

O sabor do tira-gosto no telejornal policial: bordões e produção de sentido no Correio Verdade¹

Elane Gomes da SILVA²
Jocélio de OLIVEIRA³

Resumo

A proposta deste artigo é analisar as funções e usos dos “bordões” no telejornal policial Correio Verdade, exibido pela TV Correio. O programa é exibido na Paraíba pela emissora afiliada a rede Record. Em geral, eles servem como “muletas” para o apresentador, com apelos morais ou de entretenimento do público. Examinamos cinco edições do programa, que foram gravadas aleatoriamente em um tablet, durante os meses de maio e junho de 2013, compondo uma semana construída. Os aportes metodológicos utilizados partem da associação de conceitos do estudo de caso e da análise de conteúdo. Acreditamos que o uso destas formas enunciativas é essencial para a construção e ancoragem da narrativa. Este trabalho faz parte uma pesquisa de mestrado em desenvolvimento.

Palavras-chave: Telejornalismo policial. Bordões. Linguagem Telejornalística. Correio Verdade.

Abstract

The purpose of this paper is to analyze the functions and uses of the "bourdon" in the police Truth E news broadcast by TV Courier. The program is displayed in the State of Paraíba in the channel of the TV network Record. In general, serve as "crutches" for the presenter, with moral appeals or public shows. We examined five editions of the program, which were recorded randomly on a tablet during the months of May and June 2013, the composition of a constructed week. The methodological contributions of the association output concepts used case study and content analysis. We believe the use of these forms is essential for declarative construction and anchoring the narrative. This work is part of an ongoing research Masters.

Key words: Police telejournalism. Bourdon. Telejournalism language. Correio Verdade.

¹ Esse trabalho foi preliminarmente apresentado no VI Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação (Coneco) em outubro de 2013.

² Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas - PPGC/UFPB. Integrante do Grupo de Processos e Linguagens Midiáticas (GMID/UFPB). E-mail: nanegsilva@hotmail.com.

³ Mestrando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas - PPGC/UFPB. Integrante do Grupo de Estudos e Pesquisas em Etnografias Urbanas (GUETU/UFPB). E-mail: oliveira.jocelio@gmail.com.

Introdução

Depois do anúncio frenético dos destaques da edição, o apresentador emite o atestado de que é possível esperar emoções fortes no que está por vir: “Aqui é pau pra comer sabão e pau pra saber que sabão não se come. Aqui o tira-gosto é macaíba e ripa na chulipa. No ar o Correio Verdade!” (*sic*). É dessa forma que começa todos os dias um dos telejornais que hoje tem a maior audiência no horário do almoço em João Pessoa, capital da Paraíba.

O programa policial encerra no seu principal bordão as expectativas dos telespectadores. A ideia é que por meio de frases de efeito seja possível dar lições, explicando o que é certo e o que é errado e mostrando o caminho que deve ser seguido pelos telespectadores. Doa a quem doer. Parte dessas reelaborações da vida cotidiana é produzida a partir de ‘bordões’.

Neste texto, a palavra bordão assume o significado de palavra ou frase repetida no discurso do telejornal analisado. Essa compreensão tem a ver com a evolução do termo na língua portuguesa. Nascentes (1966) explica que a palavra bordão tem origem no latim vulgar, deriva de *burdone* (mula). “Tomou o significado de ‘apoio’; daí o de ‘bastão de peregrino, bastão’”. O sentido que adotamos aqui se prende à ideia de bastão, sugerido pelo autor.

Para análise, tomamos como *corpus* cinco edições do programa Correio Verdade. Elas foram selecionadas de forma aleatória entre os meses de maio e junho de 2013, compondo uma semana construída. A saber, dos dias 6, 14, 23 e 29 de maio, além de 21 de junho. Embora o jornal seja apresentado de segunda a sábado, optamos por desconsiderar o fim de semana.

A metodologia empregada para seleção das edições teve como objetivo, num primeiro momento, favorecer a identificação de expressões que realmente perpassam o telejornal, configurando-se como algo característico do programa. Por outro lado, também foi possível analisar uma edição especial, chamada Caravana da Verdade, na qual o jornal é ancorado ao vivo de um bairro do Estado, além de uma situação incomum, quando da divulgação do resultado da pesquisa de audiência, que demandou bordões mais específicos.

