
Televisão, sensacionalismo e capacitismo de entretenimento: análise de conteúdo do programa Boa Tarde Goiás¹

Fernanda Ribeiro de Lima ALVARES²
Núbia da Cunha SIMAO³
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de refletir sobre o capacitismo enquanto elemento integrante do conteúdo sensacionalista televisivo. Tal pesquisa foi desenvolvida a partir da metodologia de revisão bibliográfica e de análise de conteúdo. O objeto de estudo escolhido foi programa “Boa Tarde Goiás”, veiculado pela TV Goiânia, afiliada da TV Bandeirantes, de segunda a sexta, às 13 horas, para todo o Estado de Goiás. Em busca por audiência, o televisivo utiliza-se de narrativa melodramática, explorando a sensualidade, o ridículo e o capacitismo em prol de um entretenimento que deforma a notícia ao invés de informar.

PALAVRAS-CHAVE: televisão; sensacionalismo; capacitismo; entretenimento; comunicação.

POR QUE FALAR DE TELEVISÃO, SENSACIONALISMO E CAPACITISMO DE ENTRETENIMENTO?

A priori é preciso evidenciar que as notícias de televisão podem ser sensacionalistas por suas características em si, entre elas, a junção das imagens captadas em determinados enquadramentos e movimento, a sonorização para além do som ambiente e o texto a partir de palavras escolhidas para causar impacto e dar ritmo para a narrativa. Tudo pode ser utilizado para despertar no telespectador o desejo de acompanhar o conteúdo sem pausas, sob pena de perder algo que pode influenciar o seu cotidiano (Simão e Temer, 2019).

¹Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

²Doutora em Antropologia e Mestra em Comunicação - Mídia e Cidadania e pela Universidade Federal de Goiás. Graduada em Rádio e TV pela Universidade Federal de Goiás também é graduada em Jornalismo pela Faculdade Sul-Americana. Tem pós-graduação em Assessoria de Comunicação e Marketing e Profissional atuante nas principais empresas de comunicação do Estado de Goiás por quinze anos hoje é professora dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Centro Universitário Unifasam [email: fernanda.ribeiro35@gmail.com](mailto:fernanda.ribeiro35@gmail.com).

³Mestra em Comunicação pela Faculdade de Informação e Comunicação na Universidade Federal de Goiás FIC - UFG, Especialista em Economia pela Universidade Estadual de Goiás, Jornalista graduada na Faculdade de Informação e comunicação na Universidade Federal de Goiás FIC - UFG, Economista graduada pela Universidade Estadual de Goiás – UEG. Docente do curso de Publicidade e Propaganda da Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC-GO. Professora Pesquisadora Pró-reitoria de Extensão e Pesquisa- PROPE- PUC-GO. Coordenadora do Programa de Extensão em Direitos Humanos - PUC-GO. [E-mail: nubiasimao@gmail.com](mailto:nubiasimao@gmail.com).

Além disso, ao acrescentar elementos da narrativa melodramática, personagens e cenários, aumenta-se ainda mais a identificação do público com o conteúdo (Nogueira, 2008). Há sempre um conflito entre o bem e o mal, entre o herói e o vilão, há sempre uma vítima (a mocinha) e o núcleo de humor, o bobo ou o palhaço (Bourdieu, 1997). A par disso, o programa em análise mistura notícias e entretenimento, e é apresentado por dois jornalistas, Leandro Vieira e Cristiane Alves. Ele, apesar de usar terno e gravata, fala de forma muito popularesca, com gírias da moda, além de contar piadas de conteúdo muitas vezes sexual, inadequado ao horário. Ela usa roupas justas e decotadas e é responsável pelo quadro “Chiliques e Fofocas” que traz notícias sobre celebridades seguidos de comentários dos apresentadores do programa.

