

OS *PETS* EM PAUTA:

Análise jornalística de matérias produzidas pelo telejornalismo paraense

PETS IN THE NEWS: Journalistic analysis of stories produced by telejournalism in pará

Andreza Gabrielly Pereira de Sousa SOBRINHO ¹

Ana Karoline BARBOSA ²

¹Graduanda de Comunicação Social -Jornalismo - Faculdade Estácio. Email: andrezagabi.sousa@gmail.com.

² Publicitária, Professora da Faculdade Estácio do Pará, Especialista em Novas Mídias, Mestra em Ciência da Comunicação (PPGCOM/UFPa). Doutoranda bolsista CAPES em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará. E-mail: pesquisadora.karolbarbosa@gmail.com.

RESUMO

Este artigo analisa a representação dos animais domésticos no telejornalismo paraense, comparando as coberturas dos telejornais SBT Pará e Record Belém. A pesquisa busca compreender como esses animais são apresentados nas notícias, identificando critérios editoriais e possíveis impactos sociais dessa abordagem. O estudo utiliza metodologia qualitativa, com análise de conteúdo de reportagens exibidas entre 2024 e 2025, fundamentada nas teorias de Mauro Wolf (2003), Nelson Traquina (2013) e Cremilda Medina (1988; 1982). Os resultados revelaram as diferenças na cobertura jornalística e discutiu o papel da mídia na construção de valores sociais sobre os animais de estimação.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Valores-notícia; Animais de estimação; Pará.

ABSTRACT

This article analyzes the representation of domestic animals in television news in Pará, comparing the coverage of the news programs SBT Pará and Record Belém. The research seeks to understand how these animals are presented in the news, identifying editorial criteria and possible social impacts of this approach. The study uses a qualitative methodology, with content analysis of reports broadcast between 2024 and 2025, based on the theories of Mauro Wolf (2003), Nelson Traquina (2013) and Cremilda Medina (1988; 1982). The results revealed the differences in journalistic coverage and discussed the role of the media in the construction of social values about pets.

KEYWORDS: Journalism; News values; Pets; Pará.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a presença de animais de estimação no cotidiano das famílias brasileiras se intensificou. Conforme índice produzido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e divulgado pelo Programa Nacional de Manejo Populacional Ético de Cães e Gatos, o Brasil contava com 54 milhões de cães e 24 milhões de gatos, em 2019 (Brasil 2019). O estudo projetava um aumento de 26% até 2030, alcançando mais de 70 milhões de cães e 41 milhões de gatos no país. A crescente presença de animais domésticos nos lares também reflete na forma como os meios de comunicação estão informando sobre o tema. Cães, gatos e outros animais passaram a ocupar espaços significativos nas pautas jornalísticas, não apenas em matérias de entretenimento, mas também em reportagens que envolvem saúde pública, bem-estar animal, segurança e até políticas públicas. Essa crescente visibilidade midiática dos animais de estimação levanta questões sobre os critérios editoriais utilizados e os efeitos da cobertura jornalística na percepção social sobre os *pets*³.

Nesse contexto, este artigo apresenta, no primeiro momento, informações sobre a presença de animais de estimação nos lares brasileiros, mostrando a tendência desse aumento, inclusive, no consumo de produtos físicos direcionados a esse público. No segundo momento, traçamos o conceito de valor-notícia que norteia a construção desse trabalho. Em seguida, detalhamos a análise de matérias produzidas por dois telejornais locais filiadas de emissoras nacionais, a SBT e a Record. A escolha dos veículos é justificada pela ampla audiência regional, no caso do SBT, especificamente, tem um quadro voltado a pauta, que também é objeto de análise.

A proposta consistiu em analisar as diferenças nos critérios editoriais e na linguagem jornalística utilizada para, ao final, comprovar a relevância social de abordar temas sobre *pets* em um espaço de credibilidade. Isso se justifica pela necessidade de informar e denunciar, indo além do mero entretenimento com pautas leves.

Diante desse cenário, a questão de pesquisa que orienta este estudo é: como os telejornais constroem e apresentam as notícias e reportagens relacionadas a animais de estimação? O objetivo geral deste artigo é analisar a cobertura jornalística sobre *pets* no telejornalismo paraense, identificando padrões, enfoques e possíveis implicações sociais dessa produção. Como objetivos específicos, busca-se mapear as matérias veiculadas sobre animais de estimação no período do segundo semestre de 2024 e primeiro semestre de 2025, classificar os tipos de abordagem jornalística (informativa, sensacionalista, educativa, entre outras),

³ *Pet* é uma palavra do inglês que significa animal de estimação.

verificar a frequência e o espaço dedicado a esse tipo de conteúdo, além de refletir sobre o papel da mídia na construção de discursos sobre os animais.

Para realizar esse estudo, a metodologia adotada é qualitativa, com base na análise de conteúdo das reportagens e notícias veiculadas. A análise de conteúdo, conforme definida por Laurence Bardin (2011), é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visa obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e recepção das mensagens. Dessa forma, a pesquisa foi dividida em duas etapas principais: levantamento e seleção do *corpus*, com a coleta de dois fatos que ocorreram nos meses de janeiro a abril de 2025, que foram noticiados pelas emissoras SBT Pará e TV Record Belém, além disso, será analisada a relevância e construção das reportagens do quadro “Amor Animal” exibidas entre julho a dezembro de 2024.

