

Colóquio Internacional  
**Televisão e Realidade**

21 a 24 de outubro de 2008 – [www.tvrealidade.ufba.br](http://www.tvrealidade.ufba.br)



Universidade Federal da Bahia  
Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas  
Grupo de Análise de Telejornalismo



## **CONTRATO DE INFORMAÇÃO NO PROGRAMA POPULAR DA MÍDIA BAIANA: VISADA *PATÊMICA* NO BALANÇO GERAL**

**Cláudio Gonçalves Gomes**[\[1\]](#)

### **RESUMO**

O programa Balanço Geral, apresentado pelo radialista Raimundo Varela, na TV Itapoan, afiliada da Rede Record, constitui um formato televisivo “híbrido” em que o jornalismo se amálgama com outras práticas sociais. Assim, além da informação (o *fazer saber*) caracteriza esse gênero o *fazer sentir* (visada patêmica) para persuadir (*fazer crer*) o público- alvo desse programa. Com efeito, o objetivo deste artigo é discutir a visada patêmica deste formato popular como uma das estratégias discursivas. Fazem parte do contrato de comunicação do programa, informar seduzindo, informar mobilizando o sentir do público- alvo. Para nossa análise, recorreremos aos pressupostos da teoria da análise do discurso concebida por Patrich Charaudeau.

**Palavras-chave:** Balanço Geral. Contrato de informação. Visada *patêmica*. Análise do discurso.

## 1 INTRODUÇÃO

A programação televisiva tem sido marcada por programas que mesclam jornalismo com espetáculo cuja tônica se assenta na “resolução” de problemas sociais. Tais programas, mesmo dirigidos para determinadas categorias sociais (classes C e D), atingem um público diverso. Podemos exemplificar, na programação brasileira, programas como Brasil Urgente (Band), apresentado pelo jornalista José Luiz Datena, o Linha Direta (extinto Globo), o extinto Aqui Agora (SBT) entre outros.

Garcia (2004) ressalta que foi o **Aqui Agora** que deu origem a uma série de programas espetaculares tais como a Cidade Alerta (Rede Record), o Repórter Cidadão, da Rede TV e o Brasil Urgente. Apesar de suas especificidades, tais programas se assemelham pela estratégia de dramatização das notícias apresentadas, espetacularizando-as intensificadamente. É preciso ressaltar que a dramatização e a espetacularização não constitui tão-somente uma característica da imprensa chamada popular ou sensacionalista. O sensacionalismo (menos intenso), na imprensa de referência, é pautado por uma estratégia de saturação do acontecimento, de exaustão das reportagens, de captação do telespectador, na palavra de Charaudeau (2006). Para exemplificarmos, podemos citar dois fatos (um internacional e um nacional) que ilustram o que dissemos: o atentado às Torres Gêmeas em 11 de setembro de 2004, com seu roteiro de espetáculo real, e o caso Nardone mais recente no Brasil, explorado pela instância midiática exaustivamente numa clara oferta de espetáculo e dramatização ao telespectador.

No âmbito local, na cidade de Salvador, têm se destacado já algum tempo esses formatos televisivos que se valem de estratégias de espetacularização e dramatização para captar o público-alvo desses formatos. Ressaltam, pois, os programas **Balanço Geral** e o “**Se Liga Bocão**”, ambos da TV Itapoan, afiliada da Rede Record e o **Que Venha o Povo** da TV Aratu.

Neste artigo, concentrar- nos-emos no Programa Balanço Geral, apresentado pelo radialista, Raimundo Varela no que concerne às estratégias discursivas, visando estabelecer uma relação de influência com o sujeito telespectador, mediante a estratégia de dramatização que consiste numa visada (finalidade) de captação. Ou seja, tal visada busca mobilizar as emoções, a afetividade, o *pathos* do auditório. Faz parte do contrato de comunicação deste programa a informação, marcada pelo fazer saber, atrelada à dramatização, marcada pelo fazer sentir, visando, portanto, persuadir o público- alvo. Para subsidiar a análise teórica recorreremos aos pressupostos da análise do texto e discurso proposto por Charaudeau (2004a, 2004b, 2006, 2008) um programa gravado em nove de janeiro de 2008.

