

**Alerta nacional: uma reflexão sobre ética na  
cobertura do policiaisco**

*Alerta nacional: a reflection on ethics in the coverage  
of police news programs*

Larissa MADRUGA<sup>1</sup>

**Resumo**

O direito à informação é um direito fundamental que pertence a todos e a qualidade dessa informação compete principalmente ao trabalho dos Jornalistas, neste aspecto reside a sua função social, garantindo à coletividade meios de promoção da cidadania. A ética emerge dentro desta conjuntura como sendo o filtro essencial que assegura a fidedignidade da informação e a sua consequente transformação em ferramenta de estímulo a democracia, a cultura da paz e da legalidade. O telejornalismo policial, por sua vez, gênero híbrido, que transita entre a informação e o entretenimento, é conhecido em atuar na contramão deste processo, já que por suas próprias características de dramatização da notícia abre mão dos parâmetros éticos que regem a profissão. O presente artigo tem por escopo fazer uma reflexão sobre a ética profissional nas coberturas dos fatos policiais noticiados no Telejornal Policial Alerta Nacional, apresentado por Sikêra Jr.

**Palavras-chave:** Alerta Nacional. Telejornalismo policial. Ética. Cidadania.

**Abstract**

The right to information is a fundamental right that belongs to everyone and the quality of that information is mainly the job of Journalists, in this respect lies their social function, guaranteeing the community means of promoting citizenship. Ethics emerges within this context as the essential filter that ensures the reliability of information and its consequent transformation into a tool to stimulate democracy, the culture of peace and legality. Police television news, on the other hand, a hybrid genre, which transits between information and entertainment, is known to act against this process, since due to its own characteristics of dramatization of the news, it gives up the ethical parameters that govern the profession. The purpose of this article is to make a reflection on professional ethics in the coverage of police facts reported in the Telejornal Policial Alerta Nacional, presented by Sikêra Jr.

**Key words:** Alerta Nacional. Police television news. Ethic. Citizenship.

---

<sup>1</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (PPJ – UFPB). E-mail: larissamadruga.mes@outlook.com

## Introdução

Ética vem do grego, *ethos*, que se refere ao modo de viver do indivíduo, ao caráter humano. No século IV a. C. surge, na Grécia, o seu conceito, associado à ideia de moral e cidadania, estando intrinsecamente ligada à vida das cidades, pois para conviver com os seus compatriotas os gregos tinham a noção de que era necessário respeitar regras e estar em harmonia com eles.

O surgimento do conceito de ética é concomitante ao desenvolvimento da filosofia, os principais filósofos gregos que discutem sobre ela, são: Sócrates, Platão e Aristóteles. Para eles a ética é uma virtude sem a qual não é possível viver em sociedade. (SANCHEZ, 2017).

A ética ainda, segundo Marilena Chauí (2002) pode ser entendida ainda sob dois aspectos: um individual e outro social, a primeira se refere à índole do indivíduo e a segunda diz respeito ao seu comportamento dentro da sociedade. Nesta segunda nuance é que habita o nosso interesse quando da análise da ética no exercício de uma profissão.

No campo da comunicação social, pensar a ética no âmbito profissional não é apenas um clichê ou somente um requisito das disciplinas de graduação, mas uma obrigação, especialmente quando levamos em consideração a grande influência que o comunicólogo tem dentro da sociedade.

Abordar a ética da informação implica pensar sobre as atuais condicionantes que interferem e influenciam de alguma forma a sociedade, no contexto da difusão da informação. A propagação da informação acontece por caminhos em que, muitas vezes, a ética não está totalmente definida e estabelecida, ficando em segundo plano.

E foi pensando nestes encadeamentos que resolvemos produzir este artigo cujo objetivo principal é verificar a ausência de parâmetros éticos na veiculação de notícias pelo telejornalismo policial, de modo particular no policiaisco Alerta Nacional, apresentado por Sikêra Júnior, que encara sua conduta profissional da seguinte maneira:

O povo quer ver o povo. Ele não quer ver nenhum cara em uma cúpula de vidro fechada, sabe aquela coisa intocável? Não! O povo quer se ver. Como é que ele se ver (sic)? Se identificando com o apresentador. O que é que eu ouço mais nas ruas? Você diz o que que gostaria de dizer. Você fala o que eu gostaria de falar. Você tem a coragem que eu não tenho. E

eu não tenho coragem de nada, eu sou atrevido, corajoso não, eu sou atrevido. (GERÔNIMO, 2019, p. 12)<sup>2</sup>

Para atingir tal finalidade partimos de breves conceitos jurídicos que dizem respeito ao tema, até chegarmos à televisão como veículo de comunicação mais acessível e por isso de grande repercussão e passível deste estudo, fizemos ainda uma sucinta apresentação de nosso objeto empírico, para só então começarmos a análise propriamente dita, caminho que nos levou às nossas considerações finais.