Para o subsídio teórico deste estudo temos como autores principais, Nelson Traquina (2013), que discute os critérios de noticiabilidade e os processos de construção da notícia. A Cremilda Medina a partir do livro "Entrevista, o diálogo possível" (2004) e "Notícia: um produto à venda?" (1988) que mostram como a notícia pode ser moldada de acordo com os interesses editoriais e pela abordagem pessoal do jornalista. Além de Mauro Wolf (2003) que contribui com reflexões sobre os efeitos sociais da mídia e a representação simbólica dos temas jornalísticos.

O artigo foi estruturado com a apresentação do referencial teórico, seguido da descrição do procedimento metodológico, análise e discussão dos resultados, entrevistas com os jornalistas que produzem esse tipo de notícia explicando por que os animais têm espaço no telejornalismo e, por fim, as considerações finais com reflexões e sugestões para futuras pesquisas.

O ESPAÇO OCUPADO PELO ANIMAL DE ESTIMAÇÃO NOS LARES BRASILEIROS

O processo de domesticação iniciou por volta de 20 mil anos atrás quando os lobos se aproximaram dos humanos para conseguir comida de forma mais fácil, muitas vezes pelos restos que essas pessoas deixavam pelo caminho. Ao longo dos anos, os lobos começaram a ter mais contato e a cada vez mais fazer parte do convívio social. Sendo assim, nesse período, esses animais passaram a trabalhar no campo, rebanho e na guarda de propriedades. Com o passar do tempo, os lobos começaram a procriar e tiveram novas gerações com características cada vez mais domésticas e menos selvagens. Sendo assim, ao longo dos séculos esses animais passaram

a trabalhar, no campo, no rebanho e na guarda de propriedades, mais alguns séculos se passaram e eles começaram a fazer parte da casa e atualmente da família tendo até mesmo direitos preservados (Petz 2022).

Atualmente, os animais são vistos como objetos semoventes, ou seja, desprovidos de direito individual e tendo garantias somente quando buscado por terceiros (seus donos). No entanto, está tramitando, na Câmara dos Deputados, o projeto de Lei de nº 179, (Brasil 2023) com a proposta de considerar os animais como seres dotados de sensibilidade e passíveis de proteção jurídica. Esse projeto propõe uma redefinição do conceito de família ao introduzir a ideia de “família multiespécie”, que se caracteriza pela coexistência harmoniosa entre seres humanos e seus animais de companhia (Borges, 2024).

Desse modo, o núcleo familiar deixa de ser compreendido exclusivamente como uma unidade formada por indivíduos humanos, passando a incluir também os animais que compartilham o ambiente doméstico, ocupando um valor sentimental de um filho, participando dos rituais familiares, como aniversários, momentos de passeios, união e alimentação. Nesse cenário, ao promover a coexistência harmoniosa entre seres humanos e animais de companhia, a família multiespécie contribui para uma ressignificação dos vínculos sociais, aumentando o interesse público em consumir conteúdos midiáticos envolvendo esse tema, que gera identificação e proximidade.

A população de animais de estimação no Brasil atingiu aproximadamente 160,9 milhões de indivíduos, em 2023. Os dados são da Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (Abinpet)⁴ as informações foram fornecidas via e-mail no dia 14 de abril de 2025, onde mostrou um aumento de 3,33% em comparação com o ano de 2022, quando foram registrados 155,7 milhões de animais. Com essa quantidade, o Brasil ocupa a terceira posição mundial em população *pet*, ficando atrás dos Estados Unidos e da China. No âmbito econômico, o setor brasileiro apresentou um faturamento de R\$75,4 bilhões, em 2024, valor que representa um crescimento de 9,6% em relação ao ano de 2023. Pela primeira vez, desde o período pandêmico, o aumento anual não alcançou dois dígitos.

Essas informações mercadológicas refletem o interesse de consumo do público por conteúdos relacionados a animais, assim, a entrega desses produtos midiáticos em programas jornalísticos pode ser compreendida à luz de teorias da comunicação de massa. A presença desse tipo de conteúdo nos noticiários garante a inclusão de um nicho específico de telespectadores que, ao perceberem a identificação com o tema, tendem a permanecer

⁴ As informações foram fornecidas via e-mail no dia 14 de abril de 2025.

sintonizados no canal que proporciona essa experiência.

O JORNALISMO E OS VALORES-NOTÍCIA

De acordo com McQuail (2010), na obra *McQuail's Mass Communication Theory*, os indivíduos são consumidores ativos da mídia, selecionando conteúdos que correspondam às suas necessidades pessoais, como informação, entretenimento e integração social. A escolha por reportagens que abordam animais revela a busca por identificação e satisfação de interesses específicos, destacando-se como uma estratégia eficaz de fidelização de audiência. Além disso, a relação entre o formato de apresentação da notícia e o interesse do telespectador é abordada por Medina (1988) em *Notícia: Um Produto à Venda*.

A autora argumenta que as notícias são estruturadas como produtos voltados ao consumo, sendo influenciadas pela linha editorial de cada veículo e pela abordagem pessoal do jornalista, elementos que podem interferir na percepção de imparcialidade. Medina (1988) ressalta que a composição da notícia, com uso de diagramação atrativa, seleção de ângulos específicos e recursos linguísticos, pode influenciar diretamente o envolvimento do público. “A angulação-massa está, pois, nas aparências externas – formas de diagramação atraente, valorização de certos ângulos e cortes fotográficos, apelos linguísticos como títulos e narração dos fatos” (Medina, 1988, p.75).

Desse modo, a combinação de estratégias editoriais e a oferta de conteúdos que promovam identificação emocional com o telespectador se mostram essenciais para garantir a permanência e a fidelização de um público específico nos programas jornalísticos. Traquina (2013) argumenta que os valores, rotinas e ideais de cada jornalista, desempenham um papel central na definição das práticas adotadas na produção jornalística. Baseado nos estudos de Galtung e Ruge (1993), Traquina (2013) sistematizou os valores-notícia adotados pela comunidade jornalística, propondo compreender os fatores que influenciam o fluxo de notícias. A principal questão norteadora da pesquisa do autor foi: “Como os acontecimentos tornam-se notícia?”.

