornais impressos de diversas capitais brasileiras para exemplificar as diferentes predileções da imprensa de referência e da imprensa popular. No telejornalismo, que é principal foco deste trabalho, a situação não difere. Telejornalismo de “referência” e popular possuem também atributos primordiais diferentes, diferenças necessárias para bem moldar a notícia ao público de destino.

O programa estudado neste trabalho, o Balanço Geral RS, tem como público alvo a capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, e sua região metropolitana, e é um ótimo exemplo de telejornalismo popular. As matérias são escolhidas por seus cunhos sociais, denunciastas e assistencialistas. Possuem linguagem fácil, e o *valor-notícia*⁵ proximidade é bem marcado nas pautas escolhidas.

Após as reflexões sobre telejornalismo popular, é oportuno nortear as próximas ponderações para a temática da espetacularização e sensacionalismo. Com o cuidado de não se tratar tais denominações de forma estereotipada e até preconceituosa, faz-se necessário uma abordagem das questões, uma vez que ambas são tão presentes em diversos telejornais populares.

Neste estudo, observa-se que o programa Balanço Geral RS apresenta também traços sensacionalistas, aliados ao espetacular. Neste formato, a sociedade é relatada sem filtros, os problemas sociais são amplamente explorados e temáticas como a violência e problemas sociais são discutidos de forma ampla e até exagerada.

Não se pode negar que o uso de bordões, certas expressões faciais e o tratamento dado à notícia podem transformar qualquer notícia em algo sensacional. Então, deve-se ter cuidado na interpretação das palavras sensacional e espetacular, não se deve entendê-las de forma elogiosa, como diz Danilo Angrimani, em seu livro *“Espreme que Sai Sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa”*:

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

⁵ Valores-notícias são determinadas qualidades (variáveis) que um fato deve ter para se tornar notícia (WOLF, 1987).

A fim de conquistar telespectadores e torná-los cativos, as emissoras investem fortemente em formatos populares de jornalismo. Nesses formatos, muitas vezes, o sensacionalismo, compreendido como a divulgação e a exploração, em tom teatral, de matéria capaz de emocionar ou estarrecer por seu forte conteúdo, é a ferramenta diária no tratamento da notícia e serve para alavancar os índices de audiência.

O sensacionalismo e a espetacularização trazem consigo o entretenimento. Sem finalidade de informar, alguns programas fazem brincadeiras entre os apresentadores e com os telespectadores. Com o mesmo intuito, apresentam encenações, notícias engraçadas, fatos curiosos e contos assustadores.

As “*matérias presentes num jornal que não têm o propósito de ampliar o conhecimento das pessoas e ficam limitadas a contar histórias interessantes, insólitas e surpreendentes podem ser enquadradas como entretenimento*” e são os chamados *fait divers*⁶(AMARAL, 2006, p. 6).

Desta forma, todo programa sensacionalista que pretenda manter tal qualificação deve ter em seu espelho⁷ entrelaçados em meio às matérias mais densas os *fait divers*. Segundo Angrimani (1995):

O *fait divers* é seu principal “nutriente”, mas não é o único. Lendas e crenças populares, personagens olímpicos (da realeza, cinema e TV, principalmente) política, economia, pessoas e animais com deformações, deficiências, também comparecem com igual peso na divisão do noticiário. [...] A linguagem sensacionalista não admite distanciamento, nem a proteção da neutralidade. É uma linguagem que obriga o leitor a se envolver emocionalmente com o texto, uma linguagem editorial 'clichê' (ANGRIMANI, 1995,p.16).

Nessa seara, a transmissão da notícia vira um espetáculo. As imagens fortes aliadas a um texto marcante, e a uma boa dose de teatralização do apresentador se fazem presentes na cobertura jornalística sensacionalista.

⁶*Fait divers* é um termo introduzido por Roland Barthes (1964), que designa fatos diversos de entretenimento, escândalos e curiosidades

⁷ “O espelho é a relação e a ordem de entrada das matérias do telejornal, sua divisão por blocos, a previsão dos comerciais, chamadas e encerramento” (BARBEIRO; LIMA, 2002 p.165).

Aspectos metodológicos

Para as reflexões do discurso de Alexandre Motta, tomamos como suporte metodológico alguns recursos da análise do discurso de linha francesa.