O “Boa Tarde Goiás” também conta com a participação de Sebastião Belmiro, o Tião Anão, um homem com nanismo frequentemente exposto a diversas situações vexatórias e ridículas para garantir a diversão dos telespectadores. O capacitismo, “atitudes preconceituosas que hierarquizam sujeitos em função da adequação de seus corpos a um ideal de beleza e capacidade funcional” (MELLO, p.66, 2016), existe em nossa sociedade muito antes do termo. Basta lembrarmos de expressões populares como “dar uma de João sem braço” ou “dar uma mancada”. Ou ainda o costume de passar a mão em um anão para ter sorte.

E, se o capacitismo é um sistema de opressão do patriarcado construído e reforçado pelo discurso (Foucault, 2014), faz-se necessário analisar como programas considerados jornalísticos ou informativos reforçam os estereótipos de incapacidade física e mental dos portadores de nanismo atrelando a existência dessas pessoas ao humor grotesco televisivo (SODRÉ e PAIVA, p. 104, 2002). Mas o que explica o sucesso deste programa – há quase um ano no ar o “Boa Tarde Goiás” registrou média de 3.0 pontos em Goiânia e região metropolitana, antes a emissora registrava uma média de 0.4 ponto – em tempos de tantas campanhas contra o capacitismo, especificamente contra o capacitismo de entretenimento?

É preciso ressaltar que o uso de pessoas com nanismo ou com outras deficiências não é uma estratégia recente para conquistar audiência. Eles estavam presentes nos primórdios da TV brasileira nos programas de auditório dos anos 1970, nas séries televisivas americanas nos anos 1980 e nos programas infantis da década de 1990.

Marshall (2015) discute a audiência de programas que exibem violência ou que exploram situações de constrangimento de pessoas que estejam fora do padrão de normalidade comportamental e física adotados em nossa sociedade pelo *schadenfreude*, um termo da cultura alemã que poderia ser traduzido como “alegria do mal”. Quando a vida do outro é pior o indivíduo valida a própria felicidade ou valor social. Mas não se faz mais piada com cadeirantes, com negros, com autistas. Então por que as pessoas com nanismo continuam relegadas a este espaço de humor grotesco (Sodré e Paiva, 2002)? Qual o limite das estratégias na busca por audiência, expressada no despertar emocional do telespectador (Simão in Oliveira e Pessoa, 2013)?

TELEVISÃO - UM VEÍCULO SENSACIONALISTA?

Antes de evidenciar a importância da televisão na construção e reforço de estereótipos de pessoas com deficiência, é preciso destacar a comunicação enquanto instrumento inerente à sobrevivência humana. Desde os primórdios da humanidade, a busca por meios de abrigo, alimentação e proteção contra ameaças naturais ou outros grupos humanos têm sido facultada pela comunicação. Além disso, o desenvolvimento da comunicação permitiu o registro da memória e sua transmissão como herança cultural ao longo do tempo. É importante observar a correlação entre o avanço tecnológico e a precisão da comunicação ao longo dos anos. (TEMER e SIMÃO, 2019)

O que coaduna com Bourdieu (SIMÃO in OLIVEIRA 2013), que conceitua a comunicação como, acima de tudo, a troca de conhecimentos. Assim em, um processo relacional em um determinado contexto, cada indivíduo, em uma situação sócio-histórica e simbólica ocupa um lugar de poder, e é desse lugar que a fala acontece e é sujeita a diversas influências que não se limitam ao seu conteúdo em si.

Além do caráter simbólico da fala, a comunicação envolve o corpo e seus inúmeros movimentos e nuances expressivas, bem como ruídos e o que não é dito. Esse corpo pertence a um grupo localizado espacial e temporalmente, e submetido às questões culturais, econômicas e políticas.

Historicamente, até o século XVIII, a comunicação oral prevaleceu. Com o surgimento da Revolução Industrial, das cidades e do trabalho fabril, e a dificuldade de se organizar reuniões comunitárias devido ao horário de trabalho extenuante, a comunicação oral foi restringindo-se a ambientes de trabalho e ainda assim restrita,

devido ao ambiente fabril, extremamente complexo do ponto de vista da possibilidade de trocas.