Seguindo as premissas da análise de conteúdo propostas por Franco (2003) e Herscovitz (2007), dividimos os bordões identificados em três categorias: de apresentador, de publicidade e de efeito sonoro. Foi possível identificar que as expressões alocadas em cada um desses grupos cumprem funções particulares na transmissão direta do telejornal.

Estudar televisão e os gêneros que a constituem é sempre um desafio no que diz respeito a descobrir as nuances que fazem parte da construção narrativa do meio. O exercício da fala associado ao formato da linguagem televisual nos leva a refletir sobre o campo enunciativo que toma forma em um programa de televisão. Acreditamos que os noticiários televisivos de cunho policialesco agregam valor à fala, concebendo-a de forma estrategicamente eficaz, mas num movimento narrativo em que prevalece mais o entretenimento do telespectador que a informação.

Esse tipo de telejornal possui formas de seduzir o público, e atua na produção de sentidos sobre o imaginário, valendo-se da profundidade do tema violência urbana, presente no cotidiano da população brasileira. Apoiados em torno dessa temática, essa modalidade de noticiário oferece conteúdos repletos de apelos dramáticos, sensibilizando a relação entre acontecimentos inusitados e violentos.

Para chegarmos às definições dos grupos de bordões, utilizamos como aporte metodológico o estudo de caso. Entendemos que era necessário fazer um recorte no corpus da pesquisa, para investigarmos o uso dos bordões e sua profundidade e efeitos causados por ele durante a apresentação do Correio Verdade.

Compartilhamos do pensamento de Yin (2001, p. 32) que afirma que “o estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real”. Na mesma vertente entendemos que a pesquisa aqui proposta se encaixa na ideia de Goode e Hatt (1979) que acreditam que “o estudo de caso é um meio de organizar dados preservando o caráter unitário do objeto estudado”.

Para Yin *apud* Duarte (2005, p. 218) quando utilizado em uma pesquisa, o estudo de caso pode dar profundidade ao tema de estudo porque utiliza fontes relevantes para a construção da análise.

O estudo de caso deve ter preferência quando se pretende examinar eventos contemporâneos, em situações onde não se podem manipular comportamentos relevantes e é possível empregar duas fontes de evidências (...) que são a observação direta e a série sistemática de

entrevistas (...) o poder diferenciador do estudo de caso reside em sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências – documentos, artefatos, entrevistas e observações. (YIN apud DUARTE, 2005, p. 218).

Seguindo por esse caminho, nós especificamos o artigo em três linhas conceituais de bordões e passamos a identificá-los nas cinco edições gravadas para a análise. Constatamos a presença de expressões nas três categorias determinadas: de apresentador, de publicidade e de efeito sonoro. Durante as observações empíricas levamos em conta os que apareciam mais de uma vez ou os que eram uma forma de contração de outro já utilizado, contabilizamos todos os bordões e passamos a observar quantos apareceram ao longo das cinco edições e em quais momentos apareciam.

Este trabalho faz parte de uma pesquisa de mestrado em andamento, desenvolvida por um dos autores no programa de pós-graduação em comunicação da UFPB, na qual será feito um estudo de recepção sobre o programa Correio Verdade. Com esta análise fazemos um esforço de aproximação e reconhecimento das estratégias utilizadas pelo telejornal na sua interação com as audiências.

Bordões! Para que servem?

O refrão musical é, talvez, uma das melhores metáforas para ajudar na compreensão da utilidade do bordão no telejornal analisado. Isso porque o refrão é algo que se repete e que dá fôlego para uma nova mensagem, a estrofe seguinte. Funcionaria como uma muleta, como ponte que dá caminho para um enunciado posterior, que carrega significado.

Tomamos ainda como empréstimo, para nossa análise, o texto de Tognolli (2001). Ele reflete sobre os “chavões” no jornalismo, encarando-os como frases fixas, “palavras de passe”, que pelo uso desgastado perdem a capacidade de simbolizar um pensamento.