### **O filtro essencial**

Destarte, faz-se necessário refletir sobre os fatores que determinam o comportamento dos órgãos de comunicação social e dos seus agentes, ao difundirem a informação ao público.

O Código de Ética dos Jornalistas, aprovado em 1985 no Congresso Nacional destes profissionais e, com algumas alterações sofridas em 2007, consiste em um conjunto de direitos e deveres para o exercício da profissão, que de forma indireta cria limitações para assegurar direitos a todos os cidadãos, de onde verificamos a relevância deste mister.

Já o Código Internacional de Ética Jornalística foi aprovado em Paris, em 1983, na quarta reunião consultiva de organizações internacionais e regionais de Jornalistas, organizada pela UNESCO. É um documento composto de nove princípios que norteiam os vários regulamentos éticos da profissão ao redor do mundo.

A primeira diretriz nele contemplada diz respeito exatamente ao direito de as pessoas terem acesso à informação verdadeira dos fatos, de modo a conhecerem a realidade de forma objetiva e precisa.

O direito à informação é um direito fundamental a que todos fazemos jus, a qualidade da informação que chega para a população depende do trabalho desenvolvido pelos Jornalistas, exatamente neste aspecto reside a importância desse profissional que, com a sua atividade é capaz de garantir à coletividade meios de promoção da cidadania.

A ética emerge dentro desta conjuntura como sendo o filtro essencial que assegura a fidedignidade da informação e a sua conseqüente transformação em ferramenta de impulsionamento da democracia, da cultura da paz e da legalidade.

---

<sup>2</sup> Trecho da entrevista concedida por Sikêra Júnior ao autor por ocasião de sua dissertação de Mestrado.

O Código Deontológico dos Jornalistas em seu artigo inaugural corrobora o que estamos falando:

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.

Com o objetivo de examinar as implicações éticas dentro do Jornalismo na prática optamos por investigar o formato Telejornalismo Policial por acreditarmos que ele nos forneceria subsídios suficientes por seus próprios atributos, conforme explicamos abaixo.

### **TV: terreno fértil para o grotesco**

É importante destacar o papel da própria televisão no contexto informativo, o predomínio deste veículo de comunicação em relação aos outros emerge justamente na época em que o Regime Militar regia o país e tentava inculcar sua ideologia na população, cujo índice de analfabetismo de pessoas até 15 anos chegava a 39,6% em meados da década de 1960 (IBGE, 2011).

Foi um regime de exceção que instaurou o modelo de televisão tal qual nós o temos no Brasil, quer dizer, foi um regime que empregou continuamente a força para impor uma nova organização social, uma nova distribuição de riqueza e de pobreza e um tipo determinado de desenvolvimento econômico. (...) Ninguém mais contesta que o modelo das grandes redes brasileiras é antidemocrático. O nosso ponto é perguntar se ele, além de antidemocrático não é também violento (BUCCI, 1993:121-123).

A televisão é sem dúvidas um relevante espaço para a construção da opinião pública, independentemente da forma como ela se consolidou, o fato é que mesmo em tempos digitais em que a internet dissemina informação com rapidez sem igual, a TV é um veículo de comunicação presente em praticamente todo o país, pois segundo pesquisa do IBGE divulgada em 2018 apenas 2,8% dos brasileiros não têm TV em casa. (IBGE, 2018), além de ser um meio agregador que sempre reúne famílias, amigos e até desconhecidos ao seu redor para comentar o seu conteúdo.

O espaço público no Brasil começa e termina nos limites postos pela televisão. (...) O que é invisível para as objetivas da TV não faz parte do espaço público brasileiro. (...) Dentro desses limites, o país se informa sobre si mesmo, situa-se dentro do mundo e se reconhece como unidade. (BUCCI, 1997, p. 11).

O Telejornalismo Policial é um gênero jornalístico híbrido que mistura informação e entretenimento, trazendo a realidade dos fatos policiais para um contexto dramático e, por vezes, fantasioso. Este formato chegou à TV brasileira ainda na década de 1960 com o Homem do Sapato Branco, e perdura até hoje, em diversos canais abertos com o mesmo discurso tendencioso de outrora. É o que Debord (1997) preconiza como o circo da notícia, a visibilidade de algo garante a sua legitimidade e aceitação, o que ele chama de monopólio da aparência.