## 2 O PROGRAMA

O Balanço Geral ocupa um lugar privilegiado na emissora local, visto que, ao lado do programa “Se liga Bocão”, apresenta os maiores índices de audiência na grade da emissora. O programa é apresentado pelo radialista Raimundo Varela, profissional de larga experiência na TV baiana e no rádio. Para a emissora, esse apresentador constitui o mais polêmico da Bahia. Conforme a emissora, o programa visa mostrar a realidade e opinião dos baianos na TV, além de notícias do dia-a-dia. Ademais, ainda, segundo o site da emissora, o programa apresenta um forte compromisso com o social, com a comunidade local. Com efeito, expressa e faz valer a verdade, faz valer a voz do povo. O programa apresenta alguns quadros por meio dos quais as pessoas buscam revelar seus anseios, desejos, expressar suas queixas, reivindicações, etc. Os principais deles são: a **Praça do Povo** no qual a população apresenta seus apelos, busca como parentes desaparecidos, etc.; o **Povo Fala** no qual as pessoas fazem as suas reivindicações, pedidos mediante a mediação do apresentador (trata-se de uma interlocução que ocorre no estúdio); o **Disk Denúncia** no qual o telespectador participa através do telefone, fazendo suas queixas, deixando recados às autoridades, por meio de uma mensagem gravada.

## 2.1 O APRESENTADOR

Segundo o site [\[2\]](#) da emissora, Raimundo Varela tem um percurso profissional diverso antes de ser um apresentador da TV e do Rádio. Tornou-se gerente de uma fábrica de cimento no Cia, gerente de um clube social na Cidade Baixa. Iniciou na TV Itapoan como jurado no programa de Waldir Serrão, que o manteve fixo. Em função do seu talento como jovem jurado, o diretor de programação da época quis garanti-lo na tela. Por sua trajetória esportiva, ex-jogador do Leôncio e do Ypiranga, Raimundo Varela foi convidado para ser comentarista esportivo (o Papo de Bola). Logo depois se tornou âncora do programa Telesporte, ao lado de Fernando José. Em virtude do sucesso, esses apresentadores ganharam um novo programa: o Povo na TV em 1980. Em 1990, o apresentador se transfere para Bandeirantes, apresentando o programa Jogo Aberto. Em 1997, retorna à TV Itapoan e novamente comanda o Balanço Geral. o site ressalta o papel desse apresentador que representa o tradutor da informação, defendendo os interesses do povo mais carente, lutando pelos seus direitos. Enfim, por aqueles que são vítimas da injustiça social.

## 3 O CONTRATO DE COMUNICAÇÃO NA MÍDIA AUDIOVISUAL

De acordo com Charaudeau (2004a), o termo contrato de comunicação tem sido utilizado por semioticistas, analistas do discurso, psicossociólogos da linguagem. Diz respeito à condição para que os parceiros do ato comunicativo possam se compreender minimamente e interagirem na co- construção do sentido, objetivo de qualquer ato comunicativo.

Verón (1985), por sua vez, denomina o contrato de comunicação de **contrato de leitura** (grifo nosso), resultante da relação entre essas duas categorias (enunciador e co-enunciador). Em decorrência disso, a relação entre o meio e seus leitores se assenta sobre um pacto de leitura, produzido pela instância midiática, que vai obter êxito (ser lida, vista ou ouvida) a depender das expectativas, dos interesses, das motivações do público. Ressalta

Colóquio Internacional  
**Televisão e Realidade**

21 a 24 de outubro de 2008 – [www.tvrealidade.ufba.br](http://www.tvrealidade.ufba.br)

que o contrato de leitura constitui um importante instrumento de análise, visto que este permite compreender de que maneira os veículos de comunicação constroem laços com o público. Para o autor, é necessário distinguir dois níveis de funcionamentos discursivos: o enunciado e enunciação. É na enunciação que o discurso constrói uma certa imagem do enunciador, uma certa imagem do destinatário e uma relação entre ambas categorias que vai além do conteúdo do enunciado.

Embora reconheçamos a importância desse conceito para a compreensão da relação entre a instância de produção e a instância de recepção, adotaremos a concepção de Charaudeau (2004a, 2006), tendo em vista a focalização deste trabalho o qual se ocupa da estratégia de captação, postulada por esse pesquisador. Assim, Charaudeau & Maingueneau (2004b, p. 132) define-o “como o conjunto de condições nas quais se realiza qualquer ato de comunicação (qualquer que seja sua forma, oral ou escrita, monolocutiva ou interlocutiva)”.