Nesse cenário, a necessidade de organização do capital impulsionou o surgimento da indústria da comunicação. No entanto, na comunicação humana, a voz, originada de um corpo, pôde ser veiculada por meio de mídias e tecnologias de comunicação, como a escrita, impressão e tipos gráficos, telex, telégrafos, rádio, televisão e a Internet, em uma espécie de convergência (Thompson, 1998). Assim, os folhetins, inicialmente lidos em praça pública para a multidão de analfabetos, deram origem ao processo de midiaticização da comunicação, cujas expressões políticas e econômicas influenciam desde então tanto a produção, quanto a distribuição e recepção dos meios de comunicação (Thompson, 2002).

No entanto, somente no início do século XIX, com o surgimento de um mercado de mídia e por conseguinte de concorrentes, é que começou a disputa por público, comumente conhecida como "luta por audiência". Os veículos de comunicação passaram a competir por legitimidade, autoridade, precisão e objetividade, mas é nesse período que surge o sensacionalismo, ou seja, a dramatização dos acontecimentos (Bourdieu, 1989, apud SIMÃO in OLIVEIRA 2013).

O campo jornalístico (Bourdieu, 1997) evidencia essa disputa por audiência, em que os negócios de comunicação buscam manter ou aumentar sua fatia do mercado, muitas vezes sacrificando a qualidade e a ética jornalísticas em prol do lucro, expresso no reconhecimento público.

Además, o direito à comunicação é fundamental para o acesso à cidadania. A mídia ao longo dos tempos, tornou-se uma parte integrante da experiência humana contemporânea, mediando quase todas as interações sociais, proporcionando muito mais do que informação. Desta forma, embora os telejornais sejam importantes fontes de informação e entendimento da dinâmica social e política, eles também são espaços de entretenimento que geram sensações e despertam emoções e o desejo de continuar acompanhando a notícia, como destacado por Thompson (2002).

Sodré (2002) afirma que o telejornalismo é um reflexo da sociedade, uma fonte de discussão interpessoal e atuação na sociedade. No entanto, a busca pela objetividade que caracterizou o jornalismo nos séculos XVIII e XIX sofreu alterações com o surgimento da TV e a exploração da imagem, tornando-a difícil de ser alcançada.

No Brasil, a disputa por audiência é permeada por questões político-econômicas históricas, que remontam a sua história econômica. No país, as emissoras de televisão estão ligadas a algumas famílias que possuem interesses pessoais e políticos, tornando-as praticamente monopólios, como descrito por Bourdieu (1989 apud SIMÃO in OLIVEIRA 2013). Embora haja regulamentações para evitar irregularidades e garantir a pluralidade de informações, a falta de mecanismos sociais de fiscalização torna isso insuficiente, conforme Lima (2009).

A propriedade cruzada, que permite que uma única família ou grupo de empresários controle emissoras de rádio e televisão, além de jornais e revistas, é um atentado à democracia. Isso ocorre devido à vinculação dos grandes grupos de comunicação com lideranças políticas regionais e locais, impedindo a democratização da comunicação e a diversidade de informações, necessárias para a opinião pública autônoma e, portanto, a democracia plena. É importante destacar que a veiculação televisiva é onerosa em sua essência, exigindo investimentos financeiros contínuos.

A vinculação dos grandes grupos de comunicação com lideranças políticas regionais e locais são alguns dos problemas que impedem a democratização da nossa comunicação. E sem ela não haverá diversidade e pluralidade de informações, vale dizer, opinião pública autônoma e, portanto, democracia plena. (LIMA, 2009, p. 93)

Ainda é necessário reconhecer que a transmissão televisiva é intrinsecamente custosa. Produzir conteúdo para a televisão requer tecnologia cada vez mais avançada para criar, transmitir e armazenar o material. Essa tecnologia sofisticada exige investimentos financeiros constantes. Além disso, há particularidades na produção comercial de notícias, como rotinas de produção altamente incomuns, como a necessidade de transmitir informações em primeira mão, com significativas reduções no tempo necessário para produzir o material e os prazos limites para incluir o conteúdo.