A partir disso, identificaram doze critérios que caracterizam os valores-notícia: (1) frequência, relacionada à duração do acontecimento e sua compatibilidade com o ritmo da cobertura jornalística; (2) amplitude que diz respeito à magnitude do evento; (3) clareza, referindo-se à ausência de ambiguidade; (4) significância, indicando a relevância social do fato; (5) consonância, que se refere à adequação do novo a conceitos preexistentes, facilitando a assimilação do fato; (6) inesperado, apontando para a característica de surpresa; (7)

continuidade, que corresponde à persistência de um tema já noticiado; (8) composição, refere-se ao equilíbrio editorial para abranger uma diversidade de assuntos; (9) referência a nações de elite, priorizando eventos relacionados a países influentes; (10) referência a pessoas de elite, destacando a importância de figuras públicas proeminentes; (11) personalização, que enfatiza os indivíduos envolvidos na narrativa; e (12) negatividade, considerando que eventos negativos frequentemente possuem maior apelo midiático.

De maneira crítica, Galtung e Ruge (1993 *apud* Traquina, 2013) argumentam que a frequência é um dos critérios fundamentais, pois está diretamente ligada ao tempo necessário para que um acontecimento adquira significado dentro da dinâmica do meio noticioso. Quanto mais a duração do evento se assemelha à periodicidade do veículo de comunicação, maior a probabilidade de registro e divulgação. Em síntese, a pesquisa realizada por esses autores não só sistematiza os fatores que determinam a transformação de um acontecimento em notícia, mas também revela os critérios subjacentes às escolhas editoriais, evidenciando a relação intrínseca entre a lógica jornalística e os valores culturais vigentes.

Nesse viés, esta pesquisa analisa matérias televisivas que envolvam pautas sobre animais, conforme o método de análise de conteúdo de Bardin (2011) e a partir dos conceitos de valores-notícia. Para seleção dos conteúdos, um dos valores-notícia identificados foi a proximidade geográfica (Traquina, 2013) com o público local, nesse caso, especificamente o público paraense. Isso se justifica pelo fato de serem produções veiculadas por duas emissoras filiadas que operam no estado do Pará, com foco principalmente em acontecimentos na capital Belém. No entanto, as demais cidades do estado também são noticiadas quando os eventos apresentados possuem relevância para o público paraense. De maneira geral, a escolha editorial reflete a principal função de uma emissora filiada, que é abordar fatos de interesse regional. Por outro lado, quando o telejornal é transmitido para todo o território nacional, as pautas precisam contemplar temas de relevância geral, evitando questões excessivamente locais. Por exemplo, a reforma do Hospital Público Veterinário Municipal, localizado no bairro do Tapanã, na periferia de Belém, não se configura como um tema de interesse nacional (Joyce Assunção 2025).

Outro valor-notícia foi a relevância do fato (Traquina, 2013, p. 82), ou seja, o impacto social da informação. No caso em análise, entendemos como relevante os fatos relacionados a crimes de maus-tratos contra animais porque despertam um sentimento de indignação e mobilização social, para o autor, “qualquer crime pode adquirir maior valor-notícia quando associado à violência”.

Nesse contexto, escolhemos dois casos específicos para analisar: o episódio em que um cachorro foi intencionalmente queimado com água quente e o incidente envolvendo um cão que

atacou e matou seu próprio dono com quem convivia há nove anos, como veremos no próximo tópico. A violência presente em ambos os casos resultou em ampla cobertura midiática, tanto em redes sociais quanto em portais e telejornais, evidenciando o papel da noticiabilidade quando há associação com situações de delito e violência.

Desse modo, a análise das reportagens demonstra como os valores-notícia e as rotinas produtivas adotadas pela comunidade jornalística local, influenciam a construção e a seleção das pautas veiculadas, especialmente quando há forte apelo emocional ou impacto social (Medina 2004). Portanto, buscamos compreender que a notícia, enquanto produto midiático, é fortemente influenciada por estratégias editoriais e mercadológicas, visando maximizar sua atratividade e garantir competitividade de audiência no cenário midiático.

Medina (2004) defende que, no contexto jornalístico contemporâneo, as notícias são estruturadas com o propósito de captar a atenção do público e, conseqüentemente, assegurar índices de audiência que sustentem a viabilidade comercial dos veículos de comunicação. Dessa forma, a construção das narrativas jornalísticas não é inteiramente neutra ou imparcial, mas orientada por escolhas estratégicas que buscam consolidar o veículo no mercado competitivo da informação. Essa perspectiva reforça a ideia de disputa pela preferência do público, aplicando recursos discursivos e estilísticos que tornam o conteúdo mais atraente e acessível ao espectador, característica que contribui para compreender o jornalismo como um campo em constante negociação entre interesses comerciais e informativos.

A PAUTA É PET: OS ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO NO TELEJORNALISMO PARAENSE

Os meios de comunicação não apenas transmitem informações, mas também constroem significados (Wolf, 2003). A audiência não é passiva e a recepção do conteúdo depende do repertório cultural do público, sendo assim, a informação recebida é interpretada e ressignificada. A representação midiática de *pets* como “membros da família” é uma construção simbólica que reflete códigos culturais sobre afeto, consumo e humanização de animais. “Esses processos são estritamente assimétricos, com um emissor ativo que produz o estímulo e uma massa passiva de destinatários que, ao ser « atingida » pelo estímulo, reage” (Wolf, 2003, p 10).

