

Plataformas digitais e Programas policiais: a construção de um banco de dados sobre o fenômeno no Brasil¹

Cecília Nascimento Melo²

Janaine Sibelle Freires Aires³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

RESUMO

Os programas policiais de televisão são um gênero popular entre os brasileiros. A plataformização do conteúdo televisivo é um elemento potencializador de discursos e de ascensão política destes sujeitos, impondo desafios à regulação de conteúdo. Ao todo, levantamos 291 programas que têm transmissão concomitante na TV e no *YouTube* em todo o Brasil. O intuito foi construir uma ferramenta de pesquisa (Aires, Vieira e Melo, 2024) que possa colaborar na investigação sobre as especificidades dessa expansão e problematizar os desafios para a elaboração de políticas públicas que possam combater a desinformação e o discurso de ódio.

PALAVRAS-CHAVE: Programas Policiais; *YouTube*; Plataformas; Mídia Brasileira; Política.

Introdução

Em todo o território nacional, programas policiais ocupam a paisagem audiovisual. Assistidos pela televisão aberta ou acessados pelos celulares ou computadores, um ponto interessante sobre os apresentadores desse tipo de programa é a sua ligação com a política; e ainda que a TV aberta desempenhe um papel basal de autopromoção desses apresentadores, as plataformas digitais são o mais novo palanque para divulgação de programas policiais, pois com um maior alcance proporcionado por elas, novas táticas políticas e de produção de conteúdo podem ser feitas.

Neste resumo, são apresentados os resultados parciais de um artigo fruto do plano de trabalho de Iniciação Científica denominado “Palavras que Matam: estudando as políticas públicas de combate à desinformação e ao discurso de ódio”, parte do

¹Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Economia Política da Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

²Graduanda do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Bolsista de Iniciação Científica do EPA! - Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual, e-mail: cecilia.melo.113@ufrn.edu.br.

³Orientadora. Professora da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Integra o Peic - Grupo de Pesquisa em Políticas e Economia da Informação e da Comunicação e o EPA! - Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual. e-mail: janaine.aires@eco.ufrj.br.

Projeto de Pesquisa *Políticas de Comunicação nos Tempos do Cólera: o papel da TV aberta brasileira na pandemia do ódio e das Fake News*, desenvolvido desde 2020 pelo EPA! – Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual.

O objetivo é identificar as transformações que a plataformização pode proporcionar a formatos tradicionais da televisão aberta brasileira, explorando como essas mudanças impactam a produção e a disseminação de conteúdo em um contexto cada vez mais digitalizado. Realizamos um levantamento de 291 programas que possuem transmissão simultânea na televisão e no *YouTube*.

Nossa hipótese é que a transição dessas produções para as plataformas digitais influencia a forma como o conteúdo televisivo é produzido. Esse processo de adaptação pode transformar os formatos tradicionais dos programas policiais, tornando-os mais “compartilháveis” e otimizados para o consumo *on-line*. Consequentemente, isso pode alterar a linguagem audiovisual, o ritmo e a estrutura narrativa dos programas, adequando-os às dinâmicas das plataformas digitais e, por extensão, moldando novas formas de engajamento com o público.

Fundamentação teórica

Conforme já destacamos, os programas policiais representam um gênero televisivo popular no Brasil. Jane Feuer (1992), ao analisar os gêneros na televisão, propõe um ponto de partida significativo ao identificar três perspectivas possíveis de análise: a estética, a ritualística e a ideológica. A perspectiva estética entende o gênero como um conjunto de convenções que facilitam a compreensão; já a ritualística enxerga a televisão como um ritual que estabelece um vínculo emocional entre quem produz e quem assiste; por fim, a ideológica interpreta os gêneros como mecanismos de dominação e influência. Longe de serem opostas, essas abordagens se complementam e contribuem para uma análise mais profunda e crítica do meio televisivo.

Buscamos associar esta perspectiva multidimensional à Economia Política da Comunicação. A construção de nosso banco de dados sobre este tipo de produção no Brasil tem como objetivo apresentar um panorama do fenômeno do ponto de vista macro, de modo a reconhecer as características deste gênero, suas formas e formatos e seus impactos políticos e sociais. No geral, estes programas são frequentemente monitorados devido às inúmeras violações de direitos humanos que praticam, estudados em sua individualidade e analisados a partir do conteúdo que produzem (Santos, 2022;

Cabral, 2019; Alves, 2013). Mesmo reconhecendo a importância dessa abordagem, nossa proposta buscou balizar investigações que pretendem examinar a espacialização, a mercantilização e a estruturação destes programas, focos de análise da Economia Política da Comunicação (Mosco, 2009). Bem como, investigamos também o processo de plataformação (Gillespie, 2015; Grohmann, 2020; Doneda e Almeida, 2018) deste tipo de conteúdo, considerando que a maioria dos produtos acompanhados estão disponíveis na televisão e também em plataformas como o *Youtube*.

