

Faculdade Canção Nova

Maria Eduarda Cardoso dos Santos

Sensacionalismo em Foco: Uma análise das coberturas realizadas pelos programas

Cidade Alerta e Encontro com Patrícia Poeta

Cachoeira Paulista

2025

Faculdade Canção Nova

Maria Eduarda Cardoso dos Santos

Sensacionalismo em Foco: Uma análise das coberturas realizadas pelos programas
Cidade Alerta e Encontro com Patrícia Poeta

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como exigência da Faculdade Canção Nova
para a obtenção de grau de Bacharelado em
Jornalismo, sob a orientação do Prof. Me.
Raphael Leal de Oliveira Sanches

Cachoeira Paulista

2025

Maria Eduarda Cardoso dos Santos

Sensacionalismo em Foco: Uma análise das coberturas realizadas pelos programas
Cidade Alerta e Encontro com Patrícia Poeta

Aprovado em:

Nota: _____

Banca Examinadora:

Prof. Me. Raphael Leal de Oliveira Sanches – Orientador

Prof. Esp. Denise Lobato Villela Claro

Prof. Dr. Henrique Alckmin Prudente

Cachoeira Paulista

2025

“Só quem sonha, consegue alcançar.”
(Luan Santana)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me sustentado em todos os momentos, e a São Miguel Arcanjo pela intercessão.

Ao meu namorado e companheiro, Pedro Henrique, que esteve comigo desde o início, me incentivando. Obrigada por acreditar em mim.

À minha família, em especial à minha irmã Thalita, e aos meus amigos e colegas por compartilharem os quatro anos de faculdade comigo.

Ao meu Orientador Prof. Me. Raphael Leal, pela dedicação e pelas contribuições que tornaram este trabalho possível. Agradeço também ao Prof. Dr. Henrique Prudente, por suas observações construtivas e apoio acadêmico durante esta trajetória.

Agradeço imensamente a Faculdade Canção Nova, e ao Monsenhor Jonas Abib, fundador da Comunidade Canção Nova, pela oportunidade de realizar este sonho.

A todos que, de alguma forma, contribuíram para que eu chegasse até aqui, o meu mais sincero, muito obrigada.

RESUMO

O cenário comunicacional contemporâneo tem sido impactado pelas mudanças tecnológicas e pelo crescimento das plataformas digitais, o que alterou não apenas os hábitos de consumo informativo, mas também a dinâmica de atuação dos meios tradicionais. Diante da redução progressiva da audiência da televisão, observa-se a adoção de estratégias que priorizam o impacto e o entretenimento, muitas vezes em detrimento da ética e da responsabilidade jornalística. Este trabalho analisa a forma como essas estratégias se manifestam em dois programas populares da televisão brasileira, *Cidade Alerta* e *Encontro com Patrícia Poeta*, a partir de uma abordagem qualitativa, com base em revisão bibliográfica, análise documental e observação de episódios veiculados entre 2020 e 2025, busca-se contribuir para o debate sobre os limites da prática jornalística e os desafios enfrentados pela televisão no atual cenário digital.

Palavras-chave: cultura digital, espetacularização da notícia, ética jornalística, responsabilidade social, telejornalismo

ABSTRACT

The contemporary communications landscape has been impacted by technological changes and the growth of digital platforms, which have altered not only news consumption habits but also the dynamics of traditional media. Faced with the progressive decline in television viewership, strategies that prioritize impact and entertainment are being adopted, often to the detriment of ethics and journalistic responsibility. This paper analyzes how these strategies manifest themselves in two popular Brazilian television programs, *Cidade Alerta* (City Alert) and *Encontro com Patrícia Poeta* (Encounter with Patrícia Poeta). It uses a qualitative approach, based on a bibliographic review, document analysis, and observation of episodes broadcast between 2020 and 2025. It seeks to contribute to the debate on the limits of journalistic practice and the challenges faced by television in the current digital landscape.

Keywords: digital culture, spectacularization of news, journalistic ethics, social responsibility, television journalism

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Luiz Bacci no Cidade Alerta	27
Figura 02: Encontro com Patrícia Poeta	28
Figura 03: Entrevista com a mãe da jovem	30
Figura 04: Bacci mostra o celular de Marcela quebrado	31
Figura 05: Entrevista com o pai de Carlos	33
Figura 06: Momento em que a mãe vai em busca de informações	34
Figura 07: Momento em que Andreia desmaia ao vivo	35
Figura 08: Imagem da Marcela durante a transmissão	38
Figura 09: Comentário em publicação sobre o Caso Marcela	39
Figura 10: Comentário em publicação sobre o Caso Marcela	40
Figura 11: Vídeo publicado no YouTube sobre o Caso Marcela	40
Figura 12: Vídeo publicado no YouTube sobre o Caso Marcela	40
Figura 13: Postagem feita no Instagram sobre o Caso Marcela	41
Figura 14: Matéria publicada no Metrôpoles sobre o Caso Marcela	42
Figura 15: Entrevista do pai da vítima com Patrícia	47
Figura 16: Patrícia Poeta com Valmir Salaro	48
Figura 17: Imagem de Vitória exibida durante a transmissão	50
Figura 18: Cidade de Cajamar (SP) movimentada após o crime	51
Figura 19: Imagens da câmera de segurança que mostram Vitória antes do crime	51
Figura 20: Comentário sobre o Caso Vitória	52
Figura 21: Comentário sobre o Caso Vitória	52
Figura 22: Vídeo publicado sobre o Caso Vitória	53
Figura 23: Vídeo publicado sobre o Caso Vitória	53
Figura 24: Matéria publicada pelo Terra	54
Figura 25: Publicação feita no Instagram sobre o Caso Vitória	54

LISTA DE GRÁFICOS E TABELA

Gráfico 1: Audiência da Record TV	44
Gráfico 2: Audiência da TV Globo	56
Gráfico 3: Comparação ilustrativa: Record TV x TV Globo	58
Tabela: Dias de cobertura do Cidade Alerta	29

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. JORNALISMO	14
1.1 O que é Jornalismo	14
1.2 Jornalismo Investigativo	15
1.3 Jornalismo de Entretenimento	16
1.4 Ética Jornalística	17
1.4.1 Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros	18
2. TELEVISÃO BRASILEIRA	20
2.1 Início do Telejornalismo no Brasil	20
2.2 A Era de Ouro do Telejornalismo	21
2.2.1 Impacto da Internet	22
2.3 Sensacionalismo	23
2.4 Histórico dos programas	26
2.4.1 Cidade Alerta	26
2.4.2 Encontro com Patrícia Poeta	27
3. ANÁLISE DO PROGRAMA CIDADE ALERTA	29
3.1 Caso Marcela	29
3.1.1 Cidade Alerta- 11/02/2020	30
3.1.2 Cidade Alerta- 12/02/2020	31
3.1.3 Cidade Alerta- 14/02/2020	33
3.1.4 Cidade Alerta- 17/02/2020	34
3.2 Linguagem	36
3.3 Recursos Audiovisuais	37
3.4 Repercussão	39
3.5 Audiência	42
3.6 Entrevista com Intervenientes– Coletivo Brasil de Comunicação Social	44
4. ANÁLISE DO PROGRAMA ENCONTRO COM PATRÍCIA POETA	46
4.1 Caso Vitória	46
4.1.1 Encontro- 07/03/2025	46
4.2 Linguagem	48
4.3 Recursos Audiovisuais	49
4.4 Repercussão	52
4.5 Audiência	55
5. ANÁLISE SINTÁTICA DAS EMISSORAS	57
CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS	65
APÊNDICE	70
ANEXOS	74

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o avanço do acesso à internet no Brasil transformou significativamente o modo como os indivíduos se comunicam, se informam e se relacionam. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) sobre Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2024, aproximadamente 92,2% dos domicílios brasileiros tinham acesso à internet, o que corresponde a cerca de 69,1 milhões de lares conectados. O estudo também mostrou que mais de 164 milhões de pessoas no país navegavam pela internet, sendo que o telefone celular continua sendo o principal meio de acesso, utilizado por mais de 99% dos usuários.

O uso da internet é praticamente universal entre os jovens de 10 a 24 anos, ultrapassando 98% de cobertura neste grupo. Entre adultos de 25 a 59 anos, o acesso também é elevado, superando 90%. Entretanto, entre a população com 60 anos ou mais, houve crescimento expressivo no uso da internet, atingindo cerca de 61%, o que representa um avanço significativo em relação a anos anteriores, embora esse grupo ainda apresente os menores índices de conectividade. Esse fenômeno é impulsionado por uma mudança estrutural no comportamento do público, que tem migrado para plataformas digitais, impulsionando o crescimento das redes sociais, colocando o Brasil em terceiro lugar no ranking mundial de uso, segundo levantamento da *Comscore* publicado pela revista *Forbes*.

Com a consolidação desse novo ambiente comunicacional, emerge a chamada *cibercultura*, que, conforme discutido por autores como Pierre Lévy (1999) e Manuel Castells (2003), modifica os hábitos sociais e introduz novas dinâmicas de produção e consumo de informação. Nesse contexto, as plataformas digitais impõem desafios aos meios de comunicação tradicionais, como a televisão, que veem sua audiência fragmentada e progressivamente deslocada para o ambiente online. Diante dessa nova realidade, emissoras de televisão recorrem a estratégias que visam manter a atenção do público, muitas vezes apelando ao sensacionalismo como recurso narrativo. Essa prática jornalística, marcada pelo exagero, pelo apelo emocional e pela espetacularização da notícia, busca competir com a instantaneidade e o engajamento proporcionados pelas redes sociais, ainda que em detrimento da ética e da imparcialidade informativa.

Este Trabalho de Conclusão de Curso realiza uma análise crítica do sensacionalismo no jornalismo televisivo brasileiro a partir dos programas apresentados respectivamente por

Luiz Bacci e Patrícia Poeta. Ambos os programas exemplificam como a busca por audiência pode comprometer a credibilidade jornalística e reforçar uma lógica de consumo baseada no impacto e na emoção.

Foi realizada uma pesquisa qualitativa, descritiva e documental, com revisão bibliográfica e análise de episódios exibidos entre 17 de fevereiro de 2020 e 07 de março de 2025, focando em três aspectos centrais: a linguagem utilizada pelos apresentadores, os recursos audiovisuais empregados na narrativa e a repercussão gerada junto ao público e à mídia.

A escolha do recorte temporal (2020-2025) se justifica pelo contexto pandêmico e pós-pandêmico que intensificou a disputa por atenção nas mídias. Em 2020 a pandemia de COVID-19 ampliou o consumo de notícias sensacionalistas, enquanto os anos seguintes consolidaram a preferência pelas plataformas digitais, acelerando a queda da audiência televisiva.

A problematização surge diante da queda significativa de audiência da televisão tradicional conforme estudo da revista *Palavra Chave* (2024), que aponta uma perda de 28% desde os anos 2000. A busca por engajamento tem levado à exploração emocional e à dramatização de tragédias. Assim, questiona-se se a televisão está sacrificando sua credibilidade ao transformar a dor humana em espetáculo.

O objetivo geral é compreender como a necessidade de manter a audiência leva programas televisivos a adotar comportamentos sensacionalistas, destacando seus impactos na ética jornalística e na percepção do telespectador. Os objetivos específicos incluem: discutir os limites éticos do jornalismo; investigar como o sensacionalismo e os seus impactos tem sido utilizado nos programas televisivos para atrair audiência e entender como o público reage a um programa sensacionalista.

Entre os programas selecionados, destaca-se o *Cidade Alerta*, telejornal policial exibido pela Record TV desde 1995, atualmente apresentado por Reinaldo Gottino. Reconhecido por sua cobertura intensa de crimes e tragédias, o programa utiliza recursos como narração enfática, trilhas sonoras tensas e repetição de imagens impactantes, consolidando-se como um dos maiores expoentes do telejornalismo sensacionalista no Brasil.

O *Encontro com Patrícia Poeta*, transmitido pela TV Globo desde 2012, combina jornalismo e entretenimento, abordando temas sociais, comportamento, saúde e atualidades. Exibido ao vivo às 9h30 o programa, apesar da proposta de equilíbrio entre informação e descontração, também tem sido alvo de críticas por adotar elementos sensacionalistas em coberturas de grande repercussão.

O primeiro caso, do *Cidade Alerta*, examina a cobertura de um assassinato em 2020 que utilizou dramatização e entrevistas invasivas com a família da vítima. Essas práticas, que transformam tragédias em espetáculos para garantir audiência, são identificadas como sensacionalismo, conforme a teoria de Angrimani (1995).

O segundo caso, ocorrido em 2025 no programa *Encontro com Patrícia Poeta*, demonstra como a diluição das fronteiras entre jornalismo e entretenimento, tema abordado por Amaral (2010), se manifesta até mesmo em programas de variedades.

Juntos, *Cidade Alerta* e *Encontro com Patrícia Poeta*, mostram como a televisão moderna prioriza o engajamento emocional, levantando importantes questões sobre a responsabilidade da imprensa na cobertura de tragédias.

1. JORNALISMO

1.1 O que é Jornalismo

O jornalista desempenha uma função essencial na sociedade, sendo responsável por investigar, interpretar e transmitir informações de interesse público. O trabalho vai além de apenas relatar fatos; deve contextualizar os acontecimentos, analisar suas implicações e garantir que o público tenha acesso a informações precisas, imparciais e verificadas.

Bahia (2009, p. 19) afirma que a notícia é a base do Jornalismo. Através dos meios de comunicação direta ou indireta, a notícia adquire conteúdo e forma, expressão e movimento, significado e dinâmica para fixar ou perenizar um acontecimento ou para torná-lo acessível ao público.

O compromisso com a verdade, imparcialidade e responsabilidade social são princípios fundamentais da profissão, pois é por meio da informação que os cidadãos podem tomar decisões conscientes e participar ativamente da democracia. Rossi (2007, p. 07) enfatiza que o Jornalismo, independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes.

O jornalismo compreende em suas extensões, além do jornal e da revista, o radiojornalismo e o telejornalismo. Desdobra-se em especialidades que vão da informação doméstica, científica ou econômica à política, esportiva, artística e ao documentário cinematográfico. Outras formas de comunicação na propaganda, relações públicas e assessorias públicas e privadas são também jornalismo (Bahia, 2009, p. 42).

Em um mundo onde a informação circula rapidamente, o papel do jornalista se torna ainda mais importante, pois precisa combater a desinformação, esclarecer os acontecimentos e atuar com ética e responsabilidade. Mais do que apenas transmitir notícias, o jornalista tem o dever de promover um debate qualificado e contribuir para uma sociedade mais informada e crítica. Segundo Wardle e Derakhshan (2017), desinformação é toda informação falsa ou enganosa, criada, apresentada e divulgada com o propósito de causar dano público ou obter ganhos financeiros ou políticos.

Para Karam (2004, p. 23) tratar sobre a natureza do Jornalismo é tratá-la teoricamente, na forma possível de repensar o cotidiano, de refletir sobre a totalidade dos fenômenos e de inserir, na prática, novas perspectivas. O autor ainda afirma que o Jornalismo trabalha com a diversidade de tempos sociais, com a diversidade de memórias

coletivas, com algumas memórias autobiográficas ou pessoais, que idealmente devem expressar-se em seu tempo singular de produção informativa.

O jornalista tem um papel essencial na construção de uma sociedade informada e democrática. Segundo Bucci (2000, p. 203) é preciso formar jornalistas, é preciso envolver o público no debate e é preciso investir na construção de uma mentalidade social que prestigie e cobre a excelência da imprensa. Por fim, é necessário assegurar um regime democrático que seja capaz de garantir, em nome do direito à informação e da liberdade de expressão, a pluralidade e a diversidade dos meios informativos que atuam no espaço público.

1.2 Jornalismo Investigativo

É uma modalidade do Jornalismo especializada em investigar e revelar informações pouco acessíveis ao público e até ocultas. Diferente da cobertura cotidiana do jornalista, o Jornalismo Investigativo demanda mais tempo devido a análise dos fatos. No entanto, essa busca pela verdade pode encontrar obstáculos como a falta de transparência, a necessidade de lidar com informações sigilosas e protegidas por interesses políticos e econômicos, além de enfrentar ameaças à sua segurança e à liberdade de imprensa.

Yorke (1998, p. 187) introduz o conceito de que o termo “Jornalismo Investigativo” é livremente aplicado por muitos jovens repórteres àquilo que consideram o lado romântico, se não sombrio, da profissão. Estes jovens vêm descobrindo injustiças e corajosamente desmascarando-as. O autor ainda afirma que todas as reportagens “investigativas” devem ser realizadas com meticulosa precisão. Antes de tudo, é essencial ter certeza de que há alguma coisa a ser investigada.

Uma das principais características do Jornalismo Investigativo é a cobertura de crimes como homicídios, tráfico de drogas, corrupção e escândalos. No Brasil esse modelo jornalístico começou a ganhar relevância com a investigação da ROTA (Rondas Ostensivas Tobias de Aguiar), segmento da Polícia Militar de São Paulo, feita pelo jornalista Caco Barcellos, entre 1985 e 1992, quando publicou um livro sobre este caso.

Investigação é um trabalho que exige fôlego, paciência e apuração criteriosa. A “boa” denúncia apresenta provas irrefutáveis. Pode até ser questionada, mas nunca desmentida. Caso contrário é “denuncismo” - palavra que não se

encontra nos dicionários, mas é como se convencionou chamar a divulgação de acusações infundadas ou mal apuradas que denigrem a imagem de pessoas inocentes, afetam a credibilidade do jornalismo ou terminam com a absolvição dos acusados por falta de provas (Bistane; Bacellar, 2010, p. 61).

No Brasil diversos programas televisivos são focados na cobertura de crimes, variando entre programas de notícias diárias, documentários que analisam crimes de grande repercussão ou programas policiais. Um dos programas mais conhecidos é o *Cidade Alerta* da Record TV, que foi analisado posteriormente.

Yorke (1998, p. 190) considera que a partir do momento em que o caso se torna “ativo”, os jornalistas passam a ter limitações quanto àquilo que podem noticiar, havendo restrições adicionais quando há o envolvimento de adolescentes, e crimes como estupro, entre outros.

Embora a função principal do Jornalismo seja informar com responsabilidade, a exploração de tragédias pode gerar dilemas éticos, especialmente diante da disputa por audiência. Nesse contexto, repórteres, editores e apresentadores enfrentam desafios como a busca pelo equilíbrio entre informação e sensacionalismo, o respeito às vítimas e a apuração precisa dos fatos.

Pena (2013, p. 110) sugere que a velocidade da informação e a falta de repórteres investigativos fazem com que a notícia seja elaborada como um produto industrial, atrelado a rotinas específicas e demandas de mercado, com a desvantagem de o produto final ser altamente perecível.

1.3 Jornalismo de Entretenimento

O Jornalismo de Entretenimento é uma vertente da comunicação que combina elementos informativos com aspectos lúdicos, visando não apenas transmitir notícias, mas também gerar envolvimento emocional, diversão e identificação com o público. Ao contrário do Jornalismo tradicional, o Jornalismo de Entretenimento, cujo foco é a objetividade e a imparcialidade, prioriza a experiência do telespectador, incorporando narrativas mais leves, dinâmicas e, muitas vezes, personalizadas. Essa modalidade pode abranger desde coberturas sobre cultura pop, música, cinema e celebridades até debates e histórias do cotidiano apresentadas com apelo mais informal.