Animais na posição de vítima

No dia 6 de abril de 2025 repercutiu, nas redes sociais, um caso de maus-tratos a um animal doméstico no bairro Curió-Utinga, localizado na cidade de Belém, estado do Pará. O incidente foi registrado por câmeras de segurança de uma residência situada em frente ao local do crime, por volta das 7h. As imagens mostram um homem de 68 anos abrindo a porta de sua casa, atraindo um cão com algum tipo de alimento e, em seguida, despejando água quente sobre o animal. Em razão da dor, o cão se debate no chão e foge correndo. De acordo com o conceito de valor-notícia proposto por Traquina (2013), essas imagens possuem forte apelo noticioso devido ao impacto visual e à capacidade de mobilização da opinião pública, fatores que favoreceram sua divulgação no telejornalismo.

A Polícia Civil do Estado do Pará identificou o suspeito e o encaminhou à Divisão Especializada em Meio Ambiente e Proteção Animal, onde foi preso em flagrante pelo crime de maus-tratos a animais. No entanto, ainda no mesmo dia, o homem foi liberado mediante medidas cautelares, incluindo monitoração eletrônica por 120 dias, permanência obrigatória na cidade e recolhimento domiciliar noturno a partir das 22h, pelo período de um ano. O cão foi resgatado por moradores do bairro, com o apoio de uma protetora da causa animal, e encaminhado ao Hospital Público Veterinário, onde foram constatadas várias queimaduras, febre e estado de debilidade.

A Record Belém transmitiu uma reportagem de 9 minutos e 53 segundos sobre o caso. A apresentadora introduziu o tema com uma chamada impactante, a “cabeça”, técnica jornalística usada para atrair a atenção do público aos aspectos mais relevantes da matéria. Em seguida, o repórter narrou os fatos em *loc off* — momento que a voz do jornalista é coberta no vídeo pelas imagens do momento da agressão — A legenda destacava: “Preso em flagrante: idoso é investigado por maus-tratos de animais”.

Durante a reportagem, o delegado responsável esclareceu a intencionalidade do ato, pois o acusado preparou água fervente e se posicionou na frente da residência com o objetivo de atrair o cão. O delegado também ressaltou a inafiançabilidade do crime de maus-tratos contra animais. A matéria também incluiu a versão da defesa, que argumentou que a água estava fria e que o homem teria agido em retaliação a uma suposta mordida do cão em sua neta no dia anterior. Entretanto, a versão da defesa foi contestada pelas imagens.

Figura 1 - Matéria transmitida pela Record Belém)



Fonte: Jornal Fala Pará (Youtube)

O telejornal também entrevistou especialistas, como o presidente da Comissão de Defesa dos Direitos dos Animais da Ordem dos Advogados do Pará, que destacou o aumento dos casos de maus-tratos no Estado, apontando a ocorrência de três casos graves no intervalo de dez dias. Além disso, lamentou os ocorridos e disse que há uma campanha de conscientização durante o mês de abril. Também foi entrevistada a secretária municipal de Proteção e Defesa Animal que informou a respeito do laudo técnico e alertou sobre a necessidade de as pessoas realizarem as denúncias para a polícia.

Posteriormente, a Record Belém exibiu uma nova matéria, desta vez apresentando a versão da família do acusado, que alegou estar sofrendo ameaças após o ocorrido. A neta mostrou ferimentos no braço, atribuídos a uma mordida do cão, enquanto outro familiar relata arrependimento por parte do idoso. A reportagem buscou equilibrar as versões dos envolvidos, respeitando o princípio da imparcialidade jornalística. Uma notícia televisiva deve combinar emoção, ritmo e profundidade para captar a atenção do público (Medina, 2004).

A reportagem da Record Belém explorou esses elementos, utilizando recursos audiovisuais que potencializaram o impacto da narrativa. O tom indignado da apresentadora e a ausência de trilha sonora nas entrevistas garantiram a seriedade da abordagem, enquanto o uso repetido das imagens do flagrante reforçou a gravidade do fato. Ao final, a cobertura jornalística foi considerada tecnicamente eficaz e socialmente relevante, pois expôs um crime grave e mobilizou a opinião pública contra os maus-tratos a animais. Além disso, ao incluir depoimentos de ambos os lados, a reportagem preservou o compromisso com a imparcialidade

e a ética jornalística, abordando as consequências legais do ato e a importância da denúncia por parte da sociedade.

Um leitor, ouvinte ou telespectador sente quando determinada entrevista passa emoção, autenticidade, no discurso enunciado tanto pelo entrevistado quanto no encaminhamento das perguntas pelo entrevistador. Ocorre com limpidez, o fenômeno de identificação, ou seja, os três envolvidos (fonte - repórter - receptor) se interligam numa única vivência (Medina, 2004, p. 5).

Já na cobertura jornalística realizada pelo SBT Pará, no dia 7 de abril de 2025, teve uma reportagem sobre o caso de maus-tratos ao cão com duração de 5 minutos e 12 segundos, incluindo a “cabeça”. A apresentadora iniciou o telejornal com a notícia, destacando-a como o fato mais relevante do dia e manifestou indignação ao informar que o caso ganhou repercussão durante o fim de semana.

