



AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE PERNAMBUCO NO JORNAL NACIONAL

Renata Echeverría Martins

Orientador: Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior.

RECIFE

2012

RENATA ECHEVERRÍA MARTINS

**AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE PERNAMBUCO
NO JORNAL NACIONAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior.

RECIFE

2012

M386r	Martins, Renata Echeverría. As representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional / Renata Echeverría Martins. – Recife: O autor, 2012. 195 p. : il. Orientador: Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, CAC. Comunicação, 2012. Inclui bibliografia e anexos. 1. Comunicação. 2. Telejornalismo. 3. Representações Sociais. I. Pereira Junior, Alfredo Eurico Vizeu. (Orientador). II. Título.	
302.23	CDD (22. ed.)	UFPE (CAC2012-21)

FOLHA DE APROVAÇÃO

Autora do trabalho: Renata Echeverría

Título: AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE PERNAMBUCO NO JORNAL NACIONAL

Dissertação apresentada como requisito final para a obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco sob a orientação do Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior.

BANCA EXAMINADORA

Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior - UFPE

Dr. Heitor Costa Lima da Rocha - UFPE

Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho - UFJF

RECIFE

2012

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos colegas que enfrentaram comigo, durante 11 anos, a rotina profissional na TV Globo Recife (1996/2007).

AGRADECIMENTOS

Ao professor Alfredo Vizeu, por acreditar em mim e neste projeto.

Aos meus pais Jorge e Silvia e irmãs Mônica, Andréa, Deborah e Daniela.

Ao companheiro Lúcio, pela paciência e apoio.

Ao PPGCOM, sobretudo a Zé, Luci e Cláudia pela atenção e disposição sempre em ajudar.

Às amigas e futuras Doutoradas: Águeda Cabral, Fabiana Siqueira e Giovana Mesquita.

Aos amigos Celia Campos, Ericka Rocha, Fabiano Moraes, Flávio Barbosa, Ítalo Rocha e Eduardo Sarmiento, pelo incentivo e apoio.

À FACEPE - Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco, cuja bolsa de estudos me permitiu maior tranquilidade para o desenvolvimento da pesquisa.

A filosofia, a história da ciência, a psicanálise e as ciências sociais têm despendido grandes esforços em demonstrar que os seres humanos são animais culturais que conhecem, veem e escutam o mundo através de filtros socialmente construídos.

Michael Schudson

Porque o desafio da televisão continua sendo sempre – e nisso a televisão brasileira é um caso a ser estudado – o estar juntos.

Dominique Wolton

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo central sugerir uma categorização das notícias sobre Pernambuco exibidas no Jornal Nacional, da Rede Globo. Nossa preocupação é buscar entender como é construída a imagem do Estado no noticiário televisivo de maior audiência do País. Para isso, recorreremos a Teoria das Representações Sociais, de Serge Moscovici, mais especificamente nos conceitos de ancoragem e objetivação, bem como a Teoria do Jornalismo, para entender como são produzidas e selecionadas as notícias. A pesquisa realizada aponta no sentido de que as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional são resultado de uma produção midiática construída nas rotinas e práticas profissionais.

Palavras-chave: Teorias do Jornalismo; Notícia; Telejornalismo; Jornal Nacional; Representações Sociais.

ABSTRACT

This paper main objective is to suggest a categorization of news displayed on the Globo's National Journal about, to understand how the image is built in the state's highest rating television news in the country, for this, we will support the Theory of Social Representations, by Serge Moscovici, specifically the concepts of anchoring and objectification, and still, in Theory of Journalism, to understand how they are produced and selected news. In this environment, the social representations of Pernambuco in Globo's National Journal is the result of a built in media production routines and practices.

Keywords: Journalism Theory; News; News broadcasting; Globo's National Journal; Social Representations.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 - Redação da TV Globo Recife.....	35
FIGURA 02 - Bancada: Willian Bonner, Fátima Bernardes e Patrícia Poeta.....	46
FIGURA 03 - Bancada: Willian Bonner, Fátima Bernardes e Patrícia Poeta.....	47
FIGURA 04 – Enchentes em Pernambuco (imagens do telespectador).....	105
FIGURA 05 – Enchentes em Pernambuco (imagens do telespectador).....	106
FIGURA 06 – Gráfico com percentuais das categorias propostas.....	112
FIGURA 07 – Gráfico das matérias exibidas no Jornal Nacional.....	113
FIGURA 08 – Imagem da queda do avião (enviado pelo telespectador).....	121
FIGURA 09 – Governadores de Pernambuco e Espírito Santo.....	139
FIGURA 10 – Matéria Apagão.....	140
FIGURA 11 – Matéria julgamento do assassinato do estudante Alcides.....	142
FIGURA 12 – Matéria sobre solução ecológica para abastecimento de gás.....	145
FIGURA 13 – Matéria canteiro de obras constrói casas dia e noite.....	146
FIGURA 14 – Matéria aposentado vira notícia por honestidade.....	149
FIGURA 15 – Matéria ex-presidente Lula visita Nordeste.....	152
FIGURA 16 – Matéria última viagem de Lula presidente.....	154
FIGURA 17 – Matéria Dilma assina convênio para beneficiar Pernambuco.....	156
FIGURA 18 – Matéria Recife e Olinda comemoram aniversário.....	158
FIGURA 19 – Matéria Galo da Madrugada Carnaval 2011.....	160
FIGURA 20 – Matéria Rio São Francisco renova vida das cidades.....	162
FIGURA 21 – Matéria sobre chuvas torrenciais em Pernambuco.....	166
FIGURA 22 – Matéria sobre as águas que começam a baixar nas cidades.....	168
FIGURA 23 – Matéria sobre ataque de tubarão no Recife.....	169
FIGURA 24 – Matéria sobre problemas urbanos em Igarassu.....	173
FIGURA 25 – Matéria sobre analfabetismo no Nordeste.....	176
FIGURA 26 – Matéria sobre falta de leitos de UTI em Pernambuco.....	178

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO 1 – A INVENÇÃO DO JORNALISMO	18
1.1 Jornalismo: um processo de conhecimento.....	18
1.2 Considerações sobre o Campo Jornalístico.....	32
1.3 As Teorias do Jornalismo e a construção da realidade.....	38
CAPÍTULO 2 – TELEJORNALISMO: MUNDO ENQUADRADO	44
2.1 “Como as chamas, a televisão fascina”: telejornalismo e realidade.....	44
2.2 Telejornalismo: lugar de referência	57
2.3 As estratégias de mediação: enquadramento, seleção e recorte.....	65
CAPÍTULO 3 – REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E JORNAL NACIONAL.....	74
3.1 A Teoria das Representações Sociais e a relação com o real.....	74
3.2 Jornal Nacional: uma comunidade imaginada.....	90
3.3 Representações sociais e Jornal Nacional: fragmentos digitais.....	98
CAPÍTULO 4 – O CAMPO, OS PROTAGONISTAS E OS SÚDITOS.....	109
4.1 Visita ao reino das redações: um olhar, uma análise.....	109
4.2 Pernambuco na telinha do Jornal Nacional.....	130
4.2.1 Categoria 1: factual.....	136
4.2.2 Categoria 2: Pernambuco como modelo.....	144
4.2.3 Categoria 3: celebridades.....	151
4.2.4 Categoria 4: manifestações culturais.....	157
4.2.5 Categoria 5: desastres.....	164
4.2.6 Categoria 6: serviço público.....	170
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	180
REFERÊNCIAS.....	186
ANEXOS.....	192

INTRODUÇÃO

Há décadas, a representação do Nordeste brasileiro é tema de ricas investigações fora e dentro da Academia. A grande reportagem do jornalismo investigativo sobre o Nordeste, **Os Sertões** (1906), foi escrita por Euclides da Cunha. Sobre a obra, o pesquisador Cláudio Cardoso Paiva escreveu: “[...] um olhar agudo sobre o interior do Brasil, a partir da Campanha de Canudos e, ao mesmo tempo, definindo um perfil histórico-social, antropológico e político do ser nordestino” (PAIVA, 1999, p.8).

No século XIX, a representação dos nordestinos esteve presente nos romances literários, depois foi conquistando outras linguagens: o teatro, a música e, de forma massiva e mais recente, o cinema e a televisão. Em Pernambuco, a televisão foi inaugurada dez anos depois de ter sido lançada no Brasil, em 18 de setembro de 1950, a TV Tupi – Difusora de São Paulo, por iniciativa do jornalista paraibano Francisco de Assis Chateaubriand. Outro empreendedor, também paraibano, radicado em Pernambuco, Francisco Pessoa de Queiroz, apostou na compra do *Jornal do Commercio*, em 1930, que pertencia aos seus irmãos João e José Pessoa de Queiroz. Ele enfrentou turbulências políticas para manter a empresa de comunicação funcionando, e 30 anos depois, inaugurou a TV Jornal do Commercio, que existe até hoje.

Segundo Santana (2007), no livro **A televisão pernambucana por quem viu nascer**, enquanto a TV Rádio Clube de Pernambuco, pertencente aos Diários Associados corria para colocar o sinal do Canal-6 no ar, no dia 4 de junho de 1960, às pressas e enfrentando uma série de problemas técnicos, a TV Jornal do Commercio apresentava-se brilhantemente, pela suntuosidade do seu prédio, equipamentos europeus de última geração e gente forjada no campo de produção do Sul e Sudeste do país.

A inauguração das duas emissoras foi uma festa:

Shows especiais com nomes trazidos do Sul do país e artistas locais serviram de atrativos aos televisores comprados em todo o Estado de Pernambuco ao longo de seis meses que antecederam as inaugurações. Um pequeno volume se comparado ao número registrado no início do ano 2000: 40 milhões de aparelhos vendidos em todo o território nacional, segundo o Almanaque Abril, editado em 2002 (2007, p.29).

No dia 18 de junho de 1960, o Canal-2 entrou nos lares dos nordestinos. A programação era marcada por shows à noite apresentados com roupas de gala; no auditório, só entravam pessoas vestidas de paletó e gravata e os cenários eram decorados com elementos que produziam ricos efeitos visuais. “[...] O projeto de teledramaturgia fixou diretrizes para conquistar a platéia televisiva da região, com produtos mesclados de temas populares e clássicos, envoltos em rica roupagem.” (SANTANA, 2007, p.40).

A TV Rádio Clube de Pernambuco, com menos recursos financeiros, usava a criatividade para superar a deficiência em suas instalações. Segundo Santana (2007), foi adotada uma linha de programação popular, sem cair no mau gosto, no grotesco: “Foram inseridos na programação da TV sucessos da linha humorística do rádio, tais como “Atrações do Meio-dia”, “Pensão Paraíso” e “Beco sem Saída” (2007, p.41).

De acordo com depoimentos relatados no livro de Santana (2007, p.42), o Grande Teatro era o carro-chefe da programação da TV Rádio Clube. Peças inteiras eram adaptadas para a televisão. A que inaugurou a temporada, no dia 6 de junho de 1960, foi “Uma rosa para Emile”, de William Faulkner, adaptada por Hilton Marques. No dia 18 de junho, do mesmo ano, o Canal-6 já exibia a sua primeira novela, dirigida por Santana e intitulada “O ruído do silêncio”. Segundo Santana, apesar do sucesso, o novo produto do Canal-6 foi recebido com algumas ressalvas:

O grande público demonstrou plena aceitação. Entretanto, a classe intelectual e os defensores de adaptações dos clássicos escritores para a TV fizeram críticas ferrenhas. Achavam que “aquilo” era folhetim barato e que hábitos e costumes do rádio estavam sendo incorporados à televisão (2007, p. 42).

Logo depois, o Canal-2 também estreava a novela “Lili”, produzida e dirigida por Graça Melo. No campo musical, as duas emissoras abriam espaço para os maestros acompanharem cantores da região: “Intérpretes da música clássica e popular estavam presentes nos dois canais, numa demonstração da capacidade e do talento do artista da plaga nordestina” (2007, p. 44). No telejornalismo, os dois primeiros noticiários televisivos foram o *Diário de Pernambuco na TV*, no Canal-6 e *Telejornal do Commercio*, no Canal-2.

Segundo Santana (2007, p.45), nos primeiros anos, os maiores índices de audiência do Canal-2 estiveram nos musicais e shows de auditório e do canal da emissora associada estavam no campo da teledramaturgia: “Hoje se torna mais fácil analisar os perfis dos

pioneiros que lideraram essa histórica jornada. Na época, não se tinha tempo para isso e não era um dado importante para a equipe”.

Ainda hoje, não é tão diferente; a teledramaturgia de ficção, as telenovelas, são as que rendem os mais altos índices de audiência nas emissoras de televisão e até muitas análises acadêmicas. Mas muito pouco se pode dizer sobre as pesquisas que não tratam da ficção televisiva. As investigações, teses e dissertações que falam das construções narrativas da “realidade”, como denominamos, grosso modo, os programas telejornalísticos, ainda não são muito exploradas.

Apesar disso, segundo pesquisa divulgada na Folha de São Paulo, no dia 10 de julho de 2011, do Instituto Data Popular, que investiga há 10 anos as classes emergentes, a TV é a principal fonte de entretenimento de 53% da classe C. E é vista não só como fonte de informação, mas de formação. "Esse público, assim como os outros, tem que ver sua realidade retratada", explica Octávio Florisbal, diretor-geral da Rede Globo. E, segundo Florisbal, as mudanças para fisgar esse público tão grande vão do entretenimento ao telejornalismo.

Podemos supor que, num país que tem a televisão como um dos maiores canais de acesso ao entretenimento e a informação, o que “passa” na TV é de grande importância para o cotidiano das pessoas. Sendo assim, entendemos que investir nas pesquisas sobre os noticiários televisivos se mostra extremamente necessário.

Segundo pesquisa do Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), realizada em abril de 2010, O Jornal Nacional registra, em média, 29 pontos; cada ponto equivale a 55 mil domicílios sintonizados por dia na Grande São Paulo. Outra informação relevante e não menos importante é de que todos os outros telejornais noturnos, de todas as outras emissoras do país, não têm chegado a dois dígitos no Ibope, o que comprova a importância e confere a massiva audiência do principal telejornal da Rede Globo.

Nosso trabalho se propõe a buscar pistas para compreender como a população brasileira, que vive no Nordeste, especificamente no Estado de Pernambuco, é representada no telejornal de maior audiência do Brasil, o Jornal Nacional, da Rede Globo, exibido diariamente às oito e meia da noite.

Para tanto, tomamos como fundamentação teórica a Teoria das Representações Sociais, que surgiu nas Ciências Sociais, a partir da Psicologia Social. O conceito, criado por Moscovici (1978), toma como base as representações coletivas:

As representações coletivas traduzem a maneira como o grupo se pensa nas suas relações com os objetos que o afetam. Para compreender como a sociedade se representa a si própria e ao mundo que a rodeia, precisamos considerar a natureza da

sociedade e não a dos indivíduos. Os símbolos com que ela se pensa mudam de acordo com a sua natureza (DURKHEIM, 2001, p.21).

Para Moscovici (2009), as sociedades modernas são bastante complexas e a representação social é um tipo de conhecimento particular que tem como função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre os indivíduos:

Elas entram para o mundo comum e cotidiano em que nós habitamos e discutimos com nossos amigos e colegas e circulam na mídia que lemos e olhamos. Em síntese, as representações sustentadas pelas influências sociais da comunicação constituem as realidades de nossas vidas cotidianas e servem como principal meio para estabelecer as associações com as quais nós nos ligamos uns aos outros (MOSCOVICI, 2009, p.8).

Apoiamo-nos na Teoria de Moscovici para estabelecer um diálogo entre os conceitos defendidos pelo psicólogo social e o jornalismo. Também é fundamental para a nossa tentativa de pesquisar, o que denominamos de “representação social”, trabalharmos os conceitos de ancoragem, objetivação e familiaridade, defendidos por Moscovici em sua teoria.

Durante 11 anos, estivemos por trás das câmeras, ou melhor, nos bastidores da redação da TV Globo Recife. De setembro de 1996 a março de 2007, exercemos as funções de apresentadora do NE TV 1ª Edição, de repórter, de produtora e de editora de texto. A autora integrou a equipe de todos os telejornais locais da casa, chegando também a produzir e editar dois telejornais de rede (noticiários televisivos exibidos em todo o país), o Jornal Hoje, que vai ao ar diariamente às 13h20 e, em alguns momentos, o Jornal Nacional, exibido às 20h30.

Em nossa trajetória profissional, percebemos como os telejornais da emissora influenciam o dia a dia de nossa população. Ouvindo queixas, elogios e sugestões dos telespectadores, sentimos a necessidade de desvendar o que desperta tantos sentimentos, muitas vezes de ódio ou de paixão.

Por isso, este trabalho é muito mais que uma investigação teórica; é também uma tentativa de “teorizar” o que vivenciamos na prática durante mais de uma década. Uma iniciativa de descrever as experiências de quem esteve durante 11 anos nos bastidores da maior empresa de comunicação do país, com o intuito de contribuir para o entendimento de como se dão, na prática, as relações tão complexas entre a teoria e a *práxis*. Esperamos colaborar, de alguma forma, para a construção de uma ponte, de um novo canal de diálogo entre a academia e os profissionais que, na maioria das vezes, cumprem jornadas extenuantes de trabalho e não têm sequer tempo de refletir sobre ele.

A oportunidade que tivemos de estar diante das câmeras, nas ruas e dentro da redação da TV Globo Recife, selecionando as notícias, contribuiu para a compreensão da força que o símbolo da TV Globo representa neste imenso e tantas vezes injusto país. É certo, há os que amam e os que odeiam os telejornais da TV Globo; há os que os condenam e os que os elegem como fontes confiáveis de informação. Mas, sem a pretensão de formular nenhum tipo de julgamento, e sim como uma observadora que conhece de perto o seu objeto de estudo, partimos, com essa dissertação, para o que chamamos de uma viagem expedicionária, numa incessante busca ao universo de verdades e inverdades, muitas vezes ditadas e editadas, para entender como se constrói a imagem do Estado de Pernambuco, no Jornal Nacional.

Na pesquisa, nos detivemos em 39 reportagens sobre Pernambuco, exibidas no Jornal Nacional, nos meses de agosto, outubro, novembro e dezembro de 2010, e fevereiro, março, maio, junho e julho de 2011.

No Capítulo 1, procuramos definir o que é jornalismo, o seu “campo”, as suas teorias e a sua contribuição para explicar e até mesmo construir uma “certa realidade”. Defenderemos que o jornalismo atua como uma forma específica de conhecimento e que as teorias jornalísticas que vamos utilizar são as que definem as notícias como um processo de produção, de escolha. Escolha que nem sempre é livre; que seguem orientações das instituições, métodos e rotinas profissionais.

No Capítulo 2, apresentamos o jornalismo como uma forma de ver o mundo, de enquadrá-lo. Mostramos o jornalismo como uma construção do real, como um “lugar de referência”. E ainda, no terceiro item, discutiremos o jornalismo como o lugar de estratégias, de mediações, de enquadramentos, seleções e recortes. Mostraremos como a televisão fascina, atrai e constrói “mundos possíveis”; como o telejornalismo constrói a ideia de nação, de comunidade. Dialogamos com diferentes autores (ANDERSON, 2008), (HALL, 2006) e (WOLTON, 1996), quando afirmam que o papel da televisão ajuda a criar laços de pertencimento: ideia de grupo, de comunidade, mesmo que imaginada. Para o pesquisador Dominique Wolton (1996), o fenômeno televisivo no Brasil constitui um poderoso fator de integração social e a Rede Globo é um dos símbolos da identidade brasileira. Benedict Anderson (2008) define a nação como uma comunidade política imaginada e Hall (2006) argumenta, em suas reflexões sobre as identidades nacionais, que elas não são coisas com as quais nós nascemos, mas sim que seriam formadas e transformadas a partir de um sistema de representação. Tentaremos também demonstrar como o jornalismo/telejornalismo produz a construção do real, através de complexas operações, como, por exemplo: as de atualidade, de objetividade, de interpelação, de leitura e de operadores didáticos (VIZEU, 2008).

No Capítulo 3, descrevemos a Teoria das Representações Sociais de Moscovici (1978) e construímos um diálogo possível com o jornalismo/telejornalismo; mais especificamente, com o objeto de estudo desta dissertação, o Jornal Nacional. Mostramos também, uma discussão sobre a mudança de um “padrão globo de qualidade”, para uma nova forma de fazer jornalístico, desde a concepção da pauta até a edição, provocada pela inserção das novas tecnologias digitais. Traçaremos como se dá esse novo percurso da produção da notícia na era digital e de que forma as novas tecnologias mudaram o modo de fazer telejornalismo. Pesquisamos também como o Jornal Nacional, um modelo de telejornal que há 42 anos continua sendo o de maior audiência do país, muda, para se adaptar às exigências de um público/telespectador, agora co-produtor.

O Capítulo 4 apresenta os resultados de uma pesquisa de campo realizada em julho de 2011, na redação da TV Globo Recife. Analisamos a rotina dos profissionais que fazem o Jornal Nacional na redação da TV Globo Recife. Apresentamos as análises dos resultados da pesquisa de campo e as entrevistas realizadas com os jornalistas responsáveis pela produção e edição do Jornal Nacional, com o intuito de tentar desvendar as estratégias, os motivos das escolhas e os critérios adotados na seleção das notícias do telejornal mais visto do país.

Ainda no Capítulo 4, partimos para a categorização das notícias exibidas no Jornal Nacional, cumprindo o que nos propomos na metodologia de trabalho: selecionar e analisar as reportagens sobre Pernambuco, exibidas no Jornal Nacional, durante os meses de agosto, outubro, novembro e dezembro de 2010, e nos meses de fevereiro, março, maio, junho e julho de 2011. Nesse capítulo, tentamos responder, de forma prática e não necessariamente teórica, a seguinte pergunta: qual foi o caminho descoberto?

Para Juremir Machado: “Pesquisar o cotidiano nada mais é do que revelar aquilo que permanece encoberto pela familiaridade sob uma camada tênue e tenaz de entranhamento. Aquilo que se funde, desaparece. É preciso fazer o caminho inverso: desencavar” (SILVA, 2010, p. 14). É este caminho inverso que estamos nos propondo: “Cobre-se para desencobrir” (2010, p. 14).

Adotaremos então, primeiro, metaforicamente, a metodologia de pesquisa proposta por Juremir, no livro **O que pesquisar quer dizer** (2010), processo que passa por pelo menos três fases, como diz o autor: a do estranhamento (procedimento antropológico, em que o pesquisador tenta abstrair os seus valores, trocar de “lente” ou colocar de lado os seus pré-conceitos), o de “entranhamento” (procedimento por meio do qual o pesquisador mergulha no universo do outro) e, por fim, “desentranhamento” (procedimento por meio do qual o pesquisador sai do outro, retoma seus valores e, numa abordagem dialógica, tenta narrar o

vivido). Para depois, de fato, empregar a metodologia de análise de conteúdo proposta pelos autores Francesco Casetti e Frederico di Chio (1999).

Assim, durante todo o percurso desse trabalho de pesquisa procuramos dialogar com as ideias de diversos autores, partindo do surgimento do conceito de representação social ou coletiva, que nasceu na sociologia e na antropologia, nas obras de Durkheim e Lévi-Bruhl, para depois traçarmos a sua trajetória que começa com Moscovici (1978) e segue até os dias atuais, com a contribuição de pesquisadores como Fátima O. de Oliveira e Graziela C. Werba (2009), Alfredo Vizeu (2008), Iluska Coutinho (2007), Denise Jodelet (2001), Sandra Jovchelovitch (2000), Alexander Kluge (2000), Pedrinho Guareschi (2010) e outros.

Investigar o jornalismo, como se dão as relações entre a construção da notícia e a construção da realidade também foi fundamental para chegarmos ao nosso objetivo. Autores como Berger e Luckmann (2009) e Burke (2003), foram essenciais nessa pesquisa, assim como tantos outros que serão citados no decorrer do trabalho.

Capítulo 1 - A INVENÇÃO DO JORNALISMO

1.1 Jornalismo: um processo de conhecimento

Todos os dias, quando nos levantamos, é comum querermos nos informar sobre o mundo. Procuramos nos jornais, rádio e televisão saber o que está acontecendo em nossa cidade e nos arredores. “A atualidade, de fato, sempre foi objeto de curiosidade para os homens” (GENRO, 1987, p.35). Ao longo dos séculos, os homens sempre se interessaram em conhecer o que acontecia em sua volta. Com o tempo, o mundo deixou de ser uma pequena aldeia e as fronteiras foram se expandindo. Na vida complexa e dinâmica da contemporaneidade, os acontecimentos, antes repassados pelos vizinhos, surgem cada vez mais velozes; para nos mantermos informados nessa imensa aldeia global¹ precisamos de mediadores, em nosso entender, de jornalistas, que processem tantas informações.

Sponholz (2009, p. 105) pergunta: “Pode-se conhecer a realidade através do jornalismo? O jornalismo é uma forma de processar e estruturar os conteúdos vivenciados?” Apostamos que sim. Então, nesse capítulo, assim como em toda a dissertação, vamos trabalhar com alguns argumentos: a) que o jornalismo é um tipo de processo de conhecimento; b) que o jornalismo é um método; e c) que o jornalismo é um campo específico de conhecimento.

De acordo com o jornalista Adelmo Genro Filho (1987), a atualidade, de fato, sempre gerou interesse entre os homens. Para ele, o jornalismo é uma forma de conhecimento que surge historicamente, com base no desenvolvimento das relações capitalistas e na indústria: “[...] com o desenvolvimento das forças produtivas e das relações capitalistas a atualidade ampliou-se no espaço; ou seja, o mundo inteiro tornava-se cada vez mais, um sistema integrado e independente”.

Dentro dessa perspectiva de jornalismo como forma de conhecimento dos fatos, vamos nos debruçar, mas especificamente, no telejornalismo, analisando como o Jornal Nacional traça essas relações e representações.

Meditich (1992), no livro **O Conhecimento do Jornalismo**, resume e explica as ideias de Genro: “O capitalismo foi o primeiro sistema na história humana que tornou a humanidade um gênero efetivamente interligado a nível internacional” (1992, p.29). Para ele,

¹ Conceito criado na década de 1960 por Marshall McLuhan professor na Escola de Comunicações da Universidade de Toronto.

antes da existência do sistema capitalista, o que tínhamos era um conhecimento genérico e universal do mundo. A realidade era a realidade da casa, da rua, dos vizinhos: “Um sujeito na Idade Média, que morasse num povoado, numa vila, tinha conhecimento de suas relações diretas” (1992, p.30). Meditsch afirma que, nos tempos atuais, não temos mais uma relação baseada na singularidade com o mundo ao qual estamos ligados. O mundo agora é entendido de forma mais ampla, internacional, universal. Meditsch explica:

Já não temos mais meios pessoais para nos relacionarmos diretamente com esse mundo. E é precisamente em cima dessa necessidade que surge o Jornalismo, como forma de conhecimento que vai cumprir um papel semelhante ao papel que cumpre a percepção individual da singularidade dos fenômenos (1992, p.30).

A comunicação converteu-se numa necessidade da vida urbana; ou seja, o homem contemporâneo tem a possibilidade de, através das notícias, organizar a própria vida. Defenderemos aqui a hipótese de que o jornalismo ajuda a organizar e explicar o mundo; que, através dele, foi possível vencer divisas e fronteiras, para que o mundo se tornasse único, interligado e dinâmico, possibilitando as pessoas se relacionarem umas com as outras e com os acontecimentos do dia-a-dia que lhes é imediato.

O telejornalismo se afirma como canal dessas possibilidades; o Jornal Nacional cumpriria a função de quebrar fronteiras para que o mundo se tornasse um só, fazendo uma analogia com o que disse Meditsch (1992): o telejornal teria a função de integrar os diversos *estados* da nação brasileira, nos aproximando, mesmo que distantes uns dos outros. Mais uma vez confirmamos a ideia de que através do jornalismo/telejornalismo os acontecimentos, por exemplo, de Pernambuco, podem ser vivenciados e experimentados nos mais diversos lugares. Durante muitos anos, os temas ancorados foram os relativos à seca em nosso Estado; as denúncias de trabalho infantil nas casas de farinha, nos canaviais; as questões pertinentes ao meio-ambiente. Tentaremos responder, no decorrer do trabalho, o que mudou, quais as ancoragens atualmente de Pernambuco no Jornal Nacional. Como O telejornal da TV Globo ancora os fatos e acontecimentos de Pernambuco. Assim nos questionamos, pois, segundo Pena:

Já não podemos estar em vários lugares ao mesmo tempo; queremos, pelo menos, acreditar que sabemos o que acontece nos mais longínquos rincões do universo, e, para isso, mandamos correspondentes, relatores ou alguma tecnologia que possa substituir o relato do homem (2005, p. 22).

Diz Pena (2005) que o homem tenta organizar a própria vida, dar certa regularidade aos fatos e acontecimentos, pelo menos aos que estão diretamente ligados ao nosso cotidiano. De acordo com o autor, o homem acredita que pode administrar a vida de forma estável e coerente, fazendo-o se sentir mais seguro para enfrentar o cotidiano aterrorizante do meio ambiente. Dessa forma, Pena define assim o jornalismo:

Mas, para isso, é preciso transpor limites, superar barreiras, ousar. Entretanto, não basta produzir cientistas e filósofos ou incentivar navegadores, astronautas e outros viajantes. Também é preciso que eles façam os tais relatos e reportem informações a outros membros da comunidade que buscam a segurança e a estabilidade do “conhecimento”. A isso, sob certas circunstâncias éticas e estéticas, posso denominar jornalismo (2005, p.23).

Para Sponholz (2009), o jornalismo obedece às mesmas regras dos processos de conhecimento como qualquer outro e não consegue espelhar a realidade porque este processo será sempre seletivo e construtivo. Sponholz explica como atuam os jornalistas nesse processo:

Sempre que alguém processa, estrutura e compara os estímulos que recebeu do mundo exterior com o que já sabe, ou seja, sempre que uma pessoa conhece algo, ela o faz de uma determinada perspectiva. Esta é uma parte inevitável do processo de conhecimento. Com jornalistas, como com qualquer outra pessoa, também é assim (2005, p. 105).

Mas o jornalista seria o homem que faz o relato do seu tempo? Aquele que classifica e categoriza os fatos? Que tenta, de certa forma, organizar o mundo, buscando a estabilidade no “conhecimento”? Vamos prestar atenção ao que diz Genro:

Os veículos de comunicação, como a imprensa, o rádio, a fotografia, o cinema, a TV, etc., trouxeram consequências profundas para as formas de conhecimento e comunicação até então existentes. O exemplo mais característico é o da arte, cujas transformações evidentes são objetos de uma polêmica que já se prolonga por várias décadas. As novas formas de arte, as modernas técnicas pedagógicas, os novos gêneros de lazer e as outras modalidades de relacionamento social produzidos pela imprensa e, mais acentuadamente, pelos meios eletrônicos de comunicação, foram incorporados como objetos teóricos com certa naturalidade (GENRO, 1987, p. 37).

Foi nesta perspectiva de um jornalismo que imprimiu mudanças profundas nas formas de comunicação, que muitos pesquisadores apostaram na hipótese teórica do jornalismo como uma forma de conhecimento. Mas o que é conhecimento? Para Searle (1997), conhecer é ter representações verdadeiras da realidade, para as quais podemos fornecer justificações. Burke (2003) afirma que essa pergunta é quase tão difícil de responder quanto à pergunta mais famosa: “O que é a verdade”? Burke afirmou que primeiro seria imprescindível fazer a distinção entre conhecimento e informação: “saber como” e “saber o quê”, diz ele, e o que é explicado e o que é tido como certo. No livro **Uma História Social do Conhecimento**: de Gutenberg a Diderot (2003), Burke defende o uso do termo “informação” para referir-se ao que é relativamente “cru”, específico e prático; e “conhecimento” para denotar o que foi “cozido”, processado ou sistematizado pelo pensamento. O autor também chamou atenção quanto às ligações entre o conhecimento e a imprensa:

A imprensa também facilitou a interação entre diferentes conhecimentos. Ela padronizou o conhecimento ao permitir que as pessoas em lugares diferentes lessem os mesmos textos ou examinassem imagens idênticas. Também estimulou o ceticismo, ao permitir que a mesma pessoa comparasse e contrastasse explicações alternativas e incompatíveis do mesmo fenômeno ou evento (BURKE, 2003, p.19).

Mas, antes de elaborar ligações entre o conhecimento e a imprensa, se faz necessário, no nosso entendimento, investigar mais a fundo o conceito de “conhecimento”, que de acordo com Hessen (2000), seria a essência da filosofia. Para Hessen, a teoria do conhecimento era uma disciplina filosófica e caberia ao filósofo conhecer, saber. O autor diz ainda que o filósofo é um conhecedor por natureza e a filosofia é a tentativa do espírito humano de atingir uma visão de mundo, mediante a autorreflexão sobre suas funções valorativas, teóricas e práticas: “A filosofia é ambas as coisas: visão de si e visão de mundo.” (HESSEN, 2000, p.8).

Para Hessen, o campo da filosofia divide-se em três partes: teoria da ciência, do valor e da visão de mundo. A teoria da visão do mundo é decomposta em metafísica e em teoria da visão do mundo em sentido estrito, que investigava as questões referentes a Deus, à liberdade e à imortalidade. A teoria do valor divide-se, nas teorias dos valores éticos, estéticos e religiosos e finalmente a Teoria da Ciência seria decomposta em teoria formal e doutrina material da ciência. A primeira, que ele chama de lógica; a última, de teoria do conhecimento.

Enquanto a lógica pergunta a respeito da correção formal do pensamento, sobre sua concordância consigo mesmo, com suas próprias formas e leis, a teoria do conhecimento pergunta sobre a verdade do pensamento, sobre a sua concordância com o objeto. Também podemos, por fim, definir a teoria do conhecimento como a teoria do pensamento *verdadeiro*, por oposição à lógica, definida como a teoria do pensamento *correto* (HESSEN, 2000, p.13).

Hessen (2000, p.19) explica que a teoria do conhecimento seria como diz o nome, uma teoria; ou melhor, uma interpretação e uma explicação filosóficas do conhecimento humano. Para o autor, qualquer explicação ou interpretação de um objeto deve ser precedida de uma observação e de uma descrição exatas do objeto. “Devemos, pois apreender com um olhar penetrante e descrever com exatidão esse fenômeno peculiar de consciência que chamamos de conhecimento”. Definição que nos remete ao diálogo com a prática jornalística. A esse método de investigação, Hessen chamou de fenomenológico, que consistia em procurar apreender a essência geral no fenômeno concreto: “No conhecimento, defrontam-se consciência e objeto, sujeito e objeto. O conhecimento aparece como uma relação entre esses dois”, para concluir: “É por isso que o conhecimento pode ser definido como uma determinação do sujeito pelo objeto” (HESSEN, 2000, p.21).

Diz Hessen (2000) que o fenômeno do conhecimento faz fronteira com três esferas distintas: sujeito, imagem e objeto. Pelo sujeito, o fenômeno do conhecimento se prende ou se limita a esfera psicológica; pela imagem, com a esfera lógica; pelo objeto, com a ontológica.

Segundo o autor, nem a psicologia, nem a lógica, nem a ontologia são capazes de resolver o problema do conhecimento que, para ele, é algo completamente peculiar e independente:

Poder-se-ia pensar que a tarefa da teoria do conhecimento estaria cumprida, no essencial, com a descrição do fenômeno do conhecimento. Mas não é assim. A *descrição* do fenômeno ainda não é uma interpretação e uma explicação filosóficas (HESSEN, 2000, p.25).

Fazendo uma relação dos conceitos acima com algumas teorias que tentam explicar o jornalismo, como a teoria do espelho, fica mais claro entender a tese defendida por Hessen (2000). Segundo Pena (2005), ainda no século XIX, essa foi à primeira metodologia utilizada, na tentativa de compreender porque as notícias são como são. A base da teoria do espelho é a ideia de que o jornalismo reflete a realidade; ou seja, as notícias são do jeito que as conhecemos porque a realidade assim a determina. De acordo com essa teoria, o jornalista seria um mediador desinteressado, com a função apenas de observar o fato e emitir um relato.