Quanto mais esse conteúdo é veiculado, maior é a necessidade de o público consumi-lo, quanto mais as pessoas consomem determinado assunto aumenta o seu interesse sobre ele e cada vez mais são estimuladas a saber sobre ele. (WOLF, 1992).

A televisão continua sendo um dos principais veículos de comunicação da atualidade, isso se deve aos seus próprios recursos técnicos, pois é capaz de transmitir, ao mesmo tempo, áudio e imagem, não obstante o crescente avanço tecnológico e a rápida disseminação da informação através da internet. A TV é um veículo de comunicação presente em praticamente todo o país, pois segundo pesquisa do IBGE divulgada em 2018 apenas 2,8% dos brasileiros não têm televisão em casa. (IBGE, 2018).

Neste contexto, o Telejornalismo Policial encontra terreno fértil para a propagação de seu discurso sensacionalista, em consonância com os apelos mercadológicos e do próprio público, dando ensejo a um padrão que se disseminou no país inteiro.

### **Delineamento do objeto empírico**

No dia 28 de janeiro de 2020, às 18h, seguindo esse modelo jornalístico que agrada as massas, estreou para todo o país o Telejornal Policial Alerta Nacional, cuja versão regional se denominava Alerta Amazonas, apresentado por Sikêra Jr, transmitido pela TV A Crítica, afiliada da Rede TV, no Estado. Em razão da grande audiência do policiaisco amazonense, que chegou a bater diversas vezes a Globo em horário nobre, a emissora decidiu transformá-lo recentemente em uma atração nacional (OBSERVATÓRIO DA TV, 2020).<sup>3</sup>

---

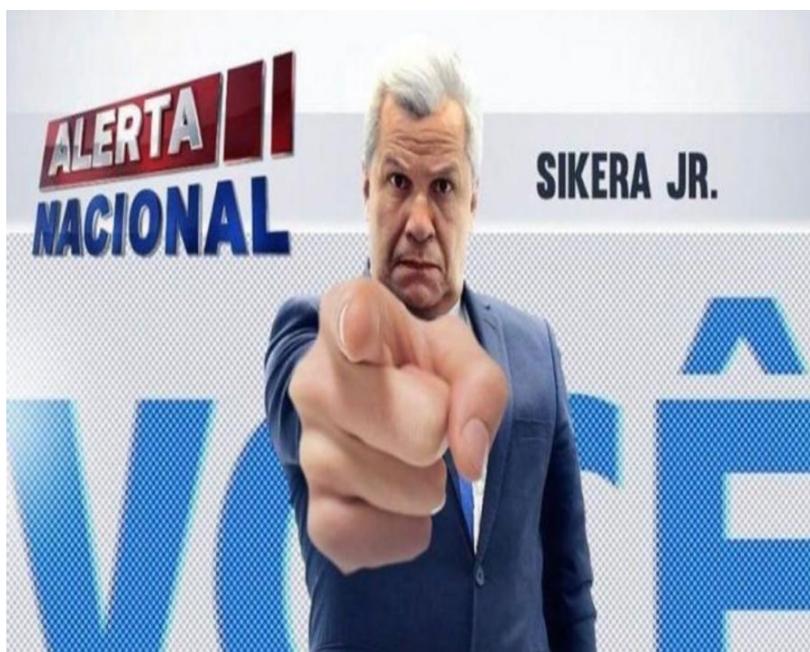
<sup>3</sup> Site especializado em comentar conteúdos da televisão. Disponível em <[observatoriodatv.uol.com.br/audiencia-da-tv/fenomeno-em-manaus-sikera-jr-vence-globo-por-ate-10-pontos-de-diferenca-no-ibope-veja-numeros](http://observatoriodatv.uol.com.br/audiencia-da-tv/fenomeno-em-manaus-sikera-jr-vence-globo-por-ate-10-pontos-de-diferenca-no-ibope-veja-numeros)> Acesso em: 10 de fevereiro de 2020

Aderindo ao mesmo formato do programa originário, ele exibe de segunda a sexta-feira, durante 90 minutos, uma série de matérias sobre fatos policiais, com uma equipe de repórteres nos principais centros urbanos, consegue abarcar todas as regiões do país.