A tarja exibida na tela trazia a inscrição: “Crueldade e maus-tratos: cachorro foi resgatado e internado”. A reportagem começou com uma locução em *loc off*, seguida por um vídeo publicado pela advogada do acusado nas redes sociais. No vídeo, a defesa alegou que, embora apoie a causa animal, está cumprindo seu papel ao defender o cliente, argumentando que o cão teria mordido a neta do acusado, apresentando como prova marcas de mordidas em diversas partes do corpo dela. Enquanto a advogada falava, aparecia as imagens do flagrante, mostrando o homem jogando água quente no animal, que se debateu em dor. A defesa concluiu afirmando que o acusado não tinha a intenção de matar o cão e que estava arrependido. No encerramento da matéria, a apresentadora destacou o crime aos maus-tratos a animais, reforçando que não há justificativa para agressão contra um animal indefeso. Para a apresentadora Bianca Teixeira, o homem premeditou a ação, visto que estava com uma panela de água quente nas mãos.

Figura 2 - Matéria transmitida pela SBT Pará



Fonte: arquivo concedido pela emissora

A cobertura prosseguiu com outra matéria, desta vez, conduzida pelo repórter Andrey Araújo que entrevistou o diretor da Divisão Especializada em Meio Ambiente e Proteção Animal. A reportagem, com duração de 8 minutos e 59 segundos, exibiu uma nova tarja informando: “Cachorro sofre maus-tratos: animal segue internado em observação”. O foco da entrevista foi esclarecer as declarações do acusado no momento da prisão, os procedimentos policiais para sua localização e o andamento das investigações. Durante toda a entrevista, as imagens do flagrante foram exibidas simultaneamente à fala do delegado, garantindo uma contextualização visual do ocorrido. A entrevista finalizou com o delegado orientando o público sobre como denunciar casos de maus-tratos a animais e assegurando que o crime não ficará impune. O repórter também destaca as decisões judiciais sobre o caso.

Após a entrevista, a apresentadora retomou o tema com novos comentários, enfatizando que o crime de maus-tratos deve ser combatido com rigor. A postura da apresentadora, ao demonstrar sua opinião sobre o caso, segue um padrão previsível dentro do telejornalismo, especialmente em reportagens que envolvem crimes e crueldade contra animais. Sua postura reflete a expectativa do público, que frequentemente busca ouvir comentários contundentes em situações de grande apelo emocional.

Animais na posição de agressor

A análise jornalística sobre casos envolvendo animais em situações de ataque apresenta desafios particulares, especialmente quando o animal assume a posição de agressor. Para a escolha do caso a ser analisado, foram considerados critérios como repercussão midiática, impacto social, acessibilidade das informações, entrevistas realizadas e proximidade geográfica e temporal. O evento em questão envolve um cão, identificado por vizinhos como *pitbull*, que convivia há cerca de nove anos com seu tutor, um empresário do comércio de anabolizantes.

Contudo, a identificação da raça é subjetiva, sem registros visuais que a confirmem. A suposição de ser um *pitbull* fundamenta-se unicamente em depoimentos de moradores. O incidente ocorreu em 24 de janeiro de 2025, no bairro da Sacramenta, em Belém do Pará, o corpo da vítima foi encontrado pela esposa dentro da residência e segundo informações preliminares, o homem estava sozinho no momento do ataque e apresentava múltiplas perfurações causadas por mordidas.

A Polícia Civil do Pará, por meio de nota, informou que o caso está sob investigação pela Delegacia de Homicídios e não foram divulgadas informações oficiais sobre o destino do cão. Na cobertura do caso pelo jornal Balanço Geral, da TV Record Belém, a reportagem foi conduzida pela jornalista Danielle Dias em um vídeo curto de 1 minuto e 1 segundo, no estilo “diretão” — para os jornalistas esse termo se refere quando o repórter fala todas as informações apuradas em apenas um cenário de forma simples e direta —. A gravação foi composta por imagens da rua onde se localizava a casa da vítima e da movimentação da perícia. A repórter narra os acontecimentos em *loc off*, explicando que o empresário teria sido atacado pelo cão, mas ressalta que as motivações do ataque eram desconhecidas e não houve entrevistas na reportagem.

Figura 3 – Matéria transmitida pela TV Record Belém



Fonte: arquivo concedido pela emissora

Em contrapartida, o jornal SBT Pará exibiu uma matéria mais extensa, com duração de 1 minuto e 19 segundos, no dia 27 de janeiro de 2025. O repórter fez imagens da residência e entrevistou um vizinho que optou por não se identificar, o depoimento trouxe informações adicionais, como o fato de que os moradores não ouviram gritos ou pedidos de socorro e que o cão raramente era visto passeando com o tutor, aparecendo apenas quando fugia. A tarja do vídeo informava: “Morte de empresário: polícia investiga ataque por pitbull”.

Ainda no mesmo dia, o SBT Pará apresentou uma entrevista ao vivo com um médico veterinário, com duração de 8 minutos e 7 segundos. A apresentadora contextualizou a discussão, ressaltando que a intenção era esclarecer se o comportamento do cão estava associado a fatores genéticos da raça ou às condições de criação, a pauta surgiu após questionamentos de tutores de *pitbulls*, que alegaram que nem todos os animais da raça manifestam comportamento agressivo. Durante a transmissão, o repórter leu uma nota da Polícia Civil informando que o cão não seria apreendido, uma vez que animais não podem ser responsabilizados criminalmente por suas ações, permanecendo sob tutela dos responsáveis legais.

Figura 4 – Matéria transmitida pelo SBT PARÁ

Fonte: Arquivo concedido pela emissora

Durante a entrevista, o veterinário Donnys Carvalho, destacou que qualquer cão pode morder ou atacar quando provocado, mas o impacto causado pela força dos *pitbulls* contribui para a maior repercussão desses casos. Ele ressaltou a importância do adestramento desde filhote, da socialização e da adaptação a estímulos diversos, alertando que não é uma raça recomendada para pessoas inexperientes. Enquanto o profissional falava, a tela foi dividida com a imagem dele e com as imagens da casa da vítima.