Para Wolf (2005, p.194) a característica central desse formato é a “hibridização” de linguagens em que a informação é transmitida, aproximando-se de formatos televisivos voltados para o lazer. O autor aponta que essa fusão, chamada *infotainment*, reflete a transformação do Jornalismo em um produto que precisa competir com múltiplas fontes de distração e consumo de mídia, especialmente no ambiente digital.

O Jornalismo de Entretenimento se tornou relevante pela capacidade de atrair grandes audiências e criar vínculos mais afetivos com o público. Entretanto, essa busca por engajamento pode gerar riscos, como a superficialidade na abordagem de temas complexos e a adoção de elementos sensacionalistas. Segundo Amaral (2019, p. 78) a linha editorial não abdica da informação, mas a remodela para atender ao prazer do consumo midiático, criando um produto híbrido que mantém o público informado, mas também entretido.

Embora seja uma estratégia eficiente para manter a audiência, o Jornalismo de Entretenimento levanta questionamentos éticos na tentativa de tornar o conteúdo mais atraente, acaba explorando a emoção excessivamente ou simplificando questões sociais relevantes. Tal dilema reforça a importância de manter um equilíbrio entre leveza e responsabilidade informativa, evitando que o entretenimento se sobreponha ao compromisso com a veracidade e a qualidade da notícia.

1.4 Ética Jornalística

A Ética Jornalística é um conjunto de princípios que orientam o trabalho dos profissionais, garantindo que a informação seja transmitida com veracidade, imparcialidade e responsabilidade. Seu objetivo é assegurar que a sociedade receba notícias de qualidade, baseadas em fatos e sem manipulação.

O jornalismo já é em si mesmo a realização de uma ética: ele consiste em publicar o que outros querem esconder mas que o cidadão tem o direito de saber. Isto é a notícia: a informação que, uma vez revelada, afeta as expectativas do cidadão, do consumidor, do homem e da mulher comuns quanto ao mundo que os cerca, quanto ao futuro ou quanto ao passado (Bucci, 2000, p. 42).

O Jornalismo deve evitar favorecer interesses políticos, econômicos ou ideológicos. Embora a total imparcialidade seja um desafio, é essencial para manter a credibilidade.

Segundo a ideia de Bucci (2000, p. 50) dar voz aos dois lados de uma mesma história, quando há dois lados que se enfrentam, é uma exigência ao mesmo tempo ética e técnica do Jornalismo. Procurar a verdade dos fatos é um imperativo ético e é, também, o objetivo de toda a técnica jornalística. Em nenhum aspecto haverá contradição entre técnica e ética jornalística. O autor ainda salienta que não há ética possível onde viceja o conflito de interesses.

As pautas são escolhas técnicas, mas também morais. Técnicas, por exemplo, ao considerar de interesse público fatos que tenham relevância e abrangência sociais. Mas na própria escolha técnica está contida também uma forma de relevância moral de determinado fato em detrimento do outro (Karam, 2004, p. 202).

Karam (2004, p. 248) enfatiza que a ética do discurso continua tendo papel importante. Em quaisquer âmbitos e instituições, a mediação da linguagem, a argumentação e o convencimento são relevantes. Se a realidade desmente, muitas vezes, os processos comunicativos, a ética discursiva pode, pelo menos, ser fundamental para o acesso ao processo de participação em diferentes esferas públicas.

1.4.1 Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros

Para reafirmar as ideias levantadas o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros foi criado, resumindo-se em um conjunto de normas que orientam a conduta dos profissionais da imprensa, garantindo que o exercício do Jornalismo seja pautado pela responsabilidade, imparcialidade e compromisso com a verdade.

No Brasil é regulamentado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e estabelece diretrizes essenciais para a atuação ética da categoria. O documento define que a informação é um direito social fundamental, e que o Jornalismo deve ser exercido de maneira independente, sem submissão a interesses políticos ou econômicos.

Entre os princípios básicos da profissão destacam-se: compromisso com a veracidade dos fatos, liberdade de expressão, independência profissional, respeito aos direitos humanos e compromisso com o interesse público. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros também estabelece obrigações para os profissionais da imprensa, garantindo que sua atuação seja ética e responsável. Entre os deveres do jornalista (1987, p. 02), estão: divulgar apenas

informações de interesse público, garantir a pluralidade de vozes, proteger o sigilo da fonte, corrigir erros de forma transparente e não usar o Jornalismo para obter vantagens pessoais.

Caso um jornalista descumpra as normas estabelecidas, pode ser denunciado aos sindicatos da categoria e às comissões de ética da FENAJ. As penalidades variam conforme a gravidade da infração e podem incluir advertências, suspensões e até a cassação do registro profissional. Além disso, jornalistas também estão sujeitos a leis nacionais, como o Código Penal e a Lei de Imprensa, que podem responsabilizá-los civil e criminalmente em casos de calúnia, difamação ou divulgação de informações falsas.

Os desvios éticos da imprensa brasileira não se resumem às falhas dos jornalistas - que, evidentemente, devem ser analisadas em público, para o bem da melhoria da qualidade da informação; eles se estendem às empresas e à sociedade. O problema ético é um problema estrutural e sistêmico (Bucci, 2000, p. 35).

Karam (2004, p. 140) explica que, muitas vezes, os discursos são desmentidos pelos fatos ou os desconhecem, tornando o Jornalismo uma espécie de atividade a meio caminho entre informação pública, publicidade e marketing. Bucci (2009, p. 32) ressalta que a publicidade contribuiu para confundir o negócio de informar com o negócio de entreter; basta observar como são campanhas publicitárias para promover jornais, revistas e outros veículos. O autor segue seu pensamento afirmando que:

Quando se pensa sobre os meios de comunicação, é comum que se separem as coisas em pelo menos duas categorias: de um lado está o divertimento e de outro lado está a imprensa. A primeira oferece filmes e programas de ficção e muitos outros produtos. [...] Já a segunda categoria é mais sóbria. A ela caberia a nobre função de informar o cidadão. [...] As duas categorias satisfazem o consumidor (Bucci, 2009, p. 29).

O Jornalismo tem um papel fundamental na sociedade, pois influencia a opinião pública. Assim, o profissional deve agir com responsabilidade, evitar exposições desnecessárias e a violação da privacidade dos envolvidos nas reportagens. O Jornalismo deve promover o respeito à dignidade humana, evitando conteúdos que possam incentivar discriminação, preconceito ou violência.

A informação embalada pela interpretação particular dos editoriais ou pelas coberturas noticiosas não torna o jornalismo uma forma de conhecimento, embora ele exista como possibilidade. Apenas adequa o jornalismo à lógica da estrutura mercadológica da sociedade, fazendo-o misturar-se ontológica e epistemologicamente aos demais campos da coação social (Karam, 2004, p. 214).

2. TELEVISÃO BRASILEIRA

2.1 Início do Telejornalismo no Brasil

O telejornalismo é a prática jornalística aplicada à televisão, combinando elementos audiovisuais, como imagens, sons e gráficos para levar a informação de forma mais dinâmica ao público. De acordo com Yorke (1998, p. 17) no momento em que o indivíduo se torna jornalista de televisão está entrando numa profissão jovem com raízes principalmente nos jornais, revistas e rádios.

A televisão foi criada na década de 1920, mas chegou ao Brasil em 1950. O telejornalismo brasileiro começou sua história com a transmissão do programa *Imagens do Dia*, no dia 20 de setembro pela TV Tupi, de São Paulo. A emissora foi inaugurada por Assis Chateaubriand, jornalista e empresário brasileiro, dois dias antes do primeiro telejornal do país ir ao ar.

O telejornalismo é, então, uma construção social, no sentido de que se desenvolve numa formação econômica, social, cultural particular e cumpre funções fundamentais nessa formação. A concepção de que o jornalismo tem como função institucional tornar a informação publicamente disponível e de que o faz através das várias organizações jornalísticas é uma construção: é da ordem da cultura o jornalismo ter se desenvolvido deste modo em sociedades específicas (Gomes, 2011, p. 19).

O telejornalismo é um dos formatos mais influentes da comunicação de massa, caracterizando-se pela combinação de imagem, som e texto para transmitir informações ao público de forma clara e impactante, permitindo uma experiência mais imersiva para os telespectadores. Bahia (2009, p. 169) ressalta que a notícia na TV ganha em relação à imprensa e ao rádio elementos de comprovação que reduzem, ao mínimo, ruído ou distorção.

O telejornalismo se diferencia também por características como o imediatismo, permitindo a transmissão de notícias em tempo real, além disso, o impacto das imagens atrai a atenção do público e facilita a compreensão dos fatos. A acessibilidade também é um fator relevante, tendo em vista que a televisão alcança diferentes públicos, consolidando-se como uma das principais fontes de informação.

2.2 A Era de Ouro do Telejornalismo

De acordo com Coimbra (2018) o grande momento da televisão no Brasil pode ser associado às décadas de 1960 e 1970, quando a TV se consolidou como o principal meio de comunicação e entretenimento no país. Durante esses anos a televisão brasileira avançou junto com a tecnologia e a expansão do sinal para outras regiões do país. Assim, a televisão tornou-se mais acessível.

A notícia na televisão, antes de se consolidar como telejornalismo, absorve experiências da imprensa e do rádio. A influência do radiojornalismo é maior e por alguns anos o telejornalismo é um jornal radiofônico com imagens em preto-e-branco ou em cores. Dos anos 80 em diante, a televisão define mais precisamente as suas formas de expressão (Bahia, 2009, p. 123).

De acordo com Souza (2021, p. 281) nessa época surgiram noticiários como o *Jornal Nacional* da TV Globo em 1969, se tornando o primeiro telejornal brasileiro a ser transmitido em rede nacional. Os anos 1970 foram marcados pelo crescimento da TV Globo. A imagem colorida na televisão foi oficialmente implantada no Brasil em 1972, trazendo mais dinamismo às produções.

Segundo Casoy (1993), antes dos anos 1980, os telejornais brasileiros tinham um formato mais formal e distante, com a figura do locutor em destaque. No entanto, foi com a chegada de programas como o *Jornal da Manchete*, da Rede Manchete, e o *Telejornal Brasil*, do SBT, que uma mudança significativa começou a moldar a forma como as notícias eram apresentadas. O *Telejornal Brasil*, em particular, é creditado por inovar ao introduzir a figura do âncora no telejornalismo nacional. Esta nova abordagem não apenas personalizou a comunicação, mas também criou uma relação de confiança com o público, tornando o jornalista o ponto central da notícia. Essa transição marcou o início de uma nova era, quando a autoridade e a presença do apresentador se tornaram elementos cruciais para a credibilidade e o sucesso de um noticiário.

A digitalização do sinal de televisão, iniciada em 2007, melhorou a qualidade da imagem e do som, mas a audiência começou a migrar para outros serviços. Atualmente, a televisão ainda é relevante no Brasil, mas a forma de consumir conteúdo mudou. A TV tradicional precisou se adaptar, investindo mais em plataformas digitais e conteúdos interativos.

O cenário do Jornalismo, uma vez dominado por meios impressos e transmissões televisivas, se desdobra para se destacar no cenário digital. A internet revolucionou a forma

como o público consome informação e entretenimento. De acordo com Fidalgo (2001, p. 08) a maneira mais simples até de se familiarizar com o novo meio é transpor para este meio as formas tradicionais e, em seguida, começar a experimentar.

A internet teve início em 1969, quando o *Advanced Research Projects Agency*, uma organização do Departamento de Defesa norte-americano focada na pesquisa de informações para o serviço militar, criou a *Arpanet*, rede nacional de computadores, que servia para garantir a comunicação emergencial caso os Estados Unidos fossem atacados por outro país (Ferrari, 2018, p. 25).

2.2.1 Impacto da Internet

Segundo dados do Kantar IBOPE Media, de abril de 2024, os brasileiros dedicaram semanalmente 5 horas e 14 minutos à televisão linear, TVs aberta e paga, e 2 horas e 23 minutos a plataformas de vídeo online. A média de tempo que os brasileiros passam assistindo programas televisivos vem caindo nos últimos anos, enquanto o consumo de conteúdos online, como *YouTube*, *Netflix* e *TikTok*, aumenta constantemente.

Castells (2003, p. 13) afirma que a internet põe em relevo a capacidade que tem as pessoas de transcender metas institucionais, superar barreiras burocráticas e subverter valores estabelecidos no processo de inaugurar um mundo novo. Reforça também a ideia de que a cooperação e a liberdade de informação podem ser mais propícias à inovação do que a competição e os direitos de propriedade.

De acordo com Ferrari (2006, p. 26) a internet chegou ao Brasil no final da década de 1980, inicialmente voltada para a comunidade acadêmica e científica. Até o início dos anos 1990 o acesso à internet era restrito ao meio acadêmico e apenas em 1994 começaram as primeiras conexões comerciais. Com a crescente demanda, o Brasil viu um aumento no número de usuários da internet. Colombo; Varella e Bizzoti (2023) apontam que os anos 2000 marcaram o início da internet banda larga, permitindo maior velocidade de navegação. A partir desse período o Brasil passou a integrar a era digital com a internet se tornando uma ferramenta essencial para comunicação, educação e negócios.

De acordo com a Forbes, notícia publicada em março de 2023, o Brasil é o terceiro país que mais usa redes sociais no mundo e o primeiro da América Latina em acesso às

plataformas, o equivalente a 131,5 milhões de pessoas. A análise *Tendências de Social Media 2023* mostrou que os 131,5 milhões de usuários conectados no Brasil têm passado cada vez mais tempo na internet, em especial no *YouTube*, *Facebook* e *Instagram*.

O achatamento de tempo e espaço que a internet provoca também possibilita a criação de jornalismo segmentado a públicos bem específicos. Há editorias que não possuem material suficiente para preencher uma página de jornal impresso, há temáticas que não sustentam uma revista mensal ou um programa de TV semanal, seja por falta de rotatividade de novos fatos, seja por não haver público suficiente interessado nos temas apresentados - e por isso nunca recebem espaço nas mídias tradicionais (Oliveira, 2012, p. 58).

A internet transformou profundamente o Jornalismo, impactando desde a produção e distribuição de notícias até o consumo de informação pelo público. Se antes os jornais impressos e a televisão eram as principais fontes de informação, a chegada da internet trouxe velocidade, interatividade e novas formas de narrativa para a profissão.

2.3 Sensacionalismo

Quando se aborda o sensacionalismo logo se pensa em algo espetacular, que desperta emoções. Para Angrimani (1995, p. 14) a adjetivação sensacionalista foi usada de maneira errada por muito tempo. Qualquer que fosse a falha na informação cometida por um veículo poderia ser classificada como sensacionalista.

De acordo com o Dicionário da Comunicação, o sensacionalismo é:

Estilo jornalístico caracterizado por intencional exagero da importância de um acontecimento, na divulgação e exploração de uma matéria, de modo a emocionar ou escandalizar o público. Esse exagero pode estar expresso no tema (no conteúdo), na forma do texto e na apresentação visual (diagramação) da notícia. O apelo ao sensacionalismo pode conter objetivos políticos (mobilizar a opinião pública para determinar atitudes ou pontos de vista) ou comerciais (aumentar a tiragem do jornal). [...] Qualquer manifestação literária, artística, etc, que explore sensações fortes, escândalos ou temas chocantes, para atrair a atenção do público (Dicionário da Comunicação, 1987, p. 531).

Angrimani (1995, p. 40) assinala que o Jornalismo sensacionalista tem um início incerto, mas algumas enciclopédias dão como referência o final do século XX, e atribuem aos editores Joseph Pulitzer e William Randolph Hearst a responsabilidade pela implementação desse gênero jornalístico. O fato é que o sensacionalismo está enraizado na imprensa desde seus primórdios, como no *Publick Occurrences*, primeiro jornal americano.

No final do século XIX surgiram os dois jornais que moldaram o gênero sensacionalista, dando características que até hoje são utilizadas, como o objetivo central de atrair a atenção do público.

A prática sensacionalista é o grau mais radical da mercantilização da informação, onde se vende aparência; onde a informação interna não irá desenvolver melhor do que a manchete, e está carregado de apelos às carências psíquicas das pessoas e explorá-las de forma sádica, caluniadora e ridicularizadora (Filho, 1986, p. 87).

O autor ainda define a imprensa sensacionalista como a que não se presta a informar, muito menos a formar. O sensacionalismo é uma estratégia que em vez de priorizar a informação objetiva e equilibrada, destaca aspectos chocantes, polêmicos ou apelativos, muitas vezes distorcendo e manipulando os fatos para gerar maior impacto e audiência.

Angrimani (1995, p. 41) afirma que para identificar um veículo sensacionalista deve-se basicamente saber que o sensacionalismo é uma forma diferente de passar uma informação. Mesmo um jornal não-sensacionalista pode ter em alguns momentos de sua produção momentos sensacionalistas, e o telespectador precisa de espírito crítico para entender quando ocorre a mudança da linguagem objetiva para a sensacionalista, afinal é nessa transposição onde ocorre o sensacionalismo.

O autor destaca ainda que:

A apresentação deve ser chocante, exigindo o envolvimento emocional do público. Haveria mais imagens de gente chorando, às vezes, o repórter também se ‘emociona’ e chora com os personagens da notícia). As cenas seriam centralizadas na ação policial, mostrando armas e o assalto dos policiais a casa, onde a criança estaria presa. O repórter, acompanhado pela equipe, entraria em seguida, como se fizesse parte da força de resgate, proporcionando prazer vicário ao telespectador, como se ele não estivesse protegido em sua casa, mas participando da ação repressiva. O tom da narração seria carregado de dramaticidade e a edição poderia ser apresentada como em capítulos de novela, percorrendo todo o telejornal, que encerraria com a união da família - e, se possível - com a punição do criminoso (Angrimani, 1995. p. 41).

O autor atesta que nos jornais não-sensacionalistas, há sempre uma carga intensa de violência que não se revela, e tal violência pode ser detectada no editorial agressivo, no artigo emocional, na foto marcante e na reportagem denunciadora. Contudo trata-se de uma violência “disfarçada” na forma editorial, enquanto que no jornal sensacionalista a violência faz parte da linguagem e da forma de edição, salientando que o Jornalismo sensacionalista, pela maneira própria de enquadramento discursivo, estrutura, representa e permite acesso ao mundo da liberdade pela exploração dos temas agressivos, homicidas e aventureiros, que não

podendo realizar-se na vida cotidiana, submetido às leis da censura, tendem a realizar-se projetivamente, na leitura.

O sensacionalismo está intimamente ligado ao homicídio, à morte e ao sangue derramado. O sangue representa simbolicamente esse gênero de imprensa. Os franceses, quando querem se referir a um jornal sensacionalista, utilizam a expressão ‘sang à la une’ (sangue na primeira página); no Brasil, em São Paulo, fala-se em jornal ‘Espreme que sai sangue’. Ou seja, pode ter excesso de fotos de cadáveres, notícias de mortes e assassinatos, o jornal ficaria ‘embebido’ pelo seu conteúdo (Angrimani, 1995, p. 64).