Mas, como constatamos acima, o fenômeno do conhecimento não se dá apenas na sua descrição. Pede também uma interpretação.

E é nessa interpretação que estamos interessados nesse trabalho, para tentar responder à pergunta: como o Jornal Nacional da Rede Globo representa Pernambuco? Mas, antes, precisamos nos aprofundar mais especificamente na Teoria das Representações Sociais; saber qual a importância das interpretações dos fatos; como trabalha o jornalista para construir, ou melhor, para tecer a trama dos acontecimentos.

É importante deixar claro que adotamos nesta dissertação a Perspectiva Sociológica do Conhecimento, que analisa como se dá a construção da realidade, partindo do pressuposto de que ela é socialmente construída (BERGER; LUCKMANN, 2009).

Para Berger e Luckmann (2009), diversos tipos de conhecimentos circulam em diferentes esferas sociais. Eles defendem que a sociologia e a antropologia do conhecimento se concentraram no cotidiano das pessoas comuns e que esse tipo de análise seria outro modo de se conhecer a realidade. Segundo os autores, a metodologia científica não é a única forma de explicar o mundo e a realidade, e que cabe à Sociologia do Conhecimento analisar o processo em que o fato ocorre:

E na medida em que todo “conhecimento” humano desenvolve-se, transmite-se e mantém-se em situações sociais, a sociologia do conhecimento deve procurar compreender o processo pelo qual isto se realiza de tal maneira que uma “realidade” admitida como certa se solidifica para o homem da rua. Em outras palavras, defendemos o ponto de vista que a sociologia do conhecimento diz respeito à análise da construção social da realidade (BERGER; LUCKMANN, 2009, p. 14).

Defendemos a ideia de que, ao assistirmos a um telejornal, ao final, conhecemos mais do que sabíamos antes. Para nós, independentemente de qualquer julgamento, o telejornalismo nos ensina um pouco do mundo; nesse sentido, o Jornal Nacional cumpriria também a função de transmitir conhecimento, mesmo que de uma forma bem específica e particular.

De acordo com nossas investigações, identificamos categorias de reportagens que ancoraram Pernambuco no Jornal Nacional. Depois de identificadas, mais especificamente no Capítulo 4, analisamos cada uma delas detalhadamente; mas, antes, se faz necessário entender mais profundamente a prática jornalística e a sua função, que apostamos aqui, de construção de um certo tipo de “realidade”

Um dos primeiros pesquisadores a trabalhar a perspectiva de jornalismo como uma forma de conhecimento foi Robert E. Park, num ensaio publicado nos Estados Unidos em

1940, no *The American Journal of Sociology*, nº 45, da Universidade de Chicago. Tomando como base as ideias do pensador Willian James, no livro *The Principles of Psychology* (1896), que afirmava existirem duas espécies de conhecimento: “o conhecimento de” e “o conhecimento acerca de”.

“O conhecimento de”, resumidamente, dizia Park, é a espécie de conhecimento que adquirimos no curso de nossos encontros com as pessoas; de primeira mão, com o mundo que nos rodeia: “É o conhecimento que adquirimos mais através do uso e do hábito do que de qualquer espécie de investigação formal ou sistemática” (1972, p.169). O “conhecimento acerca de” é formal; é o conhecimento que atingiu certo grau de precisão e exatidão, substituindo a realidade concreta por ideias e as coisas por palavras. “Baseia-se na observação e no fato; mas no fato verificado, rotulado, sistematizado e, finalmente, ordenado nesta e naquela perspectiva, segundo o propósito e o ponto de vista do investigador” (PARK, 1972, p.171).

Park faz a relação entre conhecimento e notícia:

Como forma de conhecimento, a notícia não cuida essencialmente nem do passado nem do futuro, senão do presente – e por isso foi descrita pelos psicólogos como o “presente precioso”. Pode-se dizer que a notícia só existe nesse presente. O que aqui se entende por “presente precioso” é indicado pelo fato de ser notícia, como o sabem os editores da imprensa comercial, mercadoria sumamente precíval. A notícia só é notícia até o momento em que chega às pessoas para as quais tem “interesse noticioso” (PARK, 1972, p.175).

O autor explica que a função da notícia é orientar o homem e a sociedade num mundo real: “[...] a multiplicação dos meios de comunicação permite agora a qualquer pessoa, ainda que se encontre na região mais afastada do mundo, participar realmente dos acontecimentos – se não como espectador, ao menos como ouvinte”. Hipótese levantada hoje por muitos autores de que o jornalismo teria como uma de suas funções a organização do mundo.

Genro (1987), apesar de reconhecer a contribuição de Park, critica a sua hipótese, quando o autor afirma que o conhecimento produzido pelo jornalismo corresponde às “mesmas funções que realiza a percepção para o indivíduo”. Para Genro:

Na percepção individual, a imediatez do real, o mundo enquanto fenômeno é o ponto de partida. No jornalismo, ao contrário, a imediatez é o ponto de chegada; o resultado de todo um processo técnico e racional que envolve uma reprodução simbólica (1987, p.58).

Entender as etapas desse processo técnico de que fala Genro (1987) é entender como as teorias do jornalismo podem ajudar nesse processo. Analisar o Jornal Nacional e sua representação de Pernambuco é também buscar como se aplicam determinados operadores e métodos na construção de uma representação simbólica, que detalharemos no decorrer dessa dissertação.

Genro (1987) argumenta que os fenômenos são reconstruídos através das diversas linguagens possíveis ao jornalismo, se adequando a cada um dos veículos. Sendo assim, afirma o autor, não poderíamos falar de uma correspondência de funções entre o jornalismo e a percepção individual, mas sim de uma “simulação” dessa correspondência. A partir dessa simulação, surge outro tipo de conhecimento, pois a experiência das pessoas com os fenômenos, sem a intermediação técnica ou racional, própria da prática jornalística, seria a percepção concebida pela psicologia. Segundo Genro (1987), o aspecto central desse gênero de conhecimento é a apropriação do real pela via da singularidade:

O jornalismo não produz um tipo de conhecimento, tal como a ciência, que dissolve a feição singular do mundo em categorias lógicas universais, mas precisamente reconstitui a singularidade, simbolicamente, tendo consciência que ela mesma se dissolve no tempo. O singular é, por natureza, efêmero. O jornalismo tampouco elabora uma espécie de representação cujo aspecto singular é arbitrário, projetado soberanamente pela subjetividade do autor, tal como acontece na arte, onde o típico é o eixo fundamental de contato com a realidade (1987, p.65).

Para Genro (1987), a colocação de Park (1972) é redutora quando supõe apenas uma ideia de senso comum, sem levar em consideração as contradições internas, quando defende que a função do jornalismo seria apenas reproduzir e reforçar as relações sociais já existentes, integrando os indivíduos na sociedade.

Meditich (1992) deixa bem claro no livro **O Conhecimento do Jornalismo** (1992), as ideias de Genro quanto ao conceito do jornalismo como forma de conhecimento. O autor mostra que, para Genro, existem outras formas sociais de comunicação que implicam em conhecimento: a Arte e a Ciência também são formas sociais de produção e apropriação de conhecimento. Genro (1987) propõe uma discussão filosófica para discutir o conceito: “É necessário subir aos ramos mais abstratos do saber, que são os da filosofia, para podermos chegar, então, ao concreto” (1992, p.27). Genro (1987) busca em Hegel as categorias do singular, do particular e do universal, que afirma serem conceitos que representam formas objetivas de existência de todas as coisas do mundo, pois todas elas existem em pelo menos três dimensões: o singular, o particular e o universal. A partir desse pressuposto, Genro (1987) diz que o jornalismo é uma forma social de conhecimento cristalizado no singular:

Para o jornalismo, a singularidade, além de não ser arbitrária, é um ponto de chegada que coincide com a superação do particular e do universal, que sobrevivem enquanto significados no corpo da notícia e sob a égide do singular. (1987, p.161).

Genro (1987) defende que são as características, os detalhes, as singularidades do acontecimento que possibilitam montar o quadro que tenha certa semelhança com a percepção mais imediata das coisas que vemos ao redor. Diz o autor que a grandeza e a força do jornalismo decorrem do fato dele reproduzir coisas distantes pelo ângulo do fenômeno; ou seja, pelo ângulo da singularidade. É a possibilidade da representação. Genro (1987) faz questão de evidenciar que essa forma de conhecimento também está sujeita a certa inflexão ideológica, segundo a visão dos intermediários, dos veículos ou dos sujeitos que a produzem. Segundo o autor, o jornalismo também trafica, ao reconstruir o mundo, uma concepção sobre ele.

Observação pertinente a de Genro (1987), pois o mundo construído no Jornal Nacional, particularmente no que se refere a Pernambuco, que nos interessa em particular, com certeza será um mundo diferente do que é construído em outros telejornais de outras emissoras, que seguem estratégias diferentes em relação as suas orientações editoriais. Não podemos ser ingênuos em achar que todas as emissoras de televisão trabalhariam com os mesmo enfoques e enquadramentos.

Quando o Jornal Nacional exhibe reportagens, por exemplo, sobre a fome, provocada pela seca em Pernambuco; ou denuncia o trabalho infantil no corte da cana de açúcar, fica evidente o tom emocional utilizado nas reportagens. Em entrevista concedida para esse trabalho, a repórter de rede da TV Globo Recife, que denominaremos aqui de repórter 1, confirma nossa afirmação:

A gente denunciava as crianças feridas, trabalhando com apenas quatro, cinco anos de idade no corte da cana de açúcar. Um dia depois o Ministério do Trabalho mandava as bolsas do Programa de Erradicação do Trabalho Infantil – PETI. Na época, mais de 50% das bolsas do PETI vinham para Pernambuco. As matérias exibidas no Jornal Nacional deram visibilidade ao problema e isso foi muito importante no combate à exploração infantil (REPÓRTER 1, 2011, informação verbal).

Com a série de reportagens exibidas no Jornal Nacional, em 2000, a repórter 1 ganhou o Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo, uma das mais importantes premiações do jornalismo nacional. Ainda de acordo com a repórter 1, os assuntos sobre Pernambuco que mais interessam ao Jornal Nacional são os factuais, as grandes tragédias, como as inundações, as

denúncias do serviço público e os personagens que dão bons exemplos de cidadania: “Podemos afirmar que, de uma forma geral, é assim que o *Jornal Nacional* mostra a singularidade de Pernambuco para o resto do mundo” (REPÓRTER 1, 2011, informação verbal).

Correia e Vizeu (2008), quando conceituam o jornalismo como uma forma de conhecimento, tomando como referência a obra de Paulo Freire defendem que o jornalismo precisa molhar-se pela realidade. Ou seja, que não há contexto teórico verdadeiro a não ser na união dialética com a prática, com o contexto concreto (2008, p. 16). A tese dos autores reafirma o nosso entendimento de que o contexto em que está inserido cada noticiário televisivo, os princípios que regem cada emissora, vão influenciar e até determinar como cada telejornal imprime suas marcas e representações.

Vizeu (2000; 2006), quando defende a tese do jornalismo como forma de conhecimento, aponta quatro funções: a exotérica, a pedagógica, a de familiarização e a função de segurança. A *exotérica* seria tornar o discurso de outros campos mais compreensível para o público em geral; facilitar, através do emprego de palavras simples, o entendimento do que se quer transmitir, como, por exemplo, a tradução ou transcrição dos pareceres médicos. A função *pedagógica* é aquela função que vê o jornalista com a tarefa de orientar, de pré-ordenar o universo, de informar o leitor. Dessa maneira, Vilches (*apud* VIZEU, 2008, p.19) observa:

[...] não se pode esquecer que o telejornal estabelece com o telespectador (audiência) uma relação pedagógica, pois ensina como se portar diante do texto televisivo, com atitude comunicativa e em que condições deve aprender as características do gênero. Ou seja, operando de uma forma pedagógica, a notícia faz uma mediação entre os diversos campos de conhecimento e o público.

No capítulo *Os desafios do texto*, do livro **Jornal Nacional: modo de fazer** (2009), as funções defendidas acima por Vizeu são rapidamente confirmadas. No texto do livro referente ao editor-chefe e apresentador do *Jornal Nacional*, o jornalista Willian Bonner, lê-se: “[...] é preciso construir frases com início, meio e fim na ordem direta [...]; é preciso traduzir palavras técnicas cujo sentido seja ilusoriamente dominado pelo público, [...]; vale também traduzir siglas” (BONNER, 2009, p. 217). Quanto às funções de familiarização e segurança, Vizeu (2008) justifica algumas mudanças e adequações em sua teoria:

Refletimos e avaliamos que a ideia de lugar de segurança, mais confundia os nossos propósitos de tratar o jornalismo como um lugar de referência, conceito que entendemos dar uma dimensão mais ampla ao jornalismo como uma espécie de lugar de orientação nas sociedades complexas que os homens e mulheres recorrem para o bem e para o mal (2008, p.19).

Quanto à questão do jornalismo como um “lugar de referência”, como um lugar de orientação no mundo social, defendido por Vizeu e Correia (2008), dedicamos um capítulo à parte, por considerarmos esse estudo extremamente importante e pertinente ao objeto de nossa pesquisa.

Meditich (1997) discute a questão do jornalismo enquanto conhecimento por meio de três abordagens: a primeira nasce da definição de conhecimento não como um dado concreto, mas como um ideal abstrato a ser alcançado; a segunda forma de abordagem do jornalismo enquanto conhecimento é a do sociólogo Park (1972), a partir da perspectiva filosófica do pragmatismo de Willian James, que já comentamos anteriormente; e a terceira abordagem dá ênfase ao que o jornalismo teria de único e original: “Para esta terceira abordagem, o jornalismo não revela mal nem revela menos a realidade do que a ciência, ele revela simplesmente diferente” (MEDITSCH, 1997, p. 3).

Para esse autor, um dos problemas do jornalismo como forma de conhecimento seria a transparência das informações reproduzidas. Para ele, as informações ou notícias estariam sempre condicionadas ao modo particular como os jornalistas veem o mundo, as estruturas e as rotinas das organizações em que trabalham, assim como as condições técnicas e econômicas na produção de suas tarefas: os objetivos, os jogos de poder. Diz Meditsch:

[...] mesmo que o público perceba que se trata apenas de uma versão da realidade, dificilmente terá acesso aos critérios de decisão que orientam a equipe de jornalistas para construí-la, e muito menos ao que foi relegado e omitido por estes critérios, profissionais ou não (1997, p.10).

As questões de autonomia e legitimidade no jornalismo serão abordadas no próximo item desse capítulo, quando analisaremos mais especificamente o “campo” jornalístico, conceito criado pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu (1997). O conceito de “campo jornalístico”, defendido por esse autor, será extremamente importante para demarcar nosso lugar de fala, delimitar aqui o espaço do jornalismo/telejornalismo, com seus conflitos, disputas de força e tensões.

Moretzsohn (2007), assim como Meditsch (1997), apontam também como um dos problemas do jornalismo como forma de conhecimento, a falta de transparência dos seus condicionantes: “O modo particular como os jornalistas veem o mundo, os objetivos, a estrutura e a rotina das organizações onde trabalham as condições técnicas e econômicas para a realização de suas tarefas e, finalmente, o jogo de poder [...]” (2007, p. 130).

Ainda hoje esses problemas são recorrentes quando nos propomos ao desafio de pesquisar o jornalismo/telejornalismo, até porque, dificilmente o público/telespectador que assiste ao Jornal Nacional, terá acesso aos critérios de decisão e seleção das notícias, no qual foram orientados os jornalistas por seus superiores.

Para Sponholz (2009): “O processo de conhecimento aponta para uma reconstrução em correlação com a realidade. O resultado desse processo não é uma cópia da realidade” (2009, p.93). Sponholz explica que a realidade midiática apresenta a realidade primária através de uma extrema redução de complexidade. Assim como outros autores, compactuamos também com a ideia de que o noticiário televisivo, mais do que o jornalismo impresso, ajuda a diminuir um mundo altamente complexo dos dias atuais.

Acreditamos que, quando fatos e acontecimentos são transformados em notícias e apresentados no Jornal Nacional, por exemplo, a reportagem sobre o anúncio feito pela Administração Nacional da Aeronáutica e do Espaço - NASA, sobre a descoberta de planeta habitável em região do universo, exibida no dia 06/12/2011, de alguma forma torna o seu entendimento mais acessível aos telespectadores.

Como vimos, depois de apresentar as ideias de diversos autores, há várias formas de processar e estruturar conhecimentos vivenciados: os do jornalismo, os da ciência e os do senso comum. Conceitos que vão nos ajudar a encontrar pistas de como, através do jornalismo, poderemos construir uma representação social de Pernambuco no Jornal Nacional. A contribuição de Meditsch (1997) ajuda a esclarecer como a visão dos jornalistas e suas rotinas profissionais dentro das redações vão interferir nas representações sociais que serão construídas nos telejornais, mais especificamente, no Jornal Nacional.

Na visão de Sponholz (2009), o senso comum é o ponto de partida para todos os outros tipos de processo de conhecimento. A autora define o senso comum como um conceito polissêmico, variando de acordo com a área de conhecimento:

[...] senso comum deve ser entendido como um tipo de conhecimento que resulta do armazenamento de modelos de ação e interpretação no cérebro, que é compartilhado por um público (portanto não é individual) e retratado como natural. Fontes deste tipo de conhecimento são tanto experiências primárias como secundárias. As primeiras são vivenciadas pessoalmente e as secundárias, através de outras pessoas/e ou através da mídia ou ainda vêm de outros tipos de conhecimento, como, por exemplo, a ciência. Características deste tipo de processo de conhecimento são a rotinização, a naturalidade ou a obviedade, a universalidade e a coletividade (2009, p. 97-98).

De acordo com a definição de Sponholz sobre o conceito de senso comum, podemos fazer uma analogia com o que diz Meditsch (1997), quando afirma que o jornalismo permite o diálogo entre o físico, o advogado, o operário e o filósofo. Quando analisamos as edições do Jornal Nacional, constatamos que ser entendido pelos telespectadores é uma das preocupações mais evidentes dos profissionais que trabalham na produção do noticiário. Bonner (2009) deixa clara a preocupação:

São pessoas trabalhadoras, protetoras, cansadas [...]. Ao nos dirigirmos simbolicamente a elas, o que nós pretendemos é imaginar um modelo de receptor das informações que nos permita estabelecer parâmetros de clareza e de detalhamento. Essa frase, por exemplo, jamais seria publicada no Jornal Nacional (2009, p. 215).

É a audiência presumida de que fala Vizeu (2005), no livro **O lado oculto do telejornalismo** e em pesquisas mais recentes, quando afirma ser o telespectador um co-participante do telejornal:

Os espectadores devem gostar do noticiário, do contrário não vão assisti-lo, e é preciso que o assistam para que possam ser vendidos aos patrocinadores. Assim, a televisão fabrica a sua audiência, assim como fabrica os noticiários. Através das características prazenteiras do aparelho de base, através dos procedimentos ficcionais, através de apresentadores atraentes como subtexto erótico das notícias, a televisão se fabrica como objeto bom (2005, p. 69).

Na sua argumentação, Sponholz (2009) apresenta uma interessante comparação entre as três formas de conhecimento, apontando características que as diferenciam e as aproximam. Para ela os acontecimentos em jornalismo não podem ser repetidos; um cientista pode repetir suas experiências; o jornalismo e a ciência seguem seus próprios métodos e processos de investigação; os recursos disponíveis para investigações científicas e jornalísticas são desiguais; no senso comum, as hipóteses são tratadas como verdades

evidentes; no jornalismo e na ciência, elas são tratadas como suposições que precisam ser testadas.

Depois de apresentar o pensamento de alguns pesquisadores que acreditam na perspectiva teórica do jornalismo como forma de conhecimento, perspectiva com o qual compartilhamos, arriscamo-nos a defender o ponto de vista apresentado por Sponholz (2009), de que o jornalismo é um tipo de conhecimento híbrido, que apresenta diferenças e semelhanças, tanto como a ciência, e o senso comum.

Acreditamos no jornalismo como uma prática social, com rotinas produtivas sempre em renovação, em transformação, que se afirmam e reafirmam de acordo as regras específicas do seu campo.

1.2 Considerações sobre o Campo Jornalístico

O campo jornalístico proposto por Bourdieu é um universo, de certa maneira autônomo, de relações sociais e que cada espaço corresponde a um campo específico – cultural, econômico, político, educacional, científico, jornalístico etc, no qual é determinada a posição social dos agentes e em que se revelam as figuras de “autoridade”, detentoras de maior volume de capital cultural, econômico ou social. Para o sociólogo, a sociedade é composta por vários “campos”: espaços dotados de relativa autonomia, mas regidos por regras próprias. Assim, a ideia de campo por esse autor toma por base:

[...] um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço - que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias (BOURDIEU, 1997, p.57).

Achamos importante detalhar mais essa noção de “campo” para depois tecer as relações com o campo jornalístico ou mais especificamente telejornalístico, que nos interessa na análise de nosso objeto de estudo.

Funcionar como um microcosmo; como um pequeno universo constituído de regras, leis e lógica interna de funcionamento, expressadas implícita ou explicitamente, sendo muitas delas não percebidas pelos que não têm posição no campo; a) o campo, como microcosmo, pressupõe uma ordem interna e uma autonomia, porque a especialização significa autoridade. Mas essa autonomia é relativa e pode ser “medida” a partir de uma maior ou menor dependência de um campo em relação a outro; b) a existência de um campo, de acordo com Bourdieu, implica: na existência de um prêmio “egeu”, que é disputado por agentes sociais diversos e na existência de um grupo especializado, que afirma possuir um monopólio de conhecimentos ou saberes especializados.

Segundo Traquina (2008) o “prêmio” são as notícias e o grupo especializado, os “jornalistas”; aqueles que afirmam saber o que outros não sabem, notavelmente o que são as notícias e como produzi-las.

Bourdieu (1997) afirma no livro **Sobre a Televisão** que o campo jornalístico começou a ganhar forma nas sociedades ocidentais no século XIX, por motivo da oposição de dois tipos de jornais que disputavam a preferência dos leitores através das notícias do tipo “sensacionalistas”, e jornais que ofereciam análises e “comentários”. Dado o embate de forças, surge então, a partir daí, a importância dos jornais em demarcar posição, de se distinguir dos primeiros, os “sensacionalistas” afirmando valores de isenção e “objetividade”. Dessa forma, Bourdieu afirma:

Como o campo literário ou o campo artístico, o campo jornalístico é então o lugar de uma lógica específica, propriamente cultural, que se impõe aos jornalistas através das restrições e dos controles cruzados que eles impõem uns aos outros e cujo respeito (por vezes designado como deontologia) funda as reputações de honorabilidade profissional (1997, p. 105).

Para Bourdieu: “Lugar de uma oposição entre duas lógicas e dois princípios de legitimação: o reconhecimento pelos pares e o reconhecimento pela maioria” (1997, p.105). Dessa maneira, o sociólogo destaca dois pólos dominantes no Campo Jornalístico:

- O polo econômico (identificado com a ideia-chave de que o jornalismo é um negócio). Definição que cabe perfeitamente quando nos propomos a analisar um telejornal financiado por uma empresa particular, as Organizações Globo, que tem como uma de suas principais finalidades, assim como toda empresa privada, a de gerar lucro;
- O polo ideológico (identificado com a ideia de que o jornalismo é um serviço público). Aqui, apesar da crítica “ideológica” que se faz aos produtos jornalísticos produzidos pela Rede Globo, seria quase impossível negar a função de prestação de serviço realizado pelos telejornais da emissora. Quando os apresentadores do Jornal Nacional, por exemplo, na edição do dia seis de abril de 2010, recomendavam ou orientavam para que a população permanecesse em casa, e que os estudantes não fossem ao colégio no dia seguinte, por conta das fortes chuvas que caíram incessantemente na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, deixando milhares de mortos e desabrigados, o telejornal, em nossa opinião, estava cumprindo um serviço à população (A ideia de jornalismo como serviço público será abordada mais detidamente no último capítulo dessa dissertação, quando formos analisar as nossas categorizações).

De acordo com Bourdieu (1997), o campo jornalístico, assim como o político e o campo econômico e muito mais que o jurídico e científico, está permanentemente sujeito “à prova dos vereditos do mercado, através da sanção, direta, da clientela ou indireta, do índice de audiência” (1997, p. 106). Em sua tese, afirma que a concorrência para conquistar a clientela, num campo orientado para a produção da notícia, acaba tomando a forma de uma concorrência pela prioridade da informação, pelas notícias mais frescas, mais novas, pelo furo. No livro *Bourdieu and the journalist fields* (2005), ele deixa bem clara a ideia de disputa:

Um campo é um campo de forças e um campo de lutas em que o jogo é o poder de transformar o campo de forças. Em outras palavras, dentro de um campo, há uma competição para legítimar a apropriação do que está em jogo na luta do campo. E, no campo do jornalismo, há uma competição permanente para se apropriar dos leitores, é claro, mas também se apropriar do que é pensado, para garantir leitores, em outras palavras, o primeiro acesso as notícias, o "scoop", o furo, a informação exclusiva, e também a raridade distintiva, os "grandes nomes", e assim por diante (BOURDIEU, 2005, p.44, tradução nossa).

Isso é muito mais claro, muito mais evidente, quando nos aproximamos do polo das emissoras comerciais. Tomando como exemplo o Jornal Nacional da Rede Globo de televisão, o telejornal de cadeia nacional é um dos maiores exemplos desse tipo de disputa pelo furo dentro do campo. No livro **Jornal Nacional** - Modo de fazer, escrito por Bonner (2009), pode-se ler logo nas primeiras páginas:

O furo é o alimento dos jornalistas. Buscar o furo é o que todo repórter de verdade tenta fazer. E, como tudo na vida, o que dá valor ao furo é sua escassez. Ao leitor que não é jornalista, ofereço uma analogia com outros bens para esclarecer a relação dos jornalistas com o furo. Dinheiro é o melhor exemplo: só tem valor porque é escasso. [...] Em jornalismo, o furo atrai todas as atenções porque é escasso, valioso, ostensivo e simbólico (BONNER, 2009, p.13-14).

Mas, de forma contrária ao que afirma o editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional, Bourdieu (1997) declara:

As pressões de mercado não se exercem senão por intermédio do efeito de campo: de fato, muitos desses *furos* que são procurados e apreciados como trunfos na conquista da clientela estão destinados a permanecer ignorados pelos leitores ou pelos espectadores e a ser percebidos apenas pelos concorrentes (sendo os jornalistas os únicos a ler o conjunto dos jornais [...]) (1997, p.107).

Ainda, em sua crítica sobre a importância do furo, Bourdieu (1997) ressalta que a prática jornalística se aprisiona à lógica da velocidade e da renovação permanente: “A concorrência entre os jornais, a concorrência entre os jornais e a televisão, a concorrência

entre as televisões toma a forma de uma concorrência pelo furo, para ser o primeiro” (1997, p. 39).

Vale ressaltar que não é difícil perceber, nas redações de televisão, que os jornalistas são praticamente os únicos que ficam comparando todas as edições dos telejornais exibidas num mesmo dia. É fácil identificar que a maioria das redações brasileiras e até do resto do mundo são “decoradas” ou “equipadas”, com uma espécie de painel composto por vários televisores sintonizados em canais concorrentes.

FIGURA 1

Redação da TV Globo Recife



Fonte: Produção do próprio autor, 2011

No trabalho de campo que realizamos nas visitas que fizemos a redação da TV Globo Recife, observamos que a postura dos profissionais não é diferente. Podemos assegurar que os editores e produtores responsáveis pelo Jornal Nacional estão constantemente em eterna vigilância para saber o que as emissoras concorrentes estão produzindo. Os editores do Jornal Nacional, na hora de selecionar as notícias que serão exibidas, conferem, quando possível, o que as concorrentes já levaram ao ar. É a vigilância permanente. Outro efeito de campo, como afirma Bourdieu: “A concorrência incita a exercer uma vigilância permanente (que pode chegar à espionagem mútua) sobre as atividades dos concorrentes, a fim de tirar proveito de seus fracassos, evitando seus erros...” (1997, p.108).

Especificamente sobre a televisão, Bourdieu (1997) afirma que o índice de audiência exerce um efeito inteiramente particular. Segundo o sociólogo, os jornalistas adotam o critério

do índice de audiência, na produção, que pode ser exemplificado no “fazer simples”, “fazer curto” ou na avaliação dos produtores “passa bem na televisão”, “vende bem”. A crítica que faz Bourdieu é que o campo jornalístico está perdendo, cada vez mais, a sua autonomia, principalmente o jornalismo feito para a televisão:

Através de "pesquisa de audiência," restrições econômicas têm cada vez mais peso na produção dos anunciantes na hora de distribuir seus orçamentos, o financiamento sem o qual a televisão não pode viver, de acordo com o tamanho da audiência entregue por "ratings". [...] o peso da economia no interior dos campos está em constante crescimento (2005, p.42, tradução nossa).

Para dar um exemplo dessa relação de dependência de que fala Bourdieu (1997), entre o poder econômico e a televisão, aplicada ao nosso objeto de estudo, basta revelar o valor cobrado pela Rede Globo, do seu espaço comercial, nos intervalos do Jornal Nacional. De acordo com um funcionário do Departamento Comercial da TV Globo Recife, que preferimos não identificar, uma inserção de 30 segundos, com veiculação local (somente Recife), no intervalo do Jornal Nacional, custava 11.311 reais. A mesma inserção, veiculada nacionalmente, sai por 449 mil reais (essas informações foram repassadas no dia 29 de agosto de 2011). Assim, para Bourdieu (2005), outra questão importante quando falamos nas relações de qualquer campo específico, seria saber qual o grau de sua autonomia. Ou seja, como o campo deixa claro ou não, o que e quem está por trás do seu discurso:

[...] o campo do jornalismo é um campo muito pouco autônomo, mas essa autonomia, por mais fraca que seja, significa que não se pode compreender o que acontece lá, simplesmente na base de conhecimento do mundo circundante: para entender o que acontece no jornalismo, não é suficiente saber quem financia as publicações, quem paga a publicidade ou de onde vêm os subsídios, e assim por diante. Parte do que é produzido no mundo do jornalismo não pode ser entendido (BOURDIEU, 2005, p.33, tradução nossa).

Bourdieu (2005) também levanta a questão da legitimidade. Segundo o sociólogo, o campo da política, o da ciência social e o do jornalismo têm em comum um mesmo interesse: impor ao mundo social um caráter de legitimidade. Os três atuam de forma diferente; e o campo jornalístico, na maioria das vezes, tem mais força nessa imposição dominante.

Um exemplo que serve para ilustrar a questão da legitimidade do campo jornalístico, de que fala Bourdieu (2005), foi demonstrado pela Rede Globo, ao lançar, no dia seis de agosto de 2011, um documento intitulado *Princípios editoriais das Organizações Globo*.

Pode-se ler no texto: “O trabalho jornalístico tem de ser feito buscando-se isenção, correção e agilidade. Porque só tem valor a informação jornalística que seja isenta, correta e prestada com rapidez; os seus três atributos de qualidade” (REDE GLOBO, 2011). O que parece ser um manual de como se exercer a profissão com legitimidade; para nós, a afirmação desses valores seria também, de alguma forma, uma maneira de garantir a própria atividade jornalística, em tempos de fronteiras difusas entre o que é ou não jornalismo, quem é ou não jornalista. O texto deixa clara a posição da empresa: “As Organizações Globo serão sempre independentes, apartidárias, laicas [...]. Não serão, portanto, nem a favor nem contra governos, igrejas, clubes, grupos econômicos, partidos” (REDE GLOBO, 2011).

Porém, segundo Bourdieu (1997), o campo jornalístico, como os outros campos, está submetido a um conjunto de pressupostos e crenças partilhadas a partir dos quais os jornalistas fazem uma seleção do que deve e do que não deve ser divulgado pelos meios de comunicação, operando, assim na realidade social, e também no conjunto das produções simbólicas (1997, p. 67). Produção simbólica que nos aproxima, inevitavelmente, da nossa pesquisa sobre as representações sociais de Pernambuco no jornal. São as regras ou pressupostos a que as notícias e os jornalistas são submetidos, de que fala Bourdieu (1997), que estarão sempre presentes na construção dessas representações, na forma como as pessoas pensam e até nas imagens que construímos sobre determinados fatos e acontecimentos. Assim, Bourdieu faz um alerta também aos mecanismos de censura que estão por trás de tais pressupostos:

Não há discurso (análise, manifesto político etc.) nem ação (manifestação, greve etc.) que, para ter acesso ao debate público, não deva submeter-se a essa prova da seleção jornalística, isto é, a essa formidável *censura* que os jornalistas exercem, sem querer saber disso, ao reter apenas o que é capaz de lhe *interessar*, de “prender sua atenção”, isto é, de entrar em suas categorias, em sua grade e relegar à insignificância ou à indiferença expressões simbólicas que mereciam atingir o conjunto de cidadãos (1997, p.67).

Bourdieu também aponta algumas particularidades específicas do campo jornalístico que podem nos ajudar a entender o nosso lugar de fala, mais especificamente quando analisamos o Jornal Nacional, tão imbricado, em nossa opinião, com os poderes políticos e econômicos de nossa sociedade.

1.3 As Teorias do Jornalismo e a construção da realidade

A proposta aqui é apresentar algumas teorias jornalísticas que podem ajudar a nossa investigação sobre como o Jornal Nacional da Rede Globo representa Pernambuco. Para dar conta das teorias que tentam explicar que o jornalismo ajuda a construir a realidade, iniciaremos pelo conceito criado por Bergman e Luckmann (2009) de que a realidade cotidiana apresenta-se como um mundo intersubjetivo, um mundo que participo e compartilho com outros homens (2009, p. 40).

O jornalismo ou telejornalismo, através do seu discurso institucionalizado, por exemplo, o Jornal Nacional, confere ao cidadão um lugar de referência, e de credibilidade, impedindo que os homens sejam tomados pelo desespero provocado por determinados boatos, garantido, até certo ponto, que o mundo não seja dominado pelo caos, como afirmam Vizeu e Correia (2008).

Mas pergunta-se: e não seria essa uma das principais funções dos telejornais? Garantir “certa” organização do mundo? Ser um lugar de referência, conforme afirmam Vizeu e Correia? Quando assistimos ao Jornal Nacional, por mais estranha que possa ser a notícia ou o acontecimento, não nos sentimos seguros pelo fato dele estar sendo transmitido pela televisão? Dessa forma, o estranho se torna familiar e assim nos tranquiliza.

Os pesquisadores das Teorias do Jornalismo foram buscar na Sociologia do Conhecimento explicações para entender os fatos ou acontecimentos como um processo em construção. E para dar conta de como o jornalismo atua na construção da realidade, usaremos aqui as teorias construtivistas, também conhecidas como *newsmaking* ou teoria da produção da notícia. Mas, antes de nos aprofundar na teoria dos *newsmaking*, vamos, mesmo que brevemente, traçar algumas considerações sobre o que Corcuff (2001) denomina de construtivismo social:

É um desafio assumido, de diversas maneiras, pelas problemáticas que denominamos de construtivistas e que supõe um deslocamento do próprio objeto da sociologia: nem a sociedade nem os indivíduos, encarados como entidades separadas, mas as relações entre indivíduos (no sentido amplo e não somente as interações de face a face), bem como os universos objetivados ao mesmo tempo dos indivíduos e dos fenômenos sociais (2001, p.24).

As realidades sociais, de acordo com Corcuff (2001), numa perspectiva construtivista, são apreendidas como construções históricas e cotidianas dos atores individuais e coletivos (2001, p.26). Para o sociólogo, os construtivismos são novas formas de realismo,

diferentemente das formas clássicas de positivismo: “Pois questionam o “dado” e deixam lugar para a pluralidade de realidades cujas relações devem ser pensadas” (2010, p.29).