A apresentadora finalizou reforçando a necessidade de evitar a generalização do comportamento agressivo da raça, ressaltando que a cobertura midiática deve ser equilibrada para não promover preconceito contra tutores de *pitbulls*. Sua postura evidenciou cautela para que os espectadores não desenvolvessem um estigma em relação à raça, reconhecendo a importância de uma abordagem jornalística responsável e não sensacionalista.

Além da notícia ruim: o quadro “Amor Animal” produzido pelo SBT Pará

Nessa perspectiva, categorizamos as reportagens produzidas pelo quadro “Amor Animal” do jornal SBT Pará é veiculado às quintas-feiras. Nesse gênero de reportagem, a produção difere das notícias factuais mencionadas anteriormente. Para melhor visualização, criamos uma tabela com os quatro tipos as reportagens que foram exibidas no jornal durante o segundo semestre de 2024 no período de 04 de julho a 26 de dezembro, com leitura flutuante seguida da categorização temática, tipo de conteúdo e quantas vezes o mesmo tipo de tema foi produzido.

O objetivo do jornal, nesse contexto, é trabalhar de forma mais produzida para contar as histórias dos tutores e seus animais de estimação, sem negligenciar a transmissão de informações que possam alertar e fornecer conhecimento ao público. Com frequência, essas reportagens contam com a participação de especialistas, como veterinários, biólogos ou outros profissionais da área, que contribuem com esclarecimentos técnicos e científicos. De forma qualitativa foi realizada uma entrevista com os envolvidos pela produção desses materiais.

Quadro 1 – Reportagens produzidas pelo quadro “Amor Animal “do jornal SBT Pará

CATEGORIA	TEMA	QUANTIDADE
BEM ESTAR	HOSPEDAGEM PET MASSAGEM PET ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL PREVENÇÃO FUGAS PETISCO NATALINO FOGOS DE ARTIFÍCIO	06
SAÚDE	CUIDADOS CALOR PLANO DE SAÚDE PET PNEUMONIA PET IMPORTÂNCIA HIDRATAÇÃO CÂNCER DE MAMA MAU HÁLITO PET	06
COMPORTAMENTO	PREPARAÇÃO VIAGEM PET APOIO EMOCIONAL ANIMAIS CERA VISITA HOSPITAL CÃO PM HALLOWEEN TÁXI PET	06
ANIMAL SILVESTRE	NOVA CORUJA MANGAL ALIMENTAÇÃO MACACOS BOSQUE ABELHAS FRUTAS CONGELADAS UNAMAZOO PÁSSAROS VARANDA SEMANA CAVALOS MUCURA	07

Fonte: Elaborada pela autora (2025)

A partir da categorização dos resultados é possível observar como as mensagens foram transmitidas no telejornal, destacando que o quadro possui uma abordagem distinta das notícias factuais tradicionais. O foco está em contar histórias que envolvem tutores e seus animais, equilibrando entretenimento e informação útil ao público. Todos os jornalistas que participaram da entrevista trabalham no jornal "SBT Pará" há anos e participam ativamente da produção desse quadro. As perguntas foram formuladas e enviadas através de um aplicativo de troca de mensagens, o WhatsApp, entre os dias 19 e 21 de abril de 2025.

A questão central das entrevistas foi entender de que forma o quadro "Amor Animal" se torna relevante no jornal? Por que a atual apresentadora e editora-chefe, que antes era repórter, achou importante um quadro como esse? O que teria motivado a criação de um quadro exclusivo voltado a falar sobre animais? Quais critérios são usados para definir se uma notícia sobre *pets* será ou não vinculada? Esse tipo de conteúdo é pensado também como forma de fidelizar ou ampliar o público?

Para entender de forma mais prática a relevância desse tema, na visão do cargo de cada profissional que constrói essas notícias, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com cinco jornalistas do SBT. As respostas destacadas a seguir comprovam que falar sobre animais tem um impacto social além de somente atrair a audiência. A jornalista, apresentadora e editora-chefe, Bianca Teixeira, que já faz parte do jornal há quase 10 anos explica: "Torna-se relevante a partir do momento que abre espaço para um importante nicho da sociedade que vem ganhando relevância e representatividade tanto comercialmente como na transformação e implantação de políticas públicas (Teixeira, 2025). A ideia surgiu da jornalista que é apaixonada por *pet* e não se sentia representada ao assistir o jornal e ver que não tinha informações suficientes sobre o assunto.

Segundo a apresentadora, a pauta só é produzida se aquele tema tem relevância, curiosidade e base de dados. Para compreender os desafios da cobertura jornalística, entrevistamos o repórter Andrey Araújo. No primeiro momento, questionamos sobre os desafios na produção de reportagens que saíam da lógica de apenas relatar a violência ou maus-tratos. De acordo com o jornalista:

É você ter um olhar apurado para conseguir o melhor depoimento do tutor, para conseguir o que o tutor coloque para fora, o sentimento que ele tem por aquele animal, se for uma matéria fofa, por exemplo, ou se for uma matéria sobre problemas de saúde. Eu acho que, enquanto repórter, o maior desafio é você conseguir o melhor daquele entrevistado para transformar aquela matéria em uma matéria interessante e não ser só mais uma matéria chata, né? (Araújo, 2025).