A prática do Jornalismo sensacionalista pode trazer impactos negativos tanto para a sociedade quanto para a própria credibilidade da imprensa, como a desinformação, manipulação da opinião pública, alimentação da cultura do medo nos casos criminais, julgamento midiático e desrespeito à privacidade.

Ao priorizar manchetes exageradas, dramatização de tragédias e exploração do emocional do público, o Jornalismo sensacionalista muitas vezes compromete a qualidade da informação em favor da audiência. Esse tipo de abordagem pode distorcer a realidade dos fatos. Além disso, ao transformar crimes, desastres e escândalos em espetáculos midiáticos, a imprensa corre o risco de desrespeitar a dignidade das vítimas e seus familiares.

Com a disseminação de conteúdos sensacionalistas, o público tende a desconfiar da veracidade das notícias, levando à migração para fontes alternativas, como redes sociais, nem sempre comprometidos com a verificação dos fatos. Para recuperar a confiança da audiência, os meios de comunicação precisam equilibrar a necessidade de atratividade com a ética jornalística, priorizando uma cobertura informativa e transparente. Bucci (2000, p. 141) afirma que as discussões inadvertidas conduzem ao vexame ou, o que é pior, ao assassinato da reputação.

Para Júnior (2010, p. 38) a importância da transparência no Jornalismo é cada vez mais difusa e ultrapassa fronteiras. Parte do consenso de que a crise de credibilidade na imprensa só será revertida com estímulo de debate; debate aberto entre jornalistas, veículos e seu público.

2.4 Histórico dos programas

2.4.1 Cidade Alerta

O *Cidade Alerta* é um telejornal policial brasileiro que estreou em 3 de abril de 1995, inicialmente em São Paulo. Com o tempo o programa se expandiu para todo o país, tornando-se um dos principais representantes do gênero policial na televisão brasileira. O pioneiro, Ney Gonçalves Dias, criou um formato ágil e visualmente dinâmico, movendo-se pelo estúdio e interagindo com múltiplas câmeras, em grande parte por limitações técnicas, mas que acabou se tornando uma marca estilística do programa.

A emissora Record TV é responsável por editar e formatar o programa que possui caráter de prestação de serviço ao público, cobrindo casos de desaparecimento e tragédias com investimento em buscas e demandas comunitárias. Contudo, a abordagem sensacionalista também rendeu críticas e até condenações judiciais. Em 2025 a emissora foi condenada a pagar vinte e três mil reais por expor de forma abusiva um homem como suspeito de desaparecimento, sem provas concretas.

A linha editorial combina Jornalismo policial com apelo sensacionalista. A estrutura se caracteriza pela narração enfática, uso frequente de trilhas sonoras tensas e ênfase na repetição de imagens impactantes. São utilizados recursos como helicópteros para fazer a cobertura ao vivo de diversas regiões simultaneamente. Esse formato se consolidou ao longo dos anos como uma referência em telejornalismo policial popular, adotado por programas concorrentes.

Ao longo de sua trajetória o telejornal passou por reformulações e teve diversos apresentadores, entre eles: Gilberto Barros, João Leite Neto, José Luiz Datena e Marcelo Rezende. A partir de 2014 Luiz Bacci assumiu a apresentação e se tornou um dos principais nomes associados ao programa. Desde janeiro de 2025 passou a ser apresentado por Reinaldo Gottino.

Atualmente é exibido de segunda a sexta-feira, a partir das 16h30, com edições especiais aos sábados às 17h e às 21h. O horário de exibição o posiciona como um dos principais programas vespertinos da emissora, com grande visibilidade, especialmente entre o público mais velho.

Figura 01: Luiz Bacci no Cidade Alerta



Fonte: www.record.r7.com/cidade-alerta

Cabe apontar também que a Record TV, além do *Cidade Alerta*, em nível de jornalismo policial, também leva ao ar o *Balanço Geral*, dando respaldo para concluir que faz parte do olhar da emissora o desenvolvimento de tais tipos de programas.

2.4.2 Encontro com Patrícia Poeta

O programa *Encontro*, originalmente intitulado *Encontro com Fátima Bernardes*, estreou na TV Globo em 25 de junho de 2012, apresentando-se como um formato inovador nas manhãs da emissora brasileira, unindo entretenimento, debates sobre temas sociais e entrevistas com celebridades e especialistas. A linha editorial do programa se caracteriza pela informalidade e proximidade com o público.

Após dez anos, a partir de julho de 2022, a apresentação passou a ser de Patrícia Poeta. A transição do programa foi acompanhada de mudanças no formato, ganhando um tom mais jornalístico com a inserção de reportagens ao vivo e maior presença de discussão de temas emocionais, refletindo a adaptação do programa à nova era digital e à necessidade de engajamento ampliado.

Ao longo da história o programa teve co-apresentadores e colaboradores fixos. Na fase de Fátima Bernardes, nomes como Lair Rennó e Marcos Veras participaram da atração.

Quando Patrícia Poeta assumiu, a apresentadora dividiu o comando com Manoel Soares por um período e, durante as férias, o programa chegou a ser apresentado por Tati Machado e Valéria Almeida.

Figura 02: Encontro com Patrícia Poeta



Fonte: www.gshow.globo.com/tv/encontro-com-patricia-poeta/

Com a saída de Fátima Bernardes a mudança foi marcada por polêmicas e críticas do público, que notou uma falta de sintonia entre Patrícia Poeta e Manoel Soares. Diversos vídeos viralizaram nas redes sociais mostrando episódios de supostas gafes e "climões" entre os dois apresentadores. As interações entre os dois levaram o público a criticar o comportamento de Patrícia Poeta, que foi vista como condescendente e, em alguns casos, acusada de racismo estrutural e assédio moral. Em junho de 2023 Manoel Soares foi desligado da TV Globo.

Essa reformulação buscou alinhar o programa, agora intitulado *Encontro com Patrícia Poeta*, com as novas estratégias da emissora frente à concorrência com plataformas digitais. O *Encontro com Patrícia Poeta* é transmitido ao vivo de segunda a sexta-feira, a partir das 9h30 da manhã.

3. ANÁLISE DO PROGRAMA CIDADE ALERTA

3.1 Caso Marcela

O primeiro caso a ser analisado é referente à cobertura realizada por Luiz Bacci, apresentador do programa *Cidade Alerta* da Record TV no dia 17 de fevereiro de 2020. O jornalista fez a intermediação entre a mãe da vítima e o defensor do assassino ao vivo.

Marcela, de 20 anos, estava desaparecida em Guarulhos (SP) desde a manhã do dia 8 de fevereiro, quando saiu de casa apenas com a roupa do corpo e sem levar pertences, e a partir de então, a família não teve mais notícias da jovem, que estava grávida.

Carlos, de 26 anos, era o namorado de Marcela há quatro meses e o pai do bebê que ela esperava. O relacionamento era descrito pelas pessoas mais próximas como violento, com Carlos se transformando de um "príncipe" para um "monstro". Carlos desapareceu logo após o sumiço de Marcela. Após a intensa cobertura da imprensa e a crescente pressão sobre a família de seu namorado, Carlos se entregou à polícia e confessou o crime. No dia 17 de fevereiro de 2020 Carlos revelou que havia assassinado Marcela e ocultado seu corpo.

A cobertura do *Cidade Alerta* sobre o *Caso Marcela* ocorreu entre os dias 11 e 17 de fevereiro de 2020. Com base nas reportagens exibidas pela Record TV em seu canal no *YouTube*, a tabela a seguir evidencia a progressão do sensacionalismo a partir da descoberta de novos elementos, destacando os principais pontos de virada na narrativa:

Tabela: Dias de cobertura do Cidade Alerta

	11/02/2020	12/02/2020	14/02/2020	17/02/2020
Título	"Caso Marcela: grávida some após briga com o namorado"	"Bacci mostra celular destruído pelo namorado antes do sumiço"	"Testemunhas confirmam comportamento agressivo do namorado"	"Namorado acusado pela mãe na polícia"
Fontes	Familiares e vizinha	Família, autoridades e vizinhos	Família, autoridades e vizinhos	Mãe e advogado do acusado
Imagens	Fotos de Marcela, filmagens externas da equipe e cenários ilustrativos	Fotos de Marcela, filmagens externas, imagens do celular destruído, delegacia e viaturas	Fotos de Marcela, filmagens externas e locais mencionados por testemunhas	Fotos de Marcela, imagens externas da casa e câmera focada na mãe
GC	"CASO MARCELA: A ÚNICA PISTA É A BRIGA DO CASAL"	"CASO MARCELA: POR QUE NOIVO DORMIU COM A EX NO DIA DO SUMIÇO"	"CASO MARCELA- NO RASTRO DE MENTIRAS: CADE A VITIMA?"	"HOJE NO CASO MARCELA: NAMORADO ACUSADO PELA MÃE NA POLÍCIA"
Foco	Desaparecimento da jovem	Investigação e celular destruído como evidência	Agressividade do namorado	Confissão do assassinato ao vivo e reação intensa da mãe
Duração	33min20s	42min09s	27min56s	10min52s

Fonte: Segmentação da autora

3.1.1 Cidade Alerta- 11/02/2020

No primeiro dia de cobertura o foco principal foi a informação do desaparecimento da jovem. De 02 horas e 50 minutos do tempo total de exibição do programa, 33 minutos e 20 segundos foram dedicados ao caso.

O apresentador Luiz Bacci frisou, de forma contundente, o sumiço da moça: *“De Guarulhos, aqui na grande São Paulo, ela que está sumida, é isso? Desde quando, Mariana? Vê pra mim, por favor! Desde sábado. Marcela! Ela tem 20 anos de idade! Ela está grávida! Meu Deus do céu! Mais grave ainda a situação, então!”*. O apresentador, em sua fala, demonstra claramente um caráter opinativo, que vai muito além do foco de informar. E, ao fazer exclamações como *“Mais grave ainda a situação, então!”*, cria uma situação de suspense em torno do caso.

Durante o programa, o jornalista conversou ao vivo com a mãe da jovem, Andreia, e com uma vizinha, Adriana, além da entrevista com Andressa, cunhada de Marcela, e Cristiano, seu irmão. As fontes relataram que se tratava de um relacionamento abusivo, marcado por ameaças direcionadas à companheira e aos familiares. Adriana, a vizinha, testemunhou a briga, ouvindo gritos e vendo que Marcela estava sendo agredida, enquanto seus irmãos tentavam defendê-la. Carlos chegou a pegar uma pedra para atacar os irmãos de Marcela e ameaçou matar todos.

Figura 03: Entrevista com a mãe da jovem



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=9jofLHsm90E>- Acesso em: 22 ago. 2025

Andressa conta que sempre aconselhou Marcela a se afastar de Carlos, e que a jovem estava se preparando para mudar para uma casa própria na mesma rua. O irmão, Cristiano, diz que ele e os outros irmãos deram socos em Carlos para defender Marcela em um dos episódios de agressão durante uma briga do casal. Carlos os ameaçou de morte.

Este primeiro dia de cobertura trata como a mãe de Marcela estava lidando com o desaparecimento da filha. De acordo com as entrevistas, a família estava muito preocupada e sem dormir. O irmão de Marcela, Cristiano, fez um apelo durante o programa para que quem tiver informações sobre o caso entre em contato. O apresentador, Luiz Bacci, também reforçou o apelo ao vivo para que Carlos devolvesse Marcela viva.

3.1.2 Cidade Alerta- 12/02/2020

No dia seguinte, de 02 horas e 50 minutos do tempo total de exibição do programa, 44 minutos e 09 segundos foram dedicados ao caso.

O apresentador começa a cobertura chamando um operador de câmera: “*Mostra aqui, por gentileza*”. Imediatamente, a imagem é fechada no celular de Marcela que foi destruído por Carlos, tratado como evidência central da agressividade do rapaz.

Figura 04: Bacci mostra o celular de Marcela quebrado



Fonte: www.youtube.com/watch?v=xxC5Yuc7nas&t=245s- Acesso em: 22 ago. 2025

Segundo relatos da própria família de Marcela, o celular da jovem foi encontrado completamente destruído, após Carlos ter passado com o carro por cima dele diversas vezes. A família afirma que ele fez isso para impedir que a polícia rastreasse o aparelho.

Foi dado amplo destaque à fala da mãe de Marcela, que foi conduzida por questionamentos do apresentador a respeito do relacionamento de Marcela com Carlos. Bacci exclama: *“Meu Deus do céu! Isso não é possível! Isso daí é um celular?”*. O apresentador continua: *“Nossa, mas que homem violento! E a senhora acha que ele pode ter levado a sua filha, sequestrado a sua filha e fazer alguma maldade com ela?”*.

A família e os vizinhos de Marcela seguiram relatando que Carlos era agressivo, tanto verbalmente quanto fisicamente. Mensagens de texto e braços machucados de Marcela são apresentados como evidências de agressão. Mensagens de celular mostram que Carlos não aceitou a gravidez e tentou convencer Marcela a abortar, chegando a enviar a foto de um remédio abortivo e instruções sobre como usá-lo.

O segundo dia de exibição do programa, revela que Carlos mentia para todos. Ele dizia para sua ex-mulher, Vânia, que os motivos das brigas com Marcela eram o ciúme excessivo da jovem. Ele também mentiu sobre seu endereço e disse para a família de Marcela que Vânia era sua irmã.

O último contato de Marcela com a família foi por volta das 5 da manhã, quando ela estava em casa e disse que iria dormir. Saiu de casa por volta das 7 horas da manhã, levando apenas a roupa do corpo e sem documentos. Ela se refugiou na casa de uma vizinha por algumas horas e foi vista na praça conversando com Carlos, que de acordo com informações, estava agressivo.

Neste mesmo dia, no decorrer da fala da mãe, o apresentador chama uma matéria, convidando o telespectador a acompanhar o detalhamento do caso. *“Jovem. Bonita. Grávida. E ameaçada”*. Com estas palavras, a repórter narra, de forma calma e lenta, a apresentação de fotos da garota.

Neste dia, a mãe de Marcela revela acreditar que Carlos fez algo de ruim com sua filha. Ela descarta a possibilidade de fuga, pois sua filha era muito responsável e apegada à família. O apresentador tenta ligar para Carlos, mas o celular está desligado ou fora da área de cobertura. A família de Carlos também não tem notícias dele desde o desaparecimento de Marcela.

3.1.3 Cidade Alerta- 14/02/2020

No dia 13 de fevereiro, quinta-feira, o programa *Cidade Alerta* não abordou o caso. Voltando a cobrir o ocorrido no dia 14, onde dedicou 27 minutos e 56 segundos do programa, dando ênfase a busca da família e da equipe de reportagem por Carlos e a descoberta de várias informações contraditórias sobre ele.

A edição do programa revela que a família de Marcela e a equipe de reportagem da Record TV foram à casa dos pais de Carlos na tentativa de encontrá-lo ou ter alguma informação sobre seu paradeiro.

Durante a investigação, descobriu-se que Carlos havia dito que a sua mãe era falecida. Na verdade, Clarice estava viva e morava na mesma região. Vânia, ex-mulher de Carlos, também afirmou à equipe de reportagem que ele era uma pessoa tranquila, porém a família dela contradisse esta informação, revelando que a relação dos dois era abusiva e cheia de brigas.

Figura 05: Entrevista com o pai de Carlos



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=CLQJJEGlnPc>- Acesso em: 22 ago. 2025

A família e a equipe do programa tentaram localizar o carro que Carlos usava, pois acreditavam que o veículo poderia conter pistas sobre o paradeiro de Marcela. Uma testemunha no posto de gasolina disse ter visto Carlos sozinho no carro. As imagens das câmeras de segurança, no entanto, só ficam armazenadas por três dias.

Figura 06: Momento em que a mãe vai em busca de informações



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=CLQJJEGlnPc>- Acesso em: 23 ago. 2025

Várias testemunhas revelaram comportamentos agressivos de Carlos. Uma pessoa próxima à família de Vânia disse que tiveram que sair da antiga casa devido às constantes brigas, que chegavam a ser na frente dos vizinhos. Outra testemunha viu Carlos correndo atrás de Marcela com uma "peixeira" na mão, ou seja, uma faca grande.

Ao final da reportagem, a mãe de Marcela, Andreia, faz um apelo ao vivo no programa para que Carlos entregue sua filha e que a polícia o encontre para prestar contas.

3.1.4 Cidade Alerta- 17/02/2020

Por fim, na segunda-feira, 17 de fevereiro, a cobertura atingiu seu ponto mais dramático, quando a mãe de Marcela foi informada ao vivo sobre a confissão do assassinato, episódio marcado por forte carga emocional mesmo sendo exibido por 10 minutos e 52 segundos no programa.

Bacci começa a apresentação do caso fazendo uma recapitulação dos fatos. Com a imagem dividida entre a mãe de Marcela e uma foto da moça, pede para que ela relate o que sabe sobre o paradeiro de Carlos até o momento. Após a mãe de Marcela dizer que sabe que ele está depondo e que tem esperanças, Bacci afirma: *“Eu preciso... Jesus amado... eu tô recebendo aqui uma notícia e...eu quero saber se a senhora quer receber todas as notícias agora, conosco ao vivo. Se a senhora... a senhora quer ouvir mesmo?”*. A mãe responde que sim. Em seguida, declarou: *“Dona Andreia, preciso que a senhora seja muito forte”*.

A tela é dividida em três: a foto de Marcela, a imagem da mãe e o apresentador Bacci são mostrados. Bacci diz ao advogado: *“Doutor! O que o senhor pode nos contar? A mãe está ouvindo!”*. Na sequência, o advogado de Carlos, Dr. Allan, revelou que ele havia prestado um pré-depoimento, confirmando que seu cliente havia se apresentado à polícia e confessou ter assassinado Marcela, revelando também o local onde o corpo foi encontrado. Diante da notícia, Andreia desmaiou.

Figura 07: Momento em que Andreia desmaia ao vivo



Fonte: UOL Notícias- Acesso em: 20 ago. 2025

Aos gritos e em prantos a mãe cai e é acudida por pessoas que estavam no local e por membros da equipe do programa. Mesmo caída, a imagem não é cortada, sendo exibida por cerca de vinte segundos mesmo diante do pânico das demais pessoas presentes. Vários gritos são ouvidos e pessoas falam em voz alta, demonstrando desespero. Na sequência, Bacci segue conversando com o advogado normalmente. Ao término da conversa, são retomadas as imagens da mãe e das pessoas que a acompanham.

O advogado de Carlos alega que a morte foi uma "fatalidade" e que Carlos considerou cometer suicídio após o crime. No entanto, o repórter questiona essa versão, argumentando que a ocultação do corpo contradiz a ideia de "fatalidade".

A matéria termina com o repórter expressando sua tristeza pela tragédia e pelo sofrimento de Andreia, que já havia perdido a mãe recentemente.