Em sua estreia, o Telejornal triplicou a audiência da Rede TV, ficou em primeiro lugar nos *trending topics* Brasil no *twitter* e em terceiro, no mundo, sucesso constatado também em número de visualizações em plataformas digitais como o *youtube* e *facebook*.

Tomando conhecimento sobre a grande repercussão que essa estreia causou em todo o país e compreendendo os possíveis desdobramentos deontológicos causados pelo discurso disseminado por este tipo de veículo, o presente artigo tem por escopo fazer uma reflexão sobre a ética profissional nas coberturas dos fatos policiais noticiados no Telejornal Policial Alerta Nacional.

Figura 1. Foto do anúncio da estreia do programa



Fonte: Site da Rede Tv!<sup>4</sup>

A foto acima foi utilizada para anunciar a estreia nacional do programa e já diz muito sobre a natureza dele. O apresentador com o dedo indicador apontado revela a sua inclinação em não apenas contar os fatos, mas em julgá-los, característica também reforçada pela expressão sisuda, gestos que o elevam ao patamar de quem está acima do bem e do mal e não daquele que noticia um fato.

<sup>4</sup> Disponível em < redetv.uol.com.br > Acesso em: 12 de fevereiro de 2020.

## Percurso metodológico

Com o intuito de fazer uma reflexão sobre a ética profissional na veiculação de fatos policiais assistimos na íntegra ao programa de estreia do Alerta Nacional, no dia 28 de janeiro de 2020, através da plataforma digital Youtube<sup>5</sup> transcrevemos cinco, das dezessete matérias exibidas, a fim de verificar na linguagem empregada pelo apresentador e pelos repórteres o grau de comprometimento ético no exercício de sua profissão.

A escolha das matérias se deu, em primeiro lugar, pela diversidade de Estados em que elas foram originadas, envolvendo três das cinco regiões do país, o que nos dá uma noção da abrangência do Telejornal, e depois pela variedade de elementos que isso pode fornecer para a construção das notícias e consequente observação.

Para tanto, lançamos mão da análise de conteúdo para embasar nossa pesquisa. Apesar de à primeira vista este tipo de análise ser associada à pesquisa quantitativa graças à sua precedência positivista Comteana revelando um alto grau de objetividade, na pesquisa em Jornalismo, como nas demais pesquisas de cunho social, é impossível não empregar a abordagem qualitativa quanto à natureza da vertente metodológica.

E como bem elucidam Cláudia Lago e Marcia Benetti:

A tendência atual da análise de conteúdo desfavorece a dicotomia entre quantitativo e qualitativo, promovendo uma integração entre as duas visões de forma que os conteúdos manifesto (visível) e latente (oculto, subentendido) sejam incluídos em um mesmo estudo que se compreenda não somente o significado implícito, o contexto onde ele ocorre, o meio de comunicação que o produz e o público ao qual ele é dirigido (2010, p.126).

Compreendemos que a análise em questão almeja alcançar uma realidade social complexa em que o aspecto subjetivo se sobressai, não podendo ser simplesmente traduzida em números, como preceitua a abordagem quantitativa (DESLANDES, MINAYO, 2013).

Diferente de outrora, as pesquisas em comunicação se voltam cada vez mais para as perspectivas qualitativas porque apresentam “como preocupação central descrições compreensões e interpretações dos fatos ao invés de medições” (MARTINS e TEÓPHILO, 2007, p.126).

---

<sup>5</sup> Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=QeFkh6FXtSo> > Acesso em: 05 de fevereiro de 2020.

O processo de análise tem início com base no conteúdo das mensagens, contudo isso não impede que o conteúdo latente seja analisado: a postura, o gestual do apresentador, também são capazes de revelar a sua postura ética. Atentando-se para o fato de que as mensagens são imbuídas de contextos sociais e históricos, logo, a contextualização é um requisito básico para a execução desse procedimento.

Seguimos os ensinamentos de Bardin (2014) e utilizamos a técnica por ele denominada de análise categorial. A produção de inferências é o “pano de fundo” da análise de conteúdo, posto que requer, pelo menos, uma comparação vinculada à alguma forma de teoria.

De forma resumida, a partir de uma leitura flutuante das transcrições determinamos as unidades de registro e de contexto, que foram agrupadas em três categorias temáticas definidas a posteriori, a partir da análise do *corpus* coletado. Essa, aliás, é uma das características da análise de conteúdo: a flexibilidade metodológica que permite ao pesquisador escolher a melhor forma de trabalhar com os dados obtidos.