O conceito de "construção social da realidade", inspirado na fenomenologia social de Schutz (1972), foi apresentado por Berger e Luckmann (1966), inscrevendo-se dentro da Sociologia do Conhecimento. Esta discorda das perspectivas que veem os fatos sociais quase como fenômenos naturais, encarando-os como o resultado de um processo histórico de construção coletiva de conhecimento. A perspectiva central do conceito é a de que toda a realidade é socialmente construída, dia a dia, pelas práticas individuais e sociais.

Dessa forma, segundo Berger e Luckmann (1966), a comunicação social contribui para criar uma espécie de patamar mínimo de entendimento comum, compartilhado, da realidade social. A comunicação social propõe modelos de comportamento, definição de papéis sociais etc. A atuação das pessoas sobre a sociedade relaciona-se com esse processo.

A aplicação do conceito ao jornalismo foi feita pela socióloga Gaye Tuchman no livro ***La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*** (1983). O pressuposto básico do paradigma que compreende a notícia como construção social da realidade é a de que: a notícia, à medida que “presentifica” o acontecimento a que se remete, também o constrói e, assim, participa do processo de instituição da realidade social. Dito de outra maneira, as notícias são o resultado de um processo de produção, definido como percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima, os acontecimentos, num produto: as notícias.

A notícia, como construção, surge na pesquisa acadêmica sobre o jornalismo nos anos 1970 e constitui um momento de virada totalmente oposto à perspectiva das notícias como distorção e põe em causa a própria ideologia jornalística da notícia como espelho da realidade:

O filão da investigação que concebe as notícias como construção rejeita as notícias como espelho por diversas razões. Em primeiro lugar, argumenta que é impossível estabelecer uma distinção radical entre a realidade e os *media* noticiosos, que devem “refletir” essa realidade, porque as notícias ajudam a construir a própria realidade. Em segundo lugar, defende a posição de que a própria linguagem não pode funcionar como transmissora direta do significado inerente aos acontecimentos, porque a linguagem neutral é impossível. Em terceiro lugar, é da opinião de que os *media* noticiosos estruturam inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos, devido diversos fatores, incluindo os aspectos organizativos do trabalho jornalístico (Altheide, 1976), as limitações orçamentais (Epstein, 1973), a própria maneira como a rede noticiosa é colocada para responder à imprevisibilidade dos acontecimentos (Tuchman, 1978) (apud TRAQUINA, 2005, p.168-169).

Muitos profissionais do campo jornalístico resistem ao paradigma das notícias como construção. Assim, discutindo esse paradigma e a resistência a ele, Hall (1984) escreveu:

Os jornalistas dizem: há um acontecimento; quer dizer alguma coisa. Quem quer que lá esteja perceberá o que é que ele significa. Tiramos-lhe fotografias. Escrevemos um relato sobre ele. Transmitimo-lo tão autenticamente quanto possível através dos *media*, e a audiência vê-lo-á e perceberá que aconteceu. E quando se afirma que as pessoas têm interesse em versões diferentes desse acontecimento, que qualquer acontecimento pode ser construído das mais diversas maneiras e que se pode fazê-lo significar as coisas de um modo diferente, esta afirmação de algum modo ataca ou mina o sentido de legitimidade profissional dos jornalistas, e estes resistem bastante à noção de que a notícia não é um relato, mas uma construção (HALL, 1984, p.4).

Para o sociólogo Schudson (1995), as notícias são produzidas por pessoas que operam, inconscientemente, num determinado sistema cultural. Como uma forma de cultura, elas incorporam suposições acerca do que importa e do que faz sentido. A importância da dimensão cultural da notícia começava a ganhar apoio de diversos autores, entre eles, Colby (1975), Hall (1978), Schudson (1995) etc.

De acordo com Traquina (2005), o avanço da pesquisa em jornalismo na década de 1970 contribuiu definitivamente para novas metodologias de trabalho. Os acadêmicos seguiram o método utilizado pelos antropólogos. Com uma abordagem etnometodológica, foram a campo, entraram nas redações, investigaram os locais de produção e lá permaneceram por longos períodos. Os pesquisadores observaram a rotina de trabalho dos profissionais da imprensa, conheceram o comportamento da comunidade jornalística, “entraram na pele” das pessoas observadas. Dessa forma, a abordagem etnometodológica, nessa pesquisa em particular, permitiu uma observação teoricamente mais informada sobre as práticas dos produtores das notícias: “[...] porque pode tornar possível a observação de momentos de crise, os *hot moments* na terminologia do antropólogo Claude Lévi-Strauss (1968), que podem corrigir qualquer visão mecânica do processo de produção” (TRAQUINA, 2005, p.172).

Durante o nosso trabalho de pesquisa, mais especificamente na etapa da observação-participante, que se deu em julho de 2011, acompanhamos as rotinas dos jornalistas envolvidos na produção e presenciamos o que Traquina chamou de *momentos de crise*. Mais especificamente, no dia 13 de julho de 2011, a redação da TV Globo recebeu a informação de que um avião tinha caído na Praia de Boa Viagem e provocado a morte de 16 pessoas. O trágico acidente alterou a rotina da redação. Alguns repórteres foram chamados às pressas para fazer a cobertura do fato; outros permaneceram na redação horas depois de encerrado o seu expediente. Foi formado um mutirão para conseguir as informações junto aos parentes das

16 vítimas. Acreditamos termos sido testemunha dos *momentos de crise* ou dos *hot moments* de que fala Traquina (2005). No capítulo 4, nos aprofundaremos nas análises das rotinas dos profissionais da redação da TV Globo Recife e descreveremos, com maiores detalhes, o momento presenciado. Para Traquina (2005), a contribuição dos estudos etnográficos para o jornalismo é tripla:

- Devido à abordagem etnometodológica, o estudo do jornalismo permitiu ver a importância da dimensão trans-organizacional no processo de produção de notícias; ou seja, todo o *networking* informal entre os jornalistas e a conexão cultural que provém de ser membro de uma comunidade profissional;
- Permitiu reconhecer que as rotinas constituem um elemento crucial nos processos de produção das notícias. A importância das rotinas e das práticas na produção jornalística foi um elemento chave do novo paradigma construtivista;
- Serviu como um corretivo às teorias instrumentalistas que surgiram como uma nova força nas décadas de 1970 e 1980 e que contribuíram de forma significativa para a crescente onda crítica dos *media* e do jornalismo.

Com base nessa corrente de investigação da rotina dos jornalistas, conforme afirma Traquina (2005), analisamos nosso objeto de estudo. Acompanhamos de perto as práticas e os processos de produção do Jornal Nacional na redação da TV Globo Recife, pois só assim estaríamos mais próximos de entender quais os critérios, as escolhas e os discursos adotados pelos profissionais quando pretendem exibir as notícias de Pernambuco no telejornal.

A equipe hoje, responsável pela produção do Jornal Nacional em Pernambuco é formada, basicamente, por um editor/produtor, que denominaremos nessa pesquisa de editor 1; quatro repórteres de rede, profissionais com permissão para entrar em cadeia nacional, que identificaremos aqui de: repórter 1, repórter 2, repórter 3 e repórter 4. Todos esses profissionais também participam das reportagens produzidas para os telejornais locais. De acordo com a repórter 1, a equipe de rede da redação do Recife já foi bem maior:

A equipe hoje é mínima. Falta gente para pensar a rede. Nós não temos uma meta para cumprir; Fortaleza e Belo Horizonte têm. Nós somos referência de rede em todo o Nordeste; somos respeitados pela qualidade de nosso trabalho, mas precisamos investir mais nas produções dos telejornais de rede (REPÓRTER1, 2011, informação verbal).

As teorias jornalísticas que vamos utilizar neste trabalho são as que defendem as notícias como um processo de construção, de escolha. Escolha que nem sempre é livre, que segue orientações das instituições e rotinas. Segundo Wolfsfeld (1991), os acontecimentos oferecem frequentemente um ponto de partida para a construção de enquadramentos midiáticos, apesar das discordâncias acerca do que “realmente” aconteceu. É como afirma Carey (*apud* TRAQUINA, 2005, p. 174):

[...] “a necessidade de selecionar, excluir, acentuar diferentes aspectos do acontecimento - processo orientado pelo enquadramento escolhido - são alguns exemplos de como a notícia, dando vida ao acontecimento, constrói o acontecimento e constrói a realidade.

A “tribo jornalística” constrói seu texto a partir de uma cultura profissional, dos processos produtivos, da organização do trabalho, dos códigos da redação, da língua, das regras do campo. Observando as rotinas e práticas jornalísticas, podemos afirmar que os jornalistas, por exemplo, têm uma maneira própria de lidar com o tempo. Durante a pesquisa de campo realizada para essa dissertação, constatamos que o relógio da redação da TV Globo Recife é adiantado em 20 minutos; o motivo: garantir o fechamento dos telejornais, sem o risco de atraso.

É a manipulação do tempo, uma prática comum nas rotinas da redação, uma maneira própria de agir e de ver o mundo e assim de construir seus variados discursos. E o trabalho desses profissionais, operando sobre os vários discursos, resulta em construções que podem ser chamadas de notícias.

Mas como essas notícias são construídas? Como são escolhidos os seus enfoques? Que estratégias e lógicas os editores do Jornal Nacional, na redação da TV Globo Recife, utilizam na hora de oferecer uma pauta; ou melhor, no jargão das redações, “vender uma pauta” aos editores de rede?

Ao falar sobre o trabalho dos profissionais envolvidos na produção do Jornal Nacional, em Pernambuco, a repórter 1 revela que sua rotina não é muito diferente dos outros profissionais da emissora: “*Chego cedo à redação, leio todos os jornais impressos e online, passo muito tempo na Internet, pois recebo muitas sugestões de pautas pelas redes sociais. As pessoas me procuram, sugerem matérias*”(REPÓRTER 1, 2011, informação verbal). Segundo a repórter 1, cultivar a relação com as fontes é fundamental; confessa que a maior parte das pautas que produz é fruto dessas relações: “*A Cristal (exímia pianista aos nove anos de idade e personagem mais de uma vez em reportagens no Jornal Nacional) foi indicação de uma amiga. As fontes são muito legais comigo*”(REPÓRTER 1, 2011, informação verbal).

A repórter 1 explica o que mudou no telejornal nos últimos 10 anos e quais as estratégias para vender uma pauta aos editores do Jornal Nacional, responsáveis pelo telejornal na redação do Rio de Janeiro:

As modificações foram bastante significativas. As reportagens agora estão mais curtas, mais dinâmicas. Matérias grandes no Jornal Nacional têm no máximo dois minutos! A maneira de contar a história está mais atrativa (REPÓRTER 1, 2011, informação verbal).

Segundo a repórter 1, a concorrência com as outras emissoras de televisão provocou mudanças no telejornal da Rede Globo: *“Precisamos investir em grandes reportagens, em reportagens especiais. Esse é o nosso diferencial”,* continua: *“O foco, o enquadramento, a maneira de contar a história agora mudou. Tudo é mais natural, mais conversado”* (REPÓRTER 1, 2011, informação verbal) .

Capítulo 2 TELEJORNALISMO: MUNDO ENQUADRADO

2.1 “Como as chamam, a televisão fascina”: telejornalismo e realidade

Em nosso mundo enquadrado pela telinha da TV, qual seria então, o papel do telejornalismo em nossa sociedade? De acordo com pesquisa encomendada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (SECOM), ao instituto Datafolha, no dia 12 de junho de 2010, a maior parte da população brasileira utiliza os meios eletrônicos como fonte de informação e 96,6% dos brasileiros assistem à televisão. A mesma pesquisa também apontou que a dupla que apresentava o Jornal Nacional, Fátima Bernardes e Willian Bonner - hoje, Fátima Bernardes não faz mais parte da bancada, foi substituída por Patrícia Poeta, liderava o *ranking* de comunicadores mais confiáveis do país. Para 34% dos entrevistados, William Bonner é o apresentador mais confiável; Fátima Bernardes vinha em segundo lugar, com 18%. Na pesquisa do Datafolha, foram ouvidas 12 mil pessoas, em 639 cidades, das cinco regiões do país.

Outra pesquisa, divulgada pelo site do Fórum Nacional pela Democracia da Comunicação – FNDC, no dia 22 de fevereiro de 2006, indicava que 90% dos domicílios brasileiros possuem pelo menos um aparelho de televisão. Isso representava na época, 60 milhões de aparelhos existentes no país; a TV aberta contemplava 80% da recepção dos sinais televisivos. Diante desses dados, podemos afirmar que a televisão tem um papel central no cotidiano de nossa sociedade e que os noticiários televisivos ocupam um lugar de destaque quando as pessoas querem se informar. O Brasil é (ditado) pela televisão.

O pesquisador Alfredo Vizeu (2006) defende a tese de que os telejornais, no Brasil, se converteram na nova praça pública. Nesse capítulo, fazemos uma reflexão mais profunda da relação entre o telejornalismo e o que ele representa na vida das pessoas. Qual a influência de um telejornal? Que poder de mobilização tem um noticiário televisivo, como o Jornal Nacional, que coloca diariamente, milhões de brasileiros grudados às telas, atribuindo a TV o papel de extensão dos nossos próprios olhos?

Procuramos responder à questão, buscando na função social do telejornalismo, um caminho para a formação de uma identidade, de uma representação e de uma construção da realidade. Como observa Wolton (2006), os noticiários televisivos funcionam como “laço social”. O Jornal Nacional, fazendo uma analogia com o que diz Wolton (2006), seria então esse local de encontro, de convergência, de representação das diversas identidades brasileiras.

Indo ainda mais além, o país se veria como uma “nação”, como uma “comunidade imaginada” (ANDERSON, 2005). Esses são alguns dos argumentos que utilizaremos no decorrer da nossa investigação sobre como os telejornais desempenham um papel de organização do mundo, de construção da realidade, de representação de uma identidade, para mais tarde tentar responder o argumento que dá título a essa dissertação.

Recorrendo mais uma vez a aferição dos números. De acordo com a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), a penetração da TV nos domicílios no país é de 95,5% na média; os dados são do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, de abril de 2011, e podem ser encontrados em seu site.

É como afirma Vizeu: “A mídia hoje é essencial para a vida em sociedade. Os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade” (2008, p.7). Na proposta de Vizeu e Correa (2008), o telejornalismo ocupa um lugar de referência na vida das pessoas. Segundo os pesquisadores, os telejornais de rede nacional e os noticiários regionais e locais contribuem, diariamente, e de forma relevante, para a construção da realidade social. A nossa intenção aqui é aprofundar e entender como se dá essa relação. Como os campos do jornalismo e do telejornalismo operam suas construções? Vizeu e Correa partem da ideia de que os telejornais funcionam como uma espécie de lugar de referência (VIZEU, 2006, 2008). Tema que detalharemos mais adiante.

Silverstone (1996) questiona como essa tecnologia, a TV, penetrou tão profundamente e intimamente no tecido da nossa vida diária. E como permaneceu. Para responder a questão, ele sugere que, primeiro devemos entender a própria natureza da vida cotidiana e que a fenomenologia, a sociologia, a psicanálise e a antropologia são disciplinas que em algum momento abordaram essas questões. Silverstone vai chamar sua interpretação de: [...] *La experiencia televisiva: La experiencia de la televisión en toda su cotidianidad, en toda su factualidad* (SILVERSTONE, 1996, p. 19).

A tese defendida por Silverstone (1996) ajuda a entender como milhões de pessoas se deixam guiar, de forma tão fiel, pelos telejornais, como por exemplo, o Jornal Nacional. Os números levantados pelas pesquisas apresentadas aqui comprovam muito do que o teórico

afirma quando diz que a televisão nos acompanha quando nos levantamos, tomamos café ou vamos num bar. Para Silverstone (1996), a televisão nos reconforta quando estamos sozinhos, nos ajuda a dormir, nos dá prazer, nos irrita, nos questiona, dá-nos a possibilidade de sermos sociáveis e até solitários e ainda acrescenta: “*La televisión nos parece hoy natural como nos parece la vida cotidiana*” (SILVERSTONE, 1996, p.20).

FIGURA 2

Bancada do Jornal Nacional da TV Globo 2011



Fonte: Disponível em: <http://g1.globo.com/videos/jornal-nacional/t/edicoes/v/patricia-poeta-fala-sobre-expectativa-de-participar-do-jornal-nacional/1720593/>. Acesso em: 10 de Dezembro de 2011. Da esquerda para a direita: Willian Bonner, Patrícia Poeta e Fátima Bernardes.

Um exemplo que ilustra perfeitamente essa relação afetiva de que fala Silverstone (1996) entra a televisão e a vida cotidiana das pessoas pôde ser vista no dia 5 de dezembro de 2011, quando o apresentador e editor-chefe do Jornal Nacional, Willian Bonner (FIGURA2) anunciou, durante o telejornal, que a apresentadora Fátima Bernardes, depois de 14 anos, estava deixando a bancada:

Hoje é um dia especial para a história do Jornal Nacional, Fátima Bernardes está fazendo sua última apresentação, porque vai passar a apresentar outro programa no ano que vem, e no lugar dela quem assume é Patrícia Poeta, bem-vinda Patrícia. (JORNAL NACIONAL, 2011).

Nesse dia, o telejornal dedicou aproximadamente 15 minutos de seu tempo, num clima de grande comoção, para apresentar um compacto dos melhores momentos da carreira

das duas profissionais. Na bancada, dizia Bonner: “Para essa noite especialíssima no Jornal Nacional, nós procuramos apresentar uma espécie de resumo das carreiras dessas duas grandes jornalistas que estão conosco aqui” (JORNAL NACIONAL, 2011).

As palavras de Fátima Bernardes sobre as justificativas de deixar a apresentação do telejornal elucidaram ainda mais o tom afetivo e o vínculo entre a apresentadora e os telespectadores:

[...] Eu estou muito feliz, tenho confiança nesse projeto, ele foi aprovado principalmente porque o telespectador tem um respeito muito grande pelo trabalho que venho desempenhando e principalmente pelo carinho que cada telespectador do Jornal Nacional destinou a mim. [...] Eu não estou sentindo que estou me despedindo, estou sentindo que eu estou dizendo um até breve [...]. O Jornal Nacional com a sua chegada (se referindo a Patrícia Poeta) vai permanecer o mesmo. O telejornal da família brasileira, que há 42 anos lidera a nossa maior audiência. É um orgulho enorme passar esse microfone pra você [...] (JORNAL NACIONAL, 2011).

FIGURA 3

Bancada do Jornal Nacional



Fonte: Disponível em: < <http://g1.globo.com/videos/jornal-nacional/t/edicoes/v/patricia-poeta-fala-sobre-expectativa-de-participar-do-jornal-nacional/1720593/> >. Acesso em: 10 de Dezembro de 2011. Da esquerda para a direita: Willian Bonner, Fátima Bernardes e Patrícia Poeta, 5 de dezembro, Rio de Janeiro.

O exemplo acima é a possibilidade que a televisão nos dá, como diz Silverstone (1996), de nos tornarmos mais sociáveis, de assumirmos compromissos afetivos com os apresentadores de TV (FIGURA 3).

Quando Schutz (1973) diz que a nossa experiência com a televisão é como a nossa experiência com o mundo, e que não esperamos e nem imaginamos que possa ser

significativamente diferente, nos remetemos também ao que defende Silverstone (1996) ao afirmar que a televisão tem um significado emocional de perturbação e conforto. Sua significação cognitiva informa e desinforma e a sua significação espacial e temporal se incorpora às rotinas da nossa vida cotidiana (SILVERSTONE, 1996, p.20).

Silverstone (1996) aponta três contribuições essenciais ao estudo da fenomenologia do mundo social para explicar como se dá a experiência televisiva: a primeira é o relato de Giddens (1991) sobre as relações entre consciência, o eu e os encontros sociais para estruturar a vida cotidiana, que ele chama de “segurança ontológica”; a segunda é a contribuição do psicólogo Winnicott (1975) sobre a emergência do indivíduo e sua análise dos fenômenos transicionais; e em terceiro lugar, Silverstone (1996) vai analisar os diversos aspectos da rotinização da vida social, especificamente em relação à tradição, o rito e o mito, três conceitos imprescindíveis quando pretendemos desvendar as representações sociais de Pernambuco construídas no processo de produção do Jornal Nacional.

Para entender a experiência televisiva de que fala Silverstone (1996) e dialogar com o poder de influência que a televisão exerce, principalmente na sociedade brasileira, foco do nosso trabalho, achamos relevante traçar um diálogo com os conceitos de segurança ontológica e objeto transicional, também defendidos por Vizeu (2008).

Para Giddens (1991), a segurança ontológica é um componente essencial para compreender a vida social do mundo moderno. Giddens (1991) afirma que a segurança ontológica denota a fé que a maior parte dos seres humanos tem na continuidade de sua identidade e na constância dos meios sociais e materiais. São crenças na fidelidade das pessoas e das coisas, que ele diz ser fundamental para os sentimentos de segurança ontológica: É o “ser no mundo”, de que fala Giddens (1991), um fenômeno para o autor muito mais emocional do que cognitivo que tem raízes no inconsciente.

Vizeu explica: “No que diz respeito ao telejornalismo, poderíamos dizer que a forma como os telejornais organizam o mundo, procurando dar ordem ao caos circundante, o tornaria um lugar de “segurança ontológica” para as pessoas” (VIZEU, 2008, p. 20).

Silverstone (1996) destaca, na interpretação que faz da teoria de Giddens (1990), a relação entre a segurança ontológica e a confiança. Para ele, tanto a confiança quanto a segurança ontológica são o produto de um compromisso com o mundo, com as relações da vida cotidiana. Para Silverstone (1996), esse compromisso é físico; exige presença corporal, interação cara a cara, comunicação e linguagem. Também é cognitivo; exige compreensão, memória e reflexão e, finalmente, também um compromisso afetivo: nossa relação com os objetos materiais, com outras pessoas e com símbolos são baseados em processos

inconscientes, mas que só podem manter-se em virtude de uma fé, nascida da experiência na certeza do mundo, numa espécie de dogma. Pois, de acordo com Vizeu:

Giddens considera que as rotinas diárias desempenham um papel central na sociedade. Por isso, a confiança na continuidade do mundo objetivo e no tecido da atividade social depende de certas conexões especificáveis entre indivíduos e os contextos nos quais se movimenta no cotidiano (2008, p.20).

Para Winnicott (1975), o indivíduo é um produto do ambiente que vivenciou nos seus primeiros anos de vida e que são nesses anos que o menino ou a menina em desenvolvimento devem aprender, através da experiência e relacionamento com os outros, a mãe principalmente, a sentir o seu próprio ser. Ou seja, o desenvolvimento do indivíduo está diretamente relacionado com o vínculo do bebê com a mãe; um vínculo cujo foco é literal e simbolicamente o peito. Os objetos transicionais surgem para substituir o peito da mãe. Nessa esteira, Vizeu define os objetos transicionais da seguinte forma:

[...] os objetos transicionais surgem numa fase posterior do desenvolvimento do bebê depois da “mão na boca” e da “mão no genital”. Mais cedo ou mais tarde, surge uma tentativa de manipulação dos objetos externos ao corpo que Winnicott chama de “não-eu”. O autor comenta que esses objetos representam o seio materno. No entanto, o que lhe interessa é mostrar que eles funcionam como uma espécie de “lugar de tranquilidade” para os bebês (VIZEU, 2008, p.20-21).

O que Silverstone (1996) e Vizeu (2008) defendem é que a televisão seria uma espécie de *objeto transicional*, aquele que nos acompanha, que nos dá segurança. Silverstone também observa que a televisão pode assumir diferentes funções de acolhimento em nosso cotidiano: “As sequencias de sons e imagens de vozes ou de música, podem se converter facilmente em um elemento reconfortante que confira segurança pela mera presença” (SILVERSTONE, 1996, p. 37. Tradução livre). Outro aspecto relevante apontado por Silverstone é: “[...] A televisão tem presença constante. É eterna. Esta qualidade do meio é tal que garante também sua condição de objeto transicional [...]” (1996, p. 37, tradução nossa). Dessa maneira, Silverstone (*apud* SCANNEL, 1996, p.38) destaca ainda que:

A televisão é um fenômeno cíclico. Seus programas estão dispostos em diversos horários seguindo uma regularidade que dita o consumo. As telenovelas, os informes sobre o tempo e os noticiários são os programas que mais fazem parte desta programação das horas, dos dias e das semanas do mês (Tradução nossa).

Tendo em vista essa perspectiva, a programação televisiva, com destaque acima para os noticiários, altera, modifica, organiza e até regulariza a forma como percebemos o mundo, como nos comportamos nele. Essa é uma das muitas hipóteses dessa dissertação: a de que o Jornal Nacional, de alguma forma, teria certa influência na vida particular das pessoas. Por exemplo: na decisão de fazer investimentos financeiros, de realizar uma viagem, na compra de ações, de terrenos, de carros, de eletrodomésticos, na escolha de candidato à Presidente da República e até na hora de colocar o jantar na mesa.

Para Silverstone (1996), os noticiários são um gênero televisivo que têm como público alvo os telespectadores adultos, cuja função é tranquilizar e ao mesmo tempo vigiar:

[...] Creio que o gênero dos noticiários é o que nos permite ver, mais claramente que nenhum outro, a articulação dialética de angústia e segurança – e a origem da confiança – que determina que a televisão chegue a constituir um objeto transicional, particularmente para os telespectadores adultos (1996, p. 39, tradução nossa).

Silverstone (1996) chega a afirmar que até a postura dos apresentadores, a forma de apresentar as notícias, como a própria estrutura do noticiário televisivo, pode conferir tranquilidade aos seus telespectadores. Ao fazer essa relação com nosso objeto de estudo, poderíamos supor que, quando os apresentadores Willian Bonner e Patrícia Poeta sorriem ou quando eles estão tensos e nervosos, nós também teríamos a mesma sensação de alívio ou de tensão. Para o autor, não é apenas o conteúdo da notícia, mas a representação dela, o desempenho dos apresentadores no programa, quando organizam seus papéis ou sorriem um para o outro, os fatores que conferem confiabilidade, mesmo em momentos de crises e catástrofes.

O depoimento do Diretor Geral de Jornalismo e Esportes da TV Globo, Carlos Henrique Schröder, ao livro **Jornal Nacional: modo de fazer** (2009) confirma a tese defendida por Silverstone (1996), de que a representação dos apresentadores é um dos predicados do profissional escolhido para ancorar o telejornal:

Têm de ser conhecidos e reconhecidos pelo telespectador. Se fizéssemos um jornal com pessoas desconhecidas a cada dia, seria muito mais difícil para o público, identificar-se com o Jornal Nacional, como ocorreu nessas quatro décadas. Famílias são assim mesmo: seletivas. Você leva algum tempo para convidar alguém a ir à sua casa. É preciso que este alguém conquiste, antes, a sua confiança. [...] E a base dos profissionais do JN, o grupo que é familiar aos brasileiros, está lá todas as noites, a começar pelos âncoras, Willian Bonner e Fátima Bernardes (BONNER, 2009, p.4).

Quando Silverstone (1996) afirma que as rotinas, os ritos, as tradições e os mitos são essenciais à vida cotidiana e atribui um papel importante de ordenação desse mundo aos meios de comunicação, principalmente a televisão, torna mais clara ainda a nossa hipótese de como são produzidas as representações sociais. São através dos ritos, das rotinas e das tradições que as representações surgem e são ancoradas e objetivadas nos telejornais. É o que nos coloca com o familiar, o que nos induz a criar imagens e cenários, mesmo que simbólicos dos fatos que nos rodeiam. Descreve Silverstone:

[...] Para a maioria de nós e pela maior parte do tempo, a vida cotidiana continua e se sustenta pelas continuidades ordenadas da linguagem, rotina, hábito e estruturas essenciais que damos como certas e que, com todas as suas contradições, mantém os fundamentos da nossa vida de todos os dias. Estes argumentos podem parecer supérfluos, mas são fundamentais para compreender o papel dos meios de comunicação não só como perturbadores (sua característica mais difundida), se não também como suportes da realidade social (1996, p.42, tradução nossa).

Berger e Luckmann (2009) também fazem a análise da vida cotidiana sob o aspecto da fenomenologia. Para eles, a realidade é construída socialmente e toda a atividade humana está sujeita ao hábito. Mais uma vez, o diálogo que estabelecemos com os autores reafirma, até certo ponto, a nossa hipótese: da construção da realidade pelo jornalismo/telejornalismo:

Qualquer ação frequentemente repetida torna-se moldada em um padrão, que pode em seguida, ser reproduzida com economia de esforço e que, *ipso facto*, é apreendido pelo executante como tal padrão. O hábito implica, além disso, que a ação em questão pode ser novamente executada no futuro da mesma maneira e com o mesmo esforço econômico. [...] A formação do hábito acarreta o importante ganho psicológico de fazer estreitarem-se as opções (2009, p. 77).

Os autores, assim como Silverstone (1996), partem da ideia de que as rotinas e o ritmo da vida cotidiana se estruturam em um tempo e espaço. Nas ações de dormir e acordar, do lazer e do trabalho, dos horários que nos impõem os relógios, das tarefas domésticas etc. Para Silverstone (1996), a vida cotidiana é o produto de todas essas temporalidades e a televisão tem parcela significativa nesse caráter seriado e temporal.

Tomaremos como exemplo o cotidiano de muitas famílias brasileiras, que pautam o dia-a-dia de acordo com os horários dos programas televisivos; por exemplo: decidir jantar antes ou depois de um determinado telejornal ou novela; sair de casa só depois da novela das oito. Arriscamos-nos a afirmar que ao sentar todos os dias, há 42 anos, em frente à TV, para assistir ao Jornal Nacional, um hábito da maioria dos brasileiros, fica estabelecido um rito,

uma rotina que confere ritmo e estrutura ao nosso cotidiano, de que falam aqui os autores. Silverstone (1996) descreve algumas dessas situações:

A transmissão de eventos nacionais define o calendário: Natal, Dia de Ação de Graças, a coroação (Shils e Young, 1953) ou o casamento real (Dayan e Katz, 1992), a final da Copa e do *Superbowl* (Real, 1982). Nossa espacialidade cotidiana se baseia em padrões que administram nossa vida todos os dias, ao passo que nos transportamos juntos e separados ao redor de um único televisor ou dos diferentes aparelhos de televisão instalados na sala, no quarto, no bar ou num local público (*Op.cit.*, 1994, p. 45, tradução nossa).

Vizeu e Correia (2008), quando tratam da vida cotidiana, afirmam ser a confiança, a crença e a segurança centrais para a sobrevivência do homem. E citam Schutz (2003), ao falar da “atitude natural” dos homens e mulheres com relação ao mundo da vida: “No dia-a-dia, adotamos uma postura de suspensão da dúvida em relação ao cotidiano. Ou seja, cremos que as coisas são como estão evidenciadas na realidade” (2008, p. 21).

Depois de abordar algumas das teorias de Silverstone (1996) sobre a vida cotidiana e a televisão e as hipóteses levantadas por Vizeu e Correia (2008) sobre segurança ontológica e lugar de referência, vamos avançar numa outra abordagem defendida também por estes últimos autores, e que se mostra bastante relevante quando trabalhamos o conceito do “real” no telejornalismo: a produção do “efeito do real”, produzido através de complexas operações que os dois autores categorizam de: operadores de atualidade, de objetividade, de interpelação, de leitura e didáticos. Cada um deles serão analisados mais adiante.

Se, como afirmamos anteriormente, o telejornalismo produz o “efeito de real”, vale nos aprofundar aqui em algumas breves considerações sobre o conceito de realidade, tão caro ao nosso objeto de estudo na busca de identificações de como se dão as representações sociais na Teoria proposta por Moscovici (1961), que abordaremos no próximo capítulo.

Para Martino (2001), existe uma realidade comum a todas as pessoas que pode ser percebida igualmente por todos e independe de cada uma delas: “Se alguém, por acaso, não sabe o que está acontecendo nela, é porque vive em outra dimensão, em outro mundo” (MARTINO, 2001, p.14).

Segundo Martino (2011), o filósofo Willian James, no texto chamado *As múltiplas realidades*, escrito no século XIX, chamou atenção para esses fenômenos. Segundo Willian James (*apud* MARTINO, 2011, p.16): “vivemos em múltiplas realidades, mas quase

não nos damos conta disso e, na maior parte dos casos, essa pluralidade é comprimida como se fosse uma entidade singular: a realidade”.

Na análise de Martino (2011), Willian James chama atenção para uma das principais questões da filosofia: a existência de uma realidade objetiva; ou melhor, independente do sujeito que a observa. E, mais uma vez, Martino pergunta: “Ao se falar em “realidade”, estamos falando de um mundo comum onde todos vivem ou de meu mundo particular, percebido apenas por mim?” São questões sobre o objetivismo e o subjetivismo do conhecimento, quase sempre discutidas pela filosofia.

Kant na **Crítica da Razão Pura** (1781), tenta resolver o problema quando o relaciona a questão do conhecimento pelas categorias da razão. Martino (2011), quando comenta as ideias de Kant, ressalta que a realidade existe como fato objetivo, mas que ela só pode ser percebida de forma subjetiva, pela razão.

Husserl, no início do século XX, explica Martino (2011), discute o conceito de *lebenswelt*, traduzido como “mundo vivido” ou como “mundo da vida”. De acordo com o autor, isso seria, num sentido geral, do mundo do cotidiano, da “vida real” em sua expressão mais simples, como a experiência prática que se tem do cotidiano. Martino diz:

Tudo o que não pode ser captado pelos sentidos deve chegar de outro lugar. São narrativas que, de alguma maneira, compõem boa parte do nosso conhecimento a respeito do mundo. Na vida cotidiana, boa parte dessas narrativas é simplesmente aceita sem muita preocupação. Afinal, sua relevância no cotidiano é pequena [...] (2011, p. 17).

Martino (2011) afirma que esse mundo da experiência seria o nível mais próximo da realidade que podemos conhecer diretamente. Mas o autor destaca que o nosso mundo não se encerra apenas nas experiências dos sentidos. Ele também é formado pela memória, pela imaginação, sonho e pelos relatos que nos chegam que: “[...] formam uma estrutura dinâmica e complexa à qual, por falta de nome melhor, chamamos de “realidade”. Ou, em um plural mais acertado, “realidades” (MARTINO, 2011, p.18).

Quando Martino fala que o nosso nível mais próximo de realidade que nos chega também provém dos relatos, das histórias contadas, encontramos nisso algumas pistas para inserir o papel do jornalista como mediador desses relatos e assim como “produtor de realidades”.

O conceito de Jost (2007) de telerrealidade contribui para a discussão do termo, que surgiu na França, em 2001, e que identifica a mídia à própria realidade, apagando

simultaneamente a ideia de mediação: “Essa passagem do nome que caracteriza um gênero pela sua materialidade (documentário) para um nome que reenvia um mundo (a realidade), igualmente, se observa do ponto de vista dos gêneros fictivos” (JOST, 2007, p.61).

O autor defende a existência de “mundos da televisão”, que seria: o mundo real; o mundo fictivo; e o mundo lúdico. Neste trabalho, vamos analisar a ideia de “mundo real”, mais adequada ao telejornalismo e defendida por Jost (2007), quando diz que a primeira ação do telespectador seria identificar se as imagens que vê falam do mundo que ele conhece ou não:

[...] o primeiro interpretante das imagens, para falar como o semiótico Peirce (1978), é o mundo, denominado por comodidade de mundo real. Assim fazendo, não se afirma que toda imagem deve ser comparada com o mundo real para ser interpretada ou que o mundo real é uma entidade perfeitamente identificável e idêntica pra todos. [...] Qualquer que seja a ideia que se faça desse mundo: essa visão de mundo varia segundo as idades (a realidade da criança não é a mesma do adulto) e as culturas (a representação do mundo real francês não é igual à do brasileiro, por exemplo) (JOST, 2007, p.62).