Neste dia, o *Cidade Alerta* atingiu 10,1 pontos de audiência, sendo o programa mais assistido fora da TV Globo, mas a repercussão negativa levou a Record TV a excluir a cena de sua plataforma digital, enquanto o apresentador pediu desculpas aos telespectadores, embora tenha posteriormente justificado que a cobertura teria contribuído para a solução do crime.

O tratamento midiático dado ao episódio evidencia a adoção de recursos sensacionalistas, reforçando a ambivalência do telejornalismo policial: ao mesmo tempo em que se defende com o argumento de utilidade pública, recorre à exploração do drama alheio, ultrapassando limites éticos fundamentais do Jornalismo.

3.2 Linguagem

A cobertura do *Caso Marcela*, realizada pelo apresentador Luiz Bacci, evidencia características típicas do Jornalismo policial televisivo de caráter sensacionalista. A linguagem adotada foi marcada por forte carga emocional, com expressões dramáticas que buscavam construir um enredo, gerando suspense e expectativa a cada nova descoberta. Como observa Chouliaraki (2006, p. 17), o sofrimento mediatizado reforça hierarquias da vida humana, onde algumas tragédias são espetacularizadas para garantir atenção, enquanto outras permanecem invisíveis.

O apresentador é um dos mediadores que ajuda a contar o enredo da história de Marcela. Bacci cria uma relação de proximidade com a família, mais especificamente com a mãe, chamando-a de “amiga”, “minha querida”. Ou seja, ele, também, se coloca como parte na investigação, muito acima do principal objetivo do Jornalismo, que é de divulgar e informar com qualidade.

A condução de entrevistas revelou uma postura de pressão sobre familiares e testemunhas, em especial sobre a mãe da vítima, o que contribuiu para intensificar a dramaticidade, mas ao mesmo tempo levanta questões éticas quanto ao tratamento da dor alheia.

A televisão convida à *dramatização*, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, à gravidade, e o caráter dramático, trágico. [...] Com palavras comuns, não se “faz cair o queixo do burguês”, nem do “povo”. É preciso palavras extraordinárias (Bourdieu, 1997, p. 25).

Ainda segundo Bourdieu (1997) o apresentador distribui os tempos de palavra, distribui o tom da palavra, respeitoso ou desdenhoso, atencioso ou impaciente.

Os jornalistas, *grosso modo*, interessam-se pelo excepcional, pelo que é excepcional *para eles*. O que pode ser banal para outros poderá ser extraordinário, pelo que rompe com o ordinário, pelo que não é cotidiano, os jornais cotidianos devem oferecer cotidianamente o extracotidiano, não é fácil. Mas o extraordinário é também e sobretudo o que não é ordinário com relação aos outros jornais (Bourdieu, 1997, p. 26).

Sempre se referindo ao *Caso Marcela*, o apresentador adota uma perspectiva pessimista, pois algo a mais pode ter acontecido com a vítima. “*Ai ai ai ai, o fim dessa história pode ser trágico, dona Andreia.*” Além disso, em muitos momentos, essa postura se comprova quando o apresentador afirma que pode ter acontecido com Marcela, questionando, inclusive, a mãe para saber se Carlos teria coragem de fazer uma “maldade” com a filha. “*Eu vou fazer uma pergunta para a senhora, e queria que você fosse muito sincera pela percepção de mãe. Conhecendo Carlos, você acha que ele seria capaz de matar a sua filha?*”. Para Negrini (2021) que estuda o mesmo caso:

O desenrolar do programa é amplamente calcado no desempenho do apresentador que, em suas atitudes performáticas, emite opiniões sobre muitos casos apresentados e faz julgamentos sobre os assuntos que estão em pauta. A postura de Bacci, na maioria das vezes, vai muito além do que se espera de um apresentador de um noticioso jornalístico e dá suporte para que o programa assuma um estilo opinativo e dotado de espetacularização (Negrini, 2021, p. 256).

Com base na análise de Negrini (2021) fica evidente que o programa em questão se distancia da objetividade jornalística, adotando uma abordagem que prioriza a espetacularização e a opinião.

3.3 Recursos Audiovisuais

No campo audiovisual o programa *Cidade Alerta* utilizou em todas as suas edições, insistentemente, imagens da vítima, acompanhadas de filmagens externas, em ruas, ponto de ônibus, frente à casa da família, delegacia e locais investigados, trazendo um clima de urgência e proximidade.

Além disso, materiais como fotos de Marcela exibidas repetidamente, reforçavam sua imagem como jovem grávida e vulnerável, vídeos do celular quebrado, câmeras de segurança e cenários ilustrativos foram usados para conferir legitimidade à narrativa.

Figura 08: Imagem da Marcela durante a transmissão



Fonte: www.youtube.com/watch?v=9jofLHsm90E&t=2- Acesso em: 22 ago. 2025

Os textos transmitidos em GC eram curtos, impactantes e exibidos em caixa alta, com frases de forte apelo. Para a construção da narrativa o programa utiliza elementos audiovisuais para atenuar ainda mais o clima de suspense. A trilha sonora, por exemplo, assume um som estratégico de fundo na tentativa de criar uma excitação no telespectador, que fornece, também, sensações mediante o que está posto.

Para acentuar o caráter melodramático do programa, choro, lágrimas, desespero ganham destaque em close-up, que é um plano de câmera conhecido pela sua expressividade, identificação e intimidade. Sempre em que há desespero, choro com forte apelo ao drama, o close-up toma conta da cena.

O fenômeno do drama televisivo pode ser examinado de uma forma diferente. Na maior parte do mundo, desde a propagação da televisão, houve um aumento de escala e intensidade da repressão dramática sem precedentes na história da cultura humana (Williams, 2016, p. 69).

Ao destacar o uso de close-ups em momentos de intenso drama, o programa se alinha a uma tendência mais ampla do meio televisivo, conforme apontado por Williams (2016). A exploração do choro e do desespero por meio de recursos de câmera não é apenas uma escolha estética, mas uma estratégia para intensificar a repressão dramática, um fenômeno

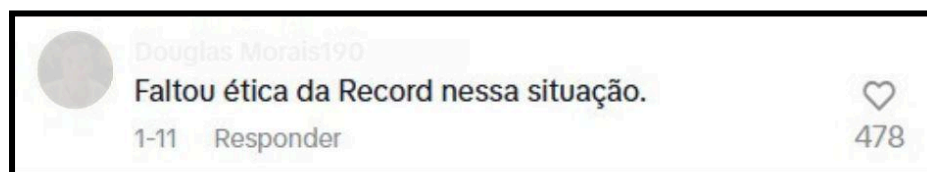
que eleva a emoção ao status de espetáculo. Essa manipulação visual e emocional transforma a dor e o sofrimento em um produto consumível, desumanizando as experiências retratadas e reduzindo-as a meros elementos de uma narrativa construída para gerar audiência.

3.4 Repercussão

Diante da intensa repercussão negativa, o conteúdo integral da reportagem veiculada em 17 de fevereiro de 2020 foi removido das plataformas oficiais do programa, incluindo seu *site* e o canal oficial no *YouTube*. Atualmente, o vídeo original é acessível apenas por meio de publicações de terceiros.

A veiculação da cena em que a mãe de Marcela foi notificada da morte da filha ao vivo provocou uma reação imediata e de vasta abrangência. A conduta do *Cidade Alerta* gerou indignação generalizada entre os telespectadores, mobilizando rapidamente as redes sociais, onde a prática foi classificada como "cruel" e "desumana".

Figura 09: Comentário em publicação sobre o *Caso Marcela*



Fonte: Extraído do *TikTok*

O episódio desencadeou uma multiplicação de comentários críticos à postura jornalística da emissora, acusando-a de instrumentalizar a dor familiar em um formato de espetáculo midiático. A intensidade dessa reação demonstra o fenômeno que Muniz Sodré (2009) conceitua como "midialização da dor", processo pelo qual o sofrimento de ordem privada é transformado em objeto de consumo público e entretenimento.

Figura 10: Comentário em publicação sobre o *Caso Marcela*

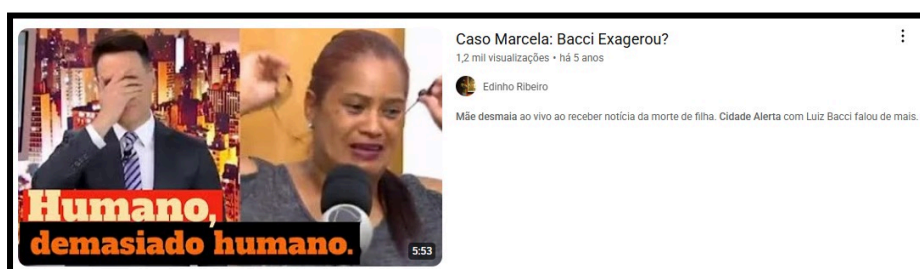


Fonte: Extraído do *TikTok*

Em redes como *YouTube* postagens com o vídeo do momento alcançaram milhares de compartilhamentos, com mensagens de repúdio ao sensacionalismo. Essa mobilização pode ser interpretada à luz da análise de Silva (2014), que destaca a crescente participação crítica da audiência nas plataformas digitais.

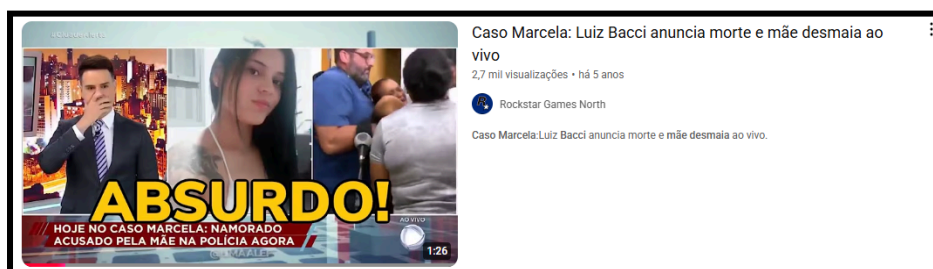
O público contemporâneo não se restringe ao consumo passivo da notícia, mas se organiza, critica e, em certos casos, pressiona instituições, como a *Intervozes*, culminando em ações formais, como a representação junto ao Ministério Público Federal (MPF).

Figura 11: Vídeo publicado no *YouTube* sobre o *Caso Marcela*



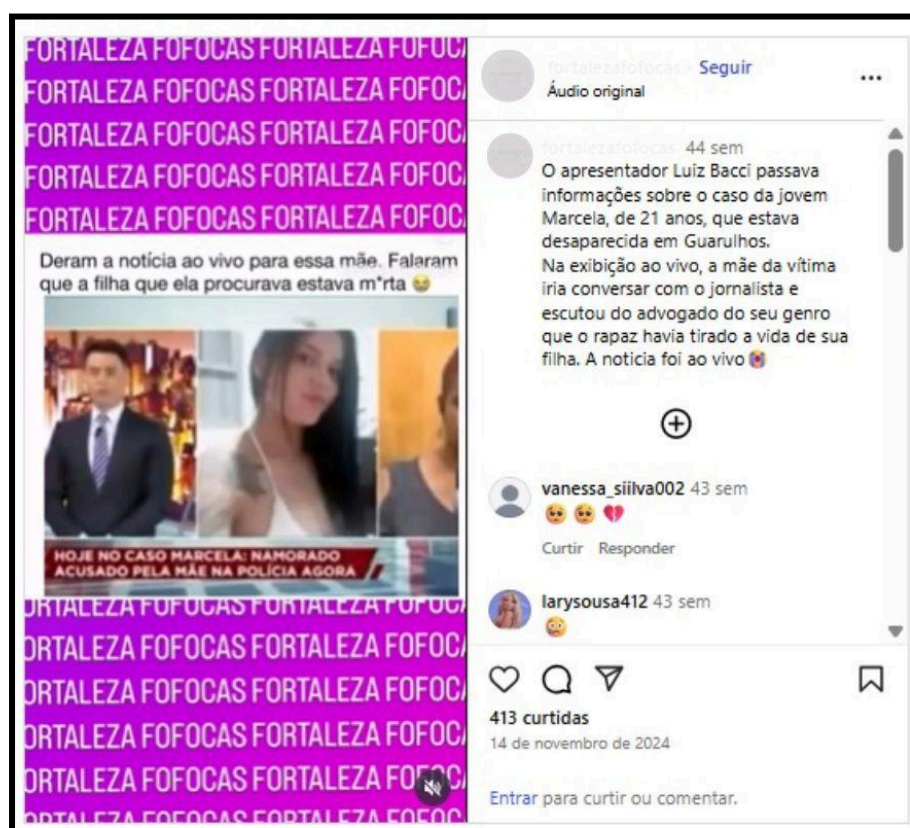
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=PGUvYr0MBJw>- Acesso em: 01 set. 2025

Figura 12: Vídeo publicado no *YouTube* sobre o *Caso Marcela*



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=mU26cvNxfhg>- Acesso em: 01 set. 2025

Figura 13: Postagem feita no *Instagram* sobre o *Caso Marcela*



Fonte: Extraída do *Instagram*

Adicionalmente, *sites* voltados para entretenimento e cultura digital, a exemplo do *Hugo Gloss*, também repercutiram o caso, reportando que o apresentador Luiz Bacci e seus familiares receberam ameaças após a veiculação. Este dado ilustra como a cena extrapolou os limites da cobertura jornalística tradicional, inserindo-se no debate público mais amplo acerca dos limites éticos do telejornalismo e do papel da mídia na exploração da violência.

Veículos de alcance nacional como *Veja*, *Metrópoles*, *Extra* e *UOL* noticiaram o evento, sublinhando a gravidade ética da exposição pública do sofrimento da mãe. O jornal *Brasil de Fato* noticiou especificamente que o coletivo *Intervozes* formalizou uma representação ao MPF contra a Record (Anexos- página 74), alegando violação da dignidade humana e abuso do sensacionalismo televisivo.

Figura 14: Matéria publicada no *Metrópoles* sobre o *Caso Marcela*



Fonte: https://www.metrópoles.com/colunas/pipocando/mae-descobre-morte-da-filha-ao-vivo-no-cidade-alerta-e-desmaia?utm_source= Acesso em 03 set. 2025

Essa duplicidade a crítica ética ao sensacionalismo e a reiteração do choque por meio da notícia evoca o debate proposto por Amaral (2011) sobre a "lógica do espetáculo". Segundo o autor, a própria mídia, mesmo ao condenar a prática, paradoxalmente reforça a circulação da cena por sua intrínseca força sensacionalista, ampliando, assim, o alcance do episódio polêmico.

3.5 Audiência

A Record TV teve um percurso de ascensão gradual. Em 2000, a emissora ainda figurava atrás de suas principais concorrentes, Globo e SBT, registrando 73.416 espectadores na média geral, um número expressivamente menor que os 488.761 da Globo e os 108.619 do SBT à época. Contudo, a emissora passou por um processo de reestruturação e expansão, impulsionado pelos investimentos da Igreja Universal do Reino de Deus. Esse movimento foi acompanhado pela ampliação da rede de afiliadas, modernização técnica e forte investimento em jornalismo e entretenimento popular.

O ano de 2015 marcou um dos auge da emissora no período. A Record fechou o ano em segundo lugar na audiência nacional (PNT), com uma média de 6 pontos na faixa do dia, das 7h à meia-noite, representando um crescimento de 14% em relação a 2014. A novela *Os*

Dez Mandamentos foi um fenômeno em 2015, chegando a superar a audiência da novela do horário nobre da TV Globo em algumas ocasiões, algo inédito até então.

Durante a pandemia de COVID-19, a Record manteve seus índices de audiência estáveis, aproveitando o aumento no número de televisores ligados. Diferentemente de outras emissoras, conseguiu segurar o público fiel dos programas policiais e religiosos, além de fortalecer seu jornalismo com pautas voltadas à pandemia e à crise econômica. Essa estratégia garantiu estabilidade em um período de grande volatilidade no consumo de mídia.

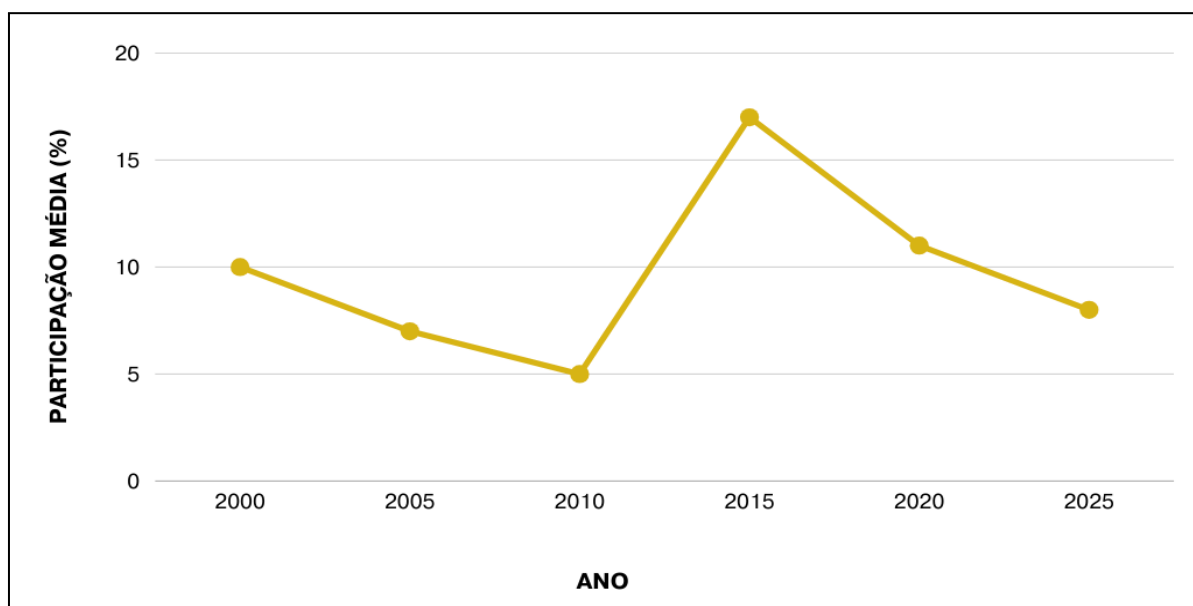
Em 2020 a Record consolidou a vice-liderança nacional, superando o SBT por uma pequena margem e se tornando a segunda emissora mais assistida do país. O desempenho positivo foi resultado de uma programação diversificada e de apelo popular, com destaque para o *Cidade Alerta*, *Jornal da Record* e o reality *A Fazenda 12*, que alcançaram a maior audiência desde 2013. Além disso, a emissora conquistou recordes pontuais, como os 24,2 pontos registrados na final do Campeonato Paulista entre Corinthians e Palmeiras, em São Paulo.

De acordo com dados da Kantar Ibope, em 2024 a Record registrou média de 5,1 pontos diários, mantendo-se estável em um cenário de retração geral da TV aberta. Em 2025, a emissora segue na vice-liderança nacional com 4,9 pontos de média no Painel Nacional de Televisão (PNT), destacando-se especialmente em programas jornalísticos e religiosos.

A seguir está um gráfico que mostra a variação da soma da audiência da Record TV, de 2000 a 2025. Os dados de 2025 foram estimados com base em médias semestrais divulgadas por fontes do mercado e projeções da própria Kantar IBOPE Media. A série histórica cobre o período de 2000 a 2025, permitindo observar a trajetória de uma das principais emissoras da televisão aberta brasileira.