(...) uma palavra significará um desdobramento do pensamento, dado que a significação imputada a uma dessas palavras irá constituir certa conceituação da realidade, do ser e de suas atividades, suas representações. Formas fixas de comunicação nos trarão, portanto pensamentos fraturados, dessimbolizados e, quem sabe, relações sociais estáticas. (TOGNOLLI, 2001, p. 25)

No nível da reflexão sobre a linguagem, o autor acompanha o pensamento de Schaff e acredita ainda que essas palavras acabam funcionando como fôrmas: “como diz Schaff, não só pensamos em uma língua, como também pela mediação de uma língua. É o que entendemos quando afirmamos que a língua é a fôrma do pensamento: ela o forma, mas por esse mesmo fato, limita-o” (TOGNOLLI, 2001, p. 40). Ou seja, o pensamento é conduzido e estruturado dentro dos limites da linguagem. Desse modo, é importante pensar em que tipo de comunicação é feita quando o contato com o público se estabelece a partir de bordões.

Embora, de acordo com o autor, eles se configurem como peças esvaziadas de sentido, são também a partir dessas ‘palavras-chave’, enquanto elementos da linguagem, que as audiências vão significar seu cotidiano. Para o autor, a língua media a relação que temos com a realidade, espaço onde a ideologia circula e que por isso mesmo se refletem na relação entre nós e nossas práticas.

A reflexão segue discutindo que os bordões são assimilados de forma automática e inconsciente, quando não conseguimos estabelecer um nível de pensamento complexo que é a formação de um símbolo. Por outro lado, tomando o bordão como um “signo”, no sentido que a semiótica atribui a esse conceito, decorre que o ‘bordão está para algo’. Ou seja, é colocado no lugar de outra coisa: ideia ou objeto, cujo significado carrega dentro de si. Ele se apresenta para os interlocutores como um referente, um substituto abstrato, um operador da linguagem para transmitir um sentido.

Para Epstein (1997, p. 66-67) “o ‘significado’ de um símbolo transborda as fronteiras do racional, pois atinge as camadas mais profundas da psique humana”. E nesse sentido, temos mais uma vez a dimensão do inconsciente aparecendo como elemento relacionado ao bordão, dessa vez na sua caracterização enquanto símbolo.

Estando no ‘lugar de algo’, podemos associar o proposto por Tognolli (2001), de que a ideologia opera a partir da linguagem, para afirmar que os bordões podem funcionar como ferramentas da ideologia. Corrobora para isso a ideia de que “os símbolos apresentam algumas características próprias como (...) a de recobrir cargas de significado que muitas vezes não podem ser expressas por palavras (...)” (EPSTEIN, 1997, 67-68).

Assim, é importante fazer uma ressalva para o que nos alerta Amaral (2003, p. 138): “normalmente, os jornais populares são conservadores e reforçam valores

dominantes, mas, para sobreviverem, não resistem a essa função exclusiva”. No caso jornalismo policial, são ideias por vezes preconceituosas, que criminalizam a pobreza, mas também são discursos moralistas de tons paternalistas, como afirmam Porcello e Ramos (2012) sobre bordões. Essa manifestação pode ser percebida em alguns exemplos que serão analisados mais a frente.

Tanto a partir do pensamento que alinha os bordões como expressões esvaziadas de sentido, quanto ao ponto de vista que os coloca como um símbolo, acreditamos que essas expressões cumprem uma função estética enquanto signos. Na medida em que seu significado não está claro na narrativa do telejornal. “(...) o significante torna-se mais opaco, na medida em que chama atenção sobre si, sobre a sua forma e sua própria materialidade. Neste caso, há um trabalho do artista sobre o significante enquanto materialidade do signo” (EPSTEIN, 1997, p. 34).

Contudo, o autor aponta ainda, que uma ‘decodificação’ do conteúdo de função estética não dependeria apenas da predisposição do emissor, mas também da sensibilidade de quem recebe a informação, de quem ouve e assiste ao ‘bordão em ação’. A essa relação se atribui a metáfora de “jogo”. Pensando inclusive que as dimensões estética e semântica coexistem e convivem com nível diferenciado. A oposição à função estética seria a função semântica, na qual o código assume função literal.