Para Jost (2007), existe uma obstinação da televisão em obter sua legitimidade através da relação que mantém com a realidade (2007, p. 93). Segundo Jost, toda a base dessa “construção sobre a crença televisual nasceu como uma promessa de contemplar a verdade. Jost afirma que a base dessa relação entre televisão e realidade encontra-se na possibilidade da transmissão direta:

Representando quase 40% das transmissões de 1960, o direto estendeu seu império bem para além da mera informação, impregnando todos os gêneros, fictícios ou lúdicos, de uma veracidade suplementar [...]. Toda abordagem da realidade televisual deve, dessa forma, começar pela transmissão direta (2007, p.94).

O “direto”, a que Jost (2007) se refere é o que chamamos de “ao vivo”, recurso técnico da televisão, utilizado para transmitir os acontecimentos no mesmo momento em que eles acontecem e que merecem mais destaque entre as notícias selecionadas. Segundo Jost (2007), a definição do direto, na maioria das vezes, pode ser definida como uma relação de simultaneidade entre o momento em que o programa se desenrola e o tempo do telespectador, mas pode também aparecer de forma não muito clara em alguns casos: “Em qualquer uma dessas possibilidades, não é raro, sobretudo nessa época da imagem de síntese, empregar-se a

expressão “direto”, no sentido muito solto, de uma ligação existencial com o real” (2007, p. 94-95).

Para Jost (2007), cada vez mais, as emissões diretas são preparadas, programadas e super-planejadas. O autor chega a afirmar que nas duas últimas décadas os registros surgidos inesperadamente ao vivo, como a queda das torres gêmeas, em Nova Iorque, em 11 de setembro de 2001, contam-se nos dedos:

Essa preparação simultânea da cena (os movimentos na realidade) e do enquadramento (os movimentos no plano e na composição das imagens) faz com que, na maioria dos casos, não seja possível diferenciar, em um primeiro olhar, uma transmissão direta (não se pode agradar a todo mundo) de uma emissão gravada (tudo é ensaiado). Se, na primeira, abreviam-se os tempos mortos para fazer com que a emissão tenha a duração combinada; na segunda, há igualmente montagem: nela como na outra, todos os movimentos de câmera foram previstos e os enquadramentos transmitidos a cada um dos operadores de câmera para serem selecionados, certamente em tempos reais, mas segundo um encadeamento já estabelecido (JOST, 2007, p.96).

No livro **Jornal Nacional**: modo de fazer, nós constatamos facilmente inúmeros exemplos descritos por Bonner (2009), que ilustram e comprovam as situações acima citadas:

Quando eu afirmo que o Jornal Nacional planeja a cobertura de uma eleição, isso significa que a nossa equipe estuda as datas e os locais mais adequados de ancoragem, o tamanho do grupo que será mobilizado para esses locais, providencia passagens e acomodações para todos, reserva canais de satélite e equipamentos necessários para as transmissões ao vivo, e por aí vai. Só que mesmo o melhor planejamento pode ser vencido pelos imprevistos, pelo imponderável, pelas coincidências felizes ou não (2009, p. 173).

Jost (2007) apresenta duas grandes regras que estariam subentendidas na própria fabricação dos telejornais. A primeira, a da tirania do tempo real definida por Jost como o furo:

O ideal jornalístico é o de colocar-se, o máximo possível, no tempo do acontecimento; daí a pesquisa do *scoop*, que se esforça em reduzir ao máximo a distância entre o momento em que o fato se produz e aquele em que ele é divulgado no espaço público (2007, p. 102).

E a segunda, ou o segundo constrangimento forte, como ele coloca, seria a tirania do visível. Diz Jost: [...] “a televisão atual considera que o mundo da aparência e do sensível é o

único portador da verdade última, descartando todo princípio explicativo inteligível que não seja imediatamente visualizável” (2007, p.102).

Para Jost (2007), as emissões de telerrealidade, nos programas de *reality show*, constroem-se não sobre uma imagem da realidade, mas sobre uma aplicação lúdica dos princípios de construção da realidade pelo telejornal. Para ele, alguns telejornais já apresentam pontos comuns com esses programas, num gênero que ele chama “vale tudo”. Concluindo: “[...] a famosa telerrealidade, ao invés de trazer uma nova maneira de ver, nada tem feito além de se conformar aos grandes princípios da realidade segundo a televisão; acima de tudo, a esse dispositivo de comunicação: o direto” (2007, p.104).

Quando analisamos o nosso objeto de estudo, constatamos a veracidade nas afirmações de Jost. O “ao vivo”, que Jost chama de “direto”, está sempre reservado para os momentos mais especiais do Jornal Nacional, mais representativos. O “ao vivo”, para justificar a sua presença no espelho do telejornal, deve estar atrelado a valores-notícia de grande interesse. Nas representações sociais de Pernambuco, o recurso do “ao vivo” ancora, normalmente, as grandes festas e manifestações populares, como o Carnaval, o São João; os grandes eventos, como a cobertura das eleições; ou as tragédias, como as enchentes, os deslizamentos, desabamentos e acidentes aéreos. O tipo de transmissão “ao vivo” ou direto, como define Jost, constrói uma imagem da realidade, de certa forma, até mais impactante na maneira de ancorar e objetivar as representações sociais do que as imagens produzidas e editadas exibidas diariamente nos telejornais.

Tendo em vista todos os conceitos e hipóteses apresentados até aqui, percebe-se que os autores citados possuem o entendimento de que o telejornalismo e a realidade são construções cotidianas, sendo assim formadoras de representações sociais, através de diversos mecanismos e operações que muito se assemelham ao próprio processo de construção da realidade, que ocorre no meio social.

Na nossa investigação sobre os processos de construção da realidade pelo jornalismo, vamos analisar o que Vizeu e Correia (2008) conceituam de telejornalismo como “lugar de referência”. Discussão, que nos ajuda a identificar, porque os telespectadores tomam as notícias como verdadeiras e tão essenciais em seu cotidiano.

2.2 Telejornalismo: lugar de referência

Alguns conceitos sobre o mundo “real” já foram discutidos nos capítulos e itens anteriores, mas achamos importante destacar a observação de Alsina quando diz que o mundo “real” seria a correspondência do mundo dos acontecimentos (2009, p.304). Alsina (2009) afirma que: “O jornalista é o autor de um mundo possível que se manifesta em forma de notícia” (2009, p. 303). Para o teórico, a construção da notícia se dá em três mundos diferentes e interrelacionados:

- O mundo real.
- O mundo de referência.
- O mundo possível.

Na nossa investigação sobre o telejornalismo e a construção da realidade ficou visível a atuação dos jornalistas como construtores de um mundo social possível, mas agora vamos nos aprofundar no que o autor denomina de mundo de referência, para depois dialogar com o conceito defendido por Vizeu e Correia (2008), de telejornalismo como lugar de referência.

Segundo Alsina (2009), o jornalista adota um modelo de interpretação, tomando como base um mundo de referência. É através das fontes ou de nosso próprio testemunho que ficamos sabendo dos acontecimentos. Então, para o autor, é esse mundo de referência que vai nos permitir construir um mundo possível que será a sua versão da realidade: “Os jornalistas, para conferir sentido aos fatos, aos acontecimentos, realizam uma inferência lógica que é conhecida como abdução” (2009, p. 304). Alsina afirma que, alguns autores chamam essa inferência lógica de “hipótese”, “presunção” ou até de “indução abdutiva”. Na definição do autor:

Quando ocorre um acontecimento, o jornalista coloca como hipótese, uma proposta de interpretação dos fatos e, a seguir, procurará por novos dados que verifique essa proposta de interpretação. Essa proposta de interpretação é o que eu chamo de: o mundo de referência (ALSINA, 2009, p. 305).

Na pesquisa identificamos como “mundo de referência”, por exemplo, as duas reportagens sobre a queda do avião na Praia de Boa Viagem, no dia 13 de julho de 2011 e que provocou a morte de 16 pessoas. Os VTs produzidos pelas repórteres 1 e 2 são, em nosso entender, hipóteses ou propostas de interpretação construídas pelas jornalistas sobre o acontecimento, a queda do avião. A queda do avião seria o mundo “real” e o mundo possível, a versão que nós, profissionais de comunicação, construímos da realidade. Os exemplos de “mundos possíveis”, dentro do nosso recorte, são todas as reportagens sobre Pernambuco, analisadas nesse trabalho.

Alsina (2009) afirma ainda que: “Os mundos de referência são todos aqueles nos quais podemos enquadrar o acontecimento do mundo “real” (2009, p. 307). Em nosso entendimento, segundo essa concepção, seria imprescindível a função do jornalista para compreender um acontecimento, o seu enquadramento num modelo de mundo referencial. E esse mundo referencial seria nosso mundo de atuação, onde estamos inseridos, o nosso contexto. Para entender um acontecimento, precisamos sempre compreender o motivo que dá sentido a ele. Ao analisar o assunto, Alsina (2009) aponta o conceito proposto por Marletti (1982), que afirma que devemos partir da existência de um modelo social que estabelece a maior importância de alguns fatos em relação a outros: “Não quer dizer que, automaticamente, qualquer jornalista esteja em condições de captar e de conferir a justa importância que os “grandes fatos” têm cada vez que eles aconteçam” (1982, p. 188-189).

Não seria esse o modelo básico que vai permitir determinar a importância social do acontecimento? Quando o apresentador e editor-chefe do Jornal Nacional, Willian Bonner (2009), afirma que o objetivo básico dos profissionais envolvidos na elaboração do Jornal Nacional é: “Mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia” (2009, p.93), fica evidente que eles estão trabalhando num mundo comum a todos. E que a discussão de eleger o fato mais importante, entre tantos outros, segue critérios muitas vezes arbitrários e subjetivos, mas que pertencem a um mundo de referência comum a todos nós. E o mundo possível, explica Alsina (2009), seria aquele que o jornalista construirá levando em conta o mundo “real” e o mundo de referência escolhido:

[...] o jornalista não pode estabelecer qualquer mundo possível, mas precisa levar em conta os fatos que ele conhece sobre o assunto que pretende relatar e as características do mundo de referência a que os fatos o remetem. Esse mundo possível construído dessa forma terá as marcas pertinentes do mundo de referência (ALSINA, 2009, p.308).

Para Alsina (2009), o mundo de referência escolhido para a explicação de determinado fato deve ser aquele que possui maior verossimilhança. Ou seja, sempre que temos um acontecimento devemos procurar o motivo que dá sentido a esse acontecimento. O autor também destaca a importância do mundo de referência para o estudo da rotina, da prática jornalística, sempre imersa na organização das empresas comunicativas. O que o autor quer dizer é que os jornalistas ou comunicadores adaptam seus pontos de vista de acordo com a exigência da empresa de comunicação e isso implica no resultado, no conteúdo da informação.

O mundo de referência seria então a matriz para a construção de um mundo possível. Alsina conclui: “Se, no mundo “real”, era produzida a verificação e, no mundo de referência, era determinada a verossimilhança, no mundo possível se desenvolve a veracidade” (2009, p. 310). Como os telejornais são narrativas construídas para criar efeitos do real, precisamos levar em conta a construção semiótica dos discursos comunicativos para fazer-crer essa veracidade.

São os contratos da mídia, estabelecidos pelo enunciador e enunciatário, que tornam possível uma relação de confiança. A semiótica fala de um contrato entre o sujeito e o público consumidor; no nosso caso, entre o telejornal e seu telespectador. É o contrato denominado de fiduciário, ou seja, de fé. Fiorim explica melhor:

Na performance, o enunciatário atribui ao enunciado o estatuto veridictório determinado na "convenção fiduciária" firmada entre destinador (enunciador) e destinatário-sujeito (enunciatário). Aquele ocupa o papel de destinador-julgador, sancionando positiva ou negativamente a performance deste (FIORIN, 1988, p. 55).

De acordo com Fiorim (1988), a intenção é fazer o outro crer no discurso que se produz e que se transmite:

Todo o programa de produção e de transmissão de enunciados visa a fazer o destinatário-sujeito aceitar o que está sendo enunciado, crer no que recebe assumir como seu o enunciado do outro. O enunciador quer fazer-crer e constrói seu discurso com o objetivo de que o enunciatário nele creia (1988, p. 55).

Sendo assim, no nosso entender, o contrato fiduciário é vital para garantir a fidelidade do telespectador. O telespectador pode acreditar que o mundo das notícias, o mundo construído no telejornal, é o mundo em que ele está inserido. Podemos acreditar que existe um “contrato”, mesmo que abstrato, entre o jornalista e seu público.

Vizeu (2005) adota, em sua pesquisa sobre a audiência presumida, o conceito de “contrato” proposto por Charaudeau (1994), que vê, na base de todo exercício da palavra, um “contrato de comunicação”. De acordo com Vizeu (2005), Charaudeau (1994) define que o “contrato de comunicação” compreende diversas dimensões e destaca, dentre elas, três:

- a) *social e psicossocial*: relativas ao valor da troca dos signos e do valor da influência dos acontecimentos da linguagem;
- b) *semiótica*: relativa à construção do sentido e da construção das formas;
- c) *cognitiva*: relativa à questão do saber se há uma percepção do mundo e uma categorização desta.

Segundo Vizeu (2005), é a partir desses princípios que Charaudeau constrói um determinado modelo pertinente às instâncias de recepção e enunciação ou produção envolvidas no ato da comunicação. “O autor defende que a semiotização do mundo ocorre por dois processos: o processo de transformação e o processo de transação. Desse modelo, ele desenvolve a teoria do contrato de comunicação” (VIZEU, 2005, p. 91).

O autor afirma que o processo de transformação modifica um mundo a significar em um mundo significado pela ação de um sujeito falante. E o processo de transação faz do mundo significado um objeto de troca com outro sujeito falante, que desempenha o papel de destinatário desse objeto.

Assim, para Vizeu, o discurso produzido numa situação de comunicação é formado por dados que vão determinar os sujeitos do ato da comunicação, ou seja, o que fala o que compreende e o que o interpreta. Sendo que esses dados vão formar um quadro discursivo, denominado de quadro de limitações discursivas, que Vizeu chama de espaço de estratégias discursivas:

O quadro de limitações deve ser reconhecido pelos sujeitos comunicantes e as estratégias são utilizadas pelos mesmos sujeitos na tentativa de um influenciar o outro. É nesse quadro de limitações que surge a ideia de *contrato*, o qual os sujeitos envolvidos na comunicação devem *assinar* (VIZEU, 2005, p. 92).

De acordo com Vizeu (2005), o quadro de limitações e o espaço de estratégias discursivas, que acontecem nas instâncias de produção e recepção, Charaudeau (1994) denomina contrato de comunicação. Vizeu afirma ainda que, para o autor, o contrato de comunicação implica na existência de:

I- Normas, convenções aceitas pelos participantes;

II- Um reconhecimento mútuo dos participantes:

No telejornal, por exemplo, o jornalista, ao produzir uma notícia, convoca quem assiste a ocupar um lugar correlativo; seja porque essa enunciação pressupõe simplesmente que a *relação de lugares* está em vigor, seja porque o enunciador espera do coenunciador o reconhecimento do lugar que lhe é próprio ou porque obriga o coenunciador a se inscrever na relação (VIZEU, 2005, p. 92-93).

III – A inclusão da fala em múltiplos gêneros de discursos.

Para o pesquisador, a definição do contrato comunicativo deixa claro o estabelecimento de um vínculo entre a emissora de televisão e o telespectador. O telespectador que assiste ao Jornal Nacional todas as noites já estabeleceu esse vínculo com a emissora. Ele pode confiar ou desconfiar da notícia, mas sabe que ali vai encontrar a informação que considera relevante. Os apresentadores do Jornal Nacional convocam, a todo o momento, através das estratégias discursivas, a participação de seu público, por exemplo, quando dizem nas cabeças (textos que chamam ou anunciam as reportagens: “Veja agora”, “você vai acompanhar de perto, conosco, toda a investigação” ou “preste atenção nesta informação”).

Vizeu e Correia (2008) defendem que o conceito de jornalismo como um “lugar de referência” dá uma dimensão mais ampla ao Jornalismo. Por isso, os pesquisadores retrabalharam o conceito de “lugar de segurança e familiaridade” anteriormente estudado, assumindo que ele mais confundia do que ampliava o entendimento de jornalismo como lugar de orientação nas sociedades complexas de hoje.

Para defender a tese de jornalismo como lugar de referência, Vizeu e Correia (2008) apresentaram um estudo dividido em três momentos: o telejornalismo como um lugar de construção do real, o conhecimento do telejornalismo e a produção do conhecimento.

Em momentos anteriores dessa dissertação, já abordamos a ideia de telejornalismo como um lugar de construção do real e de conhecimento. Vamos procurar mostrar agora como esse processo é construído. De acordo com Vizeu (2005), ele se manifesta cotidianamente através de cinco operações/construções jornalísticas: de atualidade, de objetividade, de interpelação, de leitura e didático.

I) *Operadores de atualidade*: o jornalismo, mais especificamente o gênero telejornal, opera praticamente no discurso da atualidade. Explica Vizeu: “a ausência desse fator tornaria o telejornal obsoleto, uma vez que não haveria o interesse do público em assistir o que já é conhecido, o que não é atual” (2005, p. 108).

Vizeu chama a atenção de que, apesar de os noticiários serem apresentados ao vivo, a maioria das notícias que são exibidas no telejornal acontece ao longo do dia, como é o caso do Jornal Nacional. Todo o trabalho de apuração, captação das imagens, edição e produção ficam ocultos, pois, se fossem mostradas ao telespectador, garante Vizeu, quebrariam a “cumplicidade” que há entre o telejornal e a audiência: “Ficaria explícito que as notícias são produzidas e que o jornal televisivo não é um espelho da realidade” (2005, p. 108).

Para o autor, o trabalho de edição esconde as diferentes etapas de construção da notícia. É responsabilidade do editor de texto redigir o que os apresentadores irão ler, orientar os repórteres na montagem e no rumo que a reportagem deverá ser conduzida, desde a rua, dominar a língua portuguesa, conhecer os recursos de montagem em televisão, entre outras atribuições. Segundo Bonner (2009), esses profissionais se assemelham ao roteirista de cinema: “Com a diferença gritante e fundamental: a matéria-prima deles é a realidade, a obsessão deles é a fidelidade aos fatos” (2009, p. 53). O editor de texto será o responsável em determinar ou escolher a ordem em que as informações serão fornecidas ao telespectador, facilitando a compreensão da história que será contada pelo repórter.

Vizeu e Correia (2008) alertam que a temporalidade dos telejornais não é uma medida do tempo que reproduz ou imita o tempo do fato. É uma temporalidade produzida. É um tempo abstrato. O tempo que o discurso organizará, fabricará sobre o presente da enunciação do fato: “O presente do próprio ato comunicativo”.

II) *Operadores de objetividade*: como uma das principais preocupações do jornalismo/telejornalismo é tentar reproduzir o fato exatamente como ele ocorreu, esses operadores são os que buscam a verdade. São os famosos cultos da objetividade e da independência do jornalismo que afirma Vizeu: “Essa tradição nos remete ao século XIX, período em que apareceram, pela primeira vez, as grandes empresas de comunicação de massa que se dirigiram a variados e diferentes públicos” (2005, p. 109).

De acordo com Vizeu, as estratégias de concorrência acarretaram uma simplificação do conteúdo em oposição a uma linguagem literária. É o jornalismo do presente, que tem que se ater aos fatos, ser imparcial, objetivo: “Aos operadores utilizados nesse processo, por exemplo, os pronomes pessoais, chamamos de operadores de objetividade” (2005, p.111).

III) *Operadores de interpelação*: na busca em conquistar cada vez mais o público, de construir vínculos com a audiência, os telejornais acabam estabelecendo, o que Vizeu chama de “ações de captura”, fazendo com que, mesmo que imaginariamente, o telespectador se sinta fazendo parte do telejornal:

Isto é muito comum quando o locutor/apresentador recorre ao: *Nós vamos ver, Vamos conferir* etc. O telespectador é convidado a assistir determinada notícia como se estivesse na sala do apresentador (VIZEU, 2005, p.112 – *grifos nossos*).

IV) *Operadores de leitura*: de acordo com Vizeu, o telejornal se vale de uma série de operações para instruir o telespectador e facilitar sua leitura, seu entendimento. “Nesse sentido, todo noticiário é um modelo enciclopédico, um manual de instruções; isto é, programa seu telespectador” (2005, p.114). Mas Vizeu reconhece que a audiência é também um editor, na medida em que compara e analisa o material despejado no fluxo televisual, tirando deduções do que foi dito e silenciado.

V) *Operadores didáticos*: os jornalistas querem ser entendidos pelo público; então eles se preocupam em ser didáticos. Segundo Vizeu, nos manuais de redação, a orientação é transmitir a informação de uma maneira coloquial e correta: “[...] quem assiste ao telejornal, só ouve o texto uma vez, por isso deve ser capaz de captá-lo, processá-lo e retê-lo instantaneamente. Não há uma segunda chance” (2005, p. 116).

Operadores, que em nossa opinião, ajudam também na construção e consolidação das representações sociais, pois transformar algo estranho em algo familiar não seria o objetivo da ancoragem que fala Moscovici em sua teoria? Quando os jornalistas se utilizam de recursos como os operadores didáticos, de leitura, de interpelação, de atualidade e de objetividade, ele estão tentando transformar algo estranho, perturbador, que nos intriga, em algo apropriado. Diz Moscovici: “No momento em que determinado objeto ou ideia é

comparado ao paradigma de uma categoria, adquire características dessa categoria e é reajustado para que se enquadre nela” (2009, p. 61). A ancoragem, de que falamos acima é, segundo Moscovici (2009), junto com a objetivação, os dois processos principais que geram as representações sociais.

O telejornalismo então, como lugar de produção do conhecimento e de produção do real, através dos operadores jornalísticos destacados acima, também estará sujeito ao olhar subjetivo de seus produtores. Segundo Lage (2006), existirá sempre alguma interpretação nas reportagens: “O importante é que se respeitem os fatos, dos quais não se pode discordar, e se dê ao leitor, com humildade, o direito de avaliá-los segundo seu próprio repertório, seus valores” (2006, p. 56). É também importante entender de que forma os fatos são interpretados. Compreensão e tradução que envolve certa competência, métodos de análise, estratégias de seleção, recortes e enquadramentos.

2.3 As estratégias de mediação: enquadramento, seleção e recorte

Partimos do princípio de que, sempre que olhamos alguma coisa ou acontecimento, estamos posicionados num determinado lugar. Para Sádaba (2007), o olhar do profissional de jornalismo já seria o de um lugar privilegiado. Privilegiado porque contamos, segundo Sádaba, com diversos recursos, como a informação das fontes e os acessos técnicos, que nos ajudariam a ver as coisas ou acontecimentos de vários ângulos, a partir de inúmeras versões. Até aí, nenhuma dificuldade de entender, mas depois de olhar? A complexidade de nossa profissão e o que nos diferencia não seria a maneira como cada um relata, interpreta ou até mesmo representa o fato, o acontecimento? Não seria a subjetividade o que nos diferencia? Nesse capítulo, vamos lançar algumas teorias que tentam explicar como se constroem pontos de vista, focos ou enquadramentos jornalísticos.

A teoria do enquadramento ou *framing*, de acordo com Sádaba (2007), foi primeiramente utilizada pelos psicólogos e sociólogos, mais especificamente pelo sociólogo Erving Goffman, a partir de 1994, como modos de conhecimento, no âmbito das ciências sociais, no estudo dos movimentos sociais e depois nos meios de comunicação:

A teoria do enquadramento ou framing tem sua origem e desenvolvimento na sociologia interpretativa: aquela que reúne variantes recentes da sociologia, que concentra sua atenção nos processos intersubjetivos de definição da situação. Ou seja, neste âmbito, a sociologia se aproxima dos interesses da teoria do conhecimento e enfatiza que as aproximações da realidade pelos indivíduos são feitas tendo em conta as contribuições dos outros (SÁDABA, 2007, p. 24, tradução nossa).

Dentro da sociologia interpretativa, Sádaba (2007) destaca o aparecimento da teoria do *framing* no estudo dos autores que pesquisaram três escolas: a do interacionismo da Escola de Chicago, no da fenomenologia e no da etnometodologia, todas as três apresentando uma ampla relação com o funcionalismo estruturalista de Talcott Parsons (1962), semeando assim o terreno que permitiu sua aparição.

O interacionismo da Escola de Chicago dominou as ciências sociais, nos Estados Unidos, durante os primeiros 30 anos do século XX. Os investigadores de Chicago, entre eles William I. Thomas, adotaram uma linha de investigação que concebia a vida social como resultado do conflito de interesses. Com eles, trabalharam também Park e Mead (1994). Esses

pesquisadores estudaram a interação dos grupos, suas relações de conflito e compromisso. Depois da morte e afastamento de seus principais investigadores, a Escola de Chicago entra em decadência, vindo posteriormente a renascer como Interacionismo Simbólico.

Segundo Sádaba (2007), o Interacionismo Simbólico defende que o importante não é como a realidade exterior se apresenta, mas sim como ela é interpretada: “[...] incide na ideia de que a interpretação dos indivíduos se realiza através das relações e dos símbolos proporcionados pela sociedade como instrumentos que possibilitam a comunicação” (2007, p.27. Tradução livre). As ideias de Goffman (1971) seguem essa linha: a de que os indivíduos, em seu meio social, seguem determinadas estratégias de autorrepresentação.

Para Sádaba, a fenomenologia se aproxima do Interacionismo Simbólico, quando Schutz (1945), em seu famoso ensaio, “*On multiples realities*”, identifica a vida cotidiana como a realidade suprema, como objeto de seu estudo: “Nessa realidade, parte-se de algumas interpretações inquestionáveis, de certa “atitude natural” compartilhada, que aceita a existência dos fenômenos sociais” (2007, p. 27, tradução nossa).

Schutz (2003) afirma que o mundo da vida cotidiana se caracteriza pela intersubjetividade. Para ele, todos os indivíduos aceitam seu mundo como “natural”, de maneira que a dúvida faz parte de outra realidade; das “realidades múltiplas”, que têm outras regras e outros valores, como acontece no mundo da ciência.

Sádaba (2007), quando analisa a tese de Schutz (2003), afirma que o pesquisador foi seguido por vários discípulos, como Berger e Luckmann, que, ao escreverem o livro **A construção social da realidade** (1966), contribuiu com uma autêntica renovação da Sociologia do Conhecimento. Sádaba (2007) destaca a importância do legado dos autores, ao afirmar que a realidade se constrói socialmente, desenvolvendo os conceitos de interacionismo e da fenomenologia, chegando a definir uma perspectiva construtivista da realidade:

A realidade social, dizem, é produto de definições individuais e coletivas. Sob esse ponto de vista, argumenta-se também que os homens são um produto social, enquanto que aprendem que se considera realidade nos processos de socialização, ao mesmo tempo em que a sociedade é produzida pelos homens ao institucionalizar as ações (SÁDABA, 2007, p. 28, tradução nossa).

Sádaba (2007) defende que a etnometodologia é uma corrente que investiga a realidade social enquanto ela está sendo construída: “[...] as coisas que se dão por supostas poderiam ser de outro modo, já que se constroem socialmente (2007, p. 29. Tradução livre). As

investigações de Garfinkel, sob a direção de Talcott Parsons (1962), centram-se nas circunstâncias, nos contextos que vão dar sentido aos acontecimentos. Junto às circunstâncias, surge a preocupação com a linguagem que as descreve. São as explicações sobre as coisas, as expressões linguísticas que estão ligadas às ocasiões e às ações. Para Sádaba, o objeto de estudo de Garfinkel são os processos interativos, especialmente os que tratam da linguagem e das conversações que dão sentido ao mundo.

Resumindo, Sádaba (2007) chega a afirmar que a sociologia interpretativa estuda as significações da realidade para cada sujeito através de um processo interpretativo; e que tem como objeto a definição das situações da vida cotidiana. Para Sádaba, esta “*definición de la situación*”, um conceito bem recebido e amplamente difundido, apresentava também, uma dificuldade de operação, pois resultava de difícil aplicabilidade. Daí o surgimento da teoria do *framing* como ferramenta ou instrumento que permitiria suprir, de algum modo, essa deficiência, permitindo descrever esse processo de interpretação e de significações particulares: “Será uma ferramenta concreta que manejam os sociólogos para ter acesso aos significados da realidade” (2007, p.30, tradução nossa).

De acordo com a autora, a teoria do *framing* teve que esperar até 1974 para ser aplicada, quando Goffman trouxe à tona o conceito emprestado da psicologia:

A partir desse momento, a teoria do enquadramento ou o *framing* se desenvolverá na sociologia e se transportará para o estudo dos meios de comunicação enquanto que também os jornalistas interpretam realidades para proporcionar o conhecimento as suas audiências. O enquadramento ou *framing*, no entanto, será resolvido de maneiras muito distintas em suas diferentes versões e conseguirá responder de modo desigual aos interesses que tinha originalmente (SÁDABA, 2007, p.30, tradução nossa).

As investigações de alguns pesquisadores sobre os movimentos sociais tomam emprestado de Goffman (1974), diz Sádaba, o conceito de *frame*, como marco: “Os marcos, neste caso, ajudam a compreender definições de situações sociais concretas, mas bem minoritárias, que se reivindicam como objeto de movimentos sociais particulares” (2007, p.36, tradução nossa).

Dois reconhecidos teóricos dos meios de comunicação, McCombs e Shaw, introduziram o conceito de *frame*, em suas pesquisas sobre o movimento estudantil dos anos 1960. Mas, segundo Sádaba (2007), foi Todd Glitin (1980), com as suas análises da cobertura da CBS, sobre os protestos estudantis, quem primeiro se interessou pelo enquadramento dos meios de comunicação e sua repercussão na ação coletiva.

Segundo Sádaba (2007), a perspectiva construtivista assume o papel de sujeito agente. O sujeito, sendo criador da realidade social, não um mero espectador ou transmissor, e ainda que fosse, cada uma de suas interpretações cria um mundo social. Como a realidade social se apóia na intersubjetividade, cada interpretação configura novos significados que as pessoas fazem do mundo. Por isso, analisar de um ponto de vista determinado, foco ou enquadramento realizado pelos jornalistas, em nosso entender, pode ajudar na compreensão que esses profissionais ajudam a formar do mundo. Ou seja, entendendo a teoria do enquadramento, entenderemos melhor como as notícias podem ajudar a construir a realidade.

Sádaba (2007) explica que os *frames* são recursos que os meios de comunicação utilizam a partir de uma posição dominante e hegemônica, para organizar a realidade de uma sociedade. Sádaba (*apud* GLITIN, 1980, p. 7, tradução nossa) diz que os *frames* são como: “[...] padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais quem maneja os símbolos organiza, de forma rotineira, o discurso, seja verbal ou visual”.

Ainda sobre os *frames*, a autora afirma que são ferramentas de uma elite capaz de orquestrar a consciência cotidiana: “Os *frames* conseguem que o que essa elite considere relevante pareça natural ante o resto dos cidadãos (2007, p. 43, tradução nossa).

Sádaba (2007) justifica a teoria: “Se usa a teoria do enquadramento para responder, em certo sentido, a necessidade de oferecer uma solução às práticas profissionais e teóricas do objetivismo informativo, que se demonstram impraticáveis” (2007, p. 56, tradução nossa). A pesquisadora cita a importância das pesquisas de Gaye Tuchman (1983), quando introduz a teoria do enquadramento em seus estudos, como forma de organizar e facilitar as práticas e rotinas dos profissionais de comunicação.

De acordo com Sádaba (2007), em casos extremos, a informação varia tanto de um meio de comunicação a outro, que muitas vezes se torna difícil identificar o mesmo acontecimento, pois eles acabam produzindo, apesar de semelhantes, abordagens diferentes.

[...] o uso dos marcos ou definições de situação - tal como denominava Goffman, se constitui no suporte de diferentes significações, que os fatos adquirem nos meios de comunicação, e na pluralidade de perspectivas. Desse modo, a resposta que oferece a teoria do *framing* ou enquadramento ao objetivismo é negar seus postulados, quando argumenta que, quando conta o que acontece, o jornalista enquadra a realidade e contribui com o seu ponto de vista (2007, p. 68, tradução nossa).

É o papel de mediador, que muitos pesquisadores atribuem aos meios de comunicação; mediador entre o homem e a sociedade, através do qual se torna possível conhecer as notícias.

Segundo Sádaba (2007), os meios de comunicação se situam como intermediários entre o mundo exterior e as audiências; pois, em muitas ocasiões, são os únicos modos de acesso ao que está acontecendo no mundo. Mas, destaca Sádaba (2007), os meios transformam as dimensões dos acontecimentos em produtos informativos que passam por uma série de filtros até chegar ao público, sendo os filtros, as rotinas profissionais e as empresas ou organizações em que o jornalista trabalha.

Para Sádaba (2007): “Os meios não estão refletindo uma realidade passivamente, se não que são parte de uma realidade social que contribuem com seus próprios marcos” (2007, p.70, tradução nossa). Para muitos autores, os meios de comunicação orientam a forma de perceber o mundo e de como atuar nele. De acordo com Sádaba (2007), de uma perspectiva teórica, os *frames* ou marcos dos meios de comunicação são explicados por duas correntes diferenciadas: a psicológica e a sociológica.

Segundo a autora, logicamente, a corrente sociológica é a que se adapta melhor ao âmbito jornalístico. Já que a comunicação, que deriva do conceito em latim *communicare* e de seu significado: fazer saber, participar junto com os outros da mesma realidade de sentido, tratando-se de um intercâmbio de significados públicos sobre os fatos, não se adequaria a um processo privado entre apenas duas mentes, como prega a corrente psicológica:

Os marcos vinculados as culturas políticas ou identidades aparecem como uma possibilidade ao debate objetivista, já que os marcos carregam significados próprios da realidade social, onde se move constantemente o jornalista (SÁDABA, 2007, p. 73, tradução nossa).

Depois de analisar as diversas abordagens e conceitos apontados por Sádaba (2007) sobre a teoria do *framing*, nos arriscamos em afirmar que as representações sociais são também formas de enquadramentos que procuram facilitar a compreensão dos fatos, coisas e pessoas. Se dissermos, por exemplo, *Deus é pai*, estamos objetivando, ou melhor, reproduzindo um conceito em uma imagem: “[...] o que era invisível, instantaneamente se torna visível em nossas mentes” (MOSCOVICI, 2009, p. 72). Como as representações sociais ancoram e objetivam coisas e pessoas a todo o momento, elas estão, de alguma forma, enquadrando o desconhecido, tornando o não-familiar em familiar. Como diz Moscovici (2009): “[...] transformar o abstrato em algo quase concreto, transferir o que está na mente em algo que exista no mundo físico” (2009, p. 61).

O estudo da agenda, no âmbito da comunicação, tem girado em torno da teoria do *agenda-setting* ou agendamento. Segundo Sádaba (2007), essa teoria, centrada nos meios de comunicação, estabelece ou fixa a agenda do público. No sentido etimológico, *agenda*

significa as coisas que serão feitas. Agendas políticas, agendas públicas e agendas dos meios de comunicação são assuntos, que de algum modo, também são questões por resolver.

De acordo com Sádaba (2007), a teoria do *agenda-setting* surge como resposta às posturas que imperavam nos anos 1950 e 1960, que caracterizavam como limitados os efeitos que causavam os meios de comunicação em suas audiências. Quando os norte-americanos Shaw e McCombs (1960) fizeram uma elaboração empírica e detalhada do papel do agendamento da mídia, o tempo estava maduro para uma mudança de paradigma: a hipótese central deles era de que os *mass media* estabeleciam a agenda de temas para a campanha política, influenciando a saliência dos temas entre os eleitores.