Em síntese, a análise dos dados revela que a Record TV mantém a vice-liderança de audiência no país, mas enfrenta uma tendência estrutural de declínio, resultante da transformação do consumo midiático e do avanço do digital. O gráfico ilustra essa trajetória evidenciando o deslocamento gradual da audiência da televisão tradicional para o ambiente multiplataforma.

Gráfico 1: Audiência da Record TV



Fonte: Segmentação da autora

3.6 Entrevista com Intervenientes – Coletivo Brasil de Comunicação Social

O *Intervenientes – Coletivo Brasil de Comunicação Social* é uma organização da sociedade civil que atua desde 2003 na defesa do direito humano à comunicação no Brasil. O coletivo trabalha para a democratização dos meios de comunicação e a fiscalização das concessões públicas de Rádio e TV, promovendo a diversidade e a pluralidade na mídia.

Por meio de litigância estratégica, campanhas, pesquisas e articulação social, o *Intervenientes* busca garantir que os veículos de comunicação cumpram sua função pública, respeitando a legislação e os direitos humanos, e combatendo o sensacionalismo, o discurso de ódio e a concentração midiática.

Em uma ação de litigância estratégica voltada à defesa dos direitos humanos na mídia, a organização Intervenientes apresentou uma Representação ao Ministério Público Federal (MPF) contra a Rede Record por conta da cobertura sensacionalista do *Caso Marcela* pelo programa *Cidade Alerta* (Anexos- página 74).

¹ Disponível em: https://kantariobopemedia.com/conteudo/dados-rankings/?utm_source

Com base nas informações fornecidas pelo *Intervozes*, a denúncia visou a responsabilização da emissora e do apresentador, mas, sobretudo, questionou o modelo de negócio e a política da própria empresa de apostar no sensacionalismo e na violação de direitos humanos para atrair audiência. O *Intervozes* e parceiros, como *Rede Andi-Comunicação e Direitos*, entendem que esse tipo de conduta, que inclui a espetacularização da dor e do sofrimento, o desrespeito à presunção de inocência, a exposição indevida de crianças e adolescentes, e até o discurso de ódio, é reiterada e viola direitos fundamentais, legislações e pactos internacionais.

O coletivo avalia que é urgente e necessário avançar na regulação dos meios de comunicação, pois a autorregulação não tem sido eficaz para coibir esses abusos éticos e legais, especialmente porque as multas atuais são irrisórias em comparação com o lucro publicitário. A organização reitera que é completamente possível equilibrar o direito de informar e a liberdade de expressão com a responsabilidade de preservar a dignidade humana e respeitar os direitos humanos, conforme previsto no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e na Constituição Federal. O *Intervozes* já possui um canal aberto de denúncias com o MPF, que demonstra que qualquer cidadão ou organização tem o direito de acionar o órgão para fiscalizar as concessionárias de Rádio e TV.

Para entender os desdobramentos da ação, conduzo uma entrevista com Iara Moura, jornalista e representante do *Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social*. O conteúdo integral da entrevista, estruturada no formato *ping-pong*, encontra-se nos Apêndices (Página 70) desta pesquisa, juntamente com a representação enviada ao Ministério Público Federal, disposta nos Anexos (Página 74).

4. ANÁLISE DO PROGRAMA ENCONTRO COM PATRÍCIA POETA

4.1 Caso Vitória

O segundo caso ocorreu no programa *Encontro com Patrícia Poeta*, da TV Globo, na sexta-feira do dia 07 de março de 2025, quando a apresentadora Patrícia Poeta surpreendeu ao vivo o pai de uma jovem assassinada com informações inéditas da investigação.

O episódio, que ficou conhecido como *Caso Vitória*, gerou grande repercussão negativa e resultou em processo judicial contra a emissora e a jornalista. Esse caso evidencia como o Jornalismo de Entretenimento pode recorrer a estratégias sensacionalistas, explorando o sofrimento de familiares em nome da audiência.

O corpo de Vitória Regina, de 17 anos, foi encontrado com sinais de tortura e com o cabelo raspado em uma área de mata em Cajamar (SP), após sete dias de buscas, no dia 5 de março de 2025. De acordo com o delegado responsável pela investigação, Aldo Galiano Júnior, tratou-se de um crime de vingança, com indícios de envolvimento do crime organizado. No trajeto para casa a jovem foi abordada por criminosos, agredida e morta em seguida.

4.1.1 Encontro- 07/03/2025

Dois dias após a localização do corpo, em 07 de março, o pai da vítima, Carlos Alberto, concedeu entrevista ao programa *Encontro com Patrícia Poeta*, acompanhado pelo repórter Mateus Luz. De 60 minutos de exibição total, 18 minutos e 26 segundos foram dedicados ao caso, sendo veiculada apenas naquele dia.

Na entrevista, o pai da jovem disse que desde que a filha desapareceu seus dias têm sido como um filme de terror e que ele já não tem mais lágrimas para chorar. “*Queria ter feito alguma coisa. Às vezes eu me culpo até de o carro ter quebrado*”, disse o pai de Vitória, que é deficiente físico e sempre buscava a filha no ponto de ônibus, mas não conseguiu pegá-la no dia do desaparecimento porque o veículo adaptado quebrou.

Mesmo com o homem visivelmente abalado, Patrícia Poeta o pressionou para falar sobre a investigação e questionou, diversas vezes, sobre um suspeito que teria fugido do

local. Sem conhecimento sobre essa parte da investigação, Carlos Alberto disse que foi perguntado sobre uma testemunha, mas que não sabia sobre o suspeito citado por ela.

Figura 15: Entrevista do pai da vítima com Patrícia



Fonte: <https://globoplay.globo.com/v/13399429/> - Acesso em 16 ago. 2025

Ao vivo, ela questionou: *“Acabei de receber a notícia aqui, seu Carlos, que a Polícia Civil disse agora há pouco ter esclarecido o assassinato da sua filha. Foi um crime passionai, segundo a polícia o assassino é um homem chamado Daniel, que tinha um relacionamento amoroso com o ex-namorado da Vitória”*. Na sequência, detalhou que outros dois homens teriam auxiliado no crime, na ocultação e transporte do corpo.

O pai, visivelmente abalado, respondeu de forma breve, afirmando não ter conhecimento da informação até aquele momento. A apresentadora insistiu na explicação: *“Seria crime passionai. Daniel seria namorado do ex-namorado da sua filha. Ou seja, é um crime passionai em outras palavras. O Daniel, que o senhor disse que não conhece, teria contado com a ajuda de dois amigos para infelizmente matar e transportar o corpo da Vitória”*. Diante da exposição, o entrevistado limitou-se a agradecer, encerrando a participação com um simples: *“Tá. Obrigado”*.

A entrevista termina com Patrícia Poeta agradecendo a Carlos e expressando solidariedade pela brutalidade do ocorrido com sua filha, além de prometer acompanhar o caso para garantir que os responsáveis sejam presos e punidos.

Após a entrevista, a apresentadora e Valmir Salaro, repórter investigativo, procederam à discussão do caso. O debate centrou-se na motivação do delito e na forma

como o corpo da vítima se encontrava após o crime, sendo as imagens da jovem, ainda viva, simultaneamente projetadas no telão.

Figura 16: Patrícia Poeta e Valmir Salaro



Fonte: <https://globoplay.globo.com/v/13399429/> - Acesso em 16 ago. 2025

O programa utilizou a figura do repórter investigativo para conferir seriedade aos pormenores do delito. A exibição simultânea de imagens da vítima, projetado em grandes dimensões, operou como um intensificador dramático, objetivando a maximização do engajamento do público. Desse modo, a estrutura do programa matinal exemplifica a crescente hibridização midiática, na qual a informação criminal é transmutada em espetáculo, servindo primariamente à lógica da audiência.

4.2 Linguagem

Durante o programa, Patrícia Poeta entrevistou ao vivo o pai de Vitória utilizando uma linguagem direta, objetiva e, ao mesmo tempo, dramática. Expressões como “*não há mais esperanças*” ou “*descoberta chocante*” enfatizavam a gravidade do caso e criavam tensão imediata. O recurso do suspense narrativo descrito por Barthes (1984) como o prolongamento estratégico da revelação de informações foi explorado para manter o interesse do público, revelando gradualmente dados sobre o crime.

A linguagem explorava a dor em tempo real, sem pausas para preparo emocional do entrevistado. Segundo Bednarek (2016, p. 22) os valores-notícia não são apenas

encontrados, mas construídos linguisticamente e visualmente, por meio de escolhas que destacam proximidade, negatividade e relevância.

A morte relatada pelo jornal sensacionalista é diferente da morte comum. Quando o evento trágico se descola do luto e da experiência de angústia, separação. A morte no jornal a sensação é perturbadora, porque o leitor não a “digere” pelo processo natural do luto. O efeito esperado é o inverso: “corta” o outro e “preserva” o leitor. A morte não só é “saboreada” como “esquecida”, ela aparece como um descolamento signico, faz-se parte do observador (Angrimani, 1995, p. 120).

Durante a entrevista, houve insistência em detalhes do crime e do suspeito, mesmo diante da reação de surpresa e sofrimento do pai. Bucci (2000, p. 149) adverte que a tragédia, ao ser transformada em espetáculo, relembra o desafio de um limite ético: “há de existir um limite onde não existe limite, não existe ética”.

O apresentador distribui os tempos de palavra, distribui o tom da palavra, respeitoso ou desatencioso, atencioso ou impaciente. Por exemplo, há uma maneira de fazer pois sim, pois sim, pois sim...” que apressa, que faz o interlocutor sentir a impaciência ou a indiferença... (Nas entrevistas que fazemos, sabemos que é muito importante enviar às pessoas sinais de aquiescência, sinais de interesse, se não se desencorajam e a palavra morre: eles esperam coisas bem pequenas, “sim, sim”, menear de cabeça, pequenos sinais de inteligência, como se diz). Esses sinais imperceptíveis, o apresentador os manipula de maneira mais inconsciente, no mais das vezes que consciente (Bourdieu, 1997, p. 45).

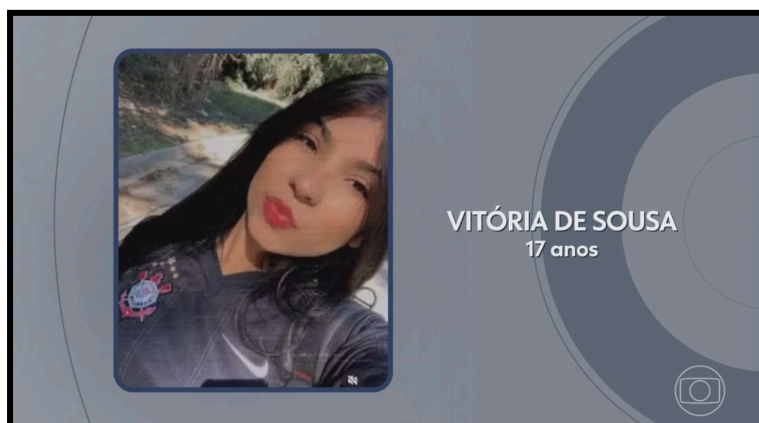
Traquina (2005) complementa que, ao invadir a esfera íntima do entrevistado para satisfazer a lógica da audiência, o Jornalismo arrisca comprometer sua credibilidade e função social.

4.3 Recursos Audiovisuais

A cobertura do programa *Encontro com Patrícia Poeta* também recorreu a imagens externas, como registros em frente à casa da família e aos arredores de Cajamar (SP), além de vídeos de câmeras de segurança. Fotografias e vídeos relacionados à vítima, exibidos durante a entrevista com o pai, reforçaram sua identidade e vulnerabilidade.

De acordo com Pena (2013, p. 88) a espetacularização da vida transforma dramas reais em formas de entretenimento, o que se evidenciou na maneira como a dor da família foi exposta ao vivo.

Figura 17: Imagem de Vitória exibida durante a transmissão



Fonte: <https://globoplay.globo.com/v/13399429/> - Acesso em 16 ago. 2025

Com base na perspectiva de Bucci (2000), a questão central em pautas que envolvem a privacidade não é a violação em si, mas a forma como o jornalismo a aborda.

O ponto crítico não é portanto a informação em si: é o modo como ela é explorada pela imprensa. A privacidade não é um tabu, uma zona proibida, mas um limite socialmente posto. O dilema não é bem “invadi-la” ou não: o dilema está nos critérios claros e socialmente justificáveis para abordá-la e também para a maneira acertada de fazer isso. O sensacionalismo, o moralismo e o mau gosto prejudicam o jornalismo em todos os campos - não apenas no que se refere à chamada “invasão de privacidade”. Quando temas de intimidade alheia se prestam aos mercadores de fofocas, movidos pelo mero interesse de extrair lucro da curiosidade perversa do público, o problema não está na privacidade invadida: ele está no desrespeito do jornalismo aos padrões de elegância (Bucci, 2000, p.152).

A linguagem audiovisual explorava a dor do pai. Os planos fechados em suas reações buscavam capturar o impacto emocional imediato, expondo fragilidades em momentos de choque.

De acordo com Bahia (2009, p. 72), muitas vezes, o mais importante numa entrevista não está nas respostas formalmente expressas, mas naquilo que mais afeta os sentidos do repórter e as reações do entrevistado, no que se insinua, no que não se diz claramente, na dúvida que suscita, no deslize e no inesperado. A atmosfera psicológica é fundamental na entrevista.

Figura 18: Cidade de Cajamar (SP) movimentada após o crime



Fonte: <https://globoplay.globo.com/v/13399429/> - Acesso em 16 ago. 2025

Figura 19: Imagens da câmera de segurança que mostram Vitória antes do crime



Fonte: <https://globoplay.globo.com/v/13399429/> - Acesso em 16 ago. 2025

Os GCs da TV Globo também eram construídos com textos curtos e impactantes. A trilha sonora era discreta mas pontuada em momentos de revelação para intensificar a dramaticidade da situação.

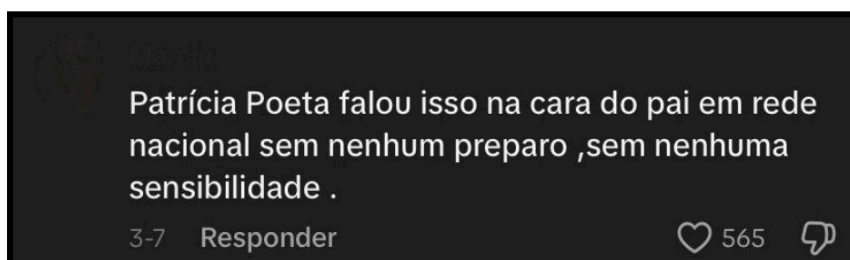
A emergência no jornalismo de eventos com forte dose objetiva não pode esconder o significado de uma objetividade que, na prática, representa valores, ancorados por palavras. Palavras como *dor* ou *alegria*, *nascimento* ou *morte*, *prazer*, *distância*, *acidente* e *perda*, *aumento de salário*, que amplia as possibilidades do signo *vida*, ou *perda do emprego*, que dimensiona o fim da esperança, são significados inscritos a cada ato, fato... ou versão... ou testemunho. O jornalismo é, essencialmente, contar e significar, imediatamente (Karam, 2004, p.100).

De acordo com Bucci (200) o problema não reside em tocar em assuntos íntimos, mas na ausência de critérios éticos e na falta de elegância e bom gosto na sua exploração. Quando a imprensa cede ao sensacionalismo e ao moralismo se desvia de sua função social e se alinha com o mero interesse financeiro, transformando a dor e a intimidade em espetáculo para satisfazer a curiosidade do público.

4.4 Repercussão

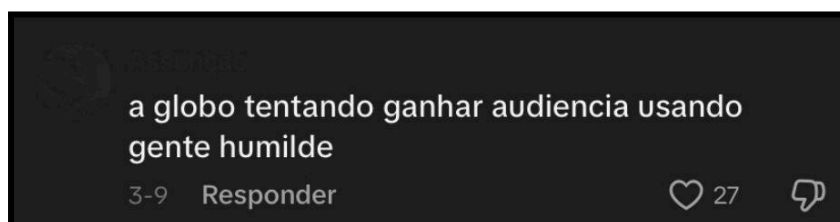
O episódio gerou uma intensa e imediata repercussão negativa no cenário midiático e nas redes sociais. A crítica central se concentrou na alegada falta de sensibilidade e ética jornalística da apresentadora ao revelar, ao vivo e sem o preparo necessário, detalhes cruciais e chocantes sobre a autoria e a motivação do crime para o entrevistado, que ficou visivelmente abalado. A atitude foi rapidamente comparada, por internautas, à abordagem de programas policiais e sensacionalistas, contrariando o perfil esperado de um programa matinal de entretenimento da TV Globo.

Figura 20: Comentário sobre o *Caso Vitória*



Fonte: Extraído do *TikTok*

Figura 21: Comentário sobre o *Caso Vitória*



Fonte: Extraído do *TikTok*

A repercussão foi massivamente amplificada pela dinâmica das plataformas digitais, sobretudo *YouTube*, *TikTok* e *Instagram*. Esses canais se tornaram o principal vetor para o compartilhamento do conteúdo. No *YouTube* o trecho exato da entrevista que gerou a polêmica foi repostado, permitindo que o público assistisse e reagisse repetidamente ao momento da revelação.

Figura 22: Vídeo publicado sobre o *Caso Vitória*



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=WWBR8HIOtiU>- Acesso em 27 set. 2025

Figura 23: Vídeo publicado sobre o *Caso Vitória*



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=DjBvF8mxus> Acesso em 27 set. 2025

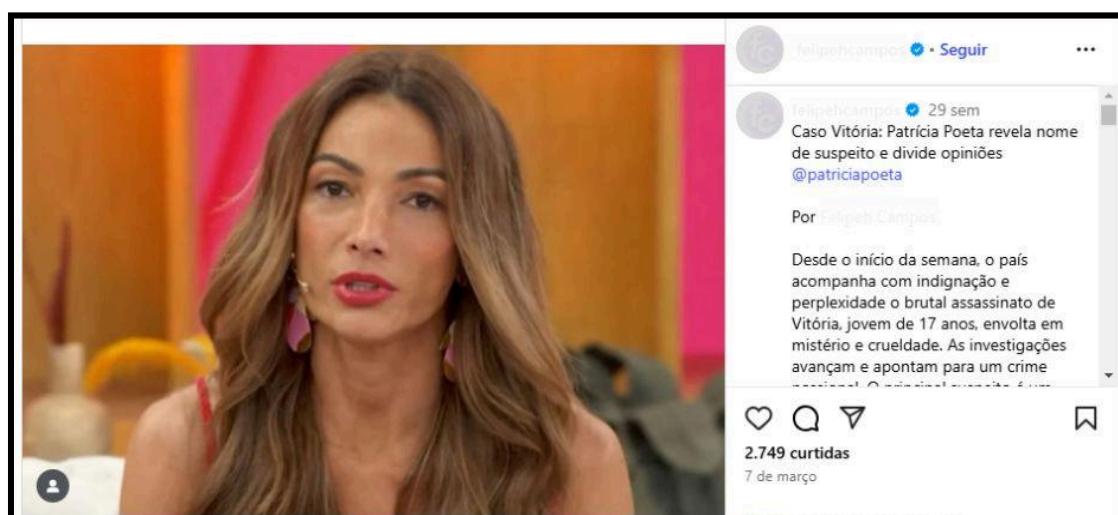
Veículos focados em entretenimento e notícias televisivas, como *Na Telinha*, *Notícias da TV* (UOL) e *Folha de São Paulo*, lideraram a cobertura, detalhando os bastidores, a reação da direção da TV Globo, como o veto ao pedido de desculpas, e a opinião de colunistas. Em paralelo, revistas de grande circulação, como a *Veja* e portais de alcance nacional, como o *Metrópoles* e *Terra*, também dedicaram espaço significativo ao assunto, focando nas críticas de insensibilidade e na pressão social.