Os limites da representação do real impostos ao telejornal começam pelo fato dele ser um produto vendido a dois públicos diferentes: um público genérico, que assiste o te-lejornal em suas casas ou locais diversos- o telespectador, e outro público diferenciado, que atua como financiador das produções televisivas – o anunciante. (MARCONDES FILHO, 2000, p. 116).

Entender a relação entre público e anunciante é fundamental para compreender o produto telejornal. As emissoras dependem em grande parte do financiamento proveniente dos anunciantes, tornando-os uma das principais fontes de renda. A mídia anunciada procura chamar a atenção dos telespectadores que assistem à televisão.

Ao anunciar na televisão, os anunciantes também se beneficiam da credibilidade conquistada pelos telejornais da emissora, que agregam valor ao produto anunciado. Em

geral, os intervalos comerciais dos telejornais com maior audiência são exibidos nos horários nobres das grades de programação das emissoras, que são os mais caros, criando assim um ciclo complexo entre a busca por audiência e por outro lado, a busca por recursos financeiros para manter a qualidade e a quantidade do conteúdo (Hercovitz, 2008).

AUDIÊNCIA- A NARRATIVA MELODRAMÁTICA E O CAPACITISMO

Não importa se o conteúdo é de entretenimento, educativo, publicitário ou jornalístico para manter a atenção do telespectador, as imagens e informações veiculadas podem instigar as emoções. O sensacionalismo, ou seja esse despertar das emoções, nos noticiários televisivos muitas vezes pode ser comparado ao melodrama, estilo narrativo surgido no século XIX durante a revolução burguesa como ferramenta para facilitar a comunicação com os analfabetos. Nesse estilo, as pessoas se reconhecem com facilidade pela identificação com o cenário e os personagens. Segundo Jesus Martin-Barbeiro (1997), os personagens são bem caricatos e reproduzem uma luta do bem contra o mal, do certo versus o errado. Há sempre uma vítima, um justiceiro ou herói e um vilão. A “emocionalização” é trabalhada também no discurso e com a sonorização dos conteúdos.

É possível perceber estes elementos, eles podem estar presentes da escalada à despedida dos apresentadores. A identidade sonora dos programas jornalísticos televisivos trabalha trilhas dinâmicas que tentam aplicar um caráter de urgência das notícias. Notícias que não são simplesmente lidas, são “interpretadas” pelos jornalistas que estão no estúdio ou nas ruas com enfoque em palavras importantes para destacar a sensação que se espera causar com cada VT. E não é apenas a voz, as expressões faciais, os gestos dos jornalistas carregam opinião, e porque não dizer julgamento.

As imagens também são muito importantes neste processo de conduzir o público para uma montanha russa de emoções. Movimentos como o *travelling* e gravações em plano sequência são cada vez mais usados, uma forma de convencer o telespectador a não mudar de canal ou sair da frente da TV porque “a notícia está acontecendo naquele instante”.

Todos os assuntos são podem se tornar sensacionais, uma rua sem asfalto, a falta de médico em uma unidade de saúde, ou mesmo um furto dentro de uma loja de roupas,

flagrado por uma câmera de segurança, mas aqueles que vão contra os estereótipos necessários para a manutenção de uma sociedade preconceituosa.

Mas, afinal o que é capacitismo? é caracterizado pelo “preconceito e discriminação contra indivíduos simplesmente porque são classificados como deficientes – independentemente de suas deficiências serem físicas ou mentais, visíveis ou invisíveis” (Nario-Redmond, 2020, p. 6).

O capacitismo fere diretamente o artigo 6º da Constituição Brasileira, que elenca: “são direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados” (BRASIL, 2020). Reforçada juridicamente pela Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015, de determina que toda pessoa com deficiência tem direito a ser tratada com igualdade e sem discriminação de qualquer natureza (BRASIL, 2015).