A Análise de Discurso de linha francesa (AD) permite ao estudioso da linguagem fazer análises dos variados discursos que emergem na sociedade a partir de determinações sociais, políticas e culturais. O analista de discurso se preocupa com o processo de produção de sentidos, pois o objetivo de uma análise sob esse viés é desvelar os sentidos subjacentes ao sistema linguístico (ORLANDI, 2001).

A AD procura compreender a língua fazendo sentido, na relação com as condições de produção. Ela não toma a língua como um sistema abstrato, mas como inserida no mundo, fazendo parte da vida dos homens, isto é, de sujeitos os quais ocupam determinada posição como membros da sociedade (ORLANDI, 2007).

Os sentidos de um texto variam conforme as estratégias postas em funcionamento na construção do discurso, a constituição dos sujeitos que falam e dos sujeitos que leem, o meio em que o texto se materializa e as relações de poder envolvidas.

O sentido é assim uma relação determinada do sujeito – afetado pela língua – com a história. É o gesto de interpretação que realiza essa relação do sujeito com a língua, com a história, com os sentidos. Esta é a marca da subjetivação e, ao mesmo tempo, o traço da relação da língua com a exterioridade: não há discurso sem sujeito. Ideologia e inconsciente estão materialmente ligados. Pela língua, pelo processo que acabamos de descrever (ORLANDI, 2007, p. 47).

O sujeito enuncia a partir de um determinado lugar e este lugar é um distintivo para o que ele diz. A construção dos sentidos, portanto, está intimamente relacionada aos interlocutores do discurso. Os sentidos se dão de acordo com as posições ideológicas que estão em jogo no processo de produção das palavras. No caso específico do discurso jornalístico, Mariani (1998) explica que a produção de sentidos das notícias se dá a partir de um jogo de influências no qual estão presentes as impressões do próprio jornalista (que são sujeitos históricos), dos leitores e, também, da linha política do jornal.

A partir das reflexões da AD Francesa, neste trabalho, vamos analisar os principais sentidos instituídos nas falas do apresentador Alexandre Motta, nas quais se evidenciam o sensacionalismo e a dramatização. Analisaremos o discurso do apresentador a partir de três eixos: opinião, espetacularização e descaracterização dos órgãos públicos.

Para realizarmos a análise do discurso do apresentador Alexandre Motta, foram selecionados três vídeos do programa, que foram ao ar entre junho de 2009 e novembro de 2013. Os mesmos foram escolhidos por serem populares⁸ no site de vídeos Youtube⁹, e por conterem elementos e pautas recorrentes na programação do Balanço Geral.

Assim, os vídeos escolhidos foram:

“Balanço Geral RS– 28/05/2013”¹⁰: O vídeo conta a história do menino José Mendes Jr, 14 anos, que após um atropelamento e supostos erros médicos, encontrava-se em coma na época da matéria. Pauta: saúde, erro médico, negligência.

“Balanço Geral - Absurdo: idosa é espancada covardemente”¹¹: O vídeo aborda o caso de Rosa Almeida Martins, de 68 anos, que foi espancada pelo marido, sofrendo várias lesões, entre elas traumatismo craniano. Sendo instaurado o inquérito por tentativa de homicídio contra o agressor José Avelhaneda Botoni. Pauta: violência contra a mulher, violência doméstica, tentativa de homicídio.

“Alexandre Motta fica furioso, derruba bancada e xinga com palavrão - Balanço Geral RS (01/11/2013)”¹²: Este vídeo trata de uma consulta médica agendada pela Secretaria de Saúde de Alvorada, dez anos após a morte do paciente. Pauta: precariedade na saúde pública.

Opinião

Alexandre Motta expõe sua opinião em todo o momento de sua fala, sem temores e receios do que a mesma pode gerar nos telespectadores. O apresentador

⁸ A popularidade foi percebida devido ao grande número de visualizações dos vídeos.

⁹ A procura por vídeos no site Youtube ocorreu porque a Rede Record não disponibiliza vídeos do Balanço Geral RS em seu site. E mesmo após contatos via e-mail por parte dos responsáveis deste trabalho com a emissora, a mesma não se manifestou se cederia ou não as imagens.

¹⁰ Vídeo disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=xtcAD0rSEXg>

¹¹ Vídeo disponível em http://www.youtube.com/watch?v=havIp1Mdo_8

¹² Vídeo disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=YA3GCqd6euE>

demonstra nitidamente sua total parcialidade ao abordar as notícias, como se sempre “escolhesse um lado”.