Figura 24: Matéria publicada pelo Terra



Fonte: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/frieza-sem-tamanho-ao-vivo-patricia-poeta-revela-ao-pai-de-vitoria-crucial-detalhe-do-assassinato-da-jovem-em-cajamar-e-e-detonada-pela-web> Acesso em 27 set. 2025

Figura 25: Publicação feita no Instagram sobre o *Caso Vitória*



Fonte: Extraída do *Instagram*

Conforme aponta Bourdieu (1997), ao priorizar o impacto emocional e a espetacularização, a televisão incorre no risco de comprometer sua função social de informar.

A controvérsia do *Caso Vitória* escalou a tal ponto que, além da condenação pública, houve desdobramentos nos bastidores e na esfera legal. Segundo informações veiculadas pelo *Portal NaTelinha*, Patrícia Poeta demonstrou a intenção de emitir um pedido de

desculpas na edição seguinte do *Encontro*, mas a direção da TV Globo vetou expressamente qualquer retratação, tanto no programa quanto nas redes sociais.

A emissora optou por uma estratégia de silenciamento midiático para tentar conter a crise e "deixar a poeira baixar", com o objetivo de proteger a imagem da apresentadora. No entanto, essa decisão gerou debates internos, com a crítica de que o silêncio poderia ser ainda mais prejudicial à imagem de Patrícia Poeta, que, segundo relatos, foi vista abatida nos estúdios.

4.5 Audiência

No início dos anos 2000 a TV Globo registrava índices históricos de audiência e consolidava sua hegemonia no país. Programas como a novela *Laços de Família* atingiram picos de até 60 pontos no Ibope, enquanto o reality *No Limite* alcançou médias superiores a 50 pontos. Outros produtos, como o *Globo Rural* e transmissões esportivas, também obtinham excelente desempenho, reafirmando a liderança da emissora.

Em 2000 a emissora tinha 19,95% da audiência, índice que aumentou para 21,41% em 2006. No entanto, a partir desse ano, a emissora obteve constantes diminuições na sua audiência e perdeu em média 0,8 pontos percentuais por ano. Em 2013, atingiu o menor índice histórico, de 13,60 pontos. Ou seja, em sete anos a TV Globo perdeu 7,81 pontos percentuais, o que corresponde a mais de um terço da audiência (36,5%).

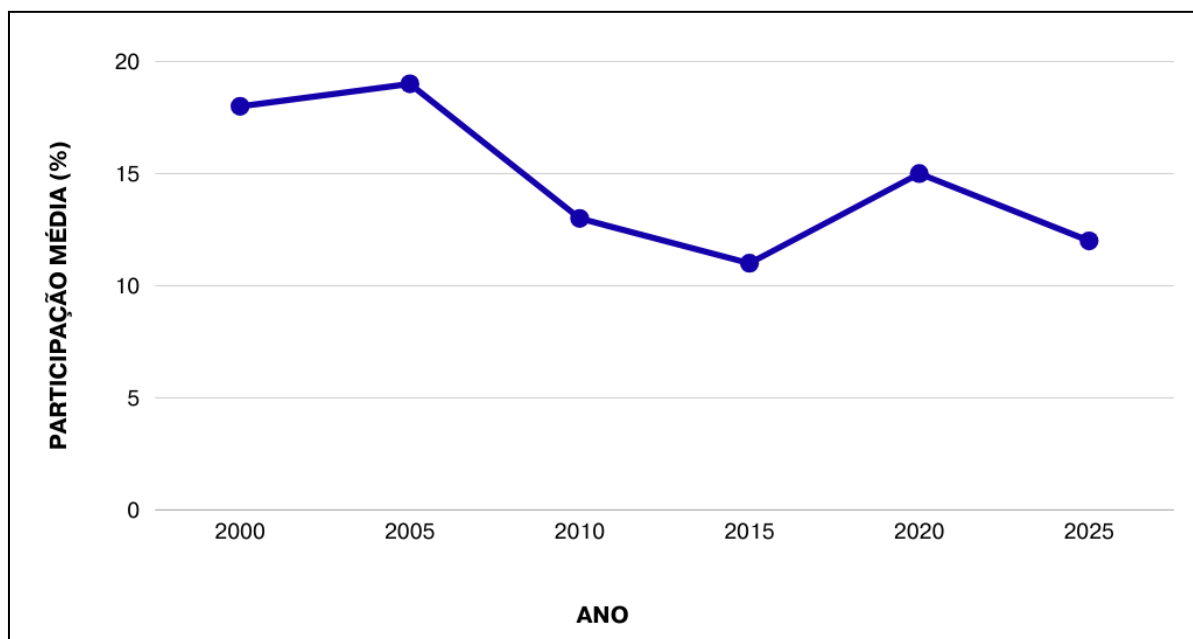
Durante a pandemia de COVID-19, em 2020, a Globo manteve sua liderança, impulsionada pelo aumento do consumo televisivo e pela busca por informações. O *Jornal Nacional* registrou recordes de audiência e o *Big Brother Brasil* tornou-se um dos maiores sucessos do período, refletindo a necessidade de entretenimento durante o isolamento social. No entanto, com a retomada das atividades presenciais, a emissora começou a sentir os efeitos da migração do público para o ambiente digital.

De acordo com dados da Kantar Ibope de abril de 2024, a Globo caiu de 13,4 para 13 pontos de audiência média diária na Grande São Paulo. Ainda que mantenha a liderança, o dado indica uma tendência de queda gradual e constante.

Em 2025, a emissora segue como a mais assistida do país, alcançando cerca de 196 milhões de pessoas em todas as plataformas, mantendo forte presença em eventos esportivos, como o Campeonato Brasileiro e partidas da Seleção Brasileira. O reality *Big Brother Brasil* 25 registrou 18 pontos de média em São Paulo, demonstrando o potencial de engajamento da emissora em formatos multiplataforma. Apesar disso, a Globo tem investido fortemente no meio digital: o *Globoplay* cresceu 46% em consumo e já representa 1,8% da audiência total, demonstrando o esforço de adaptação ao novo cenário multiplataforma.

De acordo com dados da Kantar IBOPE Media, a TV Globo apresentava um pico de 21,4 pontos em 2006. A partir desse período, observou-se uma tendência de queda contínua. Ainda que mantenha a liderança, os dados indicam uma perda de aproximadamente 35% do público nas últimas duas décadas, reflexo direto da fragmentação da audiência e do crescimento das plataformas digitais. Abaixo está um gráfico que mostra a variação da soma da audiência da TV Globo, de 2000 a 2025:

Gráfico 2: Audiência da TV Globo



Fonte: Segmentação da autora

² Disponível em: https://kantariibopemedia.com/conteudo/dados-rankings/?utm_source

5. ANÁLISE SINTÁTICA DAS EMISSORAS

O Grupo de Mídia São Paulo (GMSP) lançou uma ferramenta que permite comparar a evolução da participação das emissoras de TV nas últimas décadas. Esses dados mostram que as cinco grandes redes de TV perderam participação, no total de TVs ligadas, na ordem de 26,5% entre 2000 e 2014. Esse número pode ser obtido com a comparação da soma da participação (share) das emissoras de TV com a evolução que inclui a audiência de outros canais, outros aparelhos acoplados à TV e serviços de TV por assinatura.

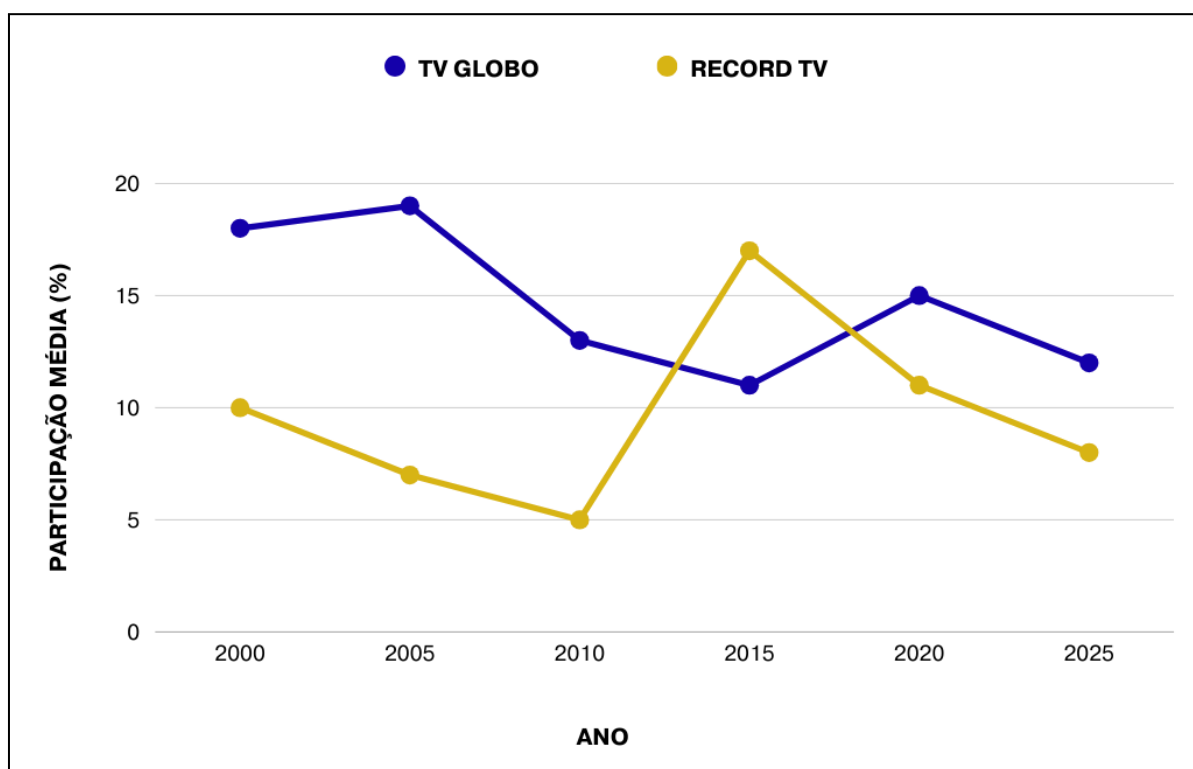
Desde 2000 as emissoras perderam cerca de 28% de público, o que representa dois pontos percentuais por ano. O número de televisores ligados também diminuiu 8,25% entre 2000 e 2013, enquanto o público migrou para a TV por assinatura e plataformas digitais. A TV Globo perdeu mais de um terço de sua audiência nesse período, enquanto a Record TV foi a única emissora a crescer, dobrando seus índices entre 2004 e 2008, impulsionada por forte investimento em Jornalismo e entretenimento popular.

O estudo mostra que a queda da audiência afetou os principais e mais tradicionais programas, como novelas e noticiários. Mesmo formatos mais recentes, que têm garantido bons índices, como os reality shows, sofreram declínio em sua audiência. Em números absolutos, a TV aberta perdeu 1,15 milhão de pessoas entre 2000 e 2013 apenas na Região Metropolitana de São Paulo, apesar do aumento da população nessa região.

Segundo Becker et al (2015), deve se levar em consideração que a queda de audiência se acentuou a partir de 2006, mesmo ano em que a penetração da internet e a velocidade de acesso começaram a crescer substancialmente, bem como o número de assinaturas da TV paga. Além disso, a popularização da internet e o aumento da velocidade das conexões significam, também, a necessidade de maior distribuição de conteúdo das emissoras pelas interfaces digitais.

O gráfico a seguir foi elaborado a partir de médias semestrais de audiência fornecidas por fontes do mercado televisivo e dados da Kantar IBOPE Media, referentes ao desempenho da TV Globo e da Record TV ao longo dos últimos anos:

Gráfico 3: Comparação ilustrativa: Record TV x TV Globo



Fonte: Segmentação da autora

Devido à necessidade de audiência, muitos noticiários utilizam discursos agressivos e nem sempre verdadeiros para prender a atenção do receptor, excedendo seus limites de Jornalismo Informativo ao realizar condutas que não lhe dizem respeito e sim ao processo.

De acordo com Martins (2023), o jornalista não apenas catalisa as ocorrências da sociedade em que vive, mas também engendra interpretações de uma realidade, que serão compartilhadas e debatidas por um número ainda maior de pessoas.

A cobertura jornalística adquire, portanto, importância na forma como as pessoas vão encarar e reagir aos fatos apresentados. Os casos de acontecimentos violentos ganharam particular relevância não apenas com programas policiais se tornando parceiros cotidianos do público, mas com o tema irrompendo em todos os veículos diários de informação (Martins, 2023, p. 02).

³ Disponível em: https://kantarihopemedia.com/conteudo/dados-rankings/?utm_sourc

Com esse aspecto em vista, o Jornalismo adquire responsabilidade social, uma vez que interfere na sociedade e na vida de muitos indivíduos, direta ou indiretamente relacionados aos fatos aos quais os profissionais se debruçam.

A mídia está intrinsecamente ligada a diversas áreas da comunicação, entretanto, o presente trabalho tratará da relação dos meios de comunicação com o Jornalismo criminal, uma vez que, esses tipos de notícia causam interesse aos cidadãos em todas as partes do mundo, proveniente do legado deixado pelas civilizações antigas. Em decorrência disso há a existência de debates referentes à influência da mídia e quais são os impactos ocasionados no dia a dia do receptor.

A mídia atua como propagadora dos acontecimentos mundiais, sendo, dessa forma, importantíssima no exercício do direito à informação. Assim, os indivíduos se utilizam dos meios de comunicação para que possam se manter informados e para que consigam se comunicar, dentro de seus ambientes sociais, sobre os acontecimentos ocorridos no mundo (Teixeira 1996, p. 15).

Conforme o crescimento nos últimos tempos da criminalidade no Brasil, as notícias relacionadas, sobretudo, aos crimes contra a vida, elucidados em seus artigos 121 ao 128 do Código Penal, vem se destacando no ramo jornalístico por gerarem maior comoção social. Quanto mais brutal for o crime, maior será a revolta social. Dito isso, Garcia (2015, p. 74) explica como essa influência ocorre através da confiança que a mídia gera nos indivíduos, ou seja, as informações e fatos transmitidos que são de interesse social faz com que a população acredite na maioria das informações divulgadas pelos meios de comunicação e acabam sendo influenciadas.

Ainda, a mídia elege os assuntos que, condizente com o seu interesse, são considerados importantes e terão grande divulgação. Agindo dessa maneira, a imprensa está tratando a notícia como meio para obtenção de lucros, não se preocupando com a veracidade e fidedignidade das informações. O que mais importa é que determinado meio de comunicação seja o único a publicar determinado evento, que este tenha grande propagação no cenário nacional e até mundial e que os espectadores se interessem por ele. Para que isto ocorra, buscam-se inúmeros artifícios como a dor sentimental, o sofrimento físico, a emoção, a comoção, o espetáculo, a tragédia, etc, tudo no intuito de que o recebedor da notícia seja influenciado por ela e sequer analise a veracidade de seu conteúdo (Schifino, 2009, p. 60).

A análise sintática das coberturas realizadas pelos programas *Cidade Alerta* e *Encontro com Patrícia Poeta* revela como cada formato jornalístico mobiliza elementos de

linguagem e recursos audiovisuais para construir sentidos e captar a atenção do público, ainda que por caminhos distintos. No caso do *Cidade Alerta*, a linguagem é marcada por uma retórica dramatizada, com vocabulário apelativo, uso intenso de interjeições e tom emotivo por parte do apresentador. Luiz Bacci utilizou expressões de impacto e pausas longas, criando um ritmo narrativo próximo ao do suspense, aproximando o discurso jornalístico do entretenimento. No *Encontro com Patrícia Poeta*, a condução de Patrícia Poeta assume uma linguagem híbrida, adotando uma postura aparentemente empática, mas que, na prática, também explora o sensacionalismo ao noticiar ao vivo a prisão e as circunstâncias da morte de uma vítima, surpreendendo o próprio entrevistado com informações inéditas.

Do ponto de vista dos recursos audiovisuais, o *Cidade Alerta* recorre a enquadramentos fechados, trilhas sonoras de tensão e repetições de imagens, que intensificam a carga emocional e prolongam a exposição da dor das vítimas e familiares. O ritmo acelerado da edição e a alternância entre o apresentador e os repórteres criam um ambiente de urgência e proximidade com o público. No *Encontro*, embora a estética visual seja mais limpa e colorida, condizente com o horário matinal e com a proposta de jornalismo leve, a inserção de reportagens externas e o uso de links ao vivo em casos trágicos produzem o mesmo efeito de impacto. Assim, mesmo em um formato que se define como “de entretenimento”, a lógica da espetacularização persiste, ainda que mascarada por um discurso de empatia e serviço público.

A relação entre linguagem e audiência revela que o sensacionalismo continua sendo um recurso eficaz para a manutenção do público. Dados recentes da Kantar IBOPE Media (2024) mostram que, apesar da queda geral da audiência da televisão aberta, o *Cidade Alerta* mantém estabilidade, com média de 5,1 pontos, resultado da fidelização de um público que busca narrativas emocionais e identificação com o discurso popular do apresentador. A TV Globo, embora lidere em audiência, registrou queda de 13,4 para 13 pontos médios entre 2023 e 2024, reflexo da migração do público para o streaming e da fragmentação do consumo televisivo. Essa disputa por atenção explica a incorporação de estratégias sensacionalistas até mesmo em programas voltados ao entretenimento informativo, como o *Encontro com Patrícia Poeta*, que tenta conciliar audiência e credibilidade jornalística.

A repercussão de ambos os casos reforça os impactos éticos dessas escolhas. O episódio envolvendo o *Cidade Alerta* resultou em forte reação pública e na denúncia do coletivo *Intervozes* ao Ministério Público Federal, que acusou a Record TV de violar o

direito à dignidade humana e expor o sofrimento de uma mãe em rede nacional. No caso do *Encontro com Patrícia Poeta*, motivou fortes críticas nas redes sociais. Em ambos os episódios, a busca por audiência sobrepôs-se aos princípios do Código de Ética dos Jornalistas, evidenciando a transformação da notícia em espetáculo e a fragilidade dos limites entre informação e entretenimento.