O modelo de *agenda-setting* prevê que os temas da agenda da mídia definem a agenda pública; isto é, passarão a ser discutidos pelas pessoas uma vez pautados pela mídia. Se a mídia falar dos temas A, B, C, há uma tendência do público a tratar igualmente desses temas em suas conversas. Testar a hipótese do agendamento requer a comparação de dois conjuntos de evidências: a descrição da agenda pública, o conjunto de temas que era a grande preocupação dos eleitores; e a descrição dos temas da agenda dos veículos noticiosos utilizados por aqueles eleitores. A principal afirmação da Teoria da Agenda é que os temas enfatizados nas notícias acabam considerados ao longo do tempo como importantes pelo público. A agenda da mídia estabelece a agenda pública.

McCombs (2009) afirma: “A Teoria da Agenda atribui um papel central aos veículos noticiosos por serem capazes de definir itens para a agenda pública” (2009, p. 24). Para McCombs (2009), os veículos de comunicação precisam organizar seus conteúdos devido ao grande número de informações, por isso, “elegem”, dentre tantos assuntos, somente alguns tópicos: “Os telejornais têm uma capacidade muito limitada; e mesmo os jornais, com suas dezenas de páginas, têm espaço para somente uma fração das notícias disponíveis a cada dia” (2009, p. 42).

Outro aspecto relevante sobre a teoria, apontado pelo autor, é que, independentemente do veículo noticioso, por falta de espaço, apenas um pequeno número de temas acaba sendo abordado pela mídia, transmitindo assim, uma mensagem poderosa a uma audiência, numa espécie de seleção, sobre quais são os tópicos mais importantes do momento:

O agendamento dirige nossa atenção às etapas formativas da opinião pública quando então os temas emergem e logo conquistam a atenção do público, uma situação que confronta os jornalistas com uma forte responsabilidade ética para selecionar cuidadosamente os temas em suas agendas (MCCOMBS, 2009, p. 42).

O poder de influência que o Jornal Nacional exerce sobre seu público comprova, de certa forma, o que diz a teoria do agendamento. Não é raro, por exemplo, se ouvir frases do tipo: “É verdade; deu no Jornal Nacional”, “Se saiu no Jornal Nacional, então aconteceu” ou “O assunto é importante, foi exibido até no Jornal Nacional!”. É o telejornal agendando o seu público. São os meios de comunicação, que acabam filtrando a “realidade” ao selecionar os conteúdos apresentados de um determinado modo, com um determinado enquadramento.

As representações sociais também influenciam a agenda da mídia. Se, como diz Moscovici (2009), o que motiva a elaboração das representações sociais é a tentativa de construir uma ponte entre o estranho e o familiar, o agendamento das representações é tornar público o que já foi elaborado, familiarizado. Podemos afirmar que o nosso objeto de estudo está repleto de representações sociais e que elas estarão cada vez mais fazendo parte da agenda midiática: “Nós vemos as representações sociais se construindo por assim dizer diante dos nossos olhos: na mídia, nos lugares públicos, através desse processo de comunicação” (MOSCOVICI, 2009, p. 205).

Para McCombs (2009), a Teoria da Agenda, ao longo dos anos, incorporou vários outros conceitos comunicacionais e teorias; um desses conceitos foi o de enquadramento, que ele chamou de agendamento de segunda dimensão:

[...] enquadramento é a seleção de – e ênfase – nos atributos particulares de uma agenda da mídia quando se trata de um objeto. [...] As pessoas também enquadram objetos, colocando vários graus de ênfase nos atributos de pessoas, nos temas públicos ou noutros objetos quando elas pensam ou falam sobre eles (MCCOMBS, 2009, p. 137).

A clássica metáfora da notícia como uma janela, por onde se veem passarem os acontecimentos recebeu críticas de alguns autores, que diziam que, enquanto a realidade vista pela janela era independente do observador, os meios de comunicação selecionavam intencionalmente essa realidade; ou seja, a paisagem vista através da janela, passa por filtros, por processos de seleção.

Gaye Tuchman (1983) não ignora o processo de seleção da notícia quando fala da metáfora da janela; e deixa claro, em toda a sua pesquisa, a relação bastante estreita entre a realidade exterior e a que oferece o jornalista:

A visão através de uma janela depende se a janela é grande ou pequena, se têm muitos ou poucos vidros, se o vidro é opaco ou transparente, se a janela dá para a rua ou para um pátio. A cena que se descortina depende também de onde se está, longe ou perto, espichando o pescoço ou olhando reto para frente, com os olhos paralelos a parede, na qual se encontra a janela (TUCHMAN, 1983, p. 13, tradução nossa).

Para Tuchman (1983) os elementos que determinam os *frames* dos meios de comunicação são as empresas comunicativas e as atitudes profissionais dos jornalistas onde trabalham. Ou melhor, os *frames* seriam as normas transmitidas e compartilhadas pelos membros de uma redação, através do qual se olha a realidade sobre o que se informa. “Ao buscar difundir a informação que querem as pessoas, que as pessoas necessitam e que elas deveriam conhecer, as empresas de comunicação fazem circular, e ao mesmo tempo, dão forma ao conhecimento” (TUCHMAN, 1983, pag. 14, tradução nossa).

A autora afirma que o processo informativo é um método de recolher, selecionar e difundir a informação vinculada à organização em que se trabalha e as entidades consolidadas. Tuchman diz que a notícia legitima o *status quo* das instituições sociais, deixando claro que são as empresas comunicativas e as rotinas aceitas pelos profissionais, que se convertem nos elementos que vão determinar os enfoques das notícias, que levam a selecionar determinados assuntos e silenciar outros.

Ao aplicarmos as análises de Tuchman (1983), quando investigamos o que determina a seleção das reportagens exibidas no Jornal Nacional, comprovamos a tese defendida por ela de que as pressões exercidas pela emissora vão influenciar e até determinar o enfoque das notícias: desde o lugar onde se cobre o fato, se ela é local ou nacional, por exemplo; a organização das editorias; se é sobre cultura, política, sociedade; quem decide o que se cobre, se o chefe da redação, repórter ou redator; o momento em que se deu o acontecimento; se agora, amanhã ou depois e até as tipificações ou classificação das notícias: se duras ou leves.

O Jornal Nacional enquadra os assuntos, principalmente os políticos e econômicos, obedecendo à orientação dos superiores, dos cargos de comando e chefias. Um dos exemplos famosos e até hoje bastante polêmico foi a edição do debate entre os candidatos Collor e Lula, na eleição para Presidente da República, em 1989. E, mais recentemente, no caso da bolinha de papel, supostamente atirada no candidato José Serra, na última eleição para presidente, em 2010. Retomando Sádaba (2007), poderíamos afirmar que os meios de comunicação são vistos como uma organização em que está estabelecida uma séria de modos de se trabalhar, que influenciam diretamente o seu produto: a notícia.

Em sua pesquisa, Tuchman (1983) identificou, dentro das organizações, métodos, regras e procedimentos que facilitam o trabalho do jornalista na hora de produzir a notícia. Segundo a autora, os fatos devem ser identificados rapidamente, em função dos limites finais de produção: “*En la noticia, la verificación de los hechos es una realización a la vez política y profesional*” (1983, p.96).

Sádaba (2007) considera que todos esses procedimentos ajudam o jornalista a moldar o mundo social e a oferecê-lo a seu público/telespectador, constituindo um marco através do qual o comunicador observa os acontecimentos.

Outra contribuição importante de Tuchman (1983), para entender como os jornalistas constroem as notícias ao processarem as informações, foi denominada por ela de trama da facticidade. Segundo a autora, a significação de um fato, quem outorga, é o próprio jornalista; pois o fato em si não tem significado. O fato, diz Tuchman (1983), precisa estar correlacionado adequadamente em uma cadeia de causas e efeitos que lhe confere sentido:

[...] para dar substância a qualquer fato alegado, a pessoa acumula uma quantidade de fatos que, quando tomados em conjunto, se apresentam válidos tanto individual como coletivamente. Juntos, constituem uma trama de facticidade, ao estabelecer uns e outros como referentes mútuos [...] (TUCHMAN, 1983, p. 99, tradução nossa).

Em nosso entender, quando pretendemos analisar as representações sociais de Pernambuco, no Jornal Nacional, da Rede Globo, estamos também nos propondo a investigar como as notícias são abordadas, selecionadas e enquadradas pelos profissionais responsáveis pela edição do noticiário televisivo.

Antes de apresentarmos as categorizações das reportagens selecionadas sobre Pernambuco, numa tentativa de identificar como o telejornal enquadra e seleciona os mais diversos temas presentes na agenda social, política, econômica e cultural do povo pernambucano, vamos tentar construir um diálogo com a Teoria das Representações Sociais, proposta por Moscovici (1961), referencial teórico dessa dissertação, que permeia todo esse trabalho de pesquisa, e que nos norteia na intenção de desvendar as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional.

Capítulo 3 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E O JORNAL NACIONAL

3.1 A teoria das representações sociais e a relação com o real

O que vemos quase sempre não é aquilo que realmente se apresenta aos nossos olhos; por isso vamos buscar resposta na Psicologia Social, que se preocupa em estudar e entender a produção de sentidos (MOSCOVICI, 2009). A Teoria das Representações Sociais teve origem na Europa com a publicação feita por Serge Moscovici de seu estudo *La Psychanalyse: son image et son publique* (1961).

O conceito de representação social ou coletiva nasceu na sociologia e na antropologia, nas obras de Durkheim e Lévi-Bruhl. O estudo das representações sociais de Serge Moscovici (2009), no contexto da Psicologia Social, que considera que nunca podemos obter nenhuma informação que não tenha sofrido distorções, defende que só através da comunicação social somos capazes de nos ligar uns aos outros ou de nos distanciarmos. Para Moscovici (2009), a representação social tem como uma de suas principais funções convencionalizar os objetos, pessoas ou acontecimentos, dando forma definitiva e as localizando em uma determinada categoria, como forma de colocar um modelo que será compartilhado por um grupo de pessoas.

Para entender a tese de Moscovici (2009), que explica os fenômenos sociais da modernidade como os da comunicação, acreditamos ser imprescindível conhecer o trabalho de Émile Durkheim, um dos teóricos que norteou Moscovici na construção de sua teoria.

Para Serge Moscovici (2009), a noção de representação coletiva de Durkheim (1996) descreve ou identifica uma categoria coletiva que deve ser explicada de forma diferenciada, no âmbito da Psicologia Social. Para o sociólogo, as representações coletivas abrangiam uma cadeia completa de formas intelectuais: ciência, religião, mito, modalidades de tempo e espaço, qualquer tipo de ideia, emoção ou crença que ocorresse dentro de uma comunidade. Moscovici (2009) julgou mais adequado estudar, num conceito moderno, o termo “representações sociais” do que “representações coletivas”. Para ele, seria impossível cobrir

um raio de conhecimento tão amplo e demasiado heterogêneo. Era visível para Moscovici que o modelo de sociedade de Durkheim havia sido pensado para uma época em que as mudanças se processavam lentamente.

Na obra **As regras do método sociológico** (1895), Durkheim afirma que os “conceitos” são representações coletivas, sendo eles comuns a um grupo social inteiro; não seriam abstrações que só teriam realidade nas consciências particulares. Seriam representações que correspondem à maneira como a sociedade pensa as coisas de sua experiência própria:

As representações coletivas traduzem a maneira como o grupo se pensa nas suas relações com os objetos que o afetam. Para compreender como a sociedade se representa a si própria e ao mundo que a rodeia, precisamos considerar a natureza da sociedade e não a dos indivíduos. Os símbolos com que ela se pensa mudam de acordo com a sua natureza (DURKHEIM, 2001, p.21).

Para Durkheim, as representações coletivas, como fatos sociais, exercem uma influência coercitiva sobre as consciências particulares. Segundo Durkheim (2001), o que há de característico nessa pressão é o prestígio de que usufruem certas representações:

É verdade que os hábitos individuais ou hereditários têm, sob certos pontos de vista, esta mesma propriedade: dominam-nos, impõem-nos crenças ou práticas. Só que nos dominam a partir do interior, visto estarem inteiramente em cada um de nós. Pelo contrário, as crenças e as práticas sociais atuam sobre nós a partir do exterior, pelo que o ascendente exercido por umas e por outras e, no fundo, muito diferente (DURKHEIM, 2001, p.29).

Ainda no livro **As regras do método sociológico**, Durkheim (2001) institui a primeira regra e a mais fundamental, a de “considerar os fatos sociais como coisas”. Em nosso entendimento, o que faz o jornalismo a todo o momento.

Para Durkheim (2001): “Não é possível o homem viver no meio das coisas sem fazer delas ideias segundo as quais o seu comportamento é regulado” (2001, p. 42). É por isso que, de alguma forma, as representações estão mais ao nosso alcance do que as realidades a que correspondem, tornando-se, assim, naturalmente mais fácil substituir as realidades matéria de nossas especulações: “Em vez de observar as coisas, de descrever, de compará-las, nos contentamos em tomar consciência das nossas ideias, em analisá-las, em combiná-las. Em vez de uma ciência de realidades, não fazemos senão uma mera análise ideológica” (DURKHEIM, 2001, p. 42).

Para Durkheim (2010), essas noções ou conceitos não são substitutos legítimos das coisas. Produtos da experiência diária ou vulgar, eles têm como objetivo colocar as nossas ações de forma harmônica com o mundo e conclui que uma representação pode ser capaz de desempenhar este papel, mesmo sendo teoricamente falsa:

Para que uma ideia provoque corretamente as ações que a natureza de uma coisa reclama não é necessário que exprima fielmente essa natureza; basta que nos faça sentir o que essa coisa tem de útil ou de prejudicial, como nos pode servir, ou nos pode contrariar (DURKHEIM, 2001, p. 43).

Os fatos, como descrevem Durkheim (2001), não se realizam senão através dos homens; são resultados da atividade humana. Por consequência deles, segundo o autor, parecem não ter realidade senão nas e pelas ideias que são seus germes. Em sua análise da importância das representações na realidade social, Durkheim (2001) afirma que não podemos duvidar da sua existência:

Mas, se o pormenor, se as formas concretas e particulares escapam, pelo menos imaginamos os aspectos mais gerais da existência coletiva no conjunto e por aproximação; e são precisamente estas representações esquemáticas e sumárias que constituem as pré-noções de que nos servimos para os usos correntes da vida. Não podemos, portanto, pensar em duvidar da sua existência, uma vez que nos apercebemos dela ao mesmo tempo em que da nossa (DURKHEIM, 2001, p. 45).

Segundo Durkheim (2001), as representações são um produto de experiências repetidas; elas tiram da repetição e do hábito, assim adquiridos, uma espécie de ascendente, de autoridade, contribuindo para nos fazer ver a verdadeira realidade social.

No transcurso de sua obra, Durkheim trata o tema das representações coletivas também no livro **As formas elementares da vida religiosa** (1912), abordando, mais especificamente, as representações *religiosas*. Para Durkheim (1996), a religião nasceu da consciência do indivíduo; ela responde a aspirações individuais e que só secundariamente adquiriu uma forma coletiva. Segundo Durkheim, a religião é um fato eminentemente social:

As representações religiosas são representações coletivas que exprimem realidades coletivas: os ritos são a maneira de agir que não nasceram senão no seio de grupos reunidos e que estão destinados a suscitar, a manter ou refazer certos estados mentais destes grupos (1996, p.155).

O autor descreve “representações coletivas” como os mitos, as lendas populares, as concepções religiosas de toda espécie, as crenças morais etc., que exprimem outra realidade diferente da individual:

Na base de todos os sistemas de crenças e de todos os cultos deve haver necessariamente certo número de representações fundamentais e de atitudes rituais que, apesar da diversidade de formas de que umas e outras possam se revestir tem sempre a mesma significação objetiva e preenchem sempre as mesmas funções. Esses são os elementos permanentes que constituem aquilo que há de eterno e de humano na religião, eles são o conteúdo objetivo da ideia que se exprime quando se fala “da religião” em geral (DURKHEIM, 1996, p.156).

Durkheim (1996) afirma que os fenômenos religiosos classificam-se em duas categorias: crenças e ritos. As crenças, para ele, são estados de opinião que consistem em representações. Os ritos são modos de ação determinados. Segundo Durkheim, as crenças religiosas são sempre comuns a uma coletividade que se dispõe a aderir a elas e praticar ritos que lhe são solidários. Os indivíduos que fazem parte dessa coletividade sentem-se ligados uns aos outros pelo simples fato de terem algo em comum, no caso, à fé comum: “Uma sociedade cujos membros estão reunidos por representarem da mesma maneira o mundo sagrado e por traduzirem essa representação comum em práticas idênticas, é isso que chamamos de igreja.” (DURKHEIM, 1996, p.28).

Fazendo uma analogia possível com o nosso objeto de estudo, nos arriscaríamos a dizer que os telespectadores do Jornal Nacional também se sentem ligados uns aos outros; eles fazem parte de uma mesma comunidade, mesmo que imaginada, pelo simples fato de assistirem ao mesmo telejornal. Estão ligados, mesmo que distantes, quando, às 20h30 da noite, se sentam em frente à TV para assistirem ao noticiário. Durkheim (1996), assim, destaca o dinamismo das “categorias do pensamento humano.” Durkheim também afirma que essas categorias não são dadas a priori e não são universais na consciência, mas surgem ligadas aos fatos sociais. Segundo ele, as representações mudam de forma constante de acordo com o lugar e o tempo, se fazem se desfazem e se refazem. Diz que as categorias do pensamento humano são representações essencialmente coletivas: elas respondem de maneira pela qual são construídas e organizadas; de sua morfologia, de suas instituições religiosas, morais, econômicas, etc. O autor afirma que as representações coletivas influenciam as individuais:

As representações coletivas são o produto de uma imensa cooperação que se estende não apenas no espaço mas, no tempo também: para fazê-las, uma multiplicidade de espíritos diversos associaram, misturaram e combinaram suas ideias e seus sentimentos; longas séries de gerações acumularam aí sua experiência e sua sabedoria (DURKHEIM, 1996, p.158).

Outro ponto relevante da contribuição de Durkheim (1996) para a construção da Teoria das Representações Sociais de Moscovici é a abordagem que ele faz da linguagem:

É que, essa força pode ligar-se às palavras pronunciadas, aos gestos efetuados, tanto quanto a substâncias corporais; a voz e os movimentos podem servir-lhe de veículo, e por intermediário deles ela pode produzir os efeitos de que é capaz, sem que nenhum deus ou espírito colaborem (DURKHEIM, 1996, p.203).

Diz Durkheim (1996) que a linguagem e o sistema de conceitos que ela produz são o produto de uma elaboração coletiva. Para ele, o “conceito” é uma representação essencialmente impessoal; é através dele que as inteligências humanas se comunicam:

Ora, não há dúvida de que a linguagem e, portanto, o sistema de conceitos que ela traduz, é o produto de uma elaboração coletiva. O que ela exprime é a maneira como a sociedade em seu conjunto representa os objetos da experiência. As noções que correspondem aos diversos elementos da língua são, portanto, representações coletivas (DURKHEIM, 1996, p.482).

Durkheim (1996) enfatiza que o conceito, quando considerado coletivamente, torna-se verdadeiro; a tendência de se tornar coletivo, confere ao conceito credibilidade. Mas acrescenta que a grande maioria dos conceitos que utilizamos não é metodicamente constituída; são extraídos da linguagem, isso é, da experiência comum. Para ele, uma representação coletiva, por ser coletiva, já apresenta garantias de objetividade. Para Durkheim (1996), o que confere a confiança que os conceitos científicos inspiram é que eles podem ser metodicamente controlados:

Ora, uma representação coletiva está necessariamente submetida a um controle indefinidamente repetido: os homens que aderem a ela verificam por experiência própria. Ela não poderia, portanto, ser completamente inadequada ao seu objeto. Poderá exprimi-lo, certamente, com a ajuda de símbolos imperfeitos, mas os próprios símbolos científicos nunca são mais que aproximados (DURKHEIM, 1996, p.487).

Durkheim (1996) diz que o valor que damos à ciência vai depender da ideia que fazemos coletivamente de sua natureza e de seu papel na vida; ou melhor, ela manifesta um estado de opinião:

A opinião, coisa social por excelência, é, portanto uma fonte de autoridade, e pode-se mesmo perguntar se toda autoridade não é filha da opinião? Objetar-se-á que a ciência é com freqüência antagonista da opinião, cujos erros combate e retifica. Mas a ciência só pode ter êxito nessa tarefa se tiver suficiente autoridade e não pode obter essa autoridade a não ser da própria opinião (DURKHEIM, 1996, p.213).

Para o autor, os conceitos, mesmo quando construídos de acordo com todas as regras da ciência, estão longe de derivar toda a sua autoridade unicamente de seu valor objetivo. O autor conclui que não basta que sejam verdadeiros para que se creiam neles. Se os conceitos não estiverem em harmonia com as outras crenças, as outras opiniões, o conjunto das representações coletivas será negado:

Dizer que os conceitos exprimem a maneira como a sociedade representa as coisas é dizer também que o pensamento conceitual é contemporâneo da humanidade. Recusamo-nos, portanto, a ver nele o produto de uma cultura mais ou menos tardia. Um homem que não pensasse por conceitos não seria um homem, pois não seria um ser social. Reduzido aos meros perceptos individuais, ele não se distinguiria do animal (DURKHEIM, 1996, p.488).

Em síntese, Durkheim (1996) reconhece que, acima do indivíduo, existe a sociedade. E que, se a sociedade é algo de universal em relação ao indivíduo, ela própria não deixa de ser uma individualidade que tem sua fisionomia pessoal: ela é um sujeito particular, que, por conseguinte, particulariza o que pensa. Portanto, também as representações coletivas contêm elementos subjetivos e é necessário que elas sejam progressivamente depuradas para se parecer mais próxima das coisas. Durkheim (1996) diz que há dois mundos antagônicos do qual participamos igualmente: o mundo da matéria e dos sentidos e o mundo da razão pura e impessoal. Para responder por que esses dois mundos, que parecem tão contraditórios, não permanecem fora um do outro, Durkheim (1996) afirma:

Todo mistério desaparece a partir do momento em que se reconheceu que a razão impessoal é somente outro nome dado ao pensamento coletivo. Pois este só é possível através do agrupamento dos indivíduos; portanto, ele supõe os indivíduos, e os indivíduos por sua vez, o supõem, já que não podem se manter sem ser um grupo [...] Em uma palavra, há impessoal em nós porque há social em nós, e, como a vida social compreende ao mesmo tempo representações e práticas, essa impessoalidade estende-se naturalmente tanto às ideias quanto aos atos (DURKHEIM, 1996, p. 497).

Para o autor, a sociedade só é possível se os indivíduos e as coisas que a compõem são repartidos entre diferentes grupos; ou seja, classificados e se esses próprios grupos são classificados uns em relação aos outros: “A sociedade supõe, portanto, uma organização consciente de si que nada mais é que uma classificação” (1996, p. 498). Para ele, a partir do momento que se reconhece que a sociedade é um sistema de forças atuantes, uma nova maneira de explicar o homem se torna possível.

Moscovici (2009) afirma que a representação social é um tipo de conhecimento particular que tem como função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre os indivíduos:

Elas entram para o mundo comum e cotidiano em que nós habitamos e discutimos com nossos amigos e colegas e circulam na mídia que lemos e olhamos. Em síntese, as representações sustentadas pelas influências sociais da comunicação constituem as realidades de nossas vidas cotidianas e servem como principal meio para estabelecer as associações com as quais nós nos ligamos uns aos outros (MOSCOVICI, 2009, p.8).

E são essas representações, sustentadas pela comunicação, que nos interessam nesse trabalho. São as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional, que vamos categorizar, para entender melhor como o telejornal constrói a imagem de nosso Estado. Vamos construir uma relação entre as representações sociais e as influências comunicativas que são sutilmente perceptíveis na própria definição que o autor dá a representação social. Moscovici (2009) diz que é um sistema de valores, ideias e práticas que têm uma dupla função: primeiro, estabelecer uma ordem no mundo e controlá-lo (função que atribuímos aqui ao telejornalismo); em segundo, possibilitar que a comunicação seja possível entre os indivíduos de uma comunidade através de um código que tornará possível nomear e classificar os vários aspectos do mundo. (MOSCOVICI, 2009, p.21).

A Teoria de Moscovici investiga também como os indivíduos conseguem construir uma realidade estável em meio a tanta diversidade. Mais uma vez, podemos estabelecer o diálogo entre a teoria das representações sociais e o jornalismo/telejornalismo. Segundo Moscovici (2009), é essa ordenação das coisas do mundo que nos faz perguntar o porquê das coisas e como elas se apresentam. Segundo o teórico, o dito não é uma mera imagem, mas expressa um processo de pensamento, um imperativo – a necessidade de decodificar todos os signos que existem em nosso ambiente social que nós não podemos deixar só até que seu sentido não tenha sido localizado. Função mais uma vez também do jornalismo/telejornalismo, quando tenta explicar e interpretar os acontecimentos. Moscovici (2009) atribui às representações sociais duas funções:

- a) Convencionalizar os objetos, pessoas ou acontecimentos, localizando-os em uma determinada categoria, construindo uma espécie de modelo, partilhado por um grupo de pessoas: “Assim, nós passamos a afirmar que a terra é redonda; associamos comunismo com a cor vermelha, inflação com decréscimo do valor do dinheiro”

(2009, p. 34). Segundo Moscovici, mesmo quando uma pessoa ou objeto não se enquadram num modelo, nós tentamos encaixá-lo, forçando a assumir determinada categoria, para deixá-lo igual aos outros, sob a pena de não ser entendido, nem assimilado ou decodificado:

Nenhuma mente está livre dos efeitos de condicionamentos que lhe são impostos por suas representações, linguagem ou cultura. Nós pensamos através de uma linguagem; nós organizamos nossos pensamentos, de acordo com um sistema que está condicionado, tanto por nossas representações, como por nossa cultura (MOSCOVICI, 2009, p. 35).

Para o autor, não podemos imaginar como seria possível eliminar todas as convenções e preconceitos. Eles existem e vão estar sempre presentes. Segundo Moscovici (2009), melhor seria isolar as representações inerentes às pessoas e aos objetos e descobrir o que representam: “Entre elas estão às cidades em que habitamos os badulaques que usamos os transeuntes nas ruas e mesmo a natureza pura, sem poluição, que buscamos no campo ou em nosso jardim” (2009, p. 36).

b) Prescrever, através da tradição e das estruturas presentes, nos impondo com uma força irresistível, o que nós percebemos e imaginamos: “Essa força é uma combinação de uma estrutura que está presente antes mesmo de que nós comecemos a pensar e de uma tradição que decreta o que deve ser pensado” (MOSCOVICI, 2009, p. 36). O que o autor quer dizer é que, muitas vezes, o fato dado, já está inconscientemente elaborado. Para Moscovici (2009), uma criança nascida hoje, em qualquer país ocidental, encontrará na estrutura da psicanálise uma resposta pronta para quase todas as suas ações. Ele assegura que nós já nascemos com certas explicações prontas que nos levará de volta a nossa primeira infância ou a nossos desejos sexuais:

Nós mencionamos a psicanálise como uma representação. [...] Enquanto essas representações que são partilhadas por tantos, penetram e influenciam a mente de cada um, elas não são pensadas por eles; melhor, para sermos mais precisos, elas são re-pensadas, re-citadas e re-apresentadas (MOSCOVICI, 2009, p. 37).

Para Moscovici (2009), as representações são impostas sobre nós, são o produto de uma sequência de elaborações e mudanças que ocorrem no decurso do tempo e são o resultado de sucessivas gerações:

Todos os sistemas de classificação, todas as imagens e todas as descrições científicas, implicam um elo de prévios sistemas e imagens, uma estratificação

na memória coletiva e uma reprodução na linguagem que, invariavelmente, reflete um conhecimento anterior e que quebra as amarras da informação presente (MOSCOVICI, 2009, p.37).

Segundo Moscovici (2009), as representações são criadas no decurso da comunicação e da cooperação. Elas não são criadas por indivíduos isolados, mas, depois de criadas, diz o autor, elas ganham vida própria (2009, p. 41). O psicólogo social deixa claro que as representações que ele está interessado são as de nossa sociedade atual: “De nosso solo político, científico, humano, que nem sempre tem tempo suficiente para se sedimentar completamente para se tornarem tradições imutáveis” (2009, p. 48).

Moscovici (2009) diz que com a heterogeneidade e a flutuação dos sistemas unificadores tradicionais - as ciências, religiões e ideologias oficiais, houve uma necessidade de mudanças para que eles pudessem penetrar na vida cotidiana e que os meios de comunicação de massa aceleraram essa tendência. Eles aumentaram a necessidade de um elo entre nossas ciências e crenças puramente abstratas e nossas atividades concretas como indivíduos sociais. Nesse momento, no nosso entender, o papel do jornalismo, mais especificamente, do telejornalismo, contribui para, como afirma Moscovici (2009), a necessidade de reconstituir o “senso-comum”, ou seja, a forma de compreensão que cria o substrato das imagens e sentidos, sem a qual nenhuma coletividade pode operar:

Do mesmo modo, nossas coletividades hoje não poderiam funcionar se não se criassem representações sociais [...] E a característica específica dessas representações é precisamente a de que elas “corporificam ideias” em experiências coletivas e interações em comportamento (MOSCOVICI, 2009, p. 48).

Moscovici (2009) afirma que as representações sociais são fenômenos que precisam ser descritos e explicados. Fenômenos que estão relacionados com um modo bem específico de compreender e comunicar: “Um modo que cria tanto a realidade como o senso comum” (2009, p. 49).

Não seria o jornalismo/telejornalismo também um desses modos específicos que contribui para explicar a realidade e o senso comum, assim como as representações sociais constituem, para nós, um tipo de realidade? Esse é um ponto chave da nossa investigação; por isso, o nosso interesse em analisar as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional, como elas se apresentam e nos representam. Saber o lugar que as representações ocupam em nossa sociedade.

Segundo Moscovici (2009), anteriormente, esse lugar era determinado por uma esfera sagrada – digna de respeito e veneração - e uma esfera profana, onde são realizadas as

tarefas triviais. De acordo com Moscovici (2009) essa distinção foi abandonada e substituída por universos consensuais e reificados.

No universo consensual, o ser humano é a medida de todas as coisas. A sociedade é uma criação humana, visível, contínua: “Em um universo consensual, a sociedade é vista como um grupo de pessoas que são iguais e livres, cada um com possibilidade de falar em nome do grupo e sob seus auspícios” (MOSCOVICI, 2009, p. 50). Nos locais públicos de encontro, afirma Moscovici, todos podem expressar suas opiniões, seus pontos de vista e tal estado de coisas, diz ele, exige cumplicidade, isso é, convenções linguísticas: “Esses mundos são institucionalizados nos clubes, associações e bares de hoje, como eles foram nos “salões” e academias do passado. O que eles fazem prosperar é a arte declinante da conversação” (MOSCOVICI, 2009, p. 51).

Esses mundos institucionalizados, de que fala Moscovici, são também os mundos dos noticiários televisivos. O telejornal, como afirma Vizeu (2003), é a nova praça pública do mundo contemporâneo.

Mas uma vez nos arriscamos em afirmar que o telejornal também seria uma espécie de mundo institucionalizado, onde prospera a arte da conversação. Em relação às representações sociais, mantendo todo um complexo de ambigüidades e convenções, sem o qual a vida social não poderia existir: “Elas capacitam as pessoas a compartilhar um estoque implícito de imagens e de ideias que são consideradas certas e mutuamente aceitas” (MOSCOVICI, 2009, p. 51).

Toda pessoa que mantiver seus ouvidos fixos nos lugares onde as pessoas conversam, toda pessoa que lê entrevistas com alguma atenção, perceberá que a maioria das conversações se refere a profundos problemas “metafísicos” – nascimento, morte, injustiça, etc. – e sobre leis éticas da sociedade. Portanto, elas provêem um comentário permanente sobre os principais acontecimentos e características nacionais, científicas ou urbanas e são, por isso, o equivalente moderno do coro grego que, embora não esteja mais no palco histórico, permanece nas sacadas (MOSCOVICI, 2009, p. 51).

A relação aqui entre as representações sociais e o Jornal Nacional, fica ainda mais perceptível: coro grego, diz Moscovici (2009); praça pública, afirma Vizeu (2008); analogias, de alguma forma, com a própria função do telejornalismo, nos arriscamos a afirmar. As representações surgem no discurso dos apresentadores, nos assuntos e temas abordados, nas notícias selecionadas e exibidas no telejornal. Ela satisfaz a necessidade de comunicação, como diz Moscovici (2009) e, com isso, mantém e consolida o grupo.

No universo reificado, somente a competência adquirida determina o grau de participação na sociedade. Os membros possuem papéis diferentes, de acordo com o mérito. A diferença entre os universos consensuais e reificados são facilmente constatáveis, as ciências são os meios pelos quais nós compreendemos o universo reificado, enquanto as representações sociais tratam do universo consensual. Moscovici afirma que as representações sociais restauram a consciência coletiva, explicando os objetos e acontecimentos, tornando-os acessíveis a qualquer um (JAMES *apud* MOSCOVICI, 2009, p.53):

[...] a realidade prática, realidade para nós mesmos; e para se conseguir isso, um objeto deve não apenas aparecer, mas ele deve parecer tanto interessante como importante. O mundo, cujos objetos não sejam nem interessantes, nem importantes, nós o tratamos apenas negativamente, nós o rotulamos como irreal.

Uma das estratégias utilizadas na construção de um telejornal também não é fazer os objetos, as pessoas ou os acontecimentos parecerem importantes, interessantes? Deslocá-los da posição de simples fatos e destacá-los entre tantos outros? Tornar aparente o que estava escondido?

Moscovici (2009) diz que uma das principais funções das representações sociais é justamente esta: tornar familiar algo não-familiar. Para ele, todas as interações humanas, sejam elas entre duas pessoas ou entre dois grupos, pressupõem representações: “Sempre e em todo lugar, quando nós encontramos pessoas ou coisas e nos familiarizamos com elas, tais representações estão presentes” (2009, p.40).

As psicólogas Oliveira (2009) e Werba (2009) afirmam que a função de tornar familiar o não-familiar está na origem e na formação das representações sociais:

Este movimento que se processa internamente vem a serviço de nosso “bem estar”, pois tendemos a rejeitar o estranho, o diferente, enfim, tendemos a negar as novas informações, sensações e percepções que nos trazem desconforto (OLIVEIRA; WERBA, 2009, p. 108).

As autoras, assim como Moscovici (2009), asseguram que o não-familiar é, na maioria das vezes, criado no universo reificado das ciências e deve ser deslocado ou transferido para o universo consensual do nosso dia a dia:

Essa tarefa é, geralmente, realizada pelos divulgadores científicos, de todos os tipos, como jornalistas, comentaristas econômicos e políticos, professores, propagandistas, que têm nos meios de comunicação de massa um recurso fantástico (OLIVEIRA; WERBA, 2009, p.108).

Mais uma vez, constatamos o diálogo entre as representações sociais e a comunicação, destacando, como foi dito anteriormente, que os operadores de atualidade, objetividade, interpelação, leitura e didático, como defende Vizeu (2005) servem de recursos para a tradução do universo reificado para o universo do senso comum.

Jodelet (2001) defende um postulado fundamental no estudo das representações sociais: “o da interrelação, da correspondência, entre as formas de organização e de comunicação sociais e as modalidades do pensamento social, considerado sob o ângulo de suas categorias, de suas operações e de sua lógica” (2001, p. 29).