De acordo com Charaudeau (2008), o ato de linguagem constitui um fenômeno que compreende dois circuitos: um externo, espaço situacional no qual se encontram os *parceiros* da troca comunicativa, denominados de *sujeito-comunicante*, responsável pela instância de produção e o *sujeito-interpretante*, responsável pela instância da recepção; um interno, espaço discursivo no qual se encontram os *protagonistas*, denominados de *sujeito-enunciador* e *sujeito-destinatário*, responsáveis pelo ato de enunciação. Esse duplo circuito são indissociáveis um do outro. Vale lembrar que, na situação de troca, esses sujeitos estão implicados no jogo mediante uma relação contratual. Em função desse quadro levantado, Charaudeau (2005) propõe um modelo de estruturação em três níveis:

- a) O nível situacional que corresponde aos dados externos da situação de troca comunicativa. Constitui o espaço de restrições do ato de linguagem. Compreende algumas categorias, tais como:

- i) A identidade dos *parceiros* engajados na troca comunicativa. Corresponde aos traços identitários que interferem no ato de comunicação. Ressalta Charaudeau (2006) que não se trata de fazer sociologia, mas de buscar traços que sinalizem o status social idade, raça, etc.
  - ii) A finalidade que consiste em aventar que todo ato comunicativo é ordenado em função de uma intencionalidade;
  - iii) O propósito que concerne ao domínio do saber, veiculado pelo objeto de troca;
  - iv) O dispositivo que corresponde às circunstâncias em que o ato de comunicação se desenvolve.
- b) O nível comunicacional que corresponde às maneiras de falar e escrever em função dos dados da situação;
  - c) O nível discursivo que constitui o lugar da intervenção do sujeito falante, enquanto sujeito enunciador para atender às condições de legitimidade, credibilidade e captação para a realização dos atos do discurso.

Contextualizando o nosso objeto de análise, podemos afirmar que o sujeito comunicante (o programa) está legitimado como detentor de um saber, construindo sua credibilidade na imagem de competência da Instituição a que pertence (Rede Record). Segundo informações encontradas no site da emissora, a Rede Record (inserir nota) tem alcançados altos índices de audiências, aproximando-se da mais poderosa emissora do país, a Rede Globo. O sujeito interpretante (telespectador), por sua vez, representa alguém que, em tese, compartilha de crenças semelhantes ao Programa apresentado, o que lhe permite construir modelos de interpretação durante a exibição de notícias, reportagens, etc.

O contrato de comunicação firmado entre os sujeitos estabelece que o programa além da informação que se atém a notícias locais, é necessário dramatizar tais notícias para

captar o telespectador. Nesse processo, o sujeito enunciador Raimundo Varela, imagem delegada do sujeito comunicante, afigura de suma importância. Esse sujeito, ao longo dos anos, construiu uma identidade discursiva de quem pode representar o povo sofrido, esse povo cuja “voz” não encontra eco nos espaços institucionais, cujo poder público o negligencia ante suas demandas. Legitimado pela instância midiática, esse ator discursivo (Raimundo Varela) precisa ganhar credibilidade, ou seja, ser digno de crédito. Os que recorrem ao Programa o fazem, pois acreditam que esse veículo apresenta legitimidade e credibilidade para representá-los. O sujeito destinatário, imagem do sujeito interpretante, constrói uma relação de confiança. É preciso ressaltar que as condições de legitimidade, credibilidade e captação precisam ser reconhecidas pelos sujeitos da comunicação para que as estratégias discursivas tenham significado. Sabe-se que há quem questione a legitimidade e credibilidade desse programa e afins. Não obstante, sabe-se que uma grande parcela da população o reconhece como espaço no qual sua “voz” pode ser ouvida.