Ao dedicar tempo e esforço para investigar, apurar e divulgar informações relacionadas ao mundo animal, há uma função essencial, porque as reportagens que abordam questões pertinentes ao cuidado e ao bem-estar dos animais não apenas informam, mas também educam a sociedade sobre práticas adequadas. Um exemplo ilustrativo desse papel social é a produção de reportagens que alertam os tutores sobre os riscos de levar os cães para passear em horários de temperaturas elevadas, como ao meio-dia ou às onze horas da manhã. Nesses períodos, o asfalto pode atingir temperaturas extremamente altas, causando queimaduras nas patas dos animais. Ao esclarecer esse ponto, Andrey Araújo reforça que o jornalismo contribui para a conscientização dos tutores, que muitas vezes não têm conhecimento dos perigos envolvidos. Dessa forma, ao proporcionar compreensão e mudança de comportamento, o jornalismo reforça sua responsabilidade social ao promover atitudes que visam o bem-estar animal.

Nos casos de notícias envolvendo ataques, especialmente da raça *pitbull*, o jornalista ressalta que esses fatos não podem ser deixados de noticiar, porém a cobertura deve ir além da narrativa sensacionalista. Para ele, é fundamental investigar e apurar o contexto e ouvir entrevistados na posição de especialistas para oferecer ao público uma visão mais ampla e educativa sobre o fato.

A gente tem que noticiar, a gente não pode dizer que não aconteceu, fechar os olhos, mas eu volto a falar, a apuração é fundamental, como em qualquer outra matéria jornalística. Eu acho que a forma como você transmite aquela informação, é entender de fato o que aconteceu. E a partir daí, também, eu vou cumprir um papel social enquanto jornalista, em não só muitas vezes, narrar aquele fato, mas ir além e procurar entender como a gente faz aqui no SBT (Araújo, 2025).

Para aprofundar essa perspectiva, entrevistamos, também, o repórter Ronaldo Gillet, que tem mais de 15 anos de experiência. O profissional comenta que não é apenas um exercício técnico, mas também emocional. No que diz respeito à função social do jornalismo, Ronaldo Gillet menciona que as matérias têm o poder de educar, conscientizar e provocar mudanças sociais reais. Em suas palavras, é um ato pedagógico fundamental em uma sociedade que ainda negligência os direitos dos não humanos. Além disso, ele ressalta o efeito multiplicador que esse tipo de conteúdo pode gerar. “É jornalismo com afeto, mas sem perder o foco: informar, emocionar e transformar” (Gillet, 2025). Essa perspectiva reforça que o jornalismo voltado a pautas sobre fatos envolvendo animais exige, ao mesmo tempo, uma postura ética rigorosa e compromisso com a transformação social. Ao dar voz a quem não pode falar por si, o repórter

se torna ponte entre a dor e a consciência coletiva. Portanto, para o repórter entregar aquele produto final, que é a notícia e/ou reportagem, ele recebe as pautas escritas pela produção. Nesse viés, é importante ouvir a experiência da Thais Damasceno, jornalista há mais de 15 anos, produtora de TV do SBT e já escreveu pautas para o quadro “Amor Animal”. Segundo a profissional, existe uma percepção clara que essas reportagens alcançam boa audiência, pois uma parte significativa da população se identifica diretamente com o tema. Para ela, esse tipo de editoria se aproxima das emoções do telespectador sem renunciar sua função informativa, considerando que há uma variedade de assuntos possíveis, como serviços gratuitos, campanhas de vacinação, cuidados em situações de emergência e orientações sobre doenças comuns entre os pets. O jornalismo é conhecido como a voz do povo, essa proximidade entre a pauta e a realidade do espectador não apenas garante engajamento, mas também viabiliza a disseminação de informações de interesse coletivo e dá visibilidade trazendo resultados positivos. Para Wolf (2003), a mídia não só transmite informações, mas constrói a realidade social por meio da seleção, organização e apresentação dos acontecimentos, então, o jornalista atua como um mediador, filtrando, interpretando e enquadrando os fatos segundo critérios editoriais e culturais.

A partir das entrevistas, notamos que alguns fatores são levados em consideração para a construção de conteúdos jornalísticos sobre violência contra animais, especialmente em casos sensíveis como maus-tratos ou ataques envolvendo cães da raça *pitbull*, principalmente o cuidado com a linguagem e o equilíbrio entre as informações, saindo da lógica sensacionalista caracterizada pela forma apelativa de chamar atenção do público e gerar cliques. Na mídia digital, é comum vermos manchetes exageradas, o que leva, também, a notícias falsas. Medina (1982) critica o sensacionalismo por sua superficialidade e apelo emocional desmedido, defendendo um jornalismo ético, responsável e comprometido com a verdade e a complexidade dos fatos.

Normalmente, no telejornal, quem é responsável pela construção e/ou revisão de textos é a editora. Para entender mais dessa dinâmica, conversamos com a Albanilde Rodrigues, que tem mais de 40 anos de carreira no jornalismo e 14 anos só de SBT. Ela compartilhou sua perspectiva sobre como tratar esse tipo de conteúdo com seriedade, sem recorrer ao sensacionalismo. Segundo Albanilde, o primeiro passo é não deixar que o choque ou a brutalidade dos fatos conduzam a narrativa. Ela explica que, em vez de centralizar o conteúdo na violência, procura sempre dar destaque ao caráter educativo da reportagem. “Geralmente eu busco focar menos no fato da violência em si, equilibrando com a mensagem da conscientização

e da responsabilidade com a adoção” (Rodrigues, 2025). O trabalho do editor de texto vai muito além de escrever aquilo que será noticiado ou da clareza gramatical, portanto, trata-se de uma curadoria cuidadosa sobre o que e como se conta uma história, especialmente quando envolve temas sensíveis.