Jodelet (2001) argumenta que Moscovici (2009) insistiu na relação entre representações sociais e o papel das comunicações por pelos menos três razões: primeiro, por tratar-se de um objeto da Psicologia Social que contribui para a abordagem dos fenômenos cognitivos; segundo, porque a comunicação desempenha papel fundamental nas trocas e interações que criam o universo consensual; e, finalmente, remete a fenômenos de influência e de pertença sociais na elaboração dos sistemas intelectuais e suas formas (JODELET, 2001, p. 29-30). Diz a autora: “Assim, a comunicação social, sob aspecto interindividuais, institucionais e midiáticos, aparece como condição de possibilidade e de determinação das representações e do pensamento sociais” (2001, p. 30). Jodelet (2001) reafirma a importância primordial da comunicação nos fenômenos representativos:

Primeiro, ela é o vetor de transmissão da linguagem, portadora em si mesma de representações. Em seguida, ela incide sobre os aspectos estruturais e formais do pensamento social, à medida que engaja processos de interação social, influência, consenso ou dissenso e polêmica. Finalmente, ela contribui para forjar representações que, apoiadas numa energética social, são pertinentes para a vida prática e afetiva dos grupos. Energética e pertinência sociais que explicam, juntamente com o poder performático das palavras e dos discursos, a força com a qual as representações instauram versões da realidade, comuns e partilhadas (JODELET, 2001, p. 32).

Retomando a discussão de uma das principais funções das representações sociais, a de torna familiar o não-familiar, Moscovici (2009) apresenta dois processos básicos e geradores de representações sociais para assimilar o não-familiar: os processos de ancoragem e objetivação. Moscovici (2009) define de uma forma direta os dois processos:

O primeiro mecanismo tenta ancorar ideias estranhas reduzi-las a categorias e a imagens comuns, colocá-las em um contexto familiar. O objetivo do segundo mecanismo é objetivá-los, isto é, transformar algo abstrato em algo quase concreto, transferir o que está na mente em algo que exista no mundo físico (MOSCOVICI, 2009, p.60-61).

A ancoragem e a objetivação são também recursos utilizados pelos jornalistas ao tentar explicar ao público/telespectador os fenômenos estranhos e até inusitados que acontecem em nosso dia-a-dia. No último capítulo dessa dissertação, nos arriscamos em identificar quais as ancoragens e as objetivações que os profissionais responsáveis pela produção do Jornal Nacional aqui no Estado usam para construir a imagem de Pernambuco.

Para Moscovici (2009), ancorar seria classificar e dar nome a alguma coisa. Para as psicólogas Oliveira e Werba (2009), seria encontrar um lugar para encaixar o não-familiar:

É um movimento que implica, na maioria das vezes, em juízo de valor, pois, ao ancorarmos, classificamos uma pessoa, ideia ou objeto e com isso já o situamos dentro de alguma categoria que historicamente comporta esta dimensão valorativa (OLIVEIRA; WERBA, 2009, p. 108).

Oliveira e Werba (2009) comentam que, quando algo não se encaixa em um modelo conhecido, nossa tendência é forçá-lo a assumir determinada forma, entrar em alguma categoria: “Este processo é fundamental em nossa vida cotidiana, pois nos auxilia a enfrentar as dificuldades de compreensão ou conceituação de determinados fenômenos” (2009, p. 109). Mas isso não seria o que faz o jornalismo/telejornalismo quando alguns pesquisadores afirmam que uma das suas funções é reduzir a complexidade nas sociedades contemporâneas? Não estamos, a todo o momento, enquadrando os fatos e acontecimentos em determinadas categorias para entendê-los melhor? Vizeu (2008) defende a ideia de que a informação, o esclarecimento e a explicação sobre o mundo que nos cerca contribui para a redução da complexidade:

O telejornalismo ao interpretar a realidade social contribuiria para tornar o mundo mais compreensível para homens e mulheres. [...] Por isso, que nas suas práticas diárias no processo de redução da complexidade a preocupação em buscar um jornalismo crítico deve ser uma preocupação constante dos jornalistas. No processo de produção das notícias as informações essenciais não podem ser suprimidas. As notícias devem trazer detalhes básicos para que possam ser compreendidas. As várias faces de um acontecimento devem ser apresentadas (VIZEU, 2008, p. 6).

Vizeu (2008) afirma que, dentro desse processo de redução da complexidade, o jornalismo aciona determinadas funções que servem como suporte: a função exotérica, a pedagógica e a de familiarização, que já foram de alguma forma, detalhadas no capítulo 1, no item 1.1, mas que exemplificaremos aqui com alguns exemplos.

A função exotérica seria aquela que o jornalista se preocupa em tornar a linguagem, termos e expressões de algum campo específico, muitas vezes herméticos, mais

compreensível para a maioria das pessoas. Veja o que diz sobre o assunto, o editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional:

O nível de detalhamento que o Jornal Nacional oferecerá aos espectadores dependerá da complexidade do assunto tratado e da familiaridade que nós imaginamos que aquele determinado espectador tenha com o tema. Quanto mais distante uma notícia for do universo do nosso espectador médio, mais necessário será um detalhamento maior na apresentação dos fatos (BONNER, 2009, p. 215).

Exemplos das funções exotéricas, pedagógicas e de familiaridade podem ser facilmente encontrados nas edições do Jornal Nacional. Tomaremos como exemplo a função pedagógica, muitas vezes utilizada pelos jornalistas para reduzir a complexidade da notícia. Uma reportagem do Jornal Nacional explicou didaticamente como o consumidor podia pedir reembolso, se desistisse de viajar de ônibus. Na matéria, o repórter alertou os consumidores de que a empresa de ônibus era obrigada, por Lei Federal, a colocar a informação nos guichês; e, se não o fizesse, poderia ser multada. De acordo com a reportagem, o aposentado João Bosco Alves gostou de saber sobre os seus direitos e disse: “Vou ficar de olho. Se acontecer comigo, vou atrás dos meus direitos”²

Então, retomando a função da ancoragem, Moscovici (2009) diz que seria um processo que transforma algo estranho e perturbador que nos intriga, em nosso sistema particular de categorias e o compara com um paradigma de uma que nós pensamos ser apropriada. É o que fazemos, ao final dessa pesquisa, quando analisamos as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional. Como diz Moscovici (2009), classificar o que é inclassificável, pelo fato de dar nome ao que não tinha, tornando-nos capazes de representá-lo. “De fato, representação é, fundamentalmente, um sistema de classificação e de denotação, de alocação de categorias e nomes” (2009, p. 61-62).

Resumindo, para Moscovici (2009) classificar e dar nomes não são apenas maneiras de rotular pessoas ou objetos. O objetivo principal da classificação seria facilitar a interpretação, a compreensão, a intenção e os motivos que existiriam nas ações das pessoas para formar opiniões:

² Jornal Nacional, edição de 16 de julho de 2011

Nós os fabricamos com esta finalidade, na medida em que os sentidos emergem; nós os tornamos tangíveis e visíveis e semelhantes às ideias e seres que nós já integramos e com os quais nós estamos familiarizados (MOSCOVICI, 2009, p. 70).

De acordo com Moscovici (2009), o outro processo que gera as representações sociais é a objetivação, que, segundo ele, une a ideia de não-familiaridade com a de realidade: “[...] objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma ideia ou ser impreciso; é reproduzir um conceito em uma imagem. Comparar é já representar, encher o que está naturalmente vazio, com substância” (2009, p. 72).

Oliveira e Werba (2009) definem a objetivação como um processo pelo qual procuramos tornar concreto, visível, uma realidade: “A imagem deixa de ser um signo e passa a ser uma cópia da realidade” (2009, p. 109). Ao definir a objetivação, Moscovici (2009) faz uma analogia com a religião; por exemplo: ao chamar de “pai” a “Deus”, está-se objetivando uma imagem jamais visualizada (Deus) para uma imagem conhecida (pai), facilitando, assim, a ideia do que seja o próprio “Deus”.

Para Kluge (2000), a objetivação e a ancoragem são formas específicas de mediação social das representações sociais, que elevam para um nível “material” a produção simbólica de uma comunidade (KLUGE, 2000, p. 81).

Jodelet (2001) compreende que a representação social preenche certas funções na manutenção da identidade social. Mas, quando a novidade põe em risco valores e modelos de pensamento, recorre a um trabalho de ancoragem, com o objetivo de torná-la familiar e transformá-la no universo de pensamento preexistente:

A ancoragem serve para a instrumentalização do saber, conferindo-lhe um valor funcional para a interpretação e a gestão do ambiente. Assim, dá continuidade à objetivação. A naturalização das noções lhes dá valor de realidades concretas, diretamente legíveis e utilizáveis na ação sobre o mundo e os outros (JODELET, 2001, p. 39).

Para Jodelet (2001), esses processos permitem que nos aproximemos das representações em diferentes níveis de complexidade. Desde a palavra até a teoria, que serve de versão do real: “Desde os conceitos ou categorias até operações de pensamento, que os relacionam, e à lógica natural, característica de um pensamento orientado à comunicação e à

ação” (JODELET, 2001, p. 39). Sintetizando, Jodelet confere ao caráter, ao mesmo tempo concreto e abstrato das representações sociais, um estatuto misto de fenômeno percebido e de conceito, ligado ao fato de que o pensamento social remete a eventos concretos da prática social. Deve, para ser comunicado, permanecer vivo na sociedade, ser um pensamento em imagem.

3.2 Jornal Nacional: uma comunidade imaginada

Há 42 anos, os apresentadores Hilton Gomes e Cid Moreira abriram a primeira edição do Jornal Nacional anunciando: "O Jornal Nacional, da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste momento: imagem e som de todo o país". Na despedida, Cid Moreira falou: "É o Brasil ao vivo aí na sua casa. Boa noite"³.

Foram com essas palavras que teve início, em 1969, o primeiro programa em rede nacional, gerado do Rio de Janeiro, que se tornou, logo depois, o mais popular e o mais visto telejornal da TV brasileira. De acordo com pesquisa realizada em 2010, pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), o Jornal Nacional continua sendo o telejornal de maior audiência do país até hoje, com média/dia de 29,8 pontos, que representa 60 mil domicílios ligados, na Grande São Paulo e 49,3% de *share* (que corresponde ao número de aparelhos de TVs ligados) (Fonte: site R7 entretenimento).

Segundo pesquisa encomendada pelo IBOPE e divulgada no site da Direção Geral de Comercialização da Globo - DGC, em relação à cidade mais populosa do país, a televisão faz parte do cotidiano dos paulistanos como nenhum outro meio de comunicação. Os dados apontam que o aparelho de TV é o segundo eletrodoméstico mais presente no lar dos brasileiros, só perdendo para o fogão. A pesquisa também mostra que em São Paulo, a programação do canal 5, que transmite a TV Globo, é acompanhada por 5,8 milhões de domicílios com TV. Achamos importante destacar que São Paulo é a cidade mais populosa do Hemisfério Sul, superando países como Bélgica, Suécia ou ainda a soma de Portugal e Hong Kong.

De acordo ainda com as informações do site da Direção Geral de Comercialização da Globo - DGC, a emissora também é líder de audiência no Rio de Janeiro, no Distrito Federal, em Minas e no Nordeste do Brasil. Em Pernambuco, a emissora está presente em 184 dos 185 municípios através da TV Globo Recife; da TV Asa Branca, em Caruaru; e da TV Grande Rio, em Petrolina. O Estado tem uma população de 8.847.374 habitantes; destes, 1.393.719 possuem televisão. Todas as estimativas foram feitas pelo IBOPE, em fevereiro de 2011, por solicitação da Comissão ABAP - redes e foram retirados do site da Direção Geral de Comercialização da Globo – DGC.

Então, como pensar a relação entre o Jornal Nacional e a nação brasileira? Qual a ideia de comunidade nacional narrada no telejornal? Vamos tentar entender como se dá essa

³ SQUIRRA, Sebastião. **Boris Casoy**: o âncora no telejornalismo, Petrópolis: Vozes, 1993.

representação, saber como são as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional. Mas antes, precisamos nos aprofundar em dois conceitos que achamos bastante pertinentes a nossa investigação: o de comunidade e o de identidade nacional.

No texto “A televisão brasileira”, o pesquisador Dominique Wolton (1996) afirma que o fenômeno televisivo no Brasil constitui um poderoso fator de integração social e que a Rede Globo é um dos símbolos da identidade brasileira:

Essa televisão não poderia ter tal audiência se estivesse defasada em relação às expectativas dos brasileiros. Apesar de sua lógica financeira implacável, o seu sucesso provém, também, do fato de ter conseguido, em trinta anos, tornar-se ao mesmo tempo espelho e parte do ideal brasileiro. [...] De fato, a Globo coloca-se como uma indústria, um instrumento de modernização e integração e um fator de identidade nacional. Ela é um instrumento de cultura de massa numa sociedade hierarquizada. Se o seu objetivo não é modificar as estruturas sociais, é, pelo menos, saber apreendê-las e acompanhá-las. Aí encontramos de imediato o papel de laço social da televisão (WOLTON, 1996, p.159-160).

Para Wolton, as telenovelas brasileiras também fortalecem a ideia do papel de laço social exercido pela televisão. Explicando mais apropriadamente:

Todos conversam sobre as novelas, o que mostra à perfeição a tese do laço social que é a televisão. Mas não é só a realidade que inspira as novelas; são também as novelas que influenciam a realidade por uma espécie de ida e volta entre ficção e a realidade, talvez única no mundo (WOLTON, 1996, p. 163).

Perspectiva que também pode ser aplicada ao telejornalismo e reforçada quando estabelecemos o diálogo com as ideias de Anderson (2008) sobre a origem, expansão e conceituação do Nacionalismo, quando define a nação como uma comunidade política imaginada:

Ela é imaginada porque mesmo os membros da mais minúscula das nações jamais conhecerão, encontrarão, ou sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, embora todos tenham em mente a imagem viva da comunhão entre eles (ANDERSON, 2008, p.32).

Anderson (2008) vai além do seu conceito abstrato de nação quando diz que, independentemente de situações de desigualdade e exploração, a nação sempre será concebida como “uma profunda camaradagem horizontal”. E é por essa fraternidade, destaca ele, que,

nos dois últimos séculos, milhões de pessoas estiveram dispostas a matar e morrer por essas criações imaginárias ilimitadas.

Para Anderson (2008), se o desenvolvimento da imprensa, enquanto mercadoria, facilitou o surgimento de novas ideias simultâneas, um dos fatores mais determinantes. Segundo ele, o fator de consciência de nação se tornar tão popular nessas comunidades foi o capitalismo:

[...] a convergência do capitalismo e da tecnologia de imprensa sobre a fatal diversidade da linguagem humana criou a possibilidade de uma nova forma de comunidade imaginada, a qual, em sua morfologia básica, montou o cenário para a nação moderna (ANDERSON, 2008, p. 82)

Dessa forma, o autor atribui à criação da língua impressa as bases para a consciência nacional:

O que tornou possível imaginar as novas comunidades, num sentido positivo, foi uma interação mais ou menos casual, porém explosiva, entre um modo de produção e de relações de produção (o capitalismo), uma tecnologia de comunicação (a imprensa) e a fatalidade da diversidade linguística humana (ANDERSON, 2008, p.78).

Assim como Benedict Anderson, outro pesquisador importante para a identificação e entendimento de conceitos como identidade e nação, Hall (2006) distinguiu três concepções diferentes de identidade:

- a) A do sujeito do Iluminismo;
- b) A do sujeito sociológico; e
- c) A do sujeito pós-moderno.

No sujeito do Iluminismo, o centro essencial do eu era a identidade de uma pessoa. Era um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão. Fica clara a concepção “individualista” do sujeito e de sua identidade.

O sujeito sociológico, segundo Hall (2006), refletia a crescente complexidade do mundo moderno e tinha a consciência que o sujeito era formado na relação com “outras pessoas importantes para ele”: “A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o

espaço entre o “interior” e o “exterior” – entre o mundo pessoal e o mundo público” (HALL, 2006, p. 11). Dito de outra forma, a identidade costura o sujeito à estrutura.

Segundo Hall, o sujeito pós-moderno seria o indivíduo que perde essa noção de identidade unificada e estável, tornando-se fragmentado:

A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (HALL, 1987, p.12-13).

Também para Hall (2006), à medida que os sistemas de significação e representação se multiplicam de forma cada vez mais acelerada, acabamos sendo confrontados por uma multiplicidade estonteante de identidades possíveis.

O argumento, utilizado por Hall (2006) em suas reflexões sobre as identidades nacionais, é a de que elas não são coisas com as quais nós nascemos, mas sim que seriam formadas e transformadas a partir de um sistema de representação:

[...] a nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos – um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos/ãs legais de uma nação: elas participam da ideia da nação tal como representada em sua cultura nacional (HALL, 2006, p. 49).

De alguma forma, Anderson (2008) e Hall (2006) comungam da mesma ideia de nação como representação, criada através de padrões de alfabetização universais e generalizada por uma única língua criando um meio de comunicação dominante.

Para Hall (2006), as culturas nacionais são compostas de instituições, símbolos e representações. Ele afirma que uma cultura nacional é um discurso. Ou seja, um modo de construir sentidos; sentidos com os quais podemos nos identificar. Para Anderson (2008) “a identidade nacional é uma comunidade imaginada”, e o que diferencia uma nação de outra é a forma diferente de como elas são imaginadas.

Mas como é imaginada a nação moderna? Quais são as representações que dominam as identificações e define as identidades de um povo? Hall questiona isso, estabelecendo cinco abordagens principais para responder às duas questões:

- Em primeiro lugar, diz Hall, existe uma narrativa da nação. São as histórias de um povo que são contadas e recontadas na literatura nacional, na mídia e na cultura popular.

- Em segundo lugar, a ênfase estaria nas origens, na continuidade, na tradição e na intemporalidade.
- A terceira estratégia discursiva seria constituída por aquilo que Hobsbawm e Ranger chamaram de *tradição inventada*:

Tradição inventada significa um conjunto de práticas [...], de natureza ritual ou simbólica, que buscam inculcar certos valores e normas de comportamentos através da repetição, a qual, automaticamente, implica continuidade com um passado histórico adequado (HALL, 2006, p. 54).

- A quarta narrativa da cultura nacional seria chamada de mito fundacional: uma estória que localiza a origem de uma nação num passado muito distante, perdido não num tempo “real”, mas num tempo “mítico”;
- Na quinta abordagem, Hall propõe que a identidade nacional seria simbolicamente baseada na ideia de um povo ou *folk* puro, original.

Hall (2006) deixa claro o argumento de que a identidade está profundamente envolvida no processo de representação. E representação, para Hall, de uma forma geral e simplificada, significa usar a linguagem para dizer algo com sentido sobre alguma coisa ou para representar, de maneira significativa o mundo a outras pessoas. Em nossa opinião, o que faz a todo o momento o jornalismo/telejornalismo. Representação seria então uma parte essencial do processo, mediante o qual se produz o sentido e se faz o intercâmbio entre os membros de uma cultura, implicando no uso da linguagem, dos signos e das imagens que representam coisas.

Num diálogo possível entre a representação de Hall (2006) e a Teoria das Representações Sociais, aplicadas às análises de nosso objeto de estudo, faz-se necessário lembrar o que diz o psicólogo social:

A representação social surge onde há perigo para a identidade coletiva, quando a comunicação de conhecimentos submerge as regras que a sociedade se outorgou. A objetivação minimiza o problema ao integrar as teorias abstratas de um grupo especializado em elementos do meio ambiente geral. Da mesma maneira se dá com a ancoragem que transforma a ciência num saber útil para todos (MOSCOVICI, 1978, p. 174).

Para Moscovici (2009), a cultura, não a ciência, nos incita hoje e cada vez mais, a construir realidades a partir de ideias significantes. O objetivo, do ponto de vista da sociedade,

seria então o de se apropriar e transformar em características comuns o que geralmente pertencia a um campo ou esfera específica: “Sem representações, sem a metamorfose das palavras em objetos, é absolutamente impossível existir alguma transferência” (2009, p.75). Desse modo, a importância da fala, da palavra, da linguagem como forma de representação destacada em Hall (2006), também está contida nas representações sociais que defende Moscovici:

Para se ter uma ideia mais clara das consequências de nossa tendência em objetivar, poderíamos analisar fenômenos sociais tão diferentes como a adoração de um herói, a personificação das nações, raças, classes, etc. Cada caso implica uma representação social que transforma palavras em carne, ideias em poderes naturais, nações ou linguagens humanas em uma linguagem de coisas.[...] Nossas representações, pois, tornam o não-familiar em algo familiar. O que é uma maneira diferente de dizer que elas dependem da memória (MOSCOVICI, 2009, p. 78).

Segundo o autor, a ancoragem e a objetivação são maneiras também de lidar com a memória:

A primeira mantém a memória em movimento e a memória é dirigida para dentro, está sempre colocando e tirando objetos, pessoas e acontecimentos, que ela classifica de acordo com um tipo e os rotula com um nome. A segunda, sendo mais ou menos direcionada para fora (para outros), tira daí conceitos e imagens para juntá-los e reproduzi-los no mundo exterior, para fazer as coisas conhecidas a partir do que já é conhecido (MOSCOVICI, 2009, p. 78).

Se, transformar o não-familiar em algo familiar é o que busca as representações sociais, ao fazer uma relação direta com o nosso objeto de estudo, arriscamos dizer que, o telejornalismo, de alguma maneira, para integrar os seus telespectadores, transforma o que é estranho (não-familiar), inexplicável, ao não-estranho (familiar) e explicável.

Quando o telejornalismo, funciona hoje, de certa forma, como a grande *praça pública* do país, tese defendida por Vizeu (2003) e o espaço onde se fortalecem as ideias de laço social e de poderoso fator de integração social, como afirma Wolton (1996), o Jornal Nacional, passa a constituir uma forte representação do povo brasileiro.

Corroborando essa assertiva, Coutinho e Guimarães (2008), no artigo *A representação do povo brasileiro no Jornal Nacional*, defendem que a cultura da mídia, nos seus diversos produtos, contribui na identificação dos brasileiros como membros da família nacional:

A cultura da mídia articula-se cotidianamente com o contexto sócio-histórico no qual está inserida, de forma a legitimar ou contestar ideologias, pensamentos, construções simbólicas, imaginários. Nessa perspectiva poderíamos entender que

os textos midiáticos contribuem para a construção do senso de pertença a uma comunidade nacional, bem como são estratégicos na legitimação ou transformação da memória coletiva que integra a identidade de uma nação (COUTINHO; GUIMARÃES, 2008, p. 2).

Quando discute a questão da identidade, Coutinho (2007) estabelece relações entre imagem, memória e representação. Para a autora, as imagens não são criadas de forma gratuita; elas são produzidas com fins específicos e, quando contextualizadas como mediadoras entre o real ou a realidade e o espectador, funcionam como representações concretas do mundo. Diz Coutinho (2007):

Uma imagem que represente um dado objeto, seja tal imagem uma fotografia ou um fragmento de vídeo, sempre se estabelecerá a partir das mesmas convenções. As diferenças que viermos a estabelecer entre representações tão diferentes serão sempre contingenciadas por nossa cultura (COUTINHO, 2007, p. 108).

Sendo o telejornalismo, mais propriamente o Jornal Nacional, um importante fragmento da cultura da mídia, como afirma Coutinho (2008), procurar entendê-lo, em nossa opinião, ajudará a compreender um pouco mais como é formada a identidade da nação brasileira. Segundo a pesquisadora e jornalista Becker (2006), o telejornalismo brasileiro também possui importante papel na construção simbólica da ideia de coletividade e comunidade nacional:

[...] territórios simbólicos, integradores e singulares de experiência coletiva de realidade, de formação e expressão da política, acessível à maioria da população, que refletem e influenciam as construções das identidades nacionais (BECKER, 2006, p.20).

Para Becker (2006), a função do telejornal é narrar, dar conta dos fatos sociais, ao mesmo tempo em que ordena e reordena a experiência social do cidadão nas comunidades (2006, p.22). Ideia também defendida por Vizeu (2008), quando fala que o jornalismo/telejornalismo ajuda de alguma forma a organizar o mundo, evitando o caos.

Quando o Jornal Nacional “narra” os acontecimentos e fatos diários da nação, e se propõe a ter por objetivo: “Mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, com isenção, pluralidade, clareza e correção” (BONNER, 2009, p. 17), o telejornal está, de alguma forma, tentando pôr ordem na sucessão de fatos e acontecimentos, possibilitando, mesmo que de um ângulo regido pelos interesses da própria emissora, a Rede Globo, a construção da história de nossa nação.

O Jornal Nacional está contribuindo, em nosso entendimento, para a formação de uma “comunidade imaginada”; imaginada, nos apropriando do conceito de Anderson (2008), porque todos os membros nunca se encontrarão e nunca ouvirão falar da maioria um dos outros. Mas, mesmo sem nunca se conhecerem, saberão que estarão ligados nas mesmas mensagens midiáticas, via telejornal, via televisão, que nos permitirão, mesmo estando sós, fazer parte de uma mesma nação, de uma mesma comunidade.

Assistir ao Jornal Nacional, simultaneamente a milhões de pessoas que faz isso todos os dias, todas as noites, seria então participar de uma “cerimônia de massa” de que fala Anderson (2008), quando se refere a uma “comunidade imaginada” que compartilha, através da leitura de um jornal (ou assistindo a um telejornal), de uma espécie de comunhão anônima de uma mesma identidade nacional:

[...] Hegel observou que os jornais são, para o homem moderno, um substituto das orações matinais – é paradoxal. Ela é realizada no silêncio da privacidade, nos escaninhos do cérebro. E, no entanto cada participante dessa cerimônia tem clara consciência de que ela está sendo repetida simultaneamente por milhares (ou milhões) de pessoas cuja existência lhe é indubitável, mas cuja identidade lhe é totalmente desconhecida (ANDERSON, 2008, p. 68).

E ainda, diz Anderson:

Ao mesmo tempo, o leitor de jornais, vendo réplicas exatas de seu jornal sendo consumidos no metrô, no barbeiro ou no bairro em que mora, reassegura-se continuamente das raízes do mundo imaginado na vida cotidiana (ANDERSON, 2008, p. 68).

3.3 Representações sociais e o Jornal Nacional: fragmentos digitais

Baseada na pesquisa de campo para esta dissertação, realizada na redação da TV Globo Recife, em julho de 2011, sobre as rotinas dos jornalistas envolvidos na produção do Jornal Nacional, observamos que a prática de utilizar as imagens enviadas pelos telespectadores na edição do telejornal começa a se consolidar. Os profissionais entrevistados destacaram a importância, mesmo que ainda incipiente, da participação do público, que cada vez mais se vê como um coparticipante da produção do telejornal. Segundo a diretora de jornalismo da TV Globo Recife: *“O telespectador se sente parte daquilo que vai ao ar e não simplesmente só sendo um receptor da história”* (DIRETORA DE JORNALISMO, 2011, informação verbal). Essa colaboração é, em nosso olhar, mais uma possibilidade de representação de um público/telespectador, que agora reivindica estar presente, mesmo que seja através do que muitos pesquisadores denominam de “fragmentos digitais”.

Vamos descrever o que disseram os jornalistas envolvidos na produção do Jornal Nacional no Recife sobre a inclusão das novas ferramentas digitais na edição do telejornal e analisar como se dá a colaboração do telespectador. Antes disso, porém, achamos importante voltar um pouco no tempo e traçarmos algumas considerações sobre o chamado “Padrão Globo de Qualidade”, que, como veremos, era marcado por rígidas normas de conduta quanto à interferência do público nos programas produzidos pela emissora.

As mudanças, com a inclusão das mídias digitais na edição do Jornal Nacional, em nosso entender, foram provocadas para se adequar a uma nova realidade, a uma era de novas tecnologias e demandas, de um público/telespectador cada vez mais exigente e disperso. Para Cannito (2010), em suas pesquisas sobre a televisão digital, o momento atual se configura como uma verdadeira revolução na história das mídias: *“Surge assim, uma nova possibilidade: a convergência de mídias, uma revolução sem precedentes, que é a verdadeira chave para entender a televisão do futuro”* (2010, p. 15).

Há 11 anos, os jornalistas Borelli e Priolli (2000) publicaram o livro **A Deusa Ferida**: por que a Globo não é mais campeã absoluta de audiência, em que afirmavam que o “Padrão Globo de Qualidade” teria surgido como uma estratégia de mercado:

O diferencial implementado pela TV Globo para a consolidação de seu padrão de qualidade não começa nos anos 70, mas uma década antes, com sua associação, em 1962, com o grupo norte-americano Time-Life. [...] Para além dos benefícios financeiros, o principal saldo trazido com essa associação foi de ordem técnica e administrativa. De fato, o grupo Time-Life introduziu no Brasil uma nova mentalidade no fazer televisão. [...] A TV Globo colocou a sua frente um grupo de homens que mantinham relações estreitas com o mercado. [...] Nesse sentido, um programa televisivo e uma marca de macarrão se igualavam do ponto de vista comercial; ambos, portanto, deveriam gerar lucro (BORELLI; PRIOLLI, 2000, p. 79-80).

Borelli e Priolli (2000) destacaram algumas estratégias e inovações utilizadas na inauguração da emissora, em 1965, que consolidaram o modelo de sucesso:

- a) A ideia da telenovela como âncora da programação;
- b) A idealização do Jornal Nacional e a disposição do telejornal entre duas novelas;
- c) A consolidação de uma TV voltada para um sistema em rede de alcance nacional; e
- d) A subordinação das estações de repetição e emissoras afiliadas à central do Rio de Janeiro.

Para os pesquisadores, além das estratégias acima, uma das novidades que mais deu sustentação à construção do “Padrão Globo de Qualidade” foi a ousadia comercial da emissora. Sob o comando de Walter Clark, revolucionou-se o sistema de vendas de seus produtos, com o fim do modelo de patrocinador único:

Antes, os patrocinadores interferiam nos roteiros e na contratação dos artistas, o que tornava impossível aos profissionais da emissora de criar uma programação homogênea, sonho de qualquer indústria cultural (BORELLI ; PRIOLLI, 2000, p. 80).

A construção de uma programação homogênea possibilitou a implantação de dois conceitos-chave, a “horizontalidade” e a “verticalidade”, que segundo Borelli e Priolli revolucionaram também a relação entre telespectadores e televisão:

A horizontalidade é a colocação de um programa ao longo da semana ou do mês, em um mesmo horário; e, a verticalidade se traduz por uma sequência ao longo do dia que vai sendo repetida semana a semana, mês a mês (2000, p. 81).

A transformação e o impacto na sociedade foram tão significativos que Borelli e Priolli (2000) não hesitaram em afirmar que foi a partir dessa época que no Brasil se consolidaria o hábito de assistir televisão: “O espectador passa a adquirir o costume de todo o dia, numa determinada hora, ligar a tevê para assistir a seu programa favorito” (2000, p. 81).

Borelli e Priolli (2000) também ressaltaram que o investimento em tecnologia de ponta foi um dos fatores que proporcionou a TV Globo se tornasse a emissora mais importante do País: “[...] a parceria com o grupo *Time-Life* significou um avanço também do ponto de vista técnico [...]; treinamento de pessoal e a importação de um modelo já consolidado pela televisão americana” (2000, p. 82). Somando-se a isso, Borelli e Priolli ainda destacavam outros elementos na construção de um “Padrão Globo de Qualidade”. Segundo eles: “Um visual limpo, uma tecnologia que possibilitava uma imagem nítida, uma estética limpa que proíbe o improvisado, elimina o mau gosto, limpa de qualquer ruído tanto estético quanto político” (2000, p. 86). A preocupação com a perfeição era tanta que os programas ao vivo eram cada vez menos frequentes: “A marca de impessoalidade dos apresentadores de telejornais da Globo corroborava a meta de evitar erros ou opiniões que pudessem, de alguma forma, criar manchas nessa estética limpa”(2000, p. 86).

De acordo com Borelli e Priolli (2000), o contexto político da época, com a subida dos militares ao poder, a partir de 1964, também foi um fator que beneficiou a emissora. E como os militares tinham o interesse de promover uma integração nacional, divulgando sua ideologia de norte ao sul do País, investiram e apostaram nos meios de comunicação, principalmente na televisão, para cumprir a tarefa. A TV Globo foi o canal mais fácil.

Segundo os autores, o processo de regionalização da grade de produção da TV Globo não foi assim tão fácil. Com um rígido padrão de qualidade a ser seguido, mudanças radicais não eram simples de serem aplicadas: “A reposta da TV Globo para a questão da regionalização limita-se, nos anos 1980, à introdução de temáticas regionais em suas novelas” (2000, p. 88). O telejornalismo da TV Globo só começa a se regionalizar a partir dos anos 1990, com os telejornais denominados “Praça TV” (2000, p. 88).

O contexto econômico, com a implantação do Plano Real em 1986, beneficiou as empresas de comunicação: “Houve nesse período, o barateamento progressivo da tecnologia voltada para as televisões, principalmente quanto a computadores, que se tornaram essenciais

para a qualidade de imagens, e de um padrão visual” (BORELLI ; PRIOLLI, 2000, p. 89). A TV Globo investiu pesado nas inovações tecnológicas. No início dos anos 1980, a emissora já utilizava os recursos de computação gráfica para a criação de vinhetas e aberturas de programas; depois, começou a transmitir, via satélite, substituindo o sistema de transmissão via Embratel: “No começo da década de 1990, com as sucessivas melhoras do sistema via satélite, a Globo já havia alcançado a marca de cobertura de 99,9% do território nacional” (2000, p. 89). E os investimentos tecnológicos continuaram com a inauguração do Projeto Jacarepaguá, o PROJAC, em 1994, no Rio de Janeiro, idealizado por Roberto Marinho, o maior centro de produção da América Latina; com a transformação das imagens digitalizadas e controladas por um computador, em substituição ao sistema de fitas de vídeo, em 1999; e, no mesmo ano, com a inauguração, em São Paulo, de seus novos estúdios de telejornalismo.

Mas, para Borelli e Priolli, o mesmo padrão rígido de qualidade, que fez da TV Globo a maior e mais importante televisão brasileira, paradoxalmente também se tornou um obstáculo para a manutenção de sua hegemonia: “O cenário social, político e econômico de nossos dias é bastante distinto daquele em que a Globo construiu o seu padrão de qualidade” (2000, p.91).

Para se adaptar às mudanças que o novo mundo das tecnologias digitais exigia, a mais poderosa emissora de televisão do país teve de flexibilizar, de abrir mão do seu antigo “Padrão Globo de Qualidade”. Apostamos na ideia de que a TV Globo está, a cada dia, se rendendo às exigências de um mundo “governado cada vez mais pelas redes digitais de comunicação”, como afirma Vilches (2003). Em seu livro **A deusa ferida** (2000), os autores já identificavam o início dessas mudanças e anunciavam em seu posfácio:

Assim ainda que continue líder, a Globo tem fartos motivos para se inquietar. Tem perdido audiência constantemente ao longo da última década. Vários fatores explicam esse quadro de instabilidade: o desgaste inerente ao próprio padrão de qualidade e ao modelo *prime-time*, a concorrência de outras emissoras de canais abertos e da TV paga, a criação e a consolidação de novos hábitos, expectativas e relações assumidas no dia-a-dia pelos receptores e o impacto sociocultural das novas tecnologias (BORELLI; PRIOLLI, 2000).

E são os impactos socioculturais e econômicos, gerados pelo surgimento de novas tecnologias, a consolidação de novos hábitos e expectativas dos telespectadores e as novas relações assumidas com o seu público, que, aos poucos, foram mudando o “padrão globo de

qualidade” de se fazer jornalismo. Como mudaram também, em nossa opinião, a maneira como os telejornais passaram a representar a nação, a comunidade.

Segundo a diretora de jornalismo da TV Globo Recife, toda novidade tem certa resistência no começo:

O papel do jornalista é qualificar, melhorar a informação; e nenhuma outra pessoa seria mais bem preparada para isso que o próprio profissional de comunicação. Nesse momento, as novas tecnologias não foram mais uma ameaça e passaram a ser vistas como uma grande contribuição e não como uma interferência no trabalho do jornalista (DIRETORA DE JORNALISMO, 2011, informação verbal).