(...) o tema do jogo para o emissor não é o de transmitir diretamente um conteúdo de sentido numa mensagem: isto diz respeito a uma infraestrutura da atividade da comunicação que aqui não é determinante e serve apenas, por assim dizer, como onda portadora para o jogo. Para o emissor, o jogo seria aqui, por um lado, criar em sua própria mensagem, um sobre-código cujas regras ele deve fazer o receptor ‘adivinhar’ e, por outro, no entanto, maximizar para este último a surpresa e a incerteza de sua espera dos elementos da mensagem. O tema do jogo para o receptor seria, compreendendo o sentido ‘literal’ da mensagem, ‘adivinhar’ o sobre-código superposto pelo locutor. (GRANGER, *apud* EPSTEIN, 1997, p. 34-35).

No caso do programa Correio Verdade, essa inventividade fica por conta da equipe que dirige e edita o telejornal, especialmente na tríade estabelecida entre o apresentador (Samuka Duarte), a editora (Cristina Cavalcante) e o operador de áudio (conhecido como ‘Coxinha’). O reconhecimento desses três atores é pertinente, na medida em que a análise dos bordões pode identificar que eles são aplicados, em geral,

de maneira aleatória em momentos definidos (escalada, *merchandising* e comentários antes e pós reportagens). Essa flexibilidade reforça a autonomia dessa tríade já que temos em Samuka o responsável pelos bordões de apresentador, em Coxinha o de efeitos sonoros e em Cristina Cavalcante a articuladora entre esses momentos e os da publicidade no programa.

Acreditamos ainda que, tal como acontece no Correio Verdade, a utilização constante desses bordões só é possível porque Samuka Duarte se alinha com o que a pesquisadora Yvana Fechine chamou de apresentador-cúmplice⁴:

A performance do apresentador-cúmplice, ao contrário, apela à afetividade e passionalidade do telespectador. Para a construção desse tipo oposto de *ethos*, costuma adotar um comportamento mais informal e uma postura corporal mais relaxada. Seu gestual é mais espontâneo e menos contido, suas expressões faciais são usadas deliberadamente como forma de comentário. Sua entonação varia com frequência, sendo utilizada também para exprimir seus estados de alma, seja de comoção ou indignação (é o tipo de apresentador que “esbraveja” ou fala muito alto, por exemplo). (FECHINE, 2008, p. 13)

Acreditamos que a partilha, entre o apresentador e o público, de repertório sociocultural viabilize essa cumplicidade. Na medida em que “os chavões vão se legitimando nos processos de comunicação social e na mídia em geral porque, cremos, já compõem significativamente a prática social sem a qual o próprio código verbal não funciona” (TOGNOLLI, 2001, p. 55). Ou seja, a reprodução dos bordões pelo telejornal Correio Verdade parte de um referente encontrado na vida cotidiana.

As reflexões que fizemos até aqui apontam justamente para o efeito potencializado que os bordões alcançam quando alçados a elementos da linguagem jornalística. A mídia os apropria e intensifica seu uso. Inclusive, parte significativa dos itens identificados, são, de fato, recortes de falas de pessoas que foram entrevistadas pela equipe.

Usos e abusos no Correio Verdade

Ao decidirmos analisar o uso dos bordões no Correio Verdade, preocupamo-nos com a quantidade do recurso presente e distribuído ao longo do telejornal. Eles foram

⁴ A pesquisadora sugere ainda a existência de outros três tipos de apresentadores: o comprometido, o impessoal e o crítico.

divididos em três categorias: de apresentador, de publicidade e de efeito sonoro, que a nosso ver preenchem os requisitos necessários para explicarmos a fundamentação deste artigo.

Os bordões são utilizados em dois momentos: no decorrer da apresentação e na publicidade. O primeiro se trata de ações conduzidas exclusivamente por Samuka Duarte, seja na abertura, comentários ou ao “chamar” uma reportagem. Na publicidade o apresentador também se faz presente e por vezes ele participa dos anúncios, mas existem casos em que cede espaço para os representantes de empresas que são enviados ao programa e/ou gravam conteúdos para serem exibidos. Quando na publicidade, os bordões aparecem tanto como slogans do próprio noticiário e como elementos narrativos que favorecem a interação com os ‘vendedores’ que estão presentes no estúdio durante um breve momento, ‘quebram o gelo’.