Embora *Cidade Alerta* e *Encontro com Patrícia Poeta* pertençam a gêneros televisivos distintos, eles compartilham uma lógica comunicacional centrada na emoção e no impacto. Enquanto Luiz Bacci mobiliza a estética do choque, marcada por expressões enfáticas, trilhas sonoras tensas e exposição direta do sofrimento, Patrícia Poeta adota a estética da empatia, em que a dor é suavizada por um discurso de compaixão e acolhimento. Em ambos os casos, o resultado é a espetacularização da tragédia, em que a narrativa jornalística é substituída por uma performance emocional que visa manter o engajamento da audiência.

O contraste entre os dois programas revela que o sensacionalismo não está restrito ao gênero policial, mas se dissemina em diferentes formatos da televisão contemporânea. Se o *Cidade Alerta* representa o sensacionalismo clássico, baseado na violência e na exposição da dor, o *Encontro com Patrícia Poeta* simboliza o sensacionalismo emocional, que transforma o sofrimento em produto simbólico de empatia e identificação. Essa transposição confirma o argumento de Amaral (2019) sobre a “hibridização” entre jornalismo e entretenimento, e reforça a tese de Bucci (2009) de que a televisão brasileira vive uma “crise de identidade ética” diante da busca incessante por audiência.

Assim, a análise comparativa demonstra que, embora o *Cidade Alerta* e o *Encontro com Patrícia Poeta* se diferenciam em formato, linguagem e público-alvo, ambos compartilham a lógica da espetacularização como estratégia de manutenção da audiência. Nos dois casos o Jornalismo cede espaço à performance e à narrativa emocional, revelando como a televisão brasileira, mesmo diante da migração para o digital, continua a se apoiar na exploração do sofrimento como forma de engajamento e sobrevivência no cenário midiático contemporâneo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou compreender como a televisão brasileira, em especial os programas *Cidade Alerta*, da Record TV, e *Encontro com Patrícia Poeta*, da TV Globo, recorre ao sensacionalismo como estratégia para manter e ampliar a audiência em um cenário de crescente concorrência com as mídias digitais. A análise das linguagens, dos recursos audiovisuais e da repercussão pública das coberturas revelou que, embora pertençam a formatos distintos, o primeiro voltado ao Jornalismo Policial e o segundo ao Jornalismo de Entretenimento, ambos se apropriam de estratégias narrativas que exploram a emoção e o sofrimento como forma de captar a atenção do telespectador.

No caso do *Cidade Alerta*, observou-se que o uso de uma linguagem enfática e dramatizada, aliada à edição carregada de trilhas sonoras e imagens de forte impacto, contribui para transformar tragédias em espetáculos midiáticos. O episódio conhecido como *Caso Marcela* se tornou um exemplo emblemático dessa prática, ao expor ao vivo a reação de uma mãe ao receber a notícia da morte da filha. O acontecimento ultrapassou os limites éticos da profissão jornalística que, segundo o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, orienta que a dignidade humana e o respeito à dor das vítimas devem prevalecer sobre o interesse da audiência. A repercussão negativa nas redes sociais e a denúncia apresentada pelo *Intervozes* ao Ministério Público Federal evidenciam a gravidade do ocorrido e a necessidade de repensar a responsabilidade social dos meios de comunicação.

No *Encontro com Patrícia Poeta*, embora o formato se apresente como um programa voltado ao Jornalismo leve, verificou-se que o sensacionalismo também se manifesta, ainda que de forma mais sutil. O *Caso Vitória* revelou o uso da emoção como recurso narrativo, quando informações sobre o assassinato da jovem foram divulgadas ao vivo diante do pai da vítima. Assim como no episódio anterior, a cena gerou forte comoção e críticas públicas, apontando a falta de sensibilidade e o descumprimento de princípios éticos elementares, como o respeito à privacidade e à integridade emocional das pessoas envolvidas. As reações do público nas redes sociais demonstraram indignação e rejeição a esse tipo de conduta, evidenciando que, ao contrário do que parte da televisão pressupõe, a audiência contemporânea tem se mostrado mais crítica e exigente quanto à forma como o jornalismo aborda temas sensíveis.

Além disso, os dados de audiência analisados indicam que tanto a TV Globo quanto a Record TV enfrentam um processo contínuo de queda nos índices de público. Esses

números reforçam o deslocamento da audiência para as plataformas digitais e redes sociais, fenômeno que tem alterado profundamente o modo de consumir informação. Muitos espectadores, especialmente os mais jovens, têm migrado para o ambiente online, onde encontram conteúdos instantâneos, segmentados e interativos. Essa mudança desafia os modelos tradicionais de comunicação e pressiona as emissoras a buscarem novas formas de engajamento, muitas vezes recorrendo ao apelo emocional.

Entretanto, ao priorizar o impacto sobre a informação e o espetáculo sobre a ética, os programas analisados contribuem para a banalização do sofrimento e para a degradação do discurso jornalístico. Como defendem Chouliaraki (2006) e Bednarek (2016), o uso da emoção como ferramenta de persuasão midiática transforma a dor humana em produto simbólico de consumo, desvirtuando o papel social do jornalismo de informar com responsabilidade. O sensacionalismo, nesse contexto, não apenas fere princípios éticos, mas compromete a credibilidade da mídia, corroendo a confiança do público nas instituições jornalísticas e enfraquecendo o próprio valor da informação.

A responsabilidade social da imprensa é um princípio que deve nortear qualquer prática jornalística. O Jornalismo tem a função de mediar o diálogo entre os fatos e a sociedade, garantindo que a informação seja transmitida com veracidade, equilíbrio e empatia. Quando essa função é distorcida pelo sensacionalismo, o que se observa é uma cobertura que desumaniza as vítimas, reforça estereótipos e naturaliza a violência, contribuindo para uma cultura de indiferença diante da dor alheia. Nesse sentido, o jornalismo sensacionalista não apenas falha em cumprir seu papel informativo, mas também ameaça a integridade moral e o compromisso ético da profissão.

As reações negativas do público às coberturas analisadas indicam que há uma transformação na forma como a audiência se relaciona com os meios de comunicação. A ascensão das redes sociais deu voz ao telespectador, que hoje atua como fiscal e crítico da mídia, denunciando excessos e cobrando transparência. Esse comportamento evidencia um avanço na consciência social e um enfraquecimento da lógica vertical da comunicação, na qual o público era apenas receptor passivo. Atualmente, o espectador exige responsabilidade, sensibilidade e respeito, atributos que se tornam diferenciais na construção da credibilidade jornalística.

Portanto, conclui-se que o sensacionalismo é uma estratégia de curto prazo, incapaz de garantir relevância duradoura ou confiança pública. A televisão brasileira, para se

reinventar diante da concorrência digital, precisa investir na credibilidade, na diversidade de vozes e na valorização da ética como elemento essencial de sua prática. O compromisso com a verdade e com o interesse público deve prevalecer sobre a busca por índices de audiência.

Em síntese, a presente pesquisa reafirma que o desafio contemporâneo do jornalismo televisivo não é apenas tecnológico, mas ético e social. A busca por audiência não pode justificar práticas que ferem a dignidade humana e o direito à privacidade. Cabe às emissoras, aos profissionais e às instituições reguladoras refletirem sobre seus papéis diante dessa nova realidade, repensando os limites entre emoção e informação, espetáculo e verdade.

Esta pesquisa contribui para o debate sobre os limites éticos do jornalismo televisivo, ao evidenciar como práticas sensacionalistas, ainda que disfarçadas em formatos distintos, comprometem a credibilidade da mídia e o direito à informação responsável.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Márcia. **Jornalismo e Entretenimento**: desafios e perspectivas na era da convergência. São Paulo: Intercom, 2019.

ANDI – COMUNICAÇÃO E DIREITOS. **ANDI – Comunicação e Direitos**. 2025. Disponível em: <https://andi.org.br/>. Acesso em: 22 set. 2025.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. Coleção Novas Buscas em Comunicação; v. 47. São Paulo: Summus, 1995. 160 p.

BARBOSA, Ana Carolina. **Cidade Alerta**: história e trajetória do programa policiaisco da Record TV. São Paulo: Intercom, 2020.

BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Ática, 1987. 304 p.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016. 280 p.

BECKER, Beatriz; ALBUQUERQUE, Afonso; ROXO, Maria Cristina. **Jornalismo: teoria, prática e ensino**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2002.

BEDNAREK, Monika. **News Discourse**. London: Bloomsbury Academic, 2016.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2010. 144 p.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Zahar, 1997. 143 p.

BRASIL DE FATO. Intervozes denuncia Record ao MPF por expor mãe ao anunciar morte da filha ao vivo. **BRASIL DE FATO**. 19 fev. 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/02/19/intervozes-denuncia-record-ao-mpf-por-expor-mae-ao-anunciar-morte-da-filha-ao-vivo/>. Acesso em: 22 ago. 2025.

BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade**: a independência editorial e suas fronteiras com a indústria do entretenimento, as fontes, os governos, os corporativismos, o poder econômico e as ONGs. São Paulo: Contexto, 2009. 134 p.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Schwarcz – Companhia das Letras, 2000. 256 p.

CARAS. Luiz Bacci se pronunciou após anunciar ao vivo para mãe que filha foi assassinada. **ATUALIDADES**. 18 fev. 2020. Disponível em: <https://caras.com.br/atualidades/luiz-bacci-se-pronuncia-apos-anunciar-ao-vivo-para-mae-qu-e-filha-foi-assassinada.phtml>. Acesso em: 22 ago. 2025.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. 243 p.

CHOUILIARAKI, Lilie. **The Spectatorship of Suffering**. London: SAGE Publications, 2006.

COIMBRA, João. **História da televisão no Brasil**: dos anos 50 aos dias atuais. São Paulo: Editora Contexto, 2018. 356 p.

COLOMBO, Macri Elaine; VARELA, Ulysses do Nascimento; BIAZOTTI, Vinicius. Jornalismo e internet: evolução e perspectivas dos processos de circulação de notícias. **Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação**, v. 17, n. 2, p. 108-124, mai./ago. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/39413/26256>. Acesso em: 10 mar. 2025.

COSTA, Caio Túlio; et al. **Tempestade perfeita**: sete visões da crise do jornalismo profissional. 1. ed. Rio de Janeiro: História Real, 2021. 367 p.

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: <https://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>. Acesso em: 22 fev. 2025.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. Coleção Comunicação. São Paulo: Contexto, 2006. 119 p.

FIDALGO, António. O ensino do jornalismo no e para o século XXI. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**, 2001. Disponível em: <https://bocc.ufp.pt/pag/fidalgo-antonio-ensino-jornalismo-internet.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2025.

FREITAS, Vladimir Passos de. O jornalismo investigativo na solução de casos complexos. **Consultor Jurídico**, 24 set. 2023. Disponível em: <https://www.conjur.com.br>. Acesso em: 11 mar. 2025.

G1. **Reinaldo Gottino volta ao Cidade Alerta após saída de Luiz Bacci**. Disponível em: <https://g1.globo.com>. Acesso em: 13 ago. 2025.

GARCIA, Nathália Dayanne de Oliveira. **O papel da mídia versus o poder judiciário: a influência da mídia no processo penal brasileiro e a decisão do juiz**. 2015. 73 p. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito do Sul de Minas, Pouso Alegre, MG, 2015. Acesso em: 13 maio 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 220 p.

GLOBO. Programa do dia 07/03/2025. Rio de Janeiro: **Globoplay**, 7 mar. 2025. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/13399429/>. Acesso em: 8 ago. 2025.

GOMES, Itania Maria Mota. **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011. 283 p.

GUIMARÃES, Adriana Mello; FERNANDES, Nuno Ricardo. **O jornalismo em evolução**. In: SEMINÁRIO DE I&DT, 3., 2012, Portalegre. Anais – Centro Interdisciplinar de Investigação e Inovação, Instituto Politécnico de Portalegre, 2012. p. 1-9. Acesso em: 05 fev. 2025.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos; BAPTISTA. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2018. 624 p.

INTERVOZES – COLETIVO BRASIL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social**. Disponível em: <https://intervozes.org.br/>. Acesso em: 17 ago. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Internet já é acessível em 90,0% dos domicílios do país em 2021. **Agência de Notícias IBGE**, 16 set. 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021>. Acesso em: 25 abr. 2025.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: **Tecnologia da Informação e Comunicação 2023**. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 08 ago. 2025.

KARAM, Francisco José Castilhos. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus Editorial, 2004. 280 p.

KANTAR MEDIA. **TV aberta é hobby de 91% dos idosos no Brasil**. São Paulo: Canal Três, 2022. Disponível em: <https://canaltres.com.br/tv-aberta-e-hobby-de-91-dos-idosos-no-brasil/>. Acesso em: 08 ago. 2025.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999. 272 p.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**: Jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1986. 188 p.

MARTINS, Jorge Henrique Schaefer. **Penas Alternativas**: Comentários à Nova Lei 9.714, de 25 de novembro de 1.998, que altera dispositivos do Código Penal. Curitiba: Juruá, 1999.

MATTOS, Sérgio. Um perfil da TV brasileira (40 anos de história: 1950-1990). Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda/Capítulo Bahia: **A TARDE**, 1990. Acesso em: 24 fev. 2025.

METRÓPOLES. Cidade Alerta: Bacci diz que não sabia de morte anunciada ao vivo. 18 fev. 2020. **Pipocando**. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/pipocando/cidade-alerta-bacci-diz-que-nao-sabia-de-morte-anunciada-ao-vivo>. Acesso em: 22 ago. 2025.

MÍDIA KANTAR IBOPE. Conteúdo em vídeo alcança 99,63% da população brasileira. 08 abr. 2024. **Notícias**. Disponível em: <https://kantariibopemedia.com/conteudo/conteudo-em-video-2024/>. Acesso em: 24 mar. 2025.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 2014. 416 p.

NASCIMENTO, Érica. O espetáculo da violência no telejornalismo brasileiro: uma análise do Cidade Alerta. **Revista Comunicação Midiática**, v. 12, n. 1, 2017.

NA TELINHA (UOL). Luiz Bacci pede desculpas por caso no Cidade Alerta: foi solucionado. 18 fev. 2020. **UOL**. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/02/18/luiz-bacci-pede-desculpas-por-caso-no-cidade-alerta-foi-solucionado-141086.php>. Acesso em: 22 ago. 2025.

NEGRINI, Michele. Cidade Alerta e Modo de Endereçamento: o papel dos mediadores na cobertura do “Caso Marcela”. **Revista Alterjor**, 24(2), 249-267. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2176-1507.v24i2p249-267>. Acesso em: 02 set. 2025.

OLIVEIRA, Hugo Paulo Gandolfi de. **Redação jornalística multimeios**. Chapecó: Argos Editora da Unochapecó, 2012. 153 p.

PACETE, Luiz Gustavo. O Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo. 09 mar. 2023. **Forbes**. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-eo-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/>. Acesso em: 25 mar. 2025.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2013. 224 p.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **Apuração da notícia**: métodos de investigação na imprensa. Petrópolis: Vozes, 2010. 176 p.

PEREIRA, M. A. **Televisão e jornalismo: a história do telejornalismo no norte do Pará**. 2005. 51 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Norte do Paraná, Londrina, 2005.

PRUDENTE, Hugo. Dia Nacional das Comunicações: como a Internet mudou a forma de nos comunicarmos? **TIC Domicílios**, 06 mai. 2022. Disponível em: <https://nic.br/noticia/na-midia/dia-nacional-das-comunicacoes-como-a-internet-mudou-a-forma-de-nos-comunicarmos/>. Acesso em: 08 mar. 2025.

RASÊRA, Maria. **Jornalismo digital: do boom aos dias atuais. Uma reflexão sobre a necessidade da convergência de meios decorrente da mudança de hábitos de consumo da notícia**. Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Universidade Federal de Pernambuco, p. 1-9, ago. 2010. Acesso em: 22 mar. 2025.

RECORD TV. Caso Marcela: grávida some após briga com o namorado. 30 set. 2022. **Cidade Alerta**. Disponível em: <https://record.r7.com/cidade-alerta/videos/caso-marcela-gravida-some-apos-briga-com-o-namorado-30092022/>. Acesso em: 22 ago. 2025.

RECORD TV. **Caso Marcela: grávida some após briga com o namorado**. *YouTube*, vídeo on-line, 9 set. 2022. Disponível em: https://youtu.be/9jofLHsm90E?list=PLt_1imTZ2_1uLk7HLb0FTIN4poq0lOSkP. Acesso em: 22 ago. 2025.

RECORD TV. **Caso Marcela: Bacci mostra celular destruído pelo namorado**. *YouTube*, vídeo on-line, 9 set. 2022. Disponível em: https://youtu.be/xxC5Yuc7nas?list=PLt_1imTZ2_1sZ6uaCqCV5XnHZm0KE6QiJ. Acesso em: 22 ago. 2025.

RECORD TV. **Caso Marcela: testemunhas confirmam comportamento agressivo do namorado**. *YouTube*, vídeo on-line. Disponível em:

https://youtu.be/CLQJJEglnPc?list=PLt_1imTZ2_1slxCSCChQXbK4bDBdHdp4d7. Acesso em: 22 ago. 2025.

ROSÁRIO NEWS. **CASO MARCELA: Luiz Bacci revela ao vivo a uma mãe que a filha foi assassinada**. *YouTube*, vídeo on-line. Disponível em: <https://youtu.be/54yP01M25-k>. Acesso em: 22 ago. 2025.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo?** Coleção Primeiros Passos. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 2007. 110 p.

SILVA, João Paulo da. Telejornalismo policial no Brasil: Cidade Alerta e o sensacionalismo televisivo. **Revista Famecos**, v. 26, n. 1, 2019.

SILVA, Gerson. **Mídia, redes sociais e participação crítica: novos desafios para o jornalismo**. São Paulo: Paulus, 2014.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOUZA, Amauri Nogueira de et al. **História da televisão no Brasil**, 2018. Acesso em: 20 fev. 2025.

SCHIFINO, Ana Paula Albrecht. **Comunicação e poder: uma leitura semiológica da campanha institucional RBS “O amor é a melhor herança. Cuide das crianças”**. Porto Alegre: PUCRS, 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2009.

SQUIRRA, S. Boris Casoy: **o âncora no telejornalismo brasileiro**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

TEIXEIRA, Sálvio de Figueiredo. A imprensa e o judiciário. **Revista do Instituto de Pesquisas e Estudos**. Bauru, n. 15, ago./nov. 1996.

UOL – Notícias da TV. Patrícia Poeta é massacrada por revelar assassino de Vitória ao vivo ao pai da jovem. 07 de mar. **UOL**. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/patricia-poeta-e-massacrada-por-revelar-assassino-de-vitoria-ao-vivo-ao-pai-da-jovem-133117>. Acesso em: 22 ago. 2025.

VEJA. Patrícia Poeta constrange, ao vivo, pai que acabou de perder filha. 07 de mar. **VEJA**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/patricia-poeta-constrange-ao-vivo-pai-que-acabou-de-perder-filha/>. Acesso em: 22 ago. 2025.

VIZEU, A. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 40, p. 77-83, dez. 2009. Acesso em: 22 fev. 2025.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 6. ed. Lisboa: Presença, 2005.