Sobre as mudanças no “padrão globo”, a diretora de jornalismo da TV Globo Recife afirma:

Hoje, os apresentadores do Jornal Nacional agem de uma maneira mais informal. É menos texto, mais conversa. As reportagens são muito mais humanas. As entradas ao vivo, hoje, não têm mais palavra escrita. São conversas, apenas informação. Estamos tornando tudo mais natural, nos aproximando do público. Nós temos que estar sempre um passo à frente da concorrência; esse é o nosso diferencial. Eu acho que ainda tem um longo caminho a ser percorrido. As mudanças no Jornal Nacional são lentas, em função da grande quantidade de gente que ele atinge (DIRETORA DE JORNALISMO, 2011, informação verbal).

Sobre as mudanças no Jornal Nacional, afirma a repórter 1:

As imagens digitais enriquecem a matéria; o internauta mostra o flagrante. Está em todo lugar, dá sugestão, participa da construção do telejornal. Em nossa opinião, o telespectador passa agora a ser, como muitos autores o denominam, um coprodutor do noticiário (REPÓRTER 1, 2011, informação verbal).

Para Lorenzo Vilches (2003), a indústria da tecnologia do conhecimento tornou possível que consumidores e produtores caminhassem em direção a novas formas de comércio e transação, pressupondo a ocupação de novos espaços sociais cada vez mais diversificados:

Um novo território está se construindo com base em novos serviços e formas de informação audiovisual, cultural e artística, que obriga a contínuos transados de usuários por conta dos novos produtos. Os conteúdos são a chave do novo planeta digital que se constrói pela convergência das telecomunicações e da indústria dos meios. A televisão aparece, nesse movimento migratório de economias, tecnologias e usuários, como o paradigma das mudanças (VILCHES, 2003, p. 10-11).

Dessa forma, Vilches (2003) questiona quais seriam essas mudanças sociais que os usuários estariam experimentando no campo da televisão:

O futuro dos meios é a integração dos espectadores e usuários no negócio da comunicação. Os concursos de televisão são os que melhor expressam a ideologia da mercadoria do espetáculo. Que o espectador ganhe dinheiro enquanto assiste a um programa, eis a grande aposta da próxima convergência (*Op. cit.*, 2003, p. 56).

Para Vilches (2003), com a migração digital, algumas mudanças foram definitivas no comportamento e nas divisões de trabalho. O mundo agora, segundo Vilches, se divide entre os conectados e os desconectados: “Os informados e aqueles que ficaram de fora da era das conexões” (2003, p. 32). O espectador agora também é um produtor/consumidor:

A mercantilização das experiências humanas, por meio de formatos midiáticos, significará que cada usuário poderá ter uma extensão de seu tempo na rede. [...] Cada usuário se constituirá no meio e no cliente de uma grande operação midiática (VILCHES, 2003, p.42).

Vilches (2003) é ainda mais radical quando afirma que com a convergência da televisão e da internet, os programas televisivos foram progressivamente se transformando de espetáculos para produtos de serviço:

Os telejornais converteram-se em domínio internacional despótico e exclusivo das empresas jornalísticas sobre as coisas externas do mundo, excluindo totalmente tudo aquilo que não represente o poder, a riqueza ou o espetáculo da tragédia. A informação foi convertida em convenção midiática que serve para negociar esferas de influências dos atores sociais (2003, p. 52).

Newton Cannito (2010), outro importante pesquisador da Era Digital, defende que a nova tecnologia é sempre criada pelas necessidades culturais dos seres humanos: “As pessoas não existem para servir à tecnologia; ela existe para servir às pessoas. A tecnologia que prospera é a criada pelas necessidades culturais dos seres humanos (2010, p. 16).

Cannito aposta nas possibilidades do digital como uma potencialização, uma forma de a televisão ser ainda mais televisão, mas faz questão de afirmar também que todas essas “possibilidades tecnológicas” não bastaram para determinar a programação e a estética dos programas: “O público de televisão quer consumir conteúdos televisivos agradáveis e diversificados. Ele não se preocupa com a tecnologia em si mesma, mas sim com a melhora dos conteúdos e com a facilidade de acessá-los” (CANNITO, 2010, p. 16).

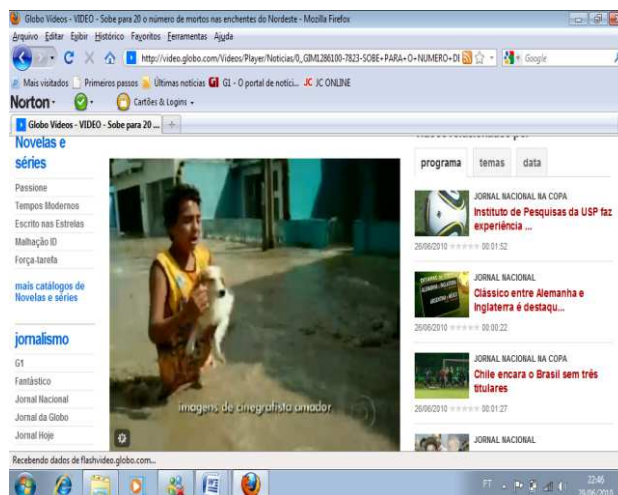
E, se a melhora dos conteúdos incluírem a participação do telespectador, mesmo que de forma ainda tímida, a televisão do futuro, na opinião dos dois pesquisadores, deu mostras de que está apostando nessa participação. Foi na corrente dessas mudanças analisadas que a TV Globo, mas especificamente o Jornal Nacional, está revendo e até reconfigurando o modo de fazer seu noticiário televisivo de maior audiência no País.

Quando os telespectadores atuam, ainda que timidamente, como coprodutores dos telejornais ou quando enviam as imagens digitais, a relação entre o jornalista e o seu público também sofre alterações. O fato de o telespectador se sentir coparticipante do que é produzido, por exemplo, no Jornal Nacional, em nossa opinião, redefine, até certo ponto, sua representação.

Diz Moscovici (2009) que as pessoas e grupos criam representações no decurso da comunicação e da co-operação e que, uma vez criadas, elas adquirem uma vida própria: “[...] circulam, se encontram, se atraem e se repelem e dão oportunidade ao nascimento de novas representações, enquanto velhas representações morrem” (2009, p. 41). Concordamos, como o autor, de que todas as interações humanas pressupõem representações. Por isso, reafirmamos a possibilidade de que, com o impacto das novas tecnologias, surjam também novas formas de representações sociais.

Como já vimos, a diretora de jornalismo da TV Globo Recife, que integrou durante 10 anos a equipe do Jornal Nacional no Rio de Janeiro, admitiu uma mudança de postura da emissora em relação à contribuição e a utilização das imagens enviadas pelo público/telespectador: *“Às vezes, para melhor informar, a gente usa imagens que não estão dentro daquele padrão de qualidade que a gente gostaria. Se ela serve para clarear a informação, nós temos que utilizá-la”* (DIRETORA DE JORNALISMO, 2011, informação verbal).

FIGURA 4
Imagem Portal PE 360 Graus da Rede Globo



Fonte: Disponível em: <vídeo. globo.com/vídeos/player/Noticias>. Acesso em: 20 de Setembro de 2011.

Imagem enviada pelo telespectador.

De acordo com a diretora de jornalismo da TV Globo Recife, as imagens enviadas pelo público têm sido utilizadas nos jornais locais e nos telejornais de rede. Como exemplo cita a contribuição do telespectador que foi utilizada nas edições dos dias 17, 18 e 19 de junho de 2010, no NETV 2ª Edição, principal telejornal da TV Globo em Pernambuco. As imagens da destruição provocada pelas fortes chuvas no interior do Estado foram enviadas ao Portal PE 360ª Graus, da TV Globo Recife: *“O portal recebeu, nesses três dias, 186 imagens, entre vídeos e fotos, enviados pelos moradores telespectadores”* (DIRETORA DE JORNALISMO, 2011, informação verbal).

FIGURA 5
Imagem do Portal G1 da Rede Globo



Fonte: Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/05/jn-no-ar-mostra-efeitos-das-chuvas-para-milhares-de-moradores-de-pe.html>>. Acesso em: 20 de Junho de 2011. Imagem enviada pelo telespectador ao Portal: G1.

A série “JN no Ar”, exibida no dia cinco de maio de 2011, no Jornal Nacional, sobre mais uma inundação provocada pelas chuvas que atingiu o interior do Estado, também utilizou imagens enviadas pelo público ao G1, portal nacional das Emissoras Globo, na Internet (FIGURA5)

Identificamos outro exemplo dessa busca de adaptação da emissora às novas exigências tecnológicas e das demandas de um público cada vez mais conectado em outras mídias, quando a Rede Globo trocou o seu slogan: “Globo, a gente se vê por aqui”, pela sua nova assinatura: “Globo, a gente se liga em você”. O que acreditamos, que a nova postura, pode contribuir na construção de novas formas de representações sociais de que fala Moscovici (2009).

Com a mudança de *slogan*, levantamos a hipótese de que a Rede Globo confirma sua preocupação em aumentar a proximidade entre ela e o público, reforçando o conceito de espaço “democrático”, em que o cidadão pode se encontrar, se integrar e se sentir parte de sua programação.

Ainda, outra demonstração de que a Rede Globo tenta se adaptar à “Nova Era”, de alguma forma redesenhando o modelo de se fazer jornalismo/telejornalismo, ficou evidente no lançamento, dia seis de agosto de 2011, do documento: “Princípios Editoriais das Organizações Globo”, espécie de manual de redação, em que a emissora obrigava que todas

as empresas do grupo expressassem, de maneira formal, os princípios e as condutas jornalísticas que seguem hoje cotidianamente.

No texto do documento, as Organizações Globo deixaram claro que os avanços tecnológicos e as mudanças culturais das últimas décadas exigiram mudanças no comportamento das empresas de comunicação:

Com a consolidação da Era Digital, em que o indivíduo isolado tem facilmente acesso a uma audiência potencialmente ampla para divulgar o que quer que seja, nota-se certa confusão entre o que é ou não jornalismo, quem é ou não jornalista, como se deve ou não proceder quando se tem em mente produzir informação de qualidade. A Era Digital é absolutamente bem-vinda, e, mais ainda, essa multidão de indivíduos (isolados ou mesmo em grupo) que utiliza a internet para se comunicar e se expressar livremente (REDE GLOBO, 2011).

O documento expressa uma breve definição de jornalismo e aponta algumas definições sobre os atributos e a qualidade da informação. Mesmo sem anunciar grandes novidades, a iniciativa de incluir uma mudança de postura diante da crença de um novo modo de fazer jornalismo, em nosso entendimento, já seria um avanço no diálogo que começa a se estabelecer com a sociedade acerca da participação do público/telespectador no cotidiano e da prática dos profissionais de imprensa.

O documento “Princípios Editoriais das Organizações Globo” (2011) define o jornalismo como uma atividade que produz conhecimento: “que será constantemente aprofundado; primeiro pelo próprio jornalismo, em reportagens analíticas de maior fôlego; depois, pelas ciências sociais, em especial pela História”. Na Seção I, o documento descreve “os atributos da informação de qualidade”: “O trabalho jornalístico tem de ser feito buscando-se isenção, correção e agilidade. Porque só tem valor a informação jornalística que seja isenta, correta e prestada com rapidez”. Na Seção II, recomenda também: “Como o jornalista deve proceder diante das fontes, do público, dos colegas e do veículo para o qual trabalha; e, na Seção III discorre sobre: “os valores cuja defesa é um imperativo do jornalismo”.

Diante dos desafios impostos pela “Era Digital”, nos arriscamos a dizer que aqueles que definiam o jornalismo como “o papel que embrulharia o peixe do dia seguinte”, deveriam reformular as suas proposições; pois as informações, com a Internet, não envelhecem mais: elas serão continuamente atualizadas.

O lançamento dos “Princípios Editoriais das Organizações Globo” (2011) faz parte dessa necessidade de se afirmar num momento de mudanças muito radicais de comportamento. Existe a necessidade de uma nova reconfiguração do

jornalismo/telejornalismo num contexto de forte aceleração do tempo. Assim, acreditamos que é preciso repensar e até se adaptar ao novo contexto de proximidade com o telespectador; desafio cada vez mais urgente do jornalismo/telejornalismo e do profissional de comunicação.

No próximo capítulo, abordamos as reportagens exibidas no Jornal Nacional para tentar entender como são construídas as representações sociais de Pernambuco no telejornal, aplicando os conceitos de ancoragem, familiaridade e objetivação propostos por Moscovici (2009).

Capítulo 4 O CAMPO, OS PROTAGONISTAS E OS SÚDITOS

4.1 Visita ao reino das redações: um olhar, uma análise

Um dos motivos mais significativos porque escolhemos o Jornal Nacional para entender as representações sociais de Pernambuco é que o telejornal é o noticiário televisivo de maior audiência do país, sendo assim, também o que mais tem poder de influenciar a sociedade. De acordo com a pesquisa *Relação do Brasileiro com o Telejornalismo*, realizada pelo Grupo de Estudos em Jornalismo e Mídia, em 2010, 58% dos entrevistados assistem ao noticiário na TV todos os dias da semana. Considerando a faixa de quatro a sete dias por semana, esse total sobe para 80%. O questionário foi aplicado em 12 dos 17 países que integram o projeto de pesquisa internacional sobre telejornalismo. De acordo com a pesquisa, em janeiro de 2010, 500 pessoas nascidas no Brasil (47,8% homens e 52,2% mulheres) foram entrevistadas.

A pesquisa também apontou que o Jornal Nacional tem sido objeto frequente de análises, primeiro, por ser considerado o principal noticiário televisivo nacional, e, segundo, pela programação da TV Globo ser transmitida através de 340 estações para todo o país: “Graças a ela o Brasil tornou-se conhecido e prestigiado em muitos países do mundo” (WAINBERG, 2010, p.174).

Segundo Bonner (2009), o Jornal Nacional, o primeiro noticiário televisivo a ser transmitido em rede nacional no Brasil, se propôs, desde a sua estreia, em 1969, integrar a nação brasileira, de todas as idades, credos, e de todas as faixas de renda, com o objetivo de: “Mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, com isenção, pluralidade, clareza e correção” (2009, p. 17).

Sendo assim, o Jornal Nacional passa a produzir uma forma de notícia de fácil assimilação, que atinge todas as noites, milhões de cidadãos brasileiros de todas as regiões do país e do exterior, através da Globo Internacional. De acordo com o apresentador e editor-chefe do Jornal e autor do livro *Jornal Nacional: modo de fazer*, a proposta do telejornal é mostrar aquilo que de mais importante aconteceu num único dia para um público extremamente diverso: “Trata-se de um trabalho balizado por uma série de normas de conduta, mas que apesar disso, depende muito de avaliações de indivíduos. Jornalistas, de um lado, e público, do outro” (BONNER, 2009, p. 19).

Para o apresentador e editor-chefe do telejornal, a vocação do Jornal Nacional são os temas factuais: “Os fatos transcorridos desde a edição anterior até o fechamento daquela edição. Esta é a principal matéria-prima do JN” (BONNER, 2009, p. 19). Mas a que tipo de fatos o editor-chefe do Jornal Nacional está se referindo? De acordo Bonner (2009), qualquer tipo de produto jornalístico se apoia sobre dois pilares: o dos temas factuais, que devem ser exibidos no mesmo dia, ou, os dos temas da atualidade, que podem ser exibidos hoje, poderiam ter sido exibidos ontem; ou poderão ser exibidos amanhã, pois, são atuais, mas não urgentes. Resumindo, depois de pesquisar diversos autores podemos afirmar com certeza que o produto do telejornal é a notícia. E entender a notícia, sua produção e seus critérios de seleção, é de extrema importância para o objetivo de nossa pesquisa que é o de identificar como é construída a representação social de Pernambuco no Jornal Nacional.

O conceito de notícia que defendemos nesse trabalho está baseado em alguns teóricos que acreditam ser a notícia uma construção social, uma construção da realidade que formará uma imagem do presente social. Apesar de já termos comentado o conceito, quando apresentamos algumas das Teorias do Jornalismo, vamos abordar mais especificamente agora, o papel da mídia nessa construção social da realidade. Gomis (1991) afirma que entre os rituais da vida cotidiana, no mundo civilizado, está o de abrir um jornal, ouvir o rádio ou o de ligar a televisão:

Todos os que leem um jornal, ouvem o noticiário no rádio ou veem e ouvem as notícias na televisão estão entrando em contato com a realidade global que os envolvem se detêm em captar o presente social em que vivem. Esse é o sentido do rito. O conjunto dos meios de comunicação forma hoje um círculo de realidade envolvente que se converte em referência diária de nossa vida, telão de fundo da vida em comum. (1991, p. 15, tradução nossa)

Para Gomis (1991), a realidade social verdadeira se “dilui” ao longo do dia e chega a parecer muitas vezes lenta e difusa. A interpretação da realidade que faz a mídia, através de suas técnicas e práticas jornalísticas, possibilita a experiência de vivermos uma versão concentrada e interessante dos acontecimentos: “O conjunto de notícias de um programa de rádio ou noticiário televisivo é a realidade social apresentada como ação e concentradas em pílulas” (GOMIS, 1991, p. 19, tradução nossa).

Segundo Alsina (2009), o que denominamos de comunicação de massas é mais do que a circulação de relatos e de notícias, é também um sistema de circulação de notícias: “[...] A ideia é que, enquanto o sistema da informação faz algumas propostas de interpretação que

buscam o consenso social, em cada âmbito social específico, produz-se uma interpretação da informação” (2009, p.53).

Dialogando com esses conceitos, vamos buscar também, na teoria das representações sociais proposta por Serge Moscovici (2009), repostas e, ao mesmo tempo, pistas para entender como são elaboradas essas construções e reinterpretações. A relação que estabeleceremos é para distinguir o factual, a notícia e as representações sociais; isso será essencial para a compreensão da imagem que o Jornal Nacional constrói de Pernambuco.

Jovchelovitch (2000), quando fala sobre o status da representação, diz: as representações não são uma cópia do mundo lá fora, mas uma construção simbólica dele: “Elas são processo de mediação social. As representações sociais não estão centradas nem em indivíduos, nem na sociedade como espaço abstrato” (2000, p. 178). Para Jovchelovitch, as representações estão na intersecção entre o sentido objetivo e subjetivo das coisas:

É no espaço de mediação entre sujeito social e alteridade, na luta para dar sentido e entender o mundo, que os trabalhos das representações sociais se encontram. Representações sociais, portanto emergem e circulam em espaços de realidade intersubjetiva (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 178).

Para Guareschi (2010), quando representamos, construímos, reconstruímos e damos sentido a realidades tanto materiais como imateriais.

A teoria das representações sociais é, pois, em uma de suas acepções, uma teoria sobre os saberes sociais. Ela se refere à construção e à transformação dos saberes sociais em relação a diferentes contextos sociais. O caso da teoria das RS, ela está especialmente interessada no fenômeno das representações sociais, que compreende os saberes produzidos na e pela vida cotidiana (2010, p. 78).

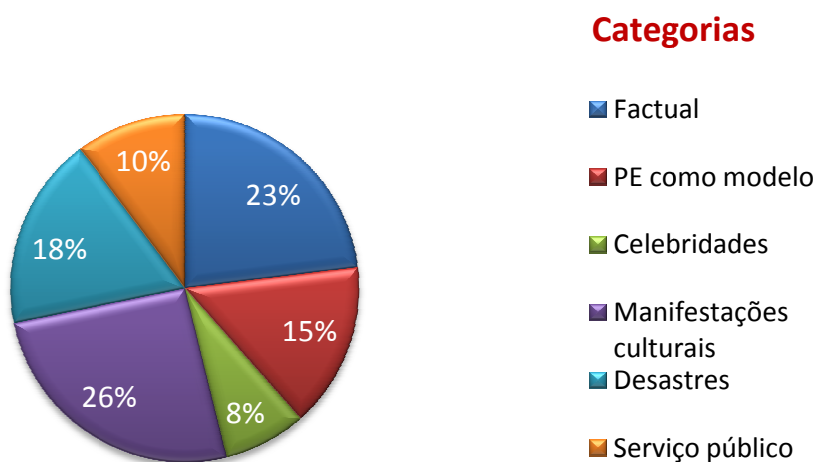
Moscovici (1961) defende que as representações sociais não são estanques, que elas são construídas e constroem a realidade que as cerca. O teórico vai ainda mais além, quando amplia a discussão incluindo a comunicação. Ele afirma que o papel das representações sociais é construir algo com o que nos é dado através das inúmeras interações sociais e que seriam certamente reproduções. (2008, p.84). Para Guareschi fica claro na teoria de Moscovici (2008) que, intimamente ligados a esse processo de construção-reconstrução da realidade estão os processos de comunicação e linguagem. Moscovici (*apud* GUARESCHI 2010, p. 84):

[...] É por isso que uma representação fala e demonstra, comunica e expressa. Em última análise, as representações produzem e determinam o comportamento porque elas definem tanto os estímulos que nos rodeiam e provocam, e o sentido de nossas repostas a eles. Para encurtar a história, uma representação social é uma modalidade particular de conhecimento e sua função é moldar os comportamentos e a comunicação interindividual.

A afirmação acima nos permite construir um diálogo possível entre representações sociais, jornalismo e mediação, quando defendemos, como nossa hipótese, a ideia de que o jornalismo é a forma de conhecimento e mediação, permitindo assim, aos seres humanos, tornar a realidade social perceptível e libertar os poderes de sua imaginação, como defendem Guareschi (2010, p. 84). E é dentro desse contexto que vamos incluir a participação da mídia, dos meios de comunicação, como uma das possibilitadoras dessa construção de “representações”, dando-lhes sentido e legitimidade.

Na investigação sobre a representação social de Pernambuco no Jornal Nacional, propomos seis categorias de notícias nos quais podemos traçar um mapa das representações, que nos permitirá explicitar alguns aspectos mais significativos na construção da imagem de Pernambuco no Jornal Nacional. São elas: factual, Pernambuco como modelo, celebridades, manifestações culturais, desastres e serviço público.

FIGURA 6
Categorias propostas



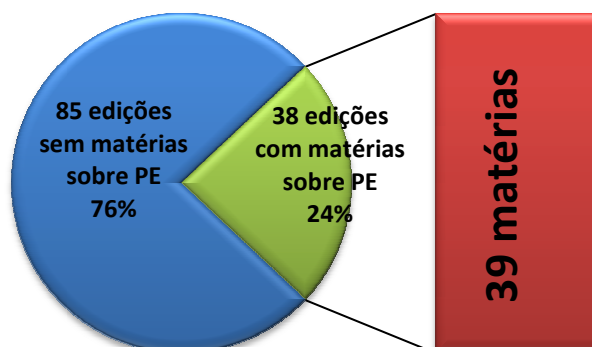
Fonte: Produção do próprio autor. Gráfico das seis categorias propostas e seus percentuais de inserção no telejornal, em 2010 e 2011.

Foram gravadas 123 edições do Jornal Nacional referentes aos meses de agosto, outubro, novembro e dezembro de 2010; e fevereiro, março, maio e junho de 2011, cobrindo, praticamente, todos os meses do ano, ficando de fora apenas os meses de janeiro, abril e setembro, opção feita por considerarmos que incluir todos os meses do ano tornaria a pesquisa excessivamente extensa e de difícil execução. No universo de 123 edições gravadas, Pernambuco aparece em 38 delas, com 39 reportagens. Na pesquisa foram analisadas 16 matérias, três de cada uma das seis categorias propostas.

FIGURA 7

Gráfico das matérias analisadas sobre Pernambuco no Jornal Nacional

Universo de análise: 123 edições do JN



Fonte: Produção do próprio autor.

Durante a análise das matérias selecionadas, consideramos oportuno incluir duas reportagens exibidas no mês de julho de 2011, na época em estávamos realizando a observação-participante, na TV Globo Recife. As duas matérias, exibidas no dia 13 de julho de 2011, tratam da queda de um avião que causou a morte de 16 pessoas, na Praia de Boa Viagem. Em nossa avaliação, as reportagens mereciam ser incluídas em nosso objeto de análise, mudando o que tínhamos estabelecido anteriormente, por conta, primeiro, da gravidade do evento - dezesseis pessoas morreram por conta da queda do avião; segundo, por

ter mobilizado toda a equipe da redação da TV Globo Recife, mesmo aqueles profissionais que diariamente não contribuíam para a edição e produção do Jornal Nacional. Esse dia atípico, em nossa opinião, se revelou extremamente rico, quanto às tipificações apresentadas por Tuchman (1983):

[...] o teste do tempo e as tipificações sugerem que os repórteres usam padrões para transformar os acontecimentos ou fatos característicos do mundo cotidiano em matérias primas que podem ser submetidas a um processamento de rotina e disseminação (1983, p.71, tradução nossa).

Depois das edições dos telejornais gravadas, durante os anos de 2010 e 2011, foram selecionadas as reportagens e notas cobertas (textos lidos pelos apresentadores e cobertos com imagens) que citavam o Estado de Pernambuco. Optamos em deixar de fora as notas cobertas que se referiam aos gols das rodadas do Campeonato Brasileiro de Futebol, pois, em nossa opinião, esse tipo de registro, apenas os gols, não contribui para a análise das representações sociais de Pernambuco, a que se propõe este estudo.

Foram selecionadas, durante os dois anos, 39 reportagens produzidas em Pernambuco ou que receberam contribuições, de texto e/ou de imagens, enviadas pelos profissionais da redação da TV Globo Recife. Em alguns casos, uma mesma edição do telejornal chegou a apresentar mais de uma reportagem ou nota coberta sobre o Estado. Dessa forma, utilizamos como base de pesquisa a orientação metodológica de análise de conteúdo, proposta pelos autores Casetti e Di Chio (1999):

A análise de conteúdo compreende um conjunto de técnicas de investigação empírica, destinada a estudar os conteúdos recorrentes de uma determinada mostra de texto (em este caso televisivo) (1999, p. 235).

Com relação à observação-participante, utilizamos o método proposto pelos autores. Segundo eles, esse tipo de análise tem como objetivo principal observar e captar a realidade ao vivo, eliminando as mediações que podem comprometer os dados. Eles se utilizam do argumento de que, num trabalho etnográfico, quanto maior a presença e permanência no grupo, mais possibilidades tem o observador de não ser percebido como uma presença estranha.

Durante a nossa observação-participante fomos aos poucos percebendo que, com o passar dos dias, os profissionais da redação já não se sentiam tão observados. Mais especificamente, no décimo dia da pesquisa de campo, quando a queda do avião resultou na morte de 16 pessoas que estavam na aeronave, o impacto do acontecimento foi tão grande na

equipe que acabamos nos envolvendo também no processo de apuração do caso, ajudando os jornalistas na busca de informações. Segundo Casetti e Chio (1999): “[...] pode-se dizer que quanto maior seja o tempo de permanência no grupo, maior a probabilidade de que o observador não seja percebido como uma presença estranha, e de que se estabeleçam as habituais atividades de interação” (1999, p.223, tradução nossa).

Foram adotadas, durante a pesquisa, as entrevistas em profundidade, aplicadas ao estudo etnográfico, que permitiram uma investigação realizada a partir de uma série de entrevistas sobre motivação, com pelos menos duas horas de duração, gravadas e transcritas completamente. Esse processo foi utilizado, junto também com a metodologia indicada por Casetti & Di Chio (1999), de entrevistas não-diretivas, que favorece a captação de uma informação mais profunda ou menos censurada. O entrevistado é considerado como um indivíduo portador de uma cultura, que pode se sentir livre para verbalizar pontos de vista e até respostas de caráter afetivo. As entrevistas, realizadas na redação da TV Globo Recife, tiveram como preocupação identificar qual a ideia que os jornalistas têm do que é importante ir ao ar sobre Pernambuco, como eles classificam a participação de Pernambuco no Jornal Nacional e por fim quais as referências dos profissionais sobre nosso estado.

No trabalho de campo, acompanhamos a atividade do editor de texto e produtor do Jornal Nacional, que identificaremos aqui de editor 1, nas mais diversas tarefas, quais sejam: a edição (decupagem – seleção das imagens e falas), a elaboração dos textos de abertura das matérias e do *script* (lauda no telejornalismo) e a produção e levantamento de pautas.

A observação-participante e as entrevistas foram realizadas na redação da TV Globo Recife, localizada no Morro do Peludo, em Ouro Preto, Olinda, entre os dias 4 e 23 de julho de 2011. Durante 20 dias, observamos a rotina dos profissionais envolvidos na produção, edição e reportagem do Jornal Nacional. Muitas vezes a observação se deu de maneira intermitente, outras em dias consecutivos.

A equipe local do Jornal Nacional da TV Globo Recife é formada por um editor de texto, que também é produtor do telejornal, que chamaremos de editor 1; e quatro repórteres, identificados na pesquisa como repórter 1, repórter 2, repórter 3 e repórter 4. Na TV Globo Recife, não existe editor de imagem (profissional que trabalha na ilha de edição, onde são montadas as reportagens), nem cinegrafista (profissional que capta as imagens) exclusivos do Jornal Nacional. Assim como os repórteres, eles trabalham para todos os noticiários televisivos da casa.

A nossa observação-participante se concentrou nas tarefas exercidas pelo editor do Jornal Nacional, editor 1, na função há sete anos. O expediente de trabalho do editor do

Jornal Nacional na TV Globo Recife começa às 15h e termina às 22h. Aos sábados, o plantão é de 12 horas, onde os editores de outros telejornais se revezam, cumprindo um plantão a cada 15 dias. O Jornal Nacional é exibido todas as noites, de segunda a sábado, começando às 20h30min. O tempo do telejornal pode variar entre 29 e 49 minutos. Nas quartas-feiras, a edição do Jornal Nacional é reduzida por conta da transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol da Série A.

Começamos descrevendo a rotina dos profissionais responsáveis pela produção do Jornal Nacional em Pernambuco; depois, transcrevemos alguns trechos das entrevistas, quando surgirem necessidade de inseri-las em seu contexto. Por fim, categorizamos as nossas representações e analisamos cada uma delas.

Pelo que observamos, a rotina diária dos profissionais responsáveis pela produção do Jornal Nacional no Recife não são muito dinâmicas. Elas praticamente se repetem sem alterações significativas, pois dependem do factual relevante e de uma equipe, que em Pernambuco, se apresenta de forma bastante reduzida. Selecionamos para análise de rotinas de nossa observação-participante os dias 4,13, 18 e 20 de julho de 2011.

4 de julho de 2011

No primeiro dia, segundo Casetti e Di Chio (1999) se dão os acordos e as negociações da pesquisa: “Neste primeiro contato, o observador negocia os termos de sua presença e toma nota da disposição dos membros em colaborar (1999, p. 224).

Às 14h30min, o editor 1 chega à redação. A jornada de trabalho começa com a revisão do texto feito pela repórter 1 para a série de reportagens do evento “Criança Esperança”, que será exibida em agosto; mas, como a matéria é *fria* (termo utilizado para identificar as reportagens que não serão exibidas no mesmo dia), deve ser editada com antecedência.

Segundo Traquina (2008), apesar do ineditismo do jornalismo, as empresas têm os seus próprios ritmos: “Os conceitos de tempo utilizados pelos jornalistas no curso da produção jornalística são de importância primordial na sua cultura profissional, pondo a sua marca altamente distinta na sua abordagem à realidade social” (2008, p.39).

Depois de revisado o texto, a repórter 1 recebeu autorização do editor 1 para gravar o *off* (texto que será lido pelo repórter na cabine de áudio, para posterior montagem da matéria na ilha de edição).

De acordo com o editor 1, o trabalho dele começa ainda em casa, quando lê todos os jornais impressos no estado e outros de edições nacionais. O editor 1 diz ficar atento aos

factuais, as notícias do dia. Em casa, o editor 1 tem acesso, via e-mail, ao material que está sendo realizado pela “praça” (termo utilizado pelos jornalistas para identificar os jornais locais). São praças locais: o Bom Dia Pernambuco, que vai ao ar às 6h30min; o NETV - 1ª Edição, exibido às 12h05; e o NETV 2ª, que vai ao ar às 19h15min. O editor 1 checa as retrancas (palavras ou frases que identificam as matérias ou reportagens) que estão sendo produzidas naquele dia. Assim, ele acompanha o movimento da redação e seleciona o que poderá render (servir, ser aproveitado) para o Jornal Nacional. Se o editor 1 achar que algum factual vale para o Jornal Nacional, ele liga para o chefe de reportagem e pede que um repórter de rede, repórter designado para fazer as matérias dos telejornais exibidos nacionalmente faça o VT (mesmo que matéria ou reportagem). Já citamos os repórteres que entram ou, melhor conquistaram o posto de repórteres do Jornal Nacional.

Diferentemente dos outros telejornais da TV Globo, os locais, e até mesmo os de rede, como o Bom Dia Brasil, o Jornal Hoje e o Jornal da Globo, o Jornal Nacional não faz reunião de pauta com os editores dos outros estados do país. A reunião é feita via teleconferência. Todos os contatos, pedidos e solicitações de matérias feitas pela produção do Jornal Nacional da redação do Rio de Janeiro são realizados por e-mail ou pelo programa de comunicação interno utilizado pela emissora. Se for alguma coisa urgente, o pedido será reforçado por telefone.

Uma prática que faz parte da rotina do editor do Jornal Nacional no Recife, logo que ele chega à redação, é conversar com o editor do telejornal local, que vai ao ar antes do Jornal Nacional, o NETV 2ª Edição. O diálogo é basicamente assim: *“E aí, alguma notícia quente? Algo que pode render para o Jornal Nacional?”* (EDITOR 1, 2011, informação verbal). *“Hoje o dia está fraco, não tem nada de bom”* (EDITOR 2, 2011, informação verbal).

Observamos que, em vários momentos, durante toda à tarde, até o NETV 2ª Edição ir ao ar, os dois editores travam, diversas vezes, breves diálogos. Isso corrobora o que afirma Traquina (2008), a “tribo jornalística” tem sua maneira própria de agir, sua maneira própria de falar e a sua maneira própria de ver o mundo:

[...] a cultura jornalística é também uma cultura rica em mitos, símbolos e representações sociais que fornecem a esta comunidade interpretativa toda uma liturgia de figuras bem claras dos vilões e dos heróis a que os membros da tribo prestam homenagem ou devotam ódio (2008, p. 51).

Logo que chega à redação, o editor 1 começa a dar uma olhada nos e-mails recebidos, entre eles encontra um pedido feito pela equipe do Rio de Janeiro, às 7h45 da manhã, e que

até agora, 15h20, ainda não tinha sido respondido. O editor 1 pede ajuda à equipe de apuração (profissionais responsáveis em buscar e checar informações via telefone, e-mail e rádio). A informação solicitada pela equipe do Jornal Nacional no Rio de Janeiro tratava de uma nova Lei Penal, que reduz a pena dos réus, mas, logo o editor do Jornal Nacional é comunicado pela chefia de redação que uma repórter do telejornal local está fazendo a matéria sobre o assunto, daí, ele recebe as informações e repassa para a equipe do Jornal Nacional, também via e-mail.

16h23min. O editor 1 dá uma checada no espelho (*script* onde estão organizadas, por ordem de entrada, tempo e blocos, todas as matérias que serão exibidas no telejornal naquele dia) do Jornal Nacional. O editor 1 diz que o tempo de produção hoje é de apenas 20 minutos e que não há nada previsto para entrar sobre Pernambuco no Jornal Nacional. O espelho do Globo Notícia (chamada do Jornal Nacional com o resumo das matérias mais importantes que serão exibidas no JN naquela noite), que vai ao ar às 17h52min, também é checado. Segundo o editor 1, essa checagem é necessária, pois existe a possibilidade de a TV Globo Recife contribuir com alguma informação relevante também para o Globo Notícia, que era apresentado diariamente por Fátima Bernardes.

17h18min. O editor 1 sobe para a ilha de edição (local destinado ao equipamento de edição, onde trabalha o editor de imagem) para editar o VT da série “Criança Esperança”, produzido pela repórter 1. Um fato curioso e já mencionamos no capítulo anterior é que profissionais da redação TV Globo Recife trabalham com o relógio adiantado em 20 minutos. A margem de tempo é para não correr o risco de atrasar o horário de entrada dos telejornais.