As categorias são as seguintes: gíria, juízo de valor e ironia. A primeira, diz respeito ao tipo de linguagem utilizada; e as duas últimas têm a ver com o conteúdo da mensagem transmitida ao público e com os valores do emissor da mensagem, neste caso, o apresentador, essencialmente, mas também os repórteres, que fazem questão de demonstrar a sua opinião sobre todos os fatos narrados no programa.

### **Análise das reportagens**

As categorias surgiram, conforme já dito anteriormente, a partir da leitura das transcrições das matérias, como resultado de uma análise posterior, cujo objetivo foi eleger no posicionamento do apresentador e/ou dos repórteres aquilo que vai de encontro ao comportamento ético exigido pela profissão.

As matérias selecionadas foram as seguintes: SEM JESUS NA CAUSA – tráfico até em festa religiosa em Goiás; MADRUGADA VIOLENTA EM SP – corpos são encontrados carbonizados em porta-malas; FIM TRÁGICO – jovem atea fogo em namorado no Rio de Janeiro; AGRESSÃO E COVARDIA – Homem e adolescente agredem morador de rua em Lins –SP; REFÉNS DENTRO DA PRÓPRIA CASA – Polícia resgata casal de idosos em Manaus.

**a) Gíria**

A primeira categoria, a gíria, surgiu pela repetição constante dessas expressões idiomáticas por parte do apresentador e seus repórteres, a partir disso passamos a refletir se elas são adequadas para o que o Telejornal se propõe, ou seja, transmitir informação para os telespectadores, bem como se isto interfere de alguma forma no conteúdo da notícia.

No trecho da matéria intitulada **SEM JESUS NA CAUSA – tráfico até em festa religiosa em Goiás**, o repórter ao mencionar a prisão em flagrante de dois suspeitos de tráfico de drogas o faz da seguinte forma:

*Como a casa já tinha caído os dois indivíduos confessaram que compraram a droga pagando cerca de R\$ 1.200,00 em Horizontina e sabendo da festa, sabendo do fluxo de pessoas, decidiram montar a espécie de mercearia, comércio que vendia doces, bebidas para atrair os possíveis clientes e lá repassar a droga.*

Já na reportagem **FIM TRÁGICO – jovem ateia fogo em namorado no Rio de Janeiro**, o apresentador ao falar sobre o estado de saúde do rapaz demonstra total desprezo pelo sofrimento alheio, ao comentar:

*Ele está no **pico do urubu** no Hospital, Estado grave, gravíssimo, entre a vida e a morte e ela tá foragida.*

A linguagem coloquial repleta de gírias e até palavrões, assim como a excessiva gesticulação, a jocosa expressão facial são características inerentes a este tipo de Jornalismo, conforme nos ensina Patias:

A linguagem simplificada do produto sensacionalista serve para fortalecer a fusão entre o público com a história relatada. Procura legitimidade de representação das populações periféricas através da linguagem coloquial, do emprego do palavrão e da gíria, como se esse uso caracterizasse o seu engajamento com os interesses, gostos e expectativas populares (2006, p.97).

A partir desses trechos fica evidenciado que os agentes de comunicação (apresentador e repórter) têm o objetivo de aproximar-se da população, a grande massa,

por meio de expressões idiomáticas rasteiras sem, contudo, se importarem em infligir a ética profissional.

O Código de Ética dos Jornalistas prevê em seu artigo 6º que é dever do Jornalista: valorizar, honrar e dignificar a profissão. O que diante das práticas corriqueiras do Telejornalismo Policial, como a que acabamos de descrever, fica notório o desrespeito do profissional a tal imperativo ético ao mesmo tempo fica manifesta a sua displicência em cumpri-lo.

#### **b) Juízo de valor**

Enquanto segunda categoria elegemos o Juízo de valor, por entendermos que o Jornalista tem como mister a neutralidade e a isenção na transmissão das informações para que o público possa fazer os seus próprios julgamentos. A partir do momento em que ele assume o papel de Julgador ele passa a influenciar as pessoas com as suas próprias inferências pessoais e deixa de agir enquanto profissional para ser um comentarista de fatos. Assim nos ensina Christofolletti (2008, p.33):

O pré-julgamento é um dos principais crimes que Jornalismo comete. É também uma constante preocupação ética entre os profissionais. Por isso os Jornalistas devem seguir o Direito, absorver a presunção de inocência, ouvir proporcionalmente todos os lados da história e evitar a exploração exagerada de fatos que possam causar comoção ou alarme social. Se Jornalistas não são policiais, tampouco são juízes.