Quando o assunto é capacitismo deve-se evidenciar que se inferir que epistemologicamente preconceito nem sempre abrangeu categorias como humor e desprezo. Cunhado por Allport (1995) como modo de tratar outrem de forma hostil determinada pessoa por um grupo de outras pessoas, simplesmente por pertencerem a tal grupo. A referência passou por proposições mais amplas até ter-se a definição atual que expressa diversas formas de desrespeito. Como a pesquisa sobre as microagressões de Sue et al (2007), com divisões como a de “microassalto”, “microinsulto” e “microinvalidação”.

O termo preconceito na atualidade está mais próximo da percepção da vítima. Como essa percebe discursos de hostilidade. Infelizmente ainda na atualidade os discursos ainda são naturalizados como afetivos, engraçados ou apenas neutros, nos quais o emissor quase sempre afirma não ter intenção de ofender.

E tal condição está presente nos discursos dos apresentadores de televisão, quando se observa a questão do preconceito em especial, o capacitismo. Como é o caso do programa Boa tarde Goiás, em que diversas palavras proferidas e compreendidas de forma naturalizada, para conferir humor ao televisivo, na disputa por audiência, criando uma espécie de narrativa melodramática, que a cada dia aumenta ainda mais a curiosidade do telespectador, para saber quais os detalhes ou que humilhações tal personalidade irá passar no programa seguinte, numa espécie de extravasamento das

emoções e fuga do cotidiano. Para estudar com mais profundidade tal situação, buscou-se realizar uma análise de conteúdo do referido programa.

A Análise de Conteúdo apresenta atualmente três características fundamentais: uma orientação empírica ancorada em eventos concretos; a investigação abrangente dos elementos intrínsecos ao conteúdo, como mensagem, meio e sistema comunicativo; e uma flexibilidade metodológica que capacita o pesquisador a definir as etapas do estudo conforme as exigências da coleta de dados, ao mesmo tempo em que possibilita uma avaliação independente dos resultados.

ANÁLISE DE CONTEÚDO DO PROGRAMA BOA TARDE GOIÁS

O programa Boa Tarde Goiás, veiculado pela TV Goiânia, afiliada da TV Bandeirantes, para todo Estado de Goiás, estreou no dia 04 de julho de 2022 e antes mesmo de entrar no ar já explorava a imagem de pessoas com nanismo. Nas chamadas⁴ de apresentação do programa um homem com nanismo dublava uma paródia de música sertaneja cuja letra descreve a nova atração enquanto dançava e fazia “caras e bocas”.

O programa exibido a partir das 13h30, entre segunda e sexta-feira com uma hora e meia de duração, é apresentado por Leandro Vieira, com participação especial de um homem conhecido como “Pula Rêgo”. A jornalista Cristiane Alves conhecida como Cristal é responsável pelo quadro “Chiliques e Fofocas”, além de Sebastião Belmiro, o Tião Anão, um homem com nanismo. Foram analisados dois programas exibidos nos dias 29 e 30 de junho de 2023, cada um com uma hora e meia de duração. Como o foco deste artigo é o capacitismo de entretenimento, não será exposto aqui todo o conteúdo exibido e diversas situações de sensacionalismo. Detalhar-se-á apenas as participações de “Tião Anão”.

No dia 29 de junho, o programa começa com o Sebastião Belmiro em um ambiente não identificado, externo ao estúdio, vestido de anjo e fazendo uma dança sem sentido enquanto acompanha a programação pelo celular, com uso de fones de ouvido. O apresentador entra em cena no estúdio e o chama pejorativamente de “anão” e “menininho”, o retorno⁵ parece não funcionar, Sebastião continua dançando, Leandro e Pula Rêgo gargalham.

⁴Pequenos vídeos que visam atrair a atenção do público veiculados antes dos programas irem ao ar.

⁵Sinal da programação ouvido pelo repórter/apresentador

Na segunda participação, a voz em off de Pula Rêgo dá uma ordem: “sensualiza anão”! Entra uma música romântica internacional e Sebastião começa a dançar, a passar a mão pelo corpo e a esfregar a língua nos lábios, num gesto de clara conotação sexual. Mais uma vez ele não ouve a indicação do estúdio para interromper a dança e o sinal dele é cortado direto para uma matéria de cidades, aos “berros” do apresentador com a expressão “estala o chicote”.