“Se alguém faz isso com a minha digníssima mãe, mas vai ter que orar muito a Deus pra que eu não lime desta face da terra esse vagabundo”.

“Esse daí é um crápula, um mentecapito, um vagabundo, não respeita a mulher de 68 anos. Por isso minha senhora, a senhora que é viúva, a senhora que foi largada do marido, cuidado pra não confiar em homem, porque o que tem de homem vagabundo nesse mundo não tá escrito”.

“Volta as imagens aí, olha como ele deixou a companheira, companheiro é o escambal, quero até pedir perdão aí pra filha dessa senhora que foi vítima de um covarde”.

“Olha a fotografia dela, olha como é que mudou, o rosto tá todo inchado. Bota de novo aquelas imagens gravadas no hospital, coloca pra ver a diferença. (entra a imagem do agressor) Esse é o desgraçado, não precisa nem fazer com a minha mãe, se eu encontro um desgraçado desse na rua, eu vou em cana, mas eu dou uma limada. Olha como é que tá o estado de saúde dessa idosa de 68 anos, desgraçado, covarde.”

Espetacularização

Uma notícia pode ser transmitida de diversas formas, dependendo unicamente do tratamento dado à mesma, e não do fato em si. Na atração estudada, qualquer fato toma uma proporção grandiosa e sua apresentação é feita de maneira exagerada, tornando tudo um espetáculo. O apresentador arremessa os sapatos nas câmeras, derruba partes do cenário, briga com os produtores do programa e chuta baldes. Alexandre se transforma, muitas vezes, em um ator. Com trejeitos teatrais, o apresentador dança, canta, grita e até chora.

“E outra coisa, se começar a me encher o saco, começar a torrar meus pacová, eu joga o sapato aqui no palco (o apresentador joga o sapato), eu vou lá em cima pra

jogar na tua fuça (nome inaudível).Fala alguma coisa ai, cê tem mãe não tem? Então, respeita a mãe dos outros.”

“Mostra lá, não é pra ficar indignado? Olha o rosto dessa mulher, tá toda inchada. Não é pra ficar indignado? Não é pra gritar, pra soltar a voz? Eu estou servindo de porta voz aqui pra família dela (...) agora (com entonação de quem promete) eu vou mostrar aqui no balanço geral a prisão deste, deste (pausa) filho de quenga”.

“Ahh (derrubando a mesa e jogando balde),me dá uma vergonha tão grande, eu tenho uma vergonha tão grande (...), me dá náusea de ser brasileiro primeiro eu gostaria de fazer a seguinte pergunta pro prefeito (chuta o balde),bota de novo aqui, eu vou chutar a dar com um pau, agora o bicho vai pegar”.

“Olha como o Júnior tava gente, magrinho debilitado, mas ele tava se recuperando. Você vai ver imagens dele antes de entrar em coma, olha o estado, eu sei que tem muita gente que tá chocada com as reportagens que nos exibimos aqui, com a realidade que nos temos a obrigação de mostrar. Porque nós temos um compromisso com o povo do RS, de não esconder a verdade de mostrar o que realmente acontece (...) mas a realidade é essa, a realidade dele, como ele ficou e agora em estado de coma”.

Descaraterização dos órgãos públicos

Em seu discurso, o apresentador desqualifica constantemente o atendimento e a eficiência de setores da administração pública.

“E ai a gente pensa no dinheirão, nessa fortuna, nessa dinheirama toda que esta sendo gasta nas reformas e nas construções de estádios pra copa do mundo”.

“O senhor tem vergonha na cara seu Prefeito de Alvorada? E o senhor Secretário da Saúde de Alvorada, tem vergonha na cara? Outra coisa, não é somente nessa administração não, não vou colocar só na conta desta administração não, o Ministério Público de alvorada deveria denunciar e colocar na cadeia o ex-prefeito de

Alvorada e o ex-secretário ou ex-secretária (chuta o balde) pode colocar de novo (...) ao invés do balde (suspiros) eu tô chutando o balde, porque eu gostaria de chutar a bunda de algumas autoridades, chutar a literal, a redonda bunda de algumas autoridades (chuta o balde novamente). E agora eu sei porque a gente recebe tantos e-mails de Alvorada: o povo esta entregue a merda total na cidade”.

“Se o repórter é tratado desta maneira por esses (inaudível) sustentados por nós, vocês entenderam que eles são pagos por nós? Eles são servidores públicos, mas eles recebem o dinheiro do povo, essa cambada de imbecis recebe dinheiro do povo (...) um minuto por favor, fecha aqui (chuta o balde em direção a umagrande mira),pode colocar de novo, que eu vou chutar de novo”.