Estruturamos, assim, nossa primeira fase na coleta e construção de um banco de dados capaz de incorporar os programas produzidos no território nacional. De modo que as próximas etapas buscarão reconhecer sua estrutura de propriedade, seu financiamento, as dinâmicas de trabalho, de mercantilização e a lógica da produção televisiva.

Metodologia

Nosso trabalho de iniciação científica resultou na construção desse banco de dados intitulado “Banco de dados sobre os programas policiais do Brasil” (Aires, Vieira e Melo, 2024). Foram coletadas as seguintes variáveis: Estado, Cidade, Programa, Franquia, Horário, Emissora, Afiliação, Apresentadores e Plataforma. A adição desta última variável teve o intuito de localizar um exemplo concreto do que está sendo estudado, e investigar como essas plataformas podem potencializar os discursos feitos na TV, enquanto amplia o palanque político dos apresentadores.

A coleta de dados para a atualização da tabela foi feita através da internet, principalmente com buscas diretas no *YouTube*, e durou cerca de 3 meses para ser finalizada. A escolha do *YouTube* se deu por esta ser uma rede mundialmente usada e porque é lá onde a maioria das emissoras deposita seus produtos. Com a busca dos programas, priorizou-se a seleção dos perfis oficiais das emissoras/programas, já que estes regularmente atualizam os vídeos e fazem o envio em melhor qualidade; além de que é por meio desses perfis que a empresa busca se destacar para o público, com o devido auxílio dos algoritmos. Os dados analisados compreendem os programas que estavam no ar de julho de 2023 a julho de 2024.

Análise de resultados

O trabalho de Vieira e Aires (2023) exemplifica a relação entre os programas policiais com as candidaturas dos apresentadores nas eleições de 2022. É com base na

tabela previamente elaborada pelas pesquisadoras, que este trabalho se baseou e também buscou dar continuidade. Uma diferença que pode ser vista entre a análise anterior e esta, é o objetivo do estudo, pois ainda que tratemos dos mesmos programas (usando a mesma tabela), o presente trabalho não esmiúça quais os candidatos que saíram da TV para disputar a corrida eleitoral, como Vieira e Aires (2023). Aqui, buscamos entender como o uso das plataformas digitais (principalmente o *YouTube*) impulsiona o conteúdo dos programas policiais, e que isso é proposital por parte das empresas para atingir o mesmo objetivo do que é exposto no trabalho das pesquisadoras: cargos políticos que propagam ideologia de direita e retroalimentam esses monopólios de comunicação.

Com isso, sobre o trabalho de catalogação dos perfis para atualização da tabela, foi observado que dos 301 programas coletados, 291 estavam disponíveis no *YouTube*, seja em canais autorais ou não. Destes 291, 285 programas tinham perfis oficiais e com os conteúdos atualizados, onde apenas 6 estavam em perfis de usuários aleatórios. Também é possível ver que 4 programas foram encontrados no *Facebook*, 1 no *Instagram*, 1 no *Dailymotion* e 1 em um site próprio do programa.

Nosso levantamento permitiu identificar a existência de padrões-tecnoestético (Bolaño e Brittos, 2007) e de franquias de conteúdo. A RecordTV tem dois formatos: *Balanço Geral* e *Cidade Alerta*; A Band tem o formato padrão *Band Urgente*; no SBT é possível apontar *SBT nome do estado* e *O povo na TV*; e a Rede TV! sem franquias definidas. Em se tratando das emissoras, a RecordTV é a que mais tem programas disponibilizados no *Youtube*, com 137 ao todo, seguida da Band com 68, SBT com 60 e Rede TV! com 26. Diante dessa grande quantidade de conteúdo presente no *YouTube*, podemos ver que existe um real compromisso e desejo em difundir o produto nesse espaço de forma assertiva, visando uma maior audiência para além das telas da TV.