Essa escolha demonstra uma visão jornalística comprometida, porque, ao invés de alimentar o medo ou o ódio, o texto é pensado para provocar reflexão, responsabilidade e informação. Trata-se, portanto, de um esforço para não transformar os animais, especialmente os cães de raças estigmatizadas, como o *pitbull*, em vilões da narrativa, o que gera preconceito, abandono e agressões. É importante que o conteúdo jornalístico não apenas denuncie o crime, mas informe a sociedade sobre as consequências jurídicas que envolvem os maus-tratos e os canais de denúncia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal desta pesquisa foi entender por que notícias sobre animais de estimação ganham cada vez mais espaço no telejornalismo e qual a relevância social de transmitir esses fatos. Ao longo do estudo, foi comprovado que os resultados obtidos confirmam que a inclusão de reportagens sobre animais reflete não apenas uma estratégia para atrair audiência, mas também uma resposta à demanda social por conteúdos que abordem questões de bem-estar animal, saúde e proteção. A partir das entrevistas com os jornalistas envolvidos nas reportagens, verificou-se que o desafio central está na construção de narrativas, que equilibrem a sensibilidade necessária para abordar temas emocionais com o rigor informativo exigido pelo jornalismo.

Portanto, valorizar conteúdos sobre animais no telejornalismo demonstra uma busca por conexão com o público, promovendo a fidelização da audiência e fortalecendo a função social da comunicação. Por fim, este trabalho contribui para a compreensão das dinâmicas editoriais que orientam a cobertura jornalística sobre *pets* e aponta para a necessidade de aprofundar estudos que relacionem jornalismo e mobilização social em contextos temáticos específicos. A relevância crescente dos animais de estimação na mídia evidencia que a cobertura jornalística não é apenas um reflexo do mercado *pet*, mas também um indicador das transformações culturais que permeiam as relações entre humanos e animais na contemporaneidade. Ainda há muito o que pesquisar sobre o poder da mídia em influenciar atitudes reais da audiência e conhecer os resultados que foram obtidos após a vinculação de um fato, pois o mundo animal e a comunicação andam juntos e, vai além do registro, é informar e educar.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Andrey. **Entrevista realizada via WhatsApp com perguntas em torno da produção jornalística**. 2025. Entrevista concedida a Andreza Sousa. Belém. 2025.

ASSUNÇÃO, Joyce. **Novo programa reforça compromisso com a causa animal em Belém**: Agência Belém, 2025. Disponível em: <https://agenciabelem.com.br/Noticia/245474/Novo-programa-reforca-compromisso-com-a-causa-animal-em-Belem> Acesso em: 13 de maio de 2025

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 229 p.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei 179/2023**. Reconhece a família multiespécie como entidade familiar e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, 2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2346910&fichaAmigavel=nao%20%20Acesso%20em:%2026%20de%20abril%20de%202025>. Acesso em: 26 de abril de 2025.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. **Programa Nacional de Manejo Populacional Ético de Cães e Gatos**. Brasília, DF: Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/mma/ptbr/composicao/sbio/dpda/programas-e-Projetos/programa-nacional-de-manejo-populacional-etico-de-caes-e-gatos#:~:text=UMA%20DEMANDA%20SOCIAL,e%2024%20milh%C3%B5es%20de%20gatos#:~:text=UMA%20DEMANDA%20SOCIAL,e%2024%20milh%C3%B5es%20de%20gatos>. Acesso em: 07 maio 2025.

BORGES, L. Brasil tem mais pets do que crianças, diz pesquisa. **Portal Cultura**, Belém, PA, 28 out. 2024. Disponível em: <https://www.portalcultura.com.br/pt-br/brasil-tem-mais-pets-do-que-criancas-diz-pesquisa> Acesso em: 20 abr. 2025.

COMO OCORREU a domesticação de animais? Descubra um pouco da história dos pets! **Blog Petz**, 19 jul. 2022. Disponível em: <https://www.petz.com.br/blog/domesticacao-de-animais/>. Acesso em: 20 abr. 2025.

DAMASCENO, Thais. **Entrevista realizada via WhatsApp com perguntas em torno da produção jornalística**. 2025. Entrevista concedida a Andreza Sousa. Belém. 2025.

GILLET, Ronaldo. **Entrevista realizada via WhatsApp com perguntas em torno da produção jornalística**. 2025. Entrevista concedida a Andreza Sousa. Belém. 2025.

MEDINA, C. **Entrevista**: o diálogo possível. 6. ed. São Paulo: Ática, 2004.

MEDINA, C. **Notícia**: um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 2. ed. São Paulo: Summus, 1988.

MEDINA, C. **Profissão jornalista: responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982.

MCQUAIL, D. **Quail's Massa Comunicação Teoria**. New Delhi: Publicações Sage, 2010.

RODRIGUES, Albanilde. **Entrevista realizada via WhatsApp com perguntas em torno da produção jornalística**. 2025. Entrevista concedida a Andreza Sousa. Belém. 2025.

RECORD BELÉM. **Caso do idoso que jogou água quente em cachorro levanta suspeita sobre sumiço de outros animais**. 2025. 1 vídeo (9m). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dlvXhRlbvFE>. Acesso em: 17 abr. 2025.

RECORD BELÉM. **Idoso é preso após jogar água quente em cachorro de rua**. 2025. 1 vídeo (17 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hqKJU2zvEMA>. Acesso em: 17 abr. 2025.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular; 2013. v. 2.

TEIXEIRA, Bianca. **Entrevista realizada via WhatsApp com perguntas em torno da produção jornalística**. 2025. Entrevista concedida a Andreza Sousa. Belém. 2025.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.