Foi possível identificar a predominância de uma forma bem-humorada de bordões, expressões utilizadas em áudio, sempre em vozes gravadas, que remetem a ideia de serem trechos de entrevistas com personagens das reportagens. Elas são soltas a maioria das vezes para interagir com Samuka, este tipo foi nomeado de “efeito sonoro” e compõe uma categoria.

Os bordões gravados, de efeito sonoro, servem de entretenimento e fazem alusão a uma “voz do além” que expressa opiniões. Entendemos isto, porque mesmo as vozes sendo variadas, são soltas inesperadamente, o que muitas vezes causa o riso. Em outros momentos, as vozes são interpostas com as chamadas da reportagem (cabeças) onde expressam por vezes opiniões ou somente servem de alerta para o telespectador, enfatizando uma sonora ou um comentário do apresentador. Sobre este pensamento recorremos a Porcello e Ramos (2012, p. 218) que dizem que o recurso sonoro também está associado a técnicas de ancoragem e servem para chamar atenção dos telespectadores.

Todo e qualquer recurso, que indique o sentido e a valorização da mensagem jornalística, tem uma lógica. Está associada às práticas de Ancoragem. Contribui para uma melhor compreensão do que está sendo divulgado. Busca facilitar a decodificação do receptor. (PORCELLO e RAMOS, 2012, p.218)

Quanto às outras duas categorias, a de apresentador e a de publicidade encontramos formas variadas de usos. A primeira delas é sempre na abertura do Correio

Verdade. Com uma frase Samuka Duarte encerra a escalada e dá início ao noticiário policial:

“Aqui é pau pra comer sabão e pau pra saber que sabão não se come. Aqui o tira-gosto é macaíba e ripa na chulipa” (sic).

Ao terminar a frase (repetida em todas as edições) é rodada a vinheta de abertura e tem início a apresentação. O bordão, neste caso, é visto com originalidade e Samuka Duarte, tenta da forma mais informal possível dizer para quem está em casa que não está para brincadeira e que o Correio Verdade, com todas as nuances que lhe são próprias começará em alguns instantes.

Já quanto aos bordões de publicidade eles se dividem em dois grupos: num primeiro momento se confundem com o que se chama de slogans. Em outro aspecto funcionam como elementos que promovem a integração e interação entre os anunciantes que “invadem” o estúdio e a equipe da casa. Em vários momentos, encontramos ‘pequenas’ interações, mas bastante particulares e indicadas para um uso direcionado, como a que chama o nome do vendedor “Moisés!”.

Em nossa especificação, dividimos as três categorias assim, com suas respectivas definições:

- **Bordão de publicidade:** atuam de duas formas. Num primeiro momento se confundem com o que se chama de slogans. Em outro aspecto funcionam como elementos que promovem a integração e interação entre os anunciantes que “invadem” o estúdio.
- **Bordão de apresentador:** expressões emitidas por Samuka Duarte e que aparecem basicamente na abertura e durante a escalada do telejornal.
- **Bordão de efeito sonoro:** expressões, em áudio, gravadas e “soltas” de forma aleatória durante todo o telejornal de acordo com o a discussão levada a cabo pelo apresentador.

O desenho dessas categorias e a adequação dos referidos bordões em cada uma delas indicam mais um comportamento, uma forma de uso, padrão e prioritária das expressões, do que necessariamente um encaixe específico. Foi possível notar que algumas dessas palavras-chave, muletas, caracterizadas como de efeito sonoro, e que, portanto são mais comumente acionadas pelo apresentador para o comentário sobre notícias de crimes, também apareciam para provocar o riso em situações de publicidade.

Temos como exemplo o “Só isso”, para indicar preço baixo, ou então um “Tu tá doido é?”, para indicar que alguma promoção seria extremamente benéfica ao consumidor, ao ponto de prejudicar o empresário, motivo pelo qual ele seria louco.

Destacamos ainda as seguintes informações: foram encontrados apenas dois bordões de apresentador, que ficaram evidentes na escalada e na abertura do Correio Verdade. Estas expressões são repetidas diariamente por Samuka Duarte e servem para causar certa empatia com o público, já que a frase repetida acaba tornando-se uma marca registrada de sua ancoragem. Seguimos pelo pensamento de Porcello e Ramos (2012, p. 222) que dizem o seguinte.