A partir desse levantamento, identificamos quatro variáveis que caracterizam a plataformização desses programas: 1) Ampliação do Alcance e da Audiência: A integração entre a televisão e as plataformas digitais, aproveitando as *affordances* descritas por D'Andrea (2020), permite a ampliação do alcance do conteúdo. Agora, é possível ver e rever momentos que antes se restringiam à transmissão televisiva, o que agrega valor ao discurso; 2) Reforço da Narrativa: A plataformização facilita a seleção, a repetição e o compartilhamento de momentos específicos dos programas, reforçando as narrativas desejadas pelos produtores e apresentadores; 3) Monetização do Conteúdo:

A monetização por meio de plataformas como o *YouTube* e redes sociais se estabelece como uma fonte adicional de receita. Além do dinheiro advindo das visualizações, anúncios e patrocínios, o conteúdo é impulsionado para alcançar um público ainda maior; e, por fim, 4) Produção de Conteúdo Mais Agressivo e Sensacionalista: Com foco no *YouTube*, esses programas tendem a maximizar visualizações e engajamento, ampliando momentos de maior impacto emocional e polarização de opinião. Esse enfoque no sensacionalismo visa capturar a atenção de um público que busca conteúdo impactante e compartilhável.

Considerações Finais

Os resultados da nossa pesquisa contidos neste resumo apresenta uma ferramenta de pesquisa que reúne informações sobre 309 programas policiais em atuação na televisão brasileira e a plataformização de 291. Este levantamento se constitui como uma importante ferramenta de pesquisa que pode favorecer investigações que se dediquem a analisar a complexidade e a profundidade das transformações causadas pela plataformização dos formatos televisivos tradicionais, especialmente no que diz respeito aos programas policiais.

As quatro variáveis identificadas revelam como a migração para o ambiente digital tem moldado não apenas a forma como esses programas são consumidos, mas também como são produzidos e distribuídos. Essas mudanças têm implicações significativas para a qualidade e a integridade da informação veiculada, influenciando diretamente o papel da televisão aberta no contexto da desinformação e do discurso de ódio.

Além disso, a plataformização dos conteúdos televisivos não pode ser dissociada do papel político desempenhado por esses programas e seus apresentadores, que, como observado, utilizam essas plataformas para auto promoção e fortalecimento de sua influência política. Por fim, é fundamental continuar monitorando e analisando como essas transformações impactam não apenas a televisão aberta, mas o ecossistema midiático como um todo, contribuindo para o desenvolvimento de um ambiente regulatório que proteja a democracia e os direitos humanos contra os efeitos nocivos da desinformação e do discurso de ódio.

REFERÊNCIAS

AIRES, Janaine; VIEIRA, Amanda; MELO, Cecília. **Banco de Dados sobre Programas Policiais do Brasil**. Banco de Dados. Natal: UFRN, 2024

AIRES, Janaine S. Freires. **A Política do Grotesco**: programas sensacionalistas como trampolins políticos. In: CONECO, 2013, Rio de Janeiro. VI Coneco - Performance, corpo e subjetividade. Rio de Janeiro: UERJ, 2013. v. 1.

ALVES, Poliana Sales. **Bandido bom é bandido morto**: experiência estética e produção de sentidos nos programas policiais da televisão: o caso Bandeira 2. Orientador: Silvano Alves Bezerra da Silva. 2013. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2013.

ANDRÉA, Carlos d'. **Pesquisando plataformas online**: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. **Economia política e indústrias culturais**. In: A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paulus, 2007.

CABRAL, Ticianne Maria Perdigão. Fiscalização estatal sobre o conteúdo televisivo: Violações de direitos em programas policiais. Orientador: Heitor Rocha. 2019. Dissertação (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019.

DONEDA, Danilo e ALMEIDA, Virgílio. **O que é a governança de algoritmos?** In: BRUNO, Fernanda; CARDOSO, Bruno; KANASHIRO, Marta; GUILHON, Luciana; MELGAÇO, Lucas. Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo, 2018.

FEUER, Jane. **Genre Study and Television**. In: Allen, Robert (ed.) *Channels of discourse*. University of North Carolina: Pressa, 1992. pp. 113-133.
GILLESPIE, Tarleton. **The politics of 'platforms'**. In: *New Media & Society*, 2010.

GROHMANN, Rafael. **Plataformização do trabalho**. In: *PolITICs*, n.24, out 2016.

MOSCO, Vincent. **La economía política de la comunicación**. Barcelona: Bosch, 2009.

SANTOS, Mabel Dias Dos. **A desinformação e a violação aos direitos humanos das mulheres**: um estudo de caso sobre o programa Alerta Nacional. 2022. 245 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2022.

VIEIRA, Amanda. AIRES, Janaine S. Freires. **Popular e grotesco: a relação violenta entre Programas Policiais na TV brasileira e a construção de carreiras políticas**. In: Científica e Tecnológica da UFRN (eCICT 2023), Natal, 2023.