### 3.1 OS POSTULADOS DA INTENCIONALIDADE

A intencionalidade constitui um dos itens que compõe os dados externos da situação comunicativa, como já ressaltamos no **item a**. Charaudeau (2006) resalta que o ato de comunicação é ordenado em função de um objetivo. Esse objetivo está atrelado às expectativas de sentido na quais se baseia a interação. Tal objetivo se dá em termos de visadas, pois, na comunicação, visa-se a incorporação do outro a sua própria intencionalidade. Charaudeau (2004a) postula pelo menos quatro visadas:

a) a visada de prescrição que corresponde a uma relação em que o sujeito tem autoridade de sanção e outro sujeito se encontra compelido a *dever fazer*;

b) a visada de incitação que consiste em *mandar fazer*. Não obstante, como o sujeito não se encontra em posição de autoridade para fazê-lo, cabe-lhe incitar-lhe a fazer, mediante um *fazer crer* via sedução ou persuasão o beneficiário, estando este, pois, na posição de *dever acreditar*;

c) a visada de informação na qual o sujeito deseja *fazer saber* e está legitimado para tanto, e o outro sujeito encontra-se na posição de *dever saber* sobre a existência dos fatos, sua origem, suas razões;

d) a visada do *pathos* que corresponde ao objetivo de *fazer sentir*, ou seja, provocar o estado agradável ou desagradável no interlocutor, mobilizar-lhe o estado emocional, visando desencadear o interesse e a paixão pela informação que lhe é transmitida.

### **3.1.1 Visada *patêmica*: desafio da dramatização no programa Balanço Geral**

Charaudeau (2006, p. 91-92) postula que a instância midiática encontra-se à mercê de um duplo desafio, pois o contrato midiático estipula que o seu papel é dever informar. No entanto, é necessário que ela se mostre credível para a maioria do público, já que está submetida à concorrência com outras instituições de informações, o que pressupõe uma luta pela sobrevivência econômica. Por outro lado, tendo em vista o objetivo de angariar o maior número de cidadãos consumidores de informação, a instância midiática deve proceder “a uma encenação sutil do discurso de informação, baseando-se, ao mesmo tempo, nos apelos emocionais que prevalecem em cada comunidade sociocultural e no conhecimento dos universos de crenças que aí circulam [...]”. Nesse sentido, o programa Balanço Geral cujo contrato de informação se dá, sobretudo mediante reportagens e notícias locais, é permeado por comentários do apresentador Raimundo Varela em que se intensificam as emoções desse sujeito ante os fatos mostrados, em um processo de incorporação dos sentimentos do público. Assim, paixões de revolta, de indignação, de protesto, visam à dramatização da narrativa, a fim de mobilizar o *pathos* do telespectador. Para ilustrar o que dissemos, selecionamos uma reportagem sobre uma paralisação dos rodoviários, no programa gravado em 9/01/2008 no que concerne aos discursos dos sujeitos, sobretudo nos comentários do apresentador Raimundo Varela.

#### [3.1.1.1](#) A reportagem e pathemização: uma pequena análise



Trata-se de uma reportagem<sup>[3]</sup> de paralisação de três horas, realizada pelos rodoviários de Salvador, reivindicando segurança e melhores condições de higiene. Antes de mostrar a reportagem, o sujeito Raimundo Varela apela para o bom senso dos rodoviários, reconhecendo suas reivindicações, porém ressaltando que a população não pode ser penalizada, já que esta paga por este serviço e necessita ver seus direitos serem respeitados. Argumenta que em nenhum outro país essa situação acontece:

(1) *Eu queria chamar atenção dos rodoviários. Vocês estão punidos quem não deveria punir. Por exemplo, vou repetir: eu compro uma passagem pra me levar da Federação a Paripe. Vocês têm que me levar em Paripe.*

Após essa abertura inicial, o apresentador evoca a repórter (fora do estúdio) que, então, esclarece ao telespectador os motivos pelos quais a paralisação ocorreu. As imagens de pessoas, descendo do ônibus são mostradas e algumas pessoas são entrevistadas. A duas passageiras é dada a palavra:

(2) *Um rapaz desceu e começou a quebrar vários ônibus.*

(3) *Sou hipertensa, estou com virose passando mal e tenho que descer do ônibus.*

Por outro lado, a repórter entrevista um rodoviário e o presidente do sindicato o qual esclarece o motivo da paralisação:

(4) *Quando entro no carro, entro já com medo... (motorista)*

(5) *O rodoviário é tratado de forma subumana. A nossa saúde é afetada através do susto na hora dos assaltos e através da falta de condições higiênicas para as nossas necessidades fisiológicas (imagens de um local improvisado no qual os rodoviários fazem as suas necessidades fisiológicas). Em seguida, o sujeito enunciador Raimundo Varela retoma a palavra por meio da qual simula uma interlocução com o presidente do sindicato dos rodoviários (mostrado em primeiro plano):*

Colóquio Internacional  
**Televisão e Realidade**

21 a 24 de outubro de 2008 – www.tvrealidade.ufba.br

(6) *Presidente, preste atenção: tenho muito respeito pelo seu trabalho. Um apelo que a sociedade tá fazendo: o passageiro não tem nada a ver com isso.*

(7) *Ô Machado, tá vendo o microfone, tô te esperando pra você falar: governador Wagner, prefeito João Henrique, secretário de Segurança Pública, vocês são responsáveis agora por cada vida (sic) de um cobrador e motorista ou então pára o ônibus vazio, porque se eu tiver no ônibus e mandar descer eu não desço. Vai ter porrada, mas eu não descer (calma seu Varela).*

Nesse momento, há um jogo de câmeras, revelando o nível de presença do protagonista do discurso. Ao se reportar ao presidente do sindicato, encarnando-o no simulacro de interlocução com as autoridades, há a utilização do primeiro plano (no qual o personagem é mostrado da altura). Todo esse discurso é permeado de emoção disfórica<sup>[4]</sup> e eufórica. Movido por gestos que demonstram revolta, tensão (bate várias vezes na mesa), o apresentador produz efeitos de aproximação com a população, vítima dessa situação.

Por outro lado, em plano médio, o apresentador Raimundo Varela se dirige aos rodoviários num tom ameno, as emoções são menos intensas, o tom de voz diminui:

(8) *Gosto de vocês, tenho o maior respeito vocês. vocês estão corretos, agora não pode prejudicar a população.*

A indignação constitui uma das paixões deste apresentador. Ao simular uma situação tal qual enfrentada por um cidadão que se depara com constantes paralisações dos rodoviários, o sujeito apresentador Varela evoca um quadro daquele que conhece o sofrimento dessa população, que se sente indignado, revoltado com a falta de bom senso dos que a prejudicam. Apesar de concordar com reivindicações dos rodoviários, defende a não- paralisação como forma de protesto, visto que é a população, dependente desse tipo de transporte, a mais prejudicada. Assim, pensamos como Charaudeau (2006, p.158) segundo o qual “para manter a captação o narrador deve mostrar suas emoções. Estas, fingidas ou

sinceras, destinam-se a dramatizar a narrativa e incitar o telespectador ou o ouvinte a compartilhar entusiasmo, indignação ou sonho”. Nesse sentido, o pensamento de Charaudeau (2006) coaduna-se com o de Neto (2006), para o qual, ao tratar do *pathos*, o discurso jornalístico deve atender a algumas máximas:

- i. mostrar-se emocionado- o orador deve emocionar-se (ou fingir estar) no estado emocional que deseja transmitir;
- ii. mostrar imagens de pessoas sofrendo, chorando, extravasando a dor;
- iii. descrever as coisas que emocionam, ampliando dados emocionais, valendo-se de uma linguagem que tende a exasperar os fatos, indignos cruéis, odiosos.

Portanto, é preciso salientar que “o importante para os *media* é obter a partir da encenação, a comoção do telespectador tal como acontece na tragédia. Sentimentos como indignação, raiva, ira, ódio, são despertados por cenas verossímeis de fatos reais ou simulacros ou cenografias (NETO, 2006, p. 183).

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Como já expusemos, o contrato de comunicação apresenta basicamente quatro componentes: a *finalidade* que assenta na questão *por que se fala*; a identidade dos parceiros da troca em função dos lugares sociais que ocupam ou devam ocupar; o tema que assenta na questão *do que se fala* e, por fim, as circunstâncias, dados materiais do quadro de troca comunicativa (CHARAUDEAU, 2006).