No trecho da matéria **SEM JESUS NA CAUSA – tráfico até em festa religiosa em Goiás**, o apresentador deixa claro o seu posicionamento quanto aos traficantes de drogas, utilizando-se de termos chulos e externando o seu desejo de morte para estas pessoas:

*Coisa do satanás é o tal do traficante. Ô raça desgraçada. Ei, psiu. A festa era pra ser de um santo. A festa para trazer paz. Aí os caras foram vender maconha. É um miserável. Vai para o inferno ou não vai? (Em coro o elenco do Jornalístico grita: VAI!). Você que vende maconha, você tem que ir para o inferno de cabeça para baixo, de cabeça para baixo (ele repete). Você é um covarde. Você que faz isso, você tá levando a meninada para a desgraça. Rapaz, todo dia todo dia, uma mãe chorando ou sepultando o filho ou rezando que ele volte porque ele foi levado por essa desgraça dessa maconha do cão, e depois o cara vai*

*para a cocaína e depois ele começa a fazer tudo o que não presta, porque quando o dinheiro acaba ele mete a roubar. Tome assalto para poder manter o vício. Raça do cão. Comigo (pede o apresentador a participação de seu elenco): Maconheiro raça do cão (Em coro o elenco do Jornalístico grita: Maconheiro raça do cão!), Maconheiro raça do cão (Em coro o elenco do Jornalístico grita: Maconheiro raça do cão!).*

Vejamos o que diz o Código de Ética a este respeito:

Art. 12. O jornalista deve:

III – tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar;

Conduta que ele repete de igual modo na matéria **MADRUGADA VIOLENTA EM SP – Corpos carbonizados são encontrados em porta malas:**

*Agora eu imagino o sujeito que faz isso. O cara é muito frio, é muito ruim, já nasceu ruim, não tem ressocialização, já nasceu miserável, um cara desse não tem chances. Ai ele vai recuperar, ressocializar. Ressocializar nada! O cara que faz isso com uma família, você dá confiança a ele? Eu mesmo não quero nem passando na minha porta. Mas se você gosta leve para a sua casa não é?*

Com este comentário o apresentador deixa nítido o seu posicionamento quanto aos acusados e quanto à ressocialização. A este respeito prediz o Código de Ética dos Jornalistas:

Art. 12. O jornalista deve:

I – ressalvadas as especificidades da assessoria de imprensa, ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas;

No fragmento da reportagem **AGRESSÃO E COVARDIA – Homem e adolescente agredem morador de rua em Lins –SP**, o apresentador do Telejornal Policial ao tempo em que assiste no telão, que fica no estúdio, a cena do crime junto com os telespectadores e deixa transparecer a sua indignação que ele expressa com as seguintes palavras:

*Um adolescente se apresentou como um dos autores da agressão, o outro é um homem de 30 anos que ainda não foi localizado. E você sabe muito bem que menor é protegido pelo Estatuto da Criança e do Adolescente.*

*Ele só tem apenas 17 aninhos e 11 meses. Não faz mal a ninguém. Olha só que beleza. Olha que cena gente. O outro é o de 30 anos. Pelo coque do cabelo já sei de onde ele vem. Olha que covardia. Isso é um covarde. Isso é um covarde. Isso é um covarde. (ele repete) Ah eu passando numa hora dessa. Se eu não desço eu me dane. Ia ser nós dois. Mostra a cena, tela cheia pro Brasil ver! Eu quero que o Brasil veja. (pedindo que a cena seja repetida no telão). O menor e o outro de 30 anos. Cabra safado. Isso deve estar cheio da maconha. Deve tá cheio da maconha. Deve tá cheio da maconha. (ele repete) Não é outra coisa não. Olha que covardia. O rapaz, o cara não faz nenhum mal. O sujeito tá sem defesa. Sentado no chão, sem nenhuma defesa. E tem gente que filma, ao invés de socorrer, mandar parar, filma. É um prazer desgraçado, né? Olha que coisa linda esses dois. Cabra safado. Isso é maconha no rabo. É maconha. Pelo coque do cabelo é maconha ou não é? (Em coro o elenco do Jornalístico grita: É!). Pelo coque, queima ou não queima? (Em coro o elenco do Jornalístico grita: QUEIMA!).*

Com este discurso o comunicador vilipendia diversos direitos fundamentais, é passível de ser processado por alguns crimes e desrespeita o Código de Ética, nos seguintes termos:

Art. 6º É dever do jornalista:

(...) XI – defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, dos adolescentes, das mulheres, dos idosos, dos negros e das minorias;  
(...)XIV – combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza.