O uso do Bordão não é acidental e nem significa uma mera obra do acaso. Carrega um objetivo comunicacional. É a procura de uma maior aproximação com o telespectador, buscando identidade e desenvolvendo laços de intimidade e confiança. A sua lógica apresenta algumas características. Pode ser parceira dos ditados populares, dos axiomas, das máximas e dos provérbios. Impõe o significado sem reivindicar a reflexão. É o dito pelo dito, sem mais nada a considerar. (PORCELLO e RAMOS, 2012, p. 222)

Ou seja, os bordões não abrem temas para discussão, não induzem a reflexão e ao pensamento por parte dos telespectadores. Mas pelo contrário, reforçam pontos de vista dados como fechados, sobre os quais não precisam ser feitas considerações ou ressalvas. Apresentamos a seguir uma tabela com os bordões identificados nos três grupos.

Tabela 1: Bordões identificados no Correio Verdade

Efeitos sonoros	Como é a história? / Como é homi? (<i>sic</i>) / Como é a história, cidadão? / Rapai (<i>sic</i>) / O que é isso? / Que é isso? / Que isso, hein? / Comendo geral! / Danadinha! / Samuka! Num pode ler papel não meu filho! / Tchau! Viu? / E é? / É! / É o que? É não, é? / É nada! / É o quê? É o quê? / De novo? / Ah bicho teimoso! / Tu é muito teimoso rapaz. / Só isso? / Eu vou também! / Saiam todos da minha frente. / Olha Samuka dançando! / Eu acho que não entendi muito bem. Dá pra repetir, por favor? / Dá pra tu dizer de novo? (<i>sic</i>) / Tá certo! / A casa caiu! / Esse Samuka é uma resenha visse. / Aqui tá tudo em ordem. E você? Como vai? / Quem é essa, rapaz, quem é essa? / Quem homi? (<i>sic</i>) / Tu come demais né? / Tem que fechar a porta / É o novo! / Tu tá doido é? / Tá doido! / Deu um alô / E ave Maria homi! (<i>sic</i>) / Vixi Maria (<i>sic</i>) / Vixi (<i>sic</i>) / Aonde? / Aquele abraço / Tem
-----------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>dois caminho pra droga: é cadeia e cemitério (<i>sic</i>) / O fim da droga é a morte! / Adianta, adianta! / Tá bom assim? / Grande coisa! / É bom demais, meu fi (<i>sic</i>) / Não pode meu fi (<i>sic</i>) / Samuka! (som de arrote) / Vai! Vai! / Nã...Nã (<i>sic</i>) / É o fraco / Eita coisa boa! / Que vergonha! / Eita! / Tu é muito esparramoso na do cara, tu meirmão (<i>sic</i>) / Quem é? Quem é? / Que boca de muniça é essa, meu amigo? (<i>sic</i>) / Misericórdia! / É daquele modelo! / Se eu pudesse, eu não queria ver você nem na minha frente, homi! (<i>sic</i>) / Tá no ar? Tá no ar? / Sangue de Jesus tem poder, né? / Está quase um profissional / Quem é essa, rapaz? / Tu és popular demais! / Dá pra repetir? / É verdade pura!</p>
Publicidade	<p>Correio Verdade. Primeiro lugar em audiência / Moisés! / O que é isso Moisés? / Moisés, o que é isso? / Vai timbora Moisés! (<i>sic</i>) / Que é isso hein? Esse tal de HD. / Eita coisa boa! / Inper aqui você pode. / Ferreira / E é David? / É uma delícia! / Ai que gotoso! / Pensou em cama, mesa ou banho. Narciso enxovais. Mais barato, impossível.</p>
Apresentador	<p>Aqui é pau pra comer sabão e pau pra saber que sabão não se come. Aqui o tira-gosto é macaíba e ripa na chulipa. // Olá minha Paraíba, Olá Paraíba querida. Meu Brasil querido. Meu nordeste brasileiro. A partir de agora no ar o Correio Verdade.</p>

Fonte: Levantamento feito pelos autores

Registramos uma presença marcante dos bordões em áudio, os chamados de efeito sonoro. Ao todo encontramos 70 (setenta) nas cinco edições analisadas. Levamos também em consideração as formas que eram contrações das originais. No geral elas aparecem em muitas fases e servem para tudo: opinar, expressar raiva, alerta, entreter. Entendemos que esse grupo apresenta maior quantidade porque desenvolve a função primordial de prestar apoio ao apresentador e possibilitar o inesperado no telejornal, quebra-se um ritmo de sucessivas notícias de crime e violência urbana. Assemelha-se a vozes de curiosidade, opinativas e de alerta aos telespectadores em casa.