Neste artigo, ativemo-nos ao componente da finalidade no que concerne à visada do *pathos* (o fazer sentir) como um mecanismo fundamental para o contrato de comunicação. Como já ressaltamos, Charaudeau (2006) postula que o contrato de informação midiático se

# Colóquio Internacional Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 – [www.tvrealidade.ufba.br](http://www.tvrealidade.ufba.br)

caracteriza por uma dupla finalidade a de credibilidade e de captação. Além de informar, é preciso tornar o discurso mais atraente, mais sedutor, mais emocional. Nesse sentido, o contrato dos programas jornalísticos populares como o Programa Balanço Geral informa dramatizando as notícias, na tentativa de captar o telespectador. Assim, mostrar-se revoltado, indignado, agressivo ante os fatos noticiados compõe uma das cláusulas do contrato comunicativo deste programa. O sujeito enunciador incorpora determinadas emoções com base nas cenografias (MAINGUENEAU, 2001) apresentadas no programa. Tal estratégia discursiva visa produzir determinados efeitos no sujeito destinatário do programa. Embora os efeitos visados pela instância de produção possam ser depreendidos da análise, não se podem depreender os efeitos efetivamente produzidos na instância da recepção. Não obstante, pode-se inferir que esse tipo de estratégia tem sido um forte componente dos *media* para a sedução de um público cada vez maior. Esse recurso não se restringe a programas jornalísticos populares ou, como dizem alguns, sensacionalistas. Filmes de ação, de suspense, novelas, etc. têm ressaltado esse importante componente para comover e captar um público cada vez mais heterogêneo. Enfim, compreender o papel das emoções no discurso constitui uma importante ferramenta para entender os contratos de comunicação na mídia.

## REFERÊNCIAS

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lúcia; MELO, Renato de (orgs.). **Gêneros:** reflexões em análise do discurso. Belo Horizonte: Programa de Pós- Graduação em Estudos Lingüísticos, Faculdade de Letras da UFMG, 2004 a.

Colóquio Internacional  
**Televisão e Realidade**

21 a 24 de outubro de 2008 – [www.tvrealidade.ufba.br](http://www.tvrealidade.ufba.br)

\_\_\_\_\_. & MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**; coordenação de tradução Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2004b.

\_\_\_\_\_. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIOKUS, Maria Aparecida Lino; SIGRID, Gavazzi (orgs.). Tradução Fabiana Komesi e Dilson Ferreira. **Da língua ao discurso: reflexões para o ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

\_\_\_\_\_. **O discurso das mídias**. Tradução Ângela S.M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. **Linguagem e discurso: modos de organização**. Coordenação de tradução Ângela S.M. S Corrêa e Ida Lúcia Machado. São Paulo: Contexto, 2008.

GARCIA, Thiago M. **Aqui Agora**: as memórias do programa que revolucionou a forma de se fazer telejornalismo no Brasil. Disponível em: [http://www.tvmemoria.hpg.ig.com.br/aqui\\_agora.htm](http://www.tvmemoria.hpg.ig.com.br/aqui_agora.htm). Acesso em: 20 de setembro de 2008.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva, Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.

NETO, João Santana. O *pathos* e a argumentação: uma visão retórico- pragmática. In: TEIXEIRA, Maria da Conceição R.; QUEIROZ, Rita de Cássia R. de; SANTOS, Rosa Borges dos (orgs.). **Diferentes perspectivas dos estudos filológicos**. Salvador: Quarteto Editora, 2006.

PROGRAMA BALANÇO GERAL. Disponível em: [http:// www.itapoanonline.com](http://www.itapoanonline.com). Acesso em: 18 de set. 2008.

Colóquio Internacional  
**Televisão e Realidade**

21 a 24 de outubro de 2008 – [www.tvrealidade.ufba.br](http://www.tvrealidade.ufba.br)



---

[1] Cláudio Gonçalves Gomes- mestrando em Estudos da Linguagem pela Universidade do Estado da Bahia (Uneb).

[2] As informações relativas ao apresentador e ao programa foram consultadas no site da emissora. Disponível em: <http://www.itapoanonline.com>. Acesso em: 18 de setembro de 2008.

[3] Essa reportagem consta no programa gravado em 9/01/2008.

[4] Utilizamos o vocábulo disfórico no sentido de emoções consideradas negativas (medo, raiva, inveja, etc.) e eufórico no sentido de emoções consideradas positivas (alegria, calma, compaixão, etc.)