Resta patente que o juízo de valor praticado pelo Jornalista no exercício de sua profissão compromete a ética do seu trabalho, tornando a sua atuação questionável e põe em xeque a credibilidade da categoria.

**c) Ironia**

A ironia, assim como o Juízo de valor, quando expressos no discurso jornalístico acabam por torna-lo tendencioso fazendo com que ele perca o que deveria ser uma de suas principais características: a imparcialidade.

E é claro faz com que o cômico passe a habitar dentro de uma estrutura que por sua natureza deveria ser séria, ainda mais quando tratamos sobre violência e criminalidade.

Reside justamente aí a natureza híbrida do Telejornalismo Policial que tem se preocupado menos com informação e mais com entretenimento.

Na passagem da matéria abaixo transcrita **FIM TRÁGICO - Jovem atea fogo em namorado no Rio de Janeiro**, o apresentador se refere ironicamente a suspeita do cometimento de um crime passional, fazendo comentários jocosos e que acabam tirando a atenção para o principal que deveria ser o crime e faz dele uma piada.

*Pense numa menina bacana de se namorar, pense numa menina de família. Ela namorava com ele desde os 17 anos, não aceita que ele tenha outra. Não dá. Acabou. A fila andou, cada um para o seu canto. Mas ela não aceitou. Ciumenta. Mas uma mulher traída, eu digo uma coisa a você meu querido. Mulher não esquece, mulher arquiva. Escreva o que eu tô te dizendo. Katia Cristina de Almeida da Silva, ateou fogo no namorado, sem dó e nem piedade (...)*

*“(...) Olha que sorriso bonitinho (apontando para o telão). É uma dessa que o “caba” se apaixona e compra a chave do inferno. Você vai cair Katia, você vai ser presa, você vai cair, você vai ser presa. Eu não tenho a mínima dúvida. Aí o chororô vai começar. Um juiz bom vai botar você no seu lugar, viu?*

Já na reportagem **REFÊNS DENTRO DA PRÓPRIA CASA – Polícia resgata casal de idosos em Manaus**, o apresentador demonstra seu total desrespeito pela vida humana e ironiza a morte de acusados de praticarem o crime de cárcere privado:

*Ah... eles morreram (expressa falsa consternação) (Em coro o elenco do Jornalístico grita: AH!). Os dois (fazendo menção à morte dos dois suspeitos) (Em coro o elenco do Jornalístico grita: AH!). Não vai fazer graça comigo agora, né? Se eles estivessem vivos, os vagabundos, a gente não ia poder mostrar graças à lei de abuso de autoridade, que eu sei pra quem vai servir, eu pra quem tá se preparando para o futuro.*

Diante deste contexto, o Código Deontológico dos Jornalistas ensina:

Art. 7º O jornalista não pode:

V – usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime;

Na matéria **SEM JESUS NA CAUSA – tráfico até em festa religiosa em Goiás**, o repórter que vinha narrando os fatos conforme ele havia apurado com a polícia, insere no meio da narrativa uma ironia para noticiar que os acusados do crime de tráfico de drogas tinham sido pegos pelas autoridades policiais, o que claramente poderia ser dito de outra forma, sem conteúdo tendencioso ou cômico.

*Eles falaram que eram de Horizonta, outro povoado do Estado de Goiás e que estavam na região por conta do evento religioso que estava tendo, uma festa religiosa tradicional da cidade, que dura nove dias. Por conta do fluxo de pessoas eles decidiram comprar droga lá em Horizonta e traficar em Maniratuba. Só que esqueceram de combinar isso com a Polícia Militar. Os policiais então perguntaram onde estava a droga. Eles falaram que estava no comércio deles, uma espécie de mercearia que eles montaram no local onde estava acontecendo o evento porque segundo eles o movimento de usuários era muito grande, vindo de outros locais para participar da festa.*

Com relação a estes tipos de matérias, resume o Código de Ética dos Jornalistas:

Art. 11. O jornalista não pode divulgar informações:  
II – de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes;

Tomando por base este último artigo citado pressupomos que o conteúdo do Telejornalismo Policial, por si só, já é uma afronta ao código deontológico do Jornalismo, pois o sensacionalismo é a sua principal característica. Quando o Jornalismo se preocupa mais em emocionar do que informar, embora haja legitimidade nos sentimentos que as narrativas televisas são capazes de gerar, a sua função de promover ideias no espaço público é deixada de lado, impondo-se aí um problema ético. (BUCCI, 2002).