Já o caráter de entretenimento pode ser exemplificado da seguinte forma, há momentos nos quais o apresentador manda abraços para os telespectadores. Em geral, ele saca um papel com a lista dos nomes das pessoas que devem ser saudadas. Nesse momento, ouve-se “*Samuka! não pode ler o papel não meu filho*”, ao que o

apresentador responde evasivamente e continua o ato. Logo em seguida o efeito sonoro é o seguinte: “*Ah! Bicho teimoso*”.

Mas além dessa especificidade, este grupo de bordões é muito presente em todas as edições do Correio Verdade, servem de muleta para a apresentação, ajudam Samuka Duarte e dão norte para a interação entre apresentador e público e entre anunciantes e apresentador. Indicam a temperatura de jornal, ajudam a marcar o tempo dos comentários, funcionam por vezes como recados da equipe de edição na condução do programa, a exemplo de “Adianta! Adianta” ou “Vai! Vai”, indicando que ele encerre o comentário sobre a reportagem, ou uma brincadeira muito prolongada, e siga com a programação prévia do telejornal.

Quanto aos bordões de publicidade, encontramos 13 expressões. Elas são utilizadas como slogans para anunciar no programa e também para emissão de opiniões sobre os anúncios e anunciantes. Enfatizando sempre a venda e o consumo da mercadoria em questão, que vão desde roupas de cama, cursos profissionalizantes e até sucos de fruta.

Uma leitura do caso analisado

Sobre a questão posta de que os bordões reproduzem ideologias dominantes, temos um exemplo claro no efeito sonoro que diz “*Tem dois caminho pra droga: é cadeia e cemitério*” (*sic*). Acreditamos que esse tipo de discurso pode ser nocivo, na medida em que reproduz uma ideia parcialmente equivocada, já que há casos diversos de recuperação de ex-usuários de drogas, mas principalmente porque “disto decorre a importância dos símbolos na mensagem persuasiva. Atuando nas camadas mais profundas da mente humana, eles incitam a ação desejada pelos produtores destes símbolos” (EPSTEIN, 1997, p. 72). Outro ponto de vista que nos ajuda a analisar esse exemplo aponta para o seguinte:

Os bordões se pautam por uma abordagem moralista, com um tom paternalista. Representam mais uma afirmação fechada do que uma abertura de questão. Tudo parece se resolver e ser resolvido de maneira automática, sem nada mais a dizer. Tem sintoma de um ponto final. (PORCELLO & RAMOS, 2012, p. 226)

Nesse sentido, os autores se aproximam da ideia proposta por Tognolli (2001) que discute a dessimbolização dos chavões, já que essas formas fixas não exigem reflexão. Com a ressalva de que neste caso, os autores acreditam que essas “fôrmas” impõem seu significado. E para isso chama atenção a seguinte proposição em relação ao símbolo: “o significado simbólico contrasta com o significado literal, pois o seu caráter essencial é o de ser uma metáfora” (EPSTEIN, 1997, p. 70).

O que nos exige uma revisita ao exemplo dado acima: o bordão “*Tem dois caminho pra droga: é cadeia e cemitério*”, apontaria não apenas para a prisão ou morte, mas sim para finais trágicos, caracterizados metaforicamente pelo significado contido nas palavras cadeia e cemitério, socialmente partilhados entre apresentador e público.

Também é possível identificar que alguns bordões apresentam formas resumidas. Esses fenômenos foram percebidos nos bordões de apresentador e de efeito sonoro. É possível que sirvam como ferramenta para minimizar o efeito de esvaziamento do sentido dessas palavras de passe. Como exemplo, podemos apontar os bordões a seguir: “*O que é isso?*”. Ele também aparece como “*Que é isso, hein?*” ou “*Que é isso?*”. Temos ainda o caso de “*Como é a história?*”, “*Como é homi?*” (*sic*) e “*Como é a história, cidadão?*”. Neste estudo, mesmo as variações foram consideradas como novas expressões.