Na terceira participação de “Tião Anão”, sendo sempre chamado de anão em tom jocosos, tanto pelo apresentador, quanto pela voz em off⁶, Sebastião Belmiro é chamado para comentar uma matéria exibida sobre vacas que transitavam soltas, em uma rua de um município da grande Goiânia. Ele faz um comentário, que deveria ser uma piada, sobre a existência de carros movidos a álcool, a gasolina, e a diesel e as vacas seriam, carros a pato. Leandro Vieira critica a qualidade do comentário e tenta explicar a piada.

A quarta entrada de Sebastião Belmiro é para que ele leia uma nota retorno da Companhia de Urbanização de Goiânia sobre uma matéria veiculada anteriormente acerca da falta de coleta de lixo, em um bairro da capital. O nome do quadro é “estala o chicote e desce o guatambu” Sebastião lê com dificuldade, mas ao final ironiza o prazo dado pela prefeitura para resolver o problema.

A quinta entrada de Sebastião Belmiro dentro do “Boa Tarde Goiás” é através de um material gravado, que ele aparece dentro dos ônibus do transporte coletivo de Goiânia, o quadro é um grande povo-fala⁷ no quadro denominado “no balanço da busão”. Especificamente neste episódio, a pergunta era se a pessoa concordava com a instalação de cintos de segurança nos veículos do transporte público. Várias pessoas se recusam a conversar com ele e todas são ridicularizadas. Sebastião está vestido com uma camisa larga, vermelha e de tecido estampado, bem chamativo que lembra bastante a visualidade circense.

Em uma sexta entrada, Sebastião Belmiro é chamado novamente para ler outra nota retorno⁸ sobre mais uma matéria de cidades, dessa vez o assunto trata de fios de telefonia e internet caídos nas calçadas. Novamente ele demonstra dificuldade com a leitura, o áudio falha por duas vezes, mas ele não percebe e o apresentador o chama

6Quando apenas a voz, sem imagem, é ouvida.

7Tipo de matéria feita para telejornais onde a opinião sobre determinado assunto é perguntada a várias pessoas nas ruas.

8Quando posição de uma empresa ou instituição citada em matéria é lida por apresentadores.

quatro vezes, com tom irritado na voz, como ele está sem retorno, ele completa a leitura e Leandro Alves resume lendo a nota sobre a posição das empresas citadas.

A sétima entrada de Sebastião Belmiro ocorre em mais um material gravado. Uma matéria, de uma série do programa, onde ele faz aulas para aprender a tocar berrante, com uma figura popular em Goiás, o berranteiro Zé Capeta. A repórter Cristal pede para ele tocar o berrante e ele não consegue, solta uns sons estranhos e a repórter faz chacota: “Ah não anão”! Durante a matéria ele se emociona, chora e conta que cresceu em uma fazenda e que tinha o sonho de aprender a tocar berrante e que agora aos 58 anos, ele vai realizar o sonho. Na volta para o estúdio, a voz em off identificada como Pula Rêgo afirma que ele vai ganhar o diploma de berranteiro, mas de chorão.

A série “fiscal de trânsito” é a oitava participação de Sebastião Belmiro no programa Boa Tarde Goiás. No material gravado, ele aborda motoristas em um semáforo para saber se eles sabem o que significa a placa interseção em T. Um morador o chama de tatu e ele sai imitando o animal. A última imagem de Sebastião no programa neste dia tem menos de dois segundos. Acontece durante o encerramento do programa, ele ainda está vestido de anjo e ensaia uma dancinha que não é completamente mostrada.

Somando todas as aparições de Sebastião Belmiro no programa analisado, ele fica no ar por vinte minutos e cinquenta segundos. Se o programa tem uma hora e trinta minutos de duração, ele aparece cerca de 23,1% do do tempo do programa, que tem como base o capacitismo de entretenimento, conforme exposto com base na análise de suas aparições.