Os apresentadores e repórteres deste gênero jornalístico não demonstram o comprometimento ético necessário, exigido de qualquer profissional, sobretudo, do Jornalista que tem por missão o compromisso com a verdade dos fatos:

No jornalismo, a ética é mais que rótulo, que acessório. No exercício cotidiano da cobertura dos fatos que interessam à sociedade, a conduta ética se mistura com a própria qualidade técnica de produção do trabalho. Repórteres, redatores e editores precisam dominar equipamentos e linguagens, mas não devem se descolar de seus comprometeros e valores (CHRISTOFOLETTI, 2010 p.11).

Neste panorama despertamos para a discussão da relevância do debate sobre a ética na academia. “Portanto, a ética jornalística não se aprende nas escolas de comunicação, mas é nesse ambiente que se deve despertar para o exercício ético da reflexão na prática” (CHRISTOFOLETTI, 2010, p.24). O que também nos faz lembrar que boa parte destes apresentadores, não têm formação acadêmica em Comunicação Social ou sequer tem alguma graduação.

## Considerações finais

A partir da análise das cinco reportagens retiradas do programa exibido no dia 28 de janeiro de 2020 pudemos observar que a conduta do apresentador em divulgar os fatos não demonstra qualquer preocupação com a verdade deles, já que raramente ouve o outro lado da história; com as personagens que deles fazem parte e tão pouco com o público que lhe dá audiência.

As três categorias elaboradas em nosso estudo: gíria, juízo de valor e ironia, revelam a principal característica do telejornalismo policial que é o sensacionalismo, e deixam em evidência o protagonismo dos apresentadores deste gênero, em detrimento, muitas vezes, do próprio fato narrado, garantindo entretenimento mas em total descompasso com quaisquer parâmetros éticos e, por conseguinte, com a qualidade da informação.

A título de encerramento, acreditamos que o jornalismo ético é uma ferramenta de promoção do Estado Democrático de Direito, da cultura da paz e da legalidade. A mídia leviana, representada pelo Telejornalismo Policial, por outro lado, é um instrumento de desrespeito aos direitos fundamentais, garantidos pela Constituição Federal e pelo sistema normativo internacional, desacatando de igual forma o Direito à Informação, premissa básica do exercício da cidadania.

O desempenho pleno da profissão jornalística está intimamente ligado à sua independência total e irrestrita de quaisquer amarras, sejam elas de ordem econômica, de mercado ou ideológica e apenas a conduta ética do profissional é capaz de conferir tal autonomia.

## Referências

BARDIN L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70; 2014.

BUCCI, EUGÊNIO. **O peixe morre pela boca**. São Paulo: Scritta, 1993

CHAUÍ, MARILENA. **Filosofia**. São Paulo: Ática, 2002

CHRISTOFOLETTI, ROGÉRIO. **Ética no jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Disponível em: <<http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=1811>>. Acesso em 05 fev. 2020

GERÔNIMO, ADERLON DOS SANTOS. **O protagonismo dos apresentadores no contrato de comunicação dos apresentadores de programas policiais na Paraíba.** 210f f. Dissertação (Mestrado Profissional em Jornalismo) – Universidade Federal da Paraíba. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, João Pessoa, 2019.

DEBORD, GUY. **A Sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DESLANDES S, GOMES R, MINAYO MCS (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** 33 ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios (PNAD).** Rio de Janeiro: IBGE, 2018.

LAGO, CLAUDIA E BENETTI, MARCIA. **Metodologia de pesquisa em jornalismo.** São Paulo: Vozes, 2010.

MARTINS, G.A.; THEÓPHILO, C.R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PATIAS, JAIME CARLOS. **O espetáculo no telejornal sensacionalista.** In: CASTRO, José Valdir de; PINTO, Cláudio Novais (Orgs.). **Comunicação e Sociedade do espetáculo.** São Paulo: Paulus, 2006. p.81-106.

SANCHEZ, LILIANE. **A formação ética na antiguidade e na atualidade: as contribuições da filosofia.** Revista de Educação Técnica e Tecnológica em Ciências Agrícolas, [S.l.], v. 5, n. 10, p. 43, abr. 2017. ISSN 2236-3483. Disponível em: <<http://ufrj.br/SEER/index.php?journal=retta&page=article&op=view&path%5B%5D=3394>>. Acesso em: 05 fev. 2020.

WOLF, MAURO. **Teorias da comunicação.** 2 ed. Lisboa: Presença, 1992.