YORKE, Ivor. **Jornalismo diante das câmeras**. Coleção Novas Buscas em Comunicação, v. 58. 2. ed. Tradução de Mauro Silva. São Paulo: Summus Editorial, 1998. 201

APÊNDICE

1. Transcrição da entrevista com a Iara Moura, representante do *Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social*

O Intervozes apresentou uma denúncia ao Ministério Público Federal após a cobertura do “Caso Marcela” no programa Cidade Alerta.

Poderia nos explicar em detalhes quais foram os principais pontos dessa denúncia? Quais foram os principais pedidos no documento encaminhado ao MPF

A gente apresentou a denúncia, mas eu não consegui apurar se a gente teve retorno do MPF, se houve instauração de inquérito, se foi tomada alguma providência.

A gente pede a responsabilização da emissora, porque o Intervozes lembra que esse tipo de conduta já é reiterada por esse programa e por esse apresentador e por outros programas que são veiculadas pela emissora. O próprio Intervozes, com parceiros como a Rede Andi, com o Artigo 19 e outras organizações da sociedade civil, já tem diversas representações e litigância estratégica, no caso de violações de direitos humanos e desconformidades de normas legais, infralegais, constitucionais por emissoras de TV e por esses programas policiaiscos.

Cumprindo sua obrigação constitucional, ele apura o caso e leve a responsabilização da emissora. Eu friso essa ideia de que a gente sempre pede a responsabilização da emissora, não somente do profissional apresentador, porque entendemos que é uma política da própria empresa e que infelizmente esse tipo de conduta e de violações têm compensado financeiramente, comercialmente para essas emissoras que são concessões públicas, mas que agem como se os canais de televisão fossem meros produtos e para atrair a audiência valesse tudo e estar acima de qualquer lei ou acordos que o Brasil é signatário, então a gente pede a responsabilização da emissora, que seja apurado e pede a responsabilização da emissora.

Em outros casos, parecidos com esse, de exposição indevida de crianças e adolescentes em conflito com a lei, ou de desrespeito à presença de inocência, ou de discurso de ódio ou de racismo, enfim, de diversas outras violações a gente além da responsabilização por danos morais e coletivos, a gente tem pedido também o direito de resposta nesses casos, entendendo que são concessões públicas e que tem que cumprir uma série de deveres e responsabilidades que está na nossa constituição.

**Houve alguma dificuldade no processo de formalização da denúncia junto ao MPF?
Como foi a receptividade do órgão diante do caso?**

Não houve dificuldade, a gente tem já um processo de outras organizações da sociedade civil de canal aberto com o Ministério Público Federal no acompanhamento dessas violações de direitos humanos na mídia, a gente já teve inclusive uma parceria, uma espécie de consórcio, da Intervozes da Rede Andi, da Art. 19, e do Ministério Público Federal com foco nessas violações de direitos humanos em programas policiais que gerou uma pesquisa e uma campanha chamada Mídia Sem Violações, então acho que esse é um canal que precisa ser sempre reiterado, qualquer cidadão, organização da sociedade civil tem o direito de acessar o Ministério Público Federal para que, no cumprimento de suas prerrogativas constitucionais, possa fiscalizar, abrir inquéritos, investigar potenciais desvios e violações cometidas por empresas, por órgãos do Estado no âmbito da Constituição Federal.

O Intervozes já tem a longa dos 23 anos de existência, alguma experiência nessa litigância estratégica, mas a gente reitera que o ideal é que os cidadãos e cidadãos se investem em um canal de denúncia mais direto, aí tanto para o Ministério de Comunicação, Ciência e Tecnologia, que é a quem cabe fiscalizar as concessões de Rádio e TV, quanto de acesso ao Ministério Público Federal para encaminhar esse tipo de denúncias, então um canal facilitado ou um canal específico no próprio Disque 100, que é a pura violações de direitos humanos, mas que pudesse dar tratativa a esse tipo de violações específicas da mídia ou outro tipo de canal mais facilitado e que houvesse inclusive uma divulgação de que todos nós cidadãos brasileiros temos essa possibilidade, porque reitero canais de Rádio TV são concessões públicas e estão sob responsabilidade da fiscalização do Estado brasileiro e tem cumprido uma série de prerrogativas constitucionais ali e presentes os artigos dos anos 20 a 2024 da nossa Constituição.

A denúncia visava responsabilizar apenas a emissora e o apresentador ou também questionava a estrutura do modelo de telejornalismo policial sensacionalista? Essa denúncia abriu precedentes para outras ações do Intervozes contra práticas semelhantes em outros programas televisivos?

Sim, a gente apresenta uma denúncia formal por danos individuais e coletivos ao apresentador, mas também à emissora, entendendo que sim, a violação de direitos, esse tipo de conteúdos, violador de direitos que não segue a legislação nacional e os pactos em que o Brasil é signatário ele é um modelo de negócios das emissoras.

Então a gente pede a responsabilização das emissoras, é recorrente então se a gente fizer um monitoramento diário a gente infelizmente vai apurar uma série de violações desse mesmo tipo então isso demonstra que não foi um caso fortuito infelizmente mas que sim responde ao modelo de negócio e por isso a gente pede sempre, em todas as representações, em toda a litigância estratégica do Intervozes, não só a responsabilização do programa em

si e dos seus responsáveis, quem estiver envolvido na denúncia, no caso, mas da emissora como um todo, até pelo poder educativo que esse tipo de condenação reparação possa vir a ter então a gente já tem tido alguns resultados em outras ações parecidas de assinatura de termos de ajustamento de conduta de divulgação de direitos de resposta das emissoras e de pagamento de multa das emissoras por esse tipo de caso de violação de direitos humanos principalmente nos programas policiaiscos.

Na visão do Intervozes, qual é o impacto social da espetacularização da dor e do sofrimento humano em programas policiais? Como equilibrar o direito de informar com a responsabilidade de preservar a dignidade das vítimas e de suas famílias? Há necessidade de fortalecer a regulação ou a autorregulação da mídia no Brasil para coibir abusos éticos como esse?

Como equilibrar o direito de informar com a responsabilidade de preservar a dignidade das vítimas e de suas famílias?

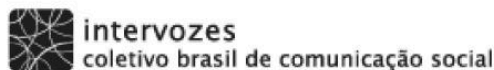
A gente tem já um estudo e uma atuação histórica nessa agenda da mídia e violações de direitos humanos e vários estudos comprovam os danos individuais e coletivos e mesmo sociais desse tipo de conteúdo violador de direitos, desse tipo de conteúdo que é ele faz alusão à violência, que pratica o discurso de ódio, que viola uma série de legislações, como o Estatuto da Criança e do Adolescente, como o Estatuto da Igualdade Racial, a Lei Anti Racismo, dentre outras legislações. e a própria Constituição Federal, então os danos já são bastante divulgados, conhecidos e divulgados, mas infelizmente essa tem sido uma prática recorrente das emissoras de apostar nesse sensacionalismo, na violação de direitos como estratégia de atrair a audiência a qualquer custo, como se elas não tivessem responsabilidade por serem concessões públicas e como se qualquer dano valesse a pena pelo apelo, o potencial apelo que determinados conteúdos sensacionalistas possam ter.

Então a gente acredita que é necessário e urgente avançar na regulação dos meios de comunicação, porque a autorregulação não dá conta, não tem dado conta de coibir esse tipo de prática. Inclusive, a gente já tem uma regulação robusta sobre isso, a própria Constituição, o Estatuto de Defesa da Criança e do Adolescente, o Estatuto do Consumidor, enfim, a gente tem uma série de legislações que já poderiam ser aplicadas a esses casos, mas que, infelizmente, como não estão regulamentadas e como a gente não tem uma celeridade do sistema de justiça, como a gente não tem canais em que os cidadãos sejam incentivados a denunciar, como a gente não tem todo esse fluxo de denúncia, de investigação e de coibir esse tipo de práticas de maneira efetiva. Infelizmente, as multas são irrisórias diante do lucro dessas emissoras com a vinda de anúncios. Então, como a gente não tem esse fluxo estabelecido, a gente acredita que é, sim, importante avançar na regulamentação do que diz a Constituição Federal nos artigos 220 a 224. sobre a questão da comunicação para que a gente possa avançar e esse tipo de prática não seja um negócio que vale a pena porque hoje é assim que ele é encarado.

O Intervozes acha que é completamente possível equilibrar o direito à informação, à liberdade de expressão e, ao mesmo tempo, preservar a dignidade humana, respeitar os direitos humanos, respeitar as legislações e pactos que o Brasil é signatário é possível fazer isso o código de ética de jornalistas brasileiros já coloca esse tipo de limites éticos da profissão então é possível sim relatar um fato noticioso que tenha um elemento de violência sem expor potenciais vítimas sem expor potenciais suspeitos ou acusados sem ser canal de incitar a violência e o crime, muitas vezes, nesses programas policiaiscos. Há uma incitação a que a própria população faça, bem entre aspas, justiça com as próprias mãos, então, práticas de linchamento, enfim, de tortura, banalização da tortura, exposição indevida de crianças e adolescentes. É uma pauta que a gente sempre bate, sejam elas nas posições de vítimas, sejam elas nas posições... de suspeitas de cometer algum ato infracional então é sim possível manter e informar seguir com a responsabilidade dos meios de comunicação de informar a população sem violar direitos e a gente tem uma série de experiências de veículos de comunicação inclusive alternativos, que têm cumprido esse papel com muita responsabilidade e que dão esse exemplo de que, sim, o direito à informação não é contraditório à defesa dos demais direitos humanos e à promoção e defesa da dignidade humana.

ANEXO A

Representação do *Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social* enviada ao Ministério Público Federal (MPF)



À EXCELENTÍSSIMA SENHORA PROCURADORA FEDERAL DOS DIREITOS DO CIDADÃO DEBORAH DUPRAT

INTERVOZES – COLETIVO BRASIL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, associação civil sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ/MF sob o número 06.040.910/0001-84, com sede à Rua Rego Freitas, no 454 – conjunto 92 – CEP: 01220-010 – República, Município de São Paulo, Estado de São Paulo (doravante, “Intervozes”), por meio de sua representante legal André Buanoni Pasti, brasileiro, solteira, geógrafo, portadora da cédula de identidade RG n. 34888063-7 SSP-SP, inscrita no Cadastro de Pessoas Físicas sob o número 335227538-60; vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência, apresentar, nos termos do art. 5º, XXIV, “a”, da Constituição Federal, e art. 12 da Lei Complementar n.º 73/1993, fatos que ensejam a atuação da Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão (PFDC - MPF).

Na última segunda-feira, 17 de fevereiro, durante a exibição do programa Cidade Alerta, transmitido pela TV Record, o apresentador Luiz Bacci informou, ao vivo, a uma mãe que participava da transmissão, que a filha havia sido assassinada pelo namorado em um crime de feminicídio. A informação levou a progenitora da vítima a uma situação de extremo desespero, chegando, inclusive, a desfalecer. A reação foi transmitida por cerca de 20 segundos e a transmissão só foi interrompida quando a mãe da vítima acordou do desmaio e começou a gritar.

O chamado “Caso Marcela”, sobre o desaparecimento da jovem, grávida, no dia 8 de fevereiro, vinha sendo explorado pelo programa desde a terça-feira da semana anterior (11/02/2019). O episódio ocorrido na segunda-feira foi a quarta entrada do caso no Cidade Alerta, quando o apresentador Bacci informou a confissão de feminicídio do namorado da jovem na presença da mãe da vítima que era entrevistada ao vivo e acabara de declarar ter esperanças de encontrar a filha viva.

A repercussão negativa entre a audiência das opções tomadas pela produção e direção do Cidade Alerta levaram, ademais, a TV Record a excluir a referida cena da plataforma digital que arquiva sua programação, o que indica o caráter violador da situação.

Diante do ocorrido, o Intervozes, organização da sociedade civil que há anos trabalha para promover a adequação do serviço público de radiodifusão às normas nacionais e internacionais, assim como denunciar violações a direitos humanos cometidas nesse cenário, vem denunciar à Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão (PFDC) o desrespeito e a inadequação da TV Record, concessionária de um serviço público, às normas atualmente em vigor para a radiodifusão brasileira e demais leis do ordenamento jurídico de nosso país.

A Constituição Federal, em seu artigo 220, caput e § 2º, garante plenamente a liberdade de expressão e de manifestação do pensamento. Da mesma forma, asseguram esse direito diversos dispositivos internacionais, como a Declaração Universal dos Direitos Humanos, Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos (PIDCP) e a Convenção Americana. No entanto, a liberdade de expressão não é absoluta, devendo estar em compasso com outros direitos inseridos nesses mesmos dispositivos e na Constituição Federal, como direito à privacidade, à imagem e à

intimidade dos indivíduos (art. 220, § 1º e art. 5º, X), bem como os valores éticos e sociais da pessoa e da família (art. 221, IV).

O artigo 19 (3) do PIDCP, por exemplo, determina responsabilidades no exercício da liberdade de expressão. A Convenção Americana de Direitos Humanos, por sua vez, garante, em seu artigo 13 que não haverá censura prévia (com exceção daquela com o objetivo de proteção moral de crianças e adolescentes no acesso a espetáculos públicos), mas impõe a responsabilização posterior do autor nos casos de abusos no exercício da liberdade de expressão. Significa dizer, em síntese, que a liberdade de expressão deverá ser protegida sempre, mas poderá ser restringida e sancionada quando incorrer em abuso que cause uma violação a um outro direito humano.

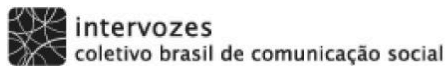
Já o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), Lei no 4.117/62, determina que “os serviços de informação, divertimento, propaganda e publicidade das empresas de radiodifusão estão subordinados às finalidades educativas e culturais inerentes à radiodifusão, visando aos superiores interesses do País” (Art.38, d), e que “a liberdade de radiodifusão não exclui a punição dos que praticarem abusos no seu exercício” (Art.52).

A Constituição Federal também é explícita ao vedar a veiculação de conteúdos que violem os direitos humanos e façam apologia à violência. No capítulo V, sobre a Comunicação Social, a Constituição afirma que as liberdades de expressão e de informação devem respeitar outros direitos fundamentais previstos na legislação em vigor. Já o Art. 221 ratifica que a programação das emissoras de rádio e TV deve privilegiar “as finalidades educativas, culturais, informativas e artísticas”, assim como “os valores éticos e sociais da pessoa e da família”.

O Regulamento dos Serviços de Radiodifusão (Decreto 52.795/63), alterado pelo Decreto 88.067/83, afirma categoricamente, em seu artigo 28, 12, item b, que entre as obrigações de concessionárias e permissionárias de serviços de radiodifusão está a de “não transmitir programas que atentem contra o sentimento público, expondo pessoas a situações que, de alguma forma, redundem em constrangimento, ainda que seu objetivo seja jornalístico”.

O Código de Ética dos Jornalistas também afirma, em diferentes artigos, a responsabilidade social dos meios de comunicação. No inciso III do Art.2º, diz que a “liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão”. Afirma, por exemplo, que são deveres do jornalista “defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos” (Art. 6º, I), “respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão” (Art. 6º, VIII); e que o jornalista não pode “usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime” (Art. 7º, IV e V).

O episódio aqui relatado vai, portanto, na contramão dos dispositivos que regulam a radiodifusão no Brasil e dos padrões internacionais que buscam assegurar a efetivação de tais direitos. Cabe destacar que o padrão de produção de conteúdo praticado pelos programas policiais, especificamente o Cidade Alerta, atenta não só contra os diretamente envolvidos no “Caso Marcela”, mas a todos direta ou indiretamente impactados pela transmissão do programa.



Cabe destacar que o programa Cidade Alerta cotidianamente transmite cenas de violência que, não raro, violam direitos fundamentais dos personagens retratados e também da população exposta a tais conteúdos.

Diante do exposto e considerando que os fatos acima narrados caracterizam ofensa à legislação de radiodifusão, além de devidos danos morais coletivos, por evidente violação aos dispositivos pátrios e internacionais relativos a direitos humanos, o Intervozes requer ao Ministério Público Federal que sejam tomadas as providências legais pertinentes de responsabilização da TV Record.

São Paulo, 18 de fevereiro de 2020

Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social

ANEXO B

Autorização de uso de imagem da Iara Moura, representante do *Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social*.



Formando Homens Novos para o Mundo Novo

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

Pelo presente termo particular de autorização de uso de imagem e voz e termo de responsabilidade,

Nome: IARA GOMES DE MOURA

Nacionalidade: BRASILEIRA

Estado Civil: SOLTEIRA

Profissão: JORNALISTA

RG nº:

CPF nº:

Residente e domiciliado: Rua Padre Leopoldo Fernandes, 248, Fátima, Fortaleza- CE CEP: 60411-180

Autoriza a FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 50.016.039/0001-75, situada na Rua João Paulo II, s/nº, Alto da Bela Vista, Cachoeira Paulista/SP, o uso de sua imagem/voz, em decorrência da participação em fotografias e/ou nas gravações de vídeos produzidos para o projeto abaixo relacionado:

O presente instrumento particular de autorização é celebrado a título gratuito, restando autorizado que as fotografias/gravações e demais formas de manifestações, fotografadas ou gravadas, em áudio ou vídeo, bem como trechos ou partes destes sejam transmitidos pelo Sistema Canção Nova de Comunicação ou por meio de veículos de comunicação e divulgação diversos. O Autorizante autoriza que seja utilizada a sua imagem e voz em quaisquer suportes ou modalidades de utilização (TV, WEBTV, IPTV, SMS, Mobile, ringtones internet com todas suas ferramentas e tecnologia existentes e nas mídias sociais utilizadas Fundação João Paulo II, tais como Youtube, Facebook, Twitter, Podcast, Gente de Fé, dentre outras) por todo território nacional e internacional, no todo ou em parte, de forma “ao vivo” ou gravada, podendo a reexibição se dar a qualquer tempo, conforme interesse da Fundação João Paulo II ou das emissoras/ empresas afiliadas ou coligadas. A FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II está autorizada, gratuita e exclusivamente, a fixar o todo ou parte, do conteúdo de sua participação, acima mencionada, em CDs, DVDs, CDs-ROM, Mds, Ringtones, Mobile, SMS, arquivos digitais e em quaisquer outras plataformas ou modalidades de utilização existentes ou que venham a ser inventadas, podendo a autorizada divulgar, distribuir e comercializar tais fixações, sem que qualquer retribuição pecuniária seja devida ao Autorizante.

Autoriza-se, pois, que a Fundação João Paulo II, mediante observância da lei 13.709/2018 - LGPD, utilize, além dos testemunhos eventualmente colhidos, os dados pessoais concernentes à divulgação de imagem, voz, nome e pseudônimo do Autorizante para fins publicitários, bem como para demais fins congruentes com o presente termo. O presente instrumento particular de Autorização é celebrado em caráter definitivo, irrevogável e irretratável, obrigando as partes por si e por seus sucessores a qualquer título, a respeitarem integralmente os termos e condições estipuladas no presente instrumento.

Cachoeira Paulista , 28 de setembro de 2025.

Jana Gomes de Moura

Autorizante