O segundo programa analisado foi exibido no dia 30 de junho, e diferentemente do dia seguinte ao anterior, a participação de Sebastião Belmiro foi bem menor. Ele faz três entradas. Uma dancinha de 42 segundos na abertura no programa. A segunda aparição é junto com a equipe do programa na despedida do estagiário com 55 segundos e a terceira mais um episódio da série “fiscal de trânsito” com três minutos e dois segundos. Num total de quatro minutos e trinta e nove segundos dentro do programa que teve uma hora e trinta de duração, ou seja, apenas 5,2% do programa.

A diferença de espaço entre um programa e outro pode ser explicada pela quantidade muito maior de outros conteúdos disponíveis no segundo dia. No dia em que Sebastião tem mais espaço, há apenas quatro matérias de cidades, além da promoção em que telespectadores participam por telefone tentando adivinhar o peso de um objeto,

para concorrer ao prêmio de R\$ 600,00 no dia seguinte. No segundo dia são oito matérias, duas delas com dez minutos ou mais, cinco convidados no estúdio, além do último episódio do game “caça-fantasmas” que entre chamadas e exibição do conteúdo principal ocupa mais de trinta minutos. Observa-se no entanto, que as situações de ridicularização da pessoa com nanismo acontecem em todos os programas como fica registrado nas redes sociais do “Boa Tarde Goiás” e da TV Goiânia como mostram os prints abaixo retirados da página da rede social *facebook*⁹ da emissora .



CONSIDERAÇÕES PARA SEGUIR INVESTIGANDO

Para se seguir investigando o uso do capacitismo em busca de audiência é preciso observar que o programa pesquisado não foi veiculado durante o mês de agosto de 2023. Segundo publicações nas redes sociais do programa e da emissora, TV Goiânia Band, a equipe estava em férias coletivas e a atração voltará ao ar na última semana do mês de agosto. As chamadas já estão sendo veiculadas tanto na TV quanto na internet, com o slogan “Jornalismo e humor do jeito que você gosta”.

Nota-se nesta análise que a dramatização de situações ridículas com a pessoa com deficiência vestido com fantasias e em situações vexatórias são exploradas de forma contínua e fazem parte da estrutura do programa em busca de audiência, despertando o riso no telespectador, que acompanha o programa sem saber a qual situação ridícula Sebastião Belmiro será exposto. Uma matéria publicada pelo site

⁹ Disponível em: https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=607082967526028. Acesso em 25/07/2023, às 08h09.

“Bastidores da TV”¹⁰ traz dados de Ibope nos qual o programa Boa Tarde Goiás atinge por várias vezes, a segunda maior audiência dentre os exibidos pelas afiliadas da TV Band e por isso será colocado em novo horário, passando para a faixa das 12 horas, para concorrer diretamente com os telejornais da hora do almoço das afiliadas da TV Globo, a TV Anhanguera, do SBT, a TV Serra Dourada e da TV Record, a TV Record Goiás.

Importante destacar que a participação de Sebastião Belmiro, chamado apenas de “Anão” durante o programa é, de característica humorística, evidenciando-se o capacitismo, e sendo ainda mais ou menos explorado, em função da quantidade de notícias factuais que a emissora tem à disposição para o programa. Percebe-se, sobretudo, no conteúdo analisado, que o mesmo é exposto a diversas situações vexatórias, para garantir a diversão dos telespectadores e integrantes do programa.

Observa-se que ao submeter uma pessoa com nanismo a situações constantes de ridicularização é um desserviço à sociedade, uma vez que reforça o preconceito contra as pessoas com deficiência no crescimento, imprimindo ao público a ideia de que a deficiência relega este grupo a uma situação única para a sua sobrevivência, a exploração da própria deficiência. Neste caso, Sebastião sequer é chamado pelo nome, ou seja, sequer é nominado enquanto pessoa, o que reforça a sua objetificação e capacitismo.