A quantidade dos bordões identificados nas cinco edições analisadas do Correio Verdade, sendo o de efeito sonoro o mais expressivo, nos mostra o quanto a presença da “muleta” de linguagem é importante para a construção narrativa do noticiário. É preciso salientar que a presença das expressões na apresentação funciona como parte do formato desenhado e implementado pela equipe e são importantes para o desenrolar do programa, bem como o ganho de audiência, seja pelo entretenimento seja pela identificação das opiniões emitidas.

Conclusão

A televisão não é só imagem. A sua força advém do elo que mantém com o discurso verbal. Isso é demonstrado nos telejornais, gênero que se configura como dinamizador de vozes que narram fatos do dia a dia, conforme Machado (2000). A partir

da análise empregada, acreditamos que o uso de bordões é essencial para a construção e ancoragem da narrativa do telejornal Correio Verdade.

A maior parte deles é de efeito sonoro. Interação com o apresentador Samuka Duarte, provocam riso e descontração da audiência. Em alguns casos, eles apresentam variações, como formas resumidas, contratas, tentam causar o efeito de quebra da monotonia e esvaziamento de sentido. Também é possível imaginar que os bordões apontam os caminhos do discurso moralista do telejornal.

Na edição especial “Caravana da Verdade” a presença de bordões é mínima. Também é pequena a presença deles na publicidade, assim como nas reportagens. Apenas nas cabeças e comentários. Alguns bordões de efeito sonoro “passeiam” tanto entre a publicidade quanto nos comentários do apresentador. Foi o caso de “tem que fechar a porta”, utilizado tanto na propaganda das lojas Narciso, quanto na cabeça de uma reportagem sobre rebelião num preciso do Estado.

O papel do telejornalismo vai muito além de apenas informar, destaca-se por conscientizar a sociedade e formar a opinião pública, abrangendo valores morais e reafirmando normas sociais. A mídia esclarece e enriquece o debate democrático e nos transporta para um panorama noticioso que tem por objetivo construir pensamentos e permear discussões fundamentadas do cotidiano. Os telejornais, por construírem uma imagem do real, têm um espaço expressivo na vida das pessoas, na edificação humana, uma participação importante na construção de sentido da realidade que nos envolve.

Segundo Carlos Tourinho (2009) de modo semelhante aos diversos gêneros dos programas de televisão, o telejornalismo tem como uma de suas características a constante evolução de sua técnica e formato, incluindo aí a linguagem. Que não se estabelece apenas no ato oral, mas envolve todos os contextos cênicos que vão desde a enunciação da notícia através da figura do apresentador até a exibição do material para o público. Por essas características, acreditamos que presença excessiva dos bordões acaba por minimizar o efeito de realidade das notícias veiculadas no jornal, desviando atenção das questões que realmente merecem ser discutidas.

Referências

AMARAL, Márcia Franz. Sensacionalismo: inoperância explicativa. In: **Em Questão**, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 133-146, janeiro/junho, 2003.

CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico nova fronteira da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

EPSTEIN, Isaac. **O signo**. São Paulo: Ática, 1997.

FECHINE, Yvana. **A nova retórica dos telejornais**: uma discussão sobre o éthos dos apresentadores. Trabalho apresentado ao GT Estudos de Jornalismo do XVII Encontro da Compós. São Paulo, 2008.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de conteúdo**. Brasília: Plano Editora, 2003.

HERSCOVITZ, Heloíza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. IN: LAGO, Cláudia & BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2001.

NASCENTES, Antenor. **Dicionário etimológico resumido**. Coleção dicionários especializados 1 – Instituto Nacional do Livro – Ministério da Educação e Culturas – 1966.

PORCELLO, Flávio e RAMOS, Roberto. Âncora na TV – A celebração do discurso. In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo & COUTINHO, Iluska (Orgs.). **O Brasil (é)ditado**. Coleção Jornalismo Audiovisual, V. 1 Florianópolis: Insular. 2012.

TOGNOLLI, Cláudio. **A sociedade dos Chavões**. São Paulo: Escrituras Editora, 2001.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo**: o que você vai ver a seguir. Vitória: Espaço Livros, 2009.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.