“Professor Serginho é o prefeito de Alvorada, se o senhor tiver vergonha na cara, quem tá falando aqui é o Alexandre Mota,se o senhor tiver vergonha na cara, o senhor vai demitir todas essas pessoas que apareceram na reportagem do (inaudível). Se o senhor tiver vergonha na cara, e eu acredito que tenha, hombridade e vergonha nacara, o senhor vai mandar embora todas essas pessoas que se omitiram diante da nossa reportagem, porque se omitiram diante de um repórter, diante de um cinegrafista, imagina o que fazem com o povo”.

Observa-se na figura do apresentador Alexandre Mota nítidos trejeitos de espetacularização, desde o momento da escalada¹³ do programa, no modo de chamar as matérias. E, também, ao fim da reportagem, muitas vezes vê-se o apresentador cobrando certas atitudes das autoridades, de maneira enérgica, como se falasse direto com o telespectador.

Também há o uso de linguagem informal e a “conversa” direta com o telespectador, situação na qual o apresentador busca assumir o papel de amigo daquele que o assiste, de alguém que entende seus anseios, seus medos e suas necessidades.

Ao assistir qualquer edição do programa, percebe-se que Alexandre pretendeu ocupar o papel de um amigo poderoso, fazendo da sua voz a voz do povo, reivindicando

¹³A escalada de um telejornal são, “frases de impacto sobre os assuntos do telejornal que abrem o programa” (PATERNOSTRO, 2006, p.142).

seus direitos e cobrando de forma veemente os deveres dos governantes e órgãos públicos.

Considerações finais

A mídia televisiva demonstra-se a mais popular e mais presente na vida diária de pessoas das mais diversas faixas etárias e camadas sociais. Tornando-se, assim, um importante instrumento de informação e entretenimento, que une as pessoas, no sentido em que sua recepção é uma das únicas práticas comuns a praticamente toda a população.

Os programas telejornalísticos são produtos midiáticos importantíssimos, oriundos da mídia televisiva. Os telejornais informam, contextualizam e oportunizam a milhares de pessoas um largo panorama da realidade do mundo, sem que para isso, precisem sair de suas residências.

O intuito do presente trabalho foi analisar o discurso do apresentador da atração Balanço Geral, Alexandre Mota. Para tanto, foram refletidos e esmiuçados, durante o trabalho, temas como telejornalismo e sociedade, onde foi analisado o papel social do jornalismo e sua importância no dia a dia do telespectador; jornalismo popular, sendo contextualizada tal vertente do telejornalismo e também a reflexão sobre a espetacularização e o sensacionalismo, destacando tais formatos jornalísticos e suas técnicas.

O produto midiático Balanço Geral RS, objeto desse estudo, foi reconhecido como sendo um dos mais importantes produtos midiáticos no Rio Grande do Sul com perfil popular, sendo o pioneiro em um nicho ainda pouco comum no telejornalismo do estado.

As características observadas na atração e no discurso do apresentador Alexandre Mota fazem parte de um modelo de telejornal comumente designado sensacionalista, popular e apelativo. Pode-se perceber na atração, fortes marcas de cunho social, como se o âncora/apresentador assumisse um papel de justiceiro, avocando para si a indignação que reina no público telespectador e que não pode ser, ao menos individualmente, expressada pela televisão.

Para finalizar, cabe dizer que o telejornal, com toda a sua importância no contexto social, é um produto complexo e um interessante objeto de pesquisas.

Referências

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo Popular**. Contexto, 2006.

AMARAL, Márcia Franz. **Imprensa popular**: sinônimo de jornalismo popular? XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006.

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

FENAJ, **Código de ética dos jornalistas brasileiros**. Disponível em <http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=1811> Acesso em 06 de nov. 2013.

FONSECA, Vicente Fernandes Dutra. **Telejornalismo popular e sensacionalismo no programa Balanço Geral**. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Porto Alegre, 2010.

MARIANI, Bethania. **O PCB e a imprensa**: os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989). Campinas: UNICAMP, 1998.

ORLANDI, Eni. **Discurso e texto**. Campinas: Pontes, 2001.

ORLANDI, Eni. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 7. ed. Campinas: Pontes, 2007.

PATERNOSTRO, Vera I. **O texto na tv**: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 1999.