Devido a importância da televisão na sociedade brasileira, tal capacitismo de entretenimento, explorado enquanto instrumento de busca pela audiência, precisa ser combatido, contrariamente ao que é feito pelo programa “Boa Tarde Goiás”. Nota-se a necessidade de conscientizar as pessoas que de os portadores de nanismo podem exercer as mais diversas profissões, desde que lhes seja oferecidas oportunidades de capacitação, o espaço do humor pode e deve continuar sendo exercido, por aqueles que assim o desejam e desde que não ridicularizem as características físicas destas pessoas, retirando-lhes o respeito e a condição de ser um cidadão capaz e pleno em direitos.

É imprescindível dar continuidade a esta pesquisa sobre a veiculação de tal conteúdo e também faz-se necessária uma investigação junto aos telespectadores para

¹⁰Disponível em: <https://www.bastidoresdatv.com.br/televisao/tv-goiania-tem-o-segundo-programa-de-maior-audiencia-das-afiliadas-da-band-do-brasil>. Acesso em 24/07/2023, às 10h06.

compreender o processo de recepção e ressignificação desse tipo de jornalismo de entretenimento.

REFERÊNCIAS

- ALLPORT, G. W. **The nature of prejudice**. Cambridge: Addison-Wesley, 1995.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Centro Gráfico, 2020. Disponível em: . Acesso em 10 ago. 2021.
- BRASIL. **Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015**. Disponível em: . Acesso em 10 ago. 2021.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 24. Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.
- HERSCOVITZ, Heloiza. **Análise de conteúdo em Jornalismo**. IN: LAGO, Cláudia. Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2008.
- LIMA, Venício A. de. **Mídia: Crise política e poder no Brasil** . São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 2009.
- Marcondes Filho, Giro. **Comunicação e jornalismo. A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.
- MARSHALL, Leandro. **Se sangue vende, ‘sangrar’ vende muito mais**. Observatório da Imprensa, 2015. Disponível em: https://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/ed839_se_sanguevende_jornais_sangrarvende_muito_mais/#:~:text=Quant%20maior%20a%20quantidade%20de,das%20desgra%C3%A7as%20gigantescas%20do%20mundo. Acesso em: 25 de junho de 2023.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- MELLO, Anahi Guedes. **Deficiência, incapacidade e vulnerabilidade**: do capacitismo ou a preeminência capacitista e biomédica do Comitê de Ética em Pesquisa da UFSC. Revista Ciência & Saúde Coletiva, 21 (10): 3265-3276, 2016.
- NARIO-REDMOND, M. R. Ableism: **The Causes and Consequences of Disability Prejudice**. 1 ed. Nova Jersey: Wiley-Blackwell, 2020.
- NOGUEIRA, Lisandro. **Cinema e Jornalismo: O Melodrama e a Tragédia Moderna** - Porto Alegre n. 23 Famecos/PUCRS. 2008. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/bitstream/ri/18775/5/Artigo%20-%20Lisandro%20Magalh%C3%A3es%20Nogueira%20-%20202008.pdf>

SIMAO, Núbia da Cunha; TEMER, Ana Carolina Pessoa Rocha. **Televisão:** reflexões sobre o campo jornalístico, a partir de Pierre Bourdieu. In: Congresso de Ciências da Comunicação da Região Centro Oeste, 2019, Goiânia. Anais do XXI congresso de Ciências da Comunicação da Região Centro Oeste. São Paulo: Intercom, 2019.

SIMÃO, Núbia da Cunha. **O campo jornalístico:** sobre a televisão e sua influência. In: OLIVEIRA, João Ferreira de; PESSOA, Jadir de Moraes (orgs.). Pesquisar com Bourdieu. Goiânia-GO: Cãnone Editorial, 2013.

SUE, D. W.; CAPODILUPO, C. M.; TORINO, G. C.; BUCCERI, J. M.; HOLDER, A. M. B.; NADAL, K. L.; ESQUILIN, M. **Racial microaggressions in everyday life: Implications for clinical practice.** American Psychologist, Washington D.C., v. 62, n. 4, p. 271-286, maio/jun. 2007.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O Império do Grotesco.** Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade** – Uma teoria social da Mídia. 5ª Edição, 2002.