Segundo Traquina (2008), o fator tempo define o jornalismo: “[...] condiciona todo o processo de produção das notícias, porque o jornalismo é marcado por horas de fechamento” (2008, p. 37). Por isso, afirma Traquina, o planejamento é muito importante na corrida contra as horas de fechamento: “Um tal planejamento identifica os “acontecimentos futuros” numa tentativa de impor ordem ao (possível) caos provocado pela imprevisibilidade de (alguns) acontecimentos” (2008, p. 39). Para Traquina, a relação entre o tempo e o ser jornalista é tão importante que ele chega a afirmar que ser profissional é possuir uma capacidade performativa para dominar o tempo, em vez de ser sua vítima (2008, p. 40).

20h30min. O Jornal Nacional está no ar. Hoje, nada foi produzido sobre Pernambuco pela redação da TV Globo Recife.

A nossa observação-participante continuou nos dias 5 e 8 de julho. A rotina foi basicamente à mesma descrita no primeiro dia da pesquisa.

13 de julho de 2011: um dia atípico

7h50min. A equipe de apuração da TV Globo Recife é informada de que um avião, com 16 pessoas a bordo, caiu na Avenida Boa Viagem e não houve sobreviventes. Nesse dia, a trágica notícia mudou a rotina da redação da TV Globo Recife. A repórter 2, que estava indo fazer outra pauta, foi encaminhada para cobrir o acidente. Por isso, coube a repórter fazer a matéria principal, a que abriria a edição do dia 13 de julho de 2011, do Jornal Nacional.

A outra repórter de rede, a repórter 1, foi chamada às pressas, para fazer um VT sobre a situação dos parentes das vítimas que estavam no avião. O fato trágico, o desastre, acendeu uma luz vermelha na redação: como num quartel, os “soldados” (jornalistas) foram recrutados. Editores, repórteres, produtores, apresentadores, todos foram escalados e se colocaram à disposição, numa espécie de mutirão. Era preciso cobrir todos os detalhes, todos os ângulos possíveis do incidente ocorrido.

Segundo Gomis (1991): “Las malas noticias son malas, pero son noticias. [...] Cuando se pregunta qué noticias hay se recuerda y menciona las noticias con muertos” (1991, p. 144). Para Traquina (2008, p. 69-70), um dos primeiros estudos, numa tentativa de identificar os valores-notícias, assunto que aprofundaremos a seguir, foram o estudo de Galtung e Ruge (1965/1993), onde os autores enumeraram 12 valores-notícias, sendo o último, a negatividade, ou seja, “*bad news is good news*”⁴.

Podemos concluir que as más notícias somente são boas notícias, para os profissionais de jornalismo, porque o fato ou o acontecimento como falamos anteriormente é a matéria-prima da notícia. Segundo Gomis (1991): “La explosión es más noticia cuanto mayor el desconcierto y la alarma que produce, cuanto más provoque el comentario” (1991, p. 149).

Então, quando os editores do Jornal Nacional, na redação do Rio de Janeiro, foram informados sobre o desastre que matou, de uma só vez, 16 pessoas, o editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional, Willian Bonner, enviou um e-mail para a diretora de jornalismo da TV Globo Recife com uma espécie de roteiro com perguntas e direcionamentos de como deveriam ser conduzidas as duas reportagens, que seriam exibidas no telejornal daquela noite. De acordo com o editor 1, o direcionamento do editor-chefe do Jornal Nacional quanto ao VT que abriria o telejornal consistia em responder perguntas do tipo: a que horas o avião partiu? Quantas pessoas tinham a bordo? Houve testemunhas? O piloto tentou alguma manobra para evitar bater nos edifícios? O encaminhamento da segunda reportagem seria a

⁴ Tradução nossa: “má notícia é boa notícia”.

repercussão com os parentes das vítimas, com a família do piloto e com a empresa responsável pela aeronave.

O roteiro das duas reportagens, enviado pelo editor-chefe do Jornal Nacional, foi aceito pelos editores e repórteres da TV Globo passivamente. Não houve, por parte dos profissionais, nenhum questionamento sobre a condução das duas matérias. Constatamos que esse tipo de procedimento é recorrente quando o fato ocorrido é de grande impacto e repercussão para a sociedade.

Ao analisar esse tipo de prática adotada pelos profissionais que fazem o Jornal Nacional, no Rio de Janeiro, nos arriscamos em dizer que a postura, até certo ponto, é autoritária: será que os jornalistas responsáveis pelo Jornal Nacional em Pernambuco não têm competência e autonomia para conduzir as matérias, sem esse tipo de direcionamento? Observamos que os profissionais da redação local não sentiram qualquer estranhamento com a prática adotada. Muito pelo contrário, eles aceitaram o encaminhamento e direcionamento dos dois VTs de uma maneira bastante natural. Editores, produtores e repórteres seguiram o comando dado pelo editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional.

Mas o corre-corre da equipe para fechar os dois VTs foi enorme. A equipe da TV Globo Recife teve acesso às imagens do momento exato em que o avião estava caindo. A imagem mais importante da matéria foi feita por um homem que estava no local do acidente, no momento da queda do avião. Ficamos sabendo em *off* (jargão utilizado para designar informações não oficiais) que a TV Globo pagou pela imagem capturada pelo cidadão. O valor não foi divulgado.

Segundo Traquina (2008): “Com as capacidades tecnológicas atuais, o valor do imediatismo dá primazia, nesta era do audiovisual, ao “direto”, que representa o estado “puro” do imediatismo” (2008, p.38). Nesse caso, o autor se refere à importância das equipes de jornalismo em chegar primeiro ao local do acontecimento e de lá transmitir em primeira mão imagens e informações. Podemos concluir também, analisando nosso objeto de estudo, que foram as “capacidades tecnológicas” e as “ferramentas digitais”, que possibilitaram o registro do momento exato da queda do avião. Bourdieu (*apud* TRAQUINA, 2008, p. 38): “Num campo marcado pela concorrência, a importância deste valor estabelece a própria lei do ganho do jornalismo: quem ganha é quem primeiro dá a notícia”.

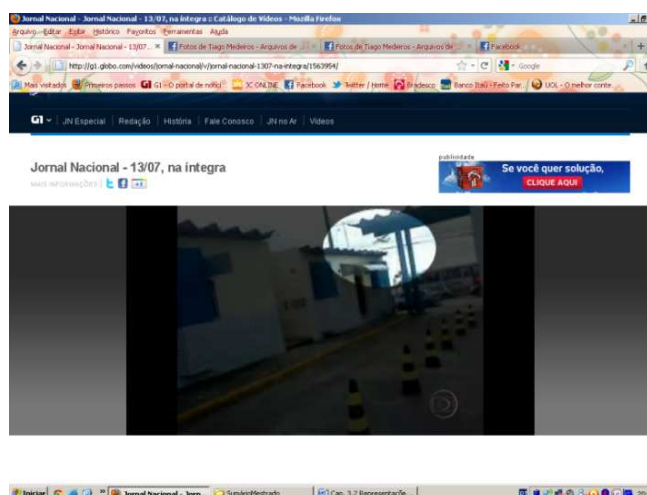
No Jornal Nacional, a importância do furo, diz o editor-chefe do Jornal Nacional: “Atrai todas as atenções porque é escasso, valioso, ostensivo e simbólico” (2009, p. 14). Bonner (2009), compara o furo a uma Ferrari dobrando a esquina e todos os jornalistas se perguntando o que será que o dono fez para consegui-la?

Segundo Cannito (2010), a imagem exclusiva, a foto que ninguém tem está cada vez mais próxima ao alcance de todos. Segundo o autor, hoje, a maioria dos celulares tem câmeras digitais acopladas, o que facilita a captação de muitas imagens, mas Cannito destaca que se precisa saber é como organizar e potencializar o material produzido por seus usuários. De acordo com Cannito, os profissionais do jornalismo já estão atentos à importância dos colaboradores (2010, p.184). Mas o pesquisador faz um alerta para a função e o papel do jornalista:

O que deve ficar claro é que o colaborativo atual não dispensa um editor, um padrão e um propósito para o material enviado. O poder de decisão continua centrado em um profissional, ou equipe, que estabelece o que deve ser feito e como, ou decide sobre o que encaixa nos padrões preestabelecidos. [...] Mesmo colaborativo o discurso continua tendo uma central de organização. Colaborativa é a imagem, não a obra que ela compõe (CANNITO, 2010, p. 185).

FIGURA 8

Imagem da queda do avião



Fonte: Disponível em: < <http://g1.globo.com/videos/jornal-nacional/t/edicoes/v/aviao-com-16-pessoas-cai-e-explode-em-pernambuco/1563889/>>. Acesso em: 27 de Julho de 2011. Imagem enviada pelo telespectador, no momento da queda do avião, exibida no Jornal Nacional.

Para a repórter 1, a contribuição do público através das novas ferramentas digitais, enriquece a informação:

As imagens digitais valorizam a matéria, o internauta mostra o flagrante, está em todo lugar, dá sugestão, participa da construção do telejornal. Conseguimos a imagem do momento da queda do avião. Alguém fez. Registramos até os gritos de susto, de emoção. A equipe de reportagem nunca estaria lá no momento exato (REPÓRTER 1, 2011, informação verbal).

As imagens do avião, no momento da queda (FIGURA 6), foram analisadas e “manipuladas” pelos editores. O cidadão que gravou, via celular, o flagrante, registrou também os gritos e expressões de surpresa e susto, ditas no momento da queda do avião pelas pessoas que estavam presentes. Algumas, por se tratar de palavras de baixo calão, tiveram que ser apagadas. A edição, realizada pelos profissionais da TV Globo Recife, foi um exemplo do que defende Cannito (2010); o discurso que vai ao ar, continua passando por filtros e padrões estabelecidos pela emissora e pelos jornalistas.

As duas reportagens que foram exibidas na noite do dia 13 de julho de 2011, também receberam a colaboração das empresas afiliadas da TV Globo em Natal, e em Maceió. As equipes de reportagens das duas afiliadas foram acionadas para fazer imagens e sonoras (falas dos entrevistados) com os parentes dos passageiros que estavam a bordo. O avião iria para Alagoas. Toda a equipe de apuração da redação no Recife também colaborou para conseguir fotos das pessoas que morreram no acidente. Convencer os parentes das vítimas a falar passou a ser, naquele momento, o grande desafio. O desafio, de fechar os dois VTs a tempo de o Jornal Nacional entrar no ar, precisamente às 20h30 da noite.

Traquina (2008) defende a ideia de que o jornalismo é uma atividade prática e que os profissionais estarão sempre se confrontando com “as horas de fechamento”. Diz ele: “Não há tempo para pensar, porque é preciso agir” (2008, p. 44). E ainda: “A maneira de agir dos jornalistas está intimamente ligada ao saber do procedimento” (2008, p. 46). E a realidade que observamos na redação não foi diferente. Os minutos corriam depressa demais; as informações chegavam aos poucos, em intervalos cada vez maiores. Os repórteres envolvidos nas duas matérias que iriam ao ar decuparam (selecionam) cada imagem, trabalho minucioso e a todo o momento verificado.

16h: 44min (relógio da redação). 16h: 24min (horário real). Quatro horas antes de o Jornal Nacional entrar no ar, nenhuns dos dois VTs tinham sido editados. As repórteres 1 e 2 continuavam fechando (escrevendo) o texto e juntando as informações que chegavam aos poucos à redação. O editor local do Jornal Nacional solicitou a ajuda da editora do Jornal Hoje. Ela ficaria responsável pela edição da matéria da repórter 2.

Depois de escritos, os textos ainda teriam que ser enviados para os editores do Jornal Nacional no Rio de Janeiro, para aprovação; só depois de responderem afirmativamente, seriam gravados os *offs* e posteriormente editados. Por falta de equipamento, os editores tiveram que derrubar (cancelar ou desmarcar no jargão jornalístico) o *ao vivo* sobre o acidente no Globo Notícia. É que a entrevista coletiva da Aeronáutica, que falaria sobre os motivos da queda do avião, aconteceria no mesmo horário da chamada do Globo Notícia. Eles precisaram usar o equipamento para enviar as imagens da entrevista coletiva para o Jornal Nacional. Identificamos, assim, mais uma limitação da redação da TV Globo Recife; nem sempre o número de equipamentos é compatível com a necessidade da operacionalização.

17h: 20min (relógio da redação). O editor 1 revisa o texto da repórter 1 e faz as modificações necessárias. Corta e acrescenta alguns trechos. O VT da repórter 2 ainda está sendo avaliado pelo editor responsável no Rio de Janeiro. Durante a negociação com o editor do Rio, observamos que a editora do Jornal Hoje, no Recife, teve que explicar diversas vezes a exata trajetória que fez o avião. O editor do Rio, pelo que presenciamos, questionava cada detalhe.

A prática de checar todas as informações com os editores faz parte da rotina dos jornalistas da TV Globo e de qualquer emissora de televisão; ainda mais quando as matérias serão exibidas nos telejornais de rede. A cobrança foi muito grande. Uma informação errada poderia comprometer todo o trabalho e credibilidade da emissora. Segundo Bonner (2009), os erros sempre resultam numa correção: “Os mecanismo de filtragens de notícias existem para evitar a publicação de erros. [...] E temos horror a erros. [...] Em jornalismo, chamamos de “barriga” a informação errada” (2009, p. 128). E justifica a preocupação com a exatidão:

Para um programa com a audiência do JN, a busca do “erro zero” é mais do que justificada. Por isso, um furo espetacular nos põe, a todos, em tensão elevadíssima até que esteja completamente confirmado. Enquanto isso não acontece, a notícia não vai ao ar. E é claro que nos preocupamos com a possibilidade de algum concorrente mais rápido: por mérito de seus apuradores ou por desleixo com a apuração (BONNER, 2009, p.128).

17h33min. A editora do Jornal Hoje continua aguardando o aval do editor no Rio de Janeiro. A repórter 1 já gravou o *off* do seu VT. Segundo ela, o pessoal do Jornal Nacional cortou um pouco o texto. Isso porque o tempo do telejornal, nos dias de quarta-feira, é menor por conta dos jogos do Brasileirão, que não podem deixar de ser exibidos; é o espaço reservado ao futebol. São os contratos com os anunciantes, com os patrocinadores, que regem as “leis” capitalistas das emissoras comerciais. É o grau de autonomia, de que fala Bourdieu (2005), quando critica a televisão em relação ao mercado: “O campo do jornalismo é um campo muito pouco autônomo, mas essa autonomia, por mais fraca que seja, significa que não se pode compreender o que acontece lá [...]” (2005, p.33).

18h (relógio da redação). As duas reportagens que vão abrir o Jornal Nacional, daqui a duas horas e meia, ainda não começaram a ser editadas. A editora responsável pelo VT da repórter 2, se sentindo pressionada, grita: “*precisamos gerar (enviar) imagens para a escalada* (imagens que abrem o Jornal nacional) *do avião caindo*”(EDITORA 2, 2011, informação verbal), repetindo a orientação do editor do Jornal Nacional no Rio de Janeiro, que estava do outro lado da linha. O clima de tensão dentro da redação só aumentava.

Segundo Traquina (2008), em determinados momentos, a cadência de trabalho torna-se frenética, absorvente: “Os editores têm de tomar decisões rápidas. Tudo acontece num episódio de atividade de fogo concentrado. As expressões são curtas; por vezes, rudes; os movimentos, rápidos; a atmosfera, tensa [...]” (2008, p. 41). Ser profissional, para Traquina, não é ser vítima, mas conquistador do tempo.

18h: 29min (horário real). A repórter 1 assistiu a entrevista coletiva da empresa *Noar*, proprietária da aeronave que caiu. A repórter 1 transcreveu todas as falas da entrevista que pudessem ser aproveitadas em sua reportagem. O editor 1 e a editora do Jornal Hoje ainda estavam na ilha de edição, montando os VTs.

18h: 48min (horário real). Os VTs continuavam em edição. 20h (relógio da redação). 19h: 41min (horário real). A repórter 1 teve que gravar um novo trecho do *off*, a pedido dos editores do Jornal Nacional no Rio. Apesar do *deadline* (horário de fechamento), os editores do Rio ainda estavam fazendo modificações nos dois VTs. Na matéria da repórter 1, foram acrescentados alguns trechos da coletiva da empresa de aviação responsável pela aeronave.

19h: 53min. Faltam 37 minutos para o Jornal Nacional entrar no ar. A editora do Jornal Hoje começou a escrever a cabeça (texto lido pelos apresentadores para chamar o VT) que seria lida pelos apresentadores. Checamos que, pelo relógio da redação, faltavam apenas 15 minutos para o Jornal Nacional ir ao ar. A tensão aumentou. A matéria da repórter 2 ficou com o tempo de 2 minutos e 45 segundos. Os editores investiram no VT, pois normalmente,

as matérias veiculadas no Jornal Nacional não costumam ultrapassar mais de um minuto e meio, só em casos especiais, o tempo é mais generoso.

Segundo Bonner (2009), num dia repleto de factuais importantes, o tempo disponível para a edição terá uma importância maior que a habitual na seleção dos assuntos e na forma como serão exibidos:

Quanto mais complexo um assunto, maior a probabilidade de ser tratado numa reportagem maior, com um repórter que conduza, com entrevistas que a balizem com imagens e recursos de arte que a ilustrem. Se nosso objetivo é fazer com que todos compreendam os temas de que tratamos, por mais áridos que venham a ser, a lógica indica que a complexidade do assunto seja altamente impactante na decisão sobre sua forma de publicação (BONNER, 2009, p.108).

O VT da repórter 1 ficou com três minutos e 10 segundos. A avaliação da equipe que produziu o Jornal Nacional foi bastante positiva: Pernambuco cobriu o assunto com duas matérias e abriu a escalada com a imagem do avião caindo, enviada por um “cinegrafista amador”, como a TV Globo costuma creditar a participação do público nos telejornais.

18 de julho

15h. O editor 1 já está na redação conversando com a diretora de jornalismo da TV Globo Recife.

15h: 58min. O editor 1 e a repórter 1 conversavam sobre o último VT dela feito para a série do Criança Esperança. O editor do Jornal Nacional no Recife conversava com o editor do NETV 2ª Edição e perguntava se tinha alguma coisa que possa render para o JN.

O editor do Jornal Nacional, no Rio de Janeiro, pediu imagens das últimas cheias no Recife e em Goiana, interior do Estado. A redação no Recife estava fechando um VT sobre as últimas chuvas que caíram em Pernambuco e deixaram muitos municípios alagados, mas na última hora, o editor do Jornal Nacional mandou um e-mail, dizendo: *“infelizmente, bateram o martelo aqui e vamos fechar o VT pela Paraíba, OK? Vocês podem mandar imagens para que eu possa cobrir aqui a parte de Pernambuco? Se der, inclua uma sonorinha de alguém no abrigo, que tenha cara de encerramento de VT”* (EDITOR 3, 2011, informação verbal).

De acordo com o editor 1, a reportagem foi feita pelo repórter da Paraíba, pois lá tinha mais municípios atingidos pelas enchentes (26) e uma morte no dia, que seria exibida a reportagem: *“[...] Eles tinham um morto no dia da exibição do VT no Jornal Nacional, uma segunda-feira, e os “nossos mortos” foram no final de semana. Fecharam com o VT que tinha mais atualidade e factualidade”*, confessou (EDITOR 1, 2011, informação verbal).

Logo depois disso, a equipe no Rio de Janeiro pediu para a redação no Recife atualizar as informações sobre o caso da investigação da polícia sobre a empresa responsável pela aeronave que caiu no dia 13 de julho. O editor 1 escreveu uma nota sobre o caso, depois de ouvir o ministério público sobre a empresa proprietária do avião. Depois, o editor 1 revisou mais um texto da repórter 1 sobre a série do Criança Esperança. O editor 1 e a repórter 1 discutiram cada frase que seria lida no *off*. A prática de discutir cada sentença escrita é comum entre o repórter e o editor de texto do Jornal Nacional. Segundo a repórter 1: “Os profissionais responsáveis pelo Jornal Nacional no Rio de Janeiro são muito exigentes, você manda 10 pautas, eles aprovam três, mas quando a matéria é boa, a gente abre o telejornal” (REPÓRTER 1, 2011, informação verbal).

Um fato interessante aconteceu durante a negociação entre o editor 1 e a repórter 1. Ele precisou entrar em contato com o editor responsável pela série Criança Esperança, no Rio de Janeiro, para saber se deveria usar a expressão “cega” ou “deficiente visual”. O editor 1 queria saber qual a determinação da emissora. Ele foi aconselhado, pelos editores da redação do Rio de Janeiro, que deveria usar “deficiente visual”, apesar dessa expressão não constar em nenhum manual de redação. A repórter 1 e o editor 1 disseram que não viam problema em usar a palavra “cega”, mas avaliaram que foi melhor consultar o responsável pela série, pois as matérias eram muito recomendadas pela “chefia”.

Segundo Vizeu e Correia (2008), cada emissora ou veículo estabelece normas específicas para a produção da notícia, que podem estar nos manuais de redação e que devem ser seguidos pelos profissionais, delimitando, assim, o modo pelo qual a informação será relatada.

De acordo com Traquina (2008, p. 46), os jornalistas precisam se comunicar através das fronteiras de classe, étnicas, políticas e sociais. Desse modo, Traquina recomenda:

- a) frases curtas;
- b) parágrafos curtos;
- c) palavras simples (evitar palavras polissilábicas);
- d) uma sintaxe direta e econômica;
- e) concisão; e
- f) a utilização de metáforas para incrementar a compreensão do texto.

Nos Princípios Editoriais das Organizações Globo, lançado em agosto de 2011, um dos atributos da informação de qualidade é a “correção”; no item “m”, está escrito que os

profissionais usarão a norma culta da Língua Portuguesa, mas sempre levando em conta a sua evolução e as suas inúmeras possibilidades:

Gírias e neologismos serão evitados, sendo aceitos em declaração de entrevistados ou em reportagens mais leves, acompanhados, quando necessário, da explicação sobre seu significado. Cada veículo estabelecerá, em seu manual de redação, a padronização que considerar a mais apropriada. Mas editores evitarão que suas idiossincrasias em relação à língua se tornem norma (REDE GLOBO, 2011).

O Jornal Nacional do dia 18 de julho de 2011 exibiu sobre Pernambuco uma nota coberta de 55 segundos no primeiro bloco sobre as fortes chuvas que caíam na cidade.

19 de julho 2011

15h00min. O editor 1 conversou com a produtora do NETV 2ª Edição para saber se algum factual pode render para o Jornal Nacional daquela noite. Ele perguntou detalhes sobre a *suíte* (matéria que decorre de uma primeira reportagem produzida anteriormente retomando e atualizando um assunto abordado) da matéria sobre a empresa responsável pelo avião que caiu no dia 13 de julho, em Boa Viagem; também sobre a explosão de mais um caixa eletrônico na Zona da Mata Norte de Pernambuco. No ano de 2011, segundo a Secretaria de Defesa Social de Pernambuco – SDS/PE, foram registrados 23 arrombamentos a caixas eletrônicos no estado àquela data. Desses, 13 foram com uso de explosivos e 10 com maçaricos. Essa apuração foi feita pela equipe da TV Globo no Recife e, segundo a avaliação do editor 1, poderia render para o Jornal Nacional.

O editor 1 passou também a informação sobre o inquérito da empresa responsável pela aeronave, que transferiu essa responsabilidade da apuração do acidente para a Polícia Federal. A nota escrita pelo editor 1 não entrou no espelho do telejornal àquele dia; mas, como foi pela manhã e o Jornal Nacional estava desde o início no caso, a produção teria que manter a equipe do telejornal informada de todos os fatos sobre o assunto.

O editor 1 ligou para o editor do Jornal Nacional, no Rio de Janeiro, para dizer que tinha “uma boa imagem” (jargão jornalístico) de um homem, sendo retirado das ferragens pelo Corpo de Bombeiros num acidente de caminhão no município de Jaboatão dos Guararapes, Região Metropolitana do Recife. Apesar dos editores do Jornal Nacional dizerem que estavam sem tempo disponível para incluir a nota e a imagem no espelho, o editor 1 foi orientado pelo chefe de redação da TV Globo Recife a enviar as imagens e as informações.

Segundo o editor 1, a preocupação era com a concorrência: “*Por segurança enviaremos a imagem, para depois não dizerem que passamos batidos, ou que levamos um furo*” (EDITOR 1, 2011, informação verbal). Mais uma vez, o fantasma do *furo*, de ser tomado de surpresa pela concorrência rondava a redação.

A preocupação com o furo é sempre uma constante nas emissoras de televisão de todo o mundo. Já falamos aqui sobre o assunto anteriormente, mas valeria ressaltar que o “medo” de ser furado, pela concorrência, permeia a rotina dos jornalistas nas redações e especialmente na TV Globo, em que a cobrança dos telespectadores e profissionais contratados, devido ao seu alto índice de audiência, pode ser ainda maior.

Nos Princípios Editoriais das Organizações Globo (2011), nos Atributos da Informação de Qualidade, pode-se ler no item “agilidade”, a seguinte recomendação:

Deve-se ter humildade diante de furos de veículos concorrentes. Diante de casos assim, não se deve negar a realidade, mas entrar no assunto o mais rapidamente possível, tentando fazer mais e melhor, dando o crédito a quem de direito (PRINCÍPIOS EDITORIAIS GLOBO, 2011).

18h: 34min (relógio da redação): o chefe de redação pediu para o editor 1 dá uma olhada na sonora do Ministro dos Transportes, Paulo Sérgio Passos, que esteve hoje no Recife e fez um sobrevôo para ver a duplicação da BR 101, e parte estragada por conta das chuvas. Ele pediu para ligar para a TV Globo Brasília e saber se eles iam precisar da sonora do Ministro para usar em algum VT do Jornal Nacional. O editor 1 entrou em contato com equipe em Brasília, mas o editor responsável disse que não ia usar nem imagens, nem sonora.

20h: 30min. O Jornal Nacional do dia 19 de julho exibiu apenas a Nota Coberta sobre os moradores das regiões do Nordeste atingidas pelas chuvas, que tentavam recuperar suas casas. Todas as outras informações e imagens enviadas pela equipe do telejornal no Recife não foram utilizadas.

Ao acompanharmos as rotinas dos profissionais responsáveis pela produção do Jornal Nacional no Recife avaliamos que o número reduzido de pessoas na equipe, sobrecarrega o editor do telejornal e limita as possibilidades de uma maior participação de Pernambuco no telejornal. A equipe acabou adotando uma postura passiva diante da produção do telejornal; pois, sem condições de levantar os assuntos que renderiam pautas, por conta do número reduzido de jornalistas envolvidos com o Jornal Nacional, o editor 1, que acumula também a função de produtor, ficava, na maior parte do tempo, aguardando os pedidos da redação do Rio de Janeiro, muito mais do que sugerindo matérias.

Como o Jornal Nacional é um noticiário televisivo voltado quase que exclusivamente para os fatos do dia-a-dia, os profissionais ficam, na maioria das vezes, na expectativa de que algum factuel relevante aconteça. De acordo com o editor 1, não existe uma equipe ideal; em qualquer lugar, quanto maior o número de pessoas trabalhando, melhor para o departamento: *“O grande problema é que eu tenho que cuidar de toda produção e edição sozinho, não tenho muito tempo livre para pensar, ir atrás das pautas”* (EDITOR 1, 2011, informação verbal). Sobre o número reduzido de profissionais envolvidos com a produção do Jornal Nacional, a diretora de jornalismo da TV Globo Recife confessou: *“A nossa estrutura talvez seja a menor de todo o Brasil. Deveríamos ter, pelo menos, um produtor e um editor. A gente precisa melhorar a estrutura de produção”* (DIRETORA DE JORNALISMO, 2011, informação verbal).

Em relação à tímida participação de Pernambuco no telejornal mais importante da emissora, a repórter 1 creditava isso à falta de profissionais na casa:

A equipe hoje é mínima. Falta gente para pensar a rede. Nós não temos uma meta para cumprir, Fortaleza e Belo Horizonte têm. Eles têm que emplacar um número mínimo de matérias por mês no Jornal Nacional. Nós somos referência de rede em todo o Nordeste, somos respeitados pela qualidade de nosso trabalho, mas precisamos investir mais nas produções do Jornal Nacional (REPORTER 1, 2011, informação verbal).

4.2 Pernambuco na telinha do Jornal Nacional

Com base na teoria das representações sociais, mais especificamente nos conceitos de ancoragem e objetivação, defendida por Moscovici (2009) e outros autores, tentaremos responder como são construídas as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional, a partir de seis categorias: O factual, Pernambuco como modelo, celebridades, manifestação cultural, desastres e serviço público. Achamos necessário esclarecer que, em alguns casos, as categorias se relacionam entre si, tornando difícil a definição de suas fronteiras, pois algumas delas apresentam características bastante semelhantes. Vale destacar também que procuramos aqui categorizar os fenômenos que se repetem com mais constância nas reportagens sobre Pernambuco exibidas no Jornal Nacional.

Antes de nos deter na análise de cada uma das seis categorizações propostas, achamos necessário abordar o conceito de notícia, defendido de forma diferenciada por diversos autores, para entender melhor uma das hipóteses desse trabalho, a de que os meios de comunicação se apresentam como transmissores da realidade social.

Alguns autores tratam a notícia como apenas uma transcrição de um fato ocorrido; outros como um produto das rotinas jornalistas e ainda alguns as veem como uma forma de representação da realidade. Mas, ainda hoje, para muito pesquisadores e profissionais da área, a definição do conceito de notícia ainda não é bem clara. Vamos tentar a seguir, analisar alguns desses conceitos, que consideramos de grande importância para a compreensão e entendimento de nosso objeto de estudo.

Segundo Lage (2006), do ponto de vista estrutural a notícia se define no jornalismo moderno como relato de uma série de fatos, a partir do fato mais importante ou interessante; e, de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante (2006, p. 17). De acordo com Lage, a observação pode ser analisada de vários aspectos: o primeiro deles seria de que a notícia não seria apenas a narração dos acontecimentos, mas de como expô-los.

A área de pesquisa em comunicação, que se dedica a estudar o processo de produção da notícia ou *newsmaking*, já mencionado anteriormente, nos ajudará a entender melhor como se dão esses processos de como expô-la, de como é construída a notícia e quais os critérios para selecioná-la. O que, em nosso entender, contribuirá para as análises das categorias criadas em nosso objeto de estudo.

De acordo com Alsina (2005), não existe um conceito universal de notícia, mas podemos tentar defini-la como um produto de uma sociedade muito concreta, que só conhecemos uma de suas faces. Alsina (2005) propõe a seguinte definição: “A notícia é uma

representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível (2005, p. 299). Para o autor, através do conceito de representação social, já discutido extensivamente, revela-se a construção da notícia por meio dos acontecimentos; isso é, as representações sociais são formas de conceber a realidade: “[...] são produtos construídos socialmente e são construtoras do pensamento social” (2005, p.301).

Por isso, acreditamos que analisar as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional, nos ajuda a entender como o telejornal, de maior audiência do país constrói a imagem e o pensamento social dos brasileiros, em relação ao Estado de Pernambuco. Quando analisamos a construção das notícias, por meio dos acontecimentos selecionados pelos profissionais responsáveis pela produção do Jornal Nacional em Pernambuco, encontramos algumas pistas que nos revela como se dão essas relações sociais compartilhadas e como essa forma de conhecimento tem a ver com a verdade.

Segundo Alsina (2005), a produção da notícia é um processo complexo que se inicia com um acontecimento, que é um fenômeno social determinado histórica e culturalmente. Quando Alsina define o acontecimento na mídia, ele estabelece três elementos como sendo essenciais para o acontecimento:

- a) a variação do ecossistema;
- b) a comunicabilidade do fato; e
- c) a implicação dos sujeitos.

Não vamos nos aprofundar no conceito de “acontecimento”, pois estaríamos fugindo do nosso objeto de estudo; mas tentaremos entender, mesmo que de uma maneira simplificada, esses três elementos que Alsina aponta como essenciais para que se dê o acontecimento. Consideramos que eles podem auxiliar na construção das categorizações das notícias exibidas no Jornal Nacional, que trataremos mais adiante.

- a) A variação do ecossistema: o ecossistema, diz Alsina (2005), serve de ponto de referência a partir do qual se pode estabelecer a existência dos acontecimentos. A variação no ecossistema acarretaria uma ruptura da norma; exemplificando, diz a autora: “O aparecimento de uma jibóia constitui um acontecimento em uma cidade do Ocidente, mas não em uma selva em que as jibóias se reproduzem normalmente” (2005, p. 140). Mas, segundo o autor, as variações podem possuir características variáveis: um início e um fim, se ela se estende por muito tempo pode perder o seu caráter de acontecimento;

este tem uma data de validade, pois a variação, com o passar do tempo, transforma-se em uma coisa normal; uma variação pressupõe uma ruptura da normalidade. Quanto maior essa ruptura, mais espetacular será o acontecimento; a variação do ecossistema pode se prevista ou imprevista pelo sujeito.

- b) A comunicabilidade do fato: segundo Alsina (2005), um acontecimento não comunicável ou secreto nunca seria jornalístico. “[...] se estamos tratando do acontecimento jornalístico, sua comunicabilidade é condição necessária, principalmente, se o entendermos como um fato social” (2005, p.142). Ele precisa ser percebido, diz ele.
- c) A implicação dos sujeitos: para Alsina (2005), todo ato de comunicação é realizado para atingir o destinatário; se ele não se sente implicado na mensagem, o efeito será nulo. Mas, os graus de implicação podem variar. Para o autor, o grau de envolvimento do produtor da notícia (a mídia) é determinante na hora de conferir a categoria de um fato e de valorizá-lo como notícia.

O autor estabelece a relação entre o jornal local e o jornal de cobertura nacional, exemplo que podemos aplicar ao nosso objeto de estudo. Para ele, um grande acontecimento para um jornal local, pode até ser publicado em um jornal de cobertura nacional, mas talvez, ele não lhe conferirá grande importância. Esclarece Alsina:

[...] o grande potencial comunicativo dos meios locais é que eles transmitem notícias que os outros meios de maior cobertura quase não veiculam. Por isso, as populações menores somente vão para a mídia quando acontecem desgraças naturais, por exemplo. Os cidadãos dessas populações quase não se veem nas notícias ou se aparecem; é por causa dos acontecimentos veiculados pelos meios de comunicação. É por isso que eles têm uma carência de informação jornalística a respeito do seu entorno mais próximo, com os meios de comunicação nacional (ALSINA, 2005, p.150).

O exemplo acima é facilmente exemplificado na categoria que denominamos “desastres”, quando a população, atingida pelas enchentes que devastaram as cidades do interior de Pernambuco em 2011, ganhou destaque, durante dias, no Jornal Nacional. Uma população, que normalmente não aparece na TV, “somente vai para a mídia”, como diz Alsina (2005), quando acontecem desgraças naturais. A seguir, analisaremos as categorias propostas por nós, nesta dissertação.

Alsina (2005) apresenta algumas regras de seleção da notícia apontadas por diversos autores, entre elas, selecionamos as de Böckelmann (*apud* ALSINA, 2005, p. 154-155) para, de alguma forma, dialogar com as categorias de representações nas reportagens que iremos analisar aqui:

- 1) As chamadas notícias de interesse humano. Referência ao privado, ao pessoal e ao íntimo.
- 2) Os sintomas do sucesso pessoal, do prestígio.
- 3) A novidade, as últimas tendências, a “modernidade”.
- 4) Os sintomas do exercício do poder político, econômico, judicial. E suas representações.
- 5) A diferença entre normalidade e anormalidade, no tocante à orientação da conduta individual e sua valorização.
- 6) Os delitos, os acidentes e as catástrofes. A violência e a dor.
- 7) Formas de competência, sob o aspecto de luta, com conotações afetivas de competência de *status* e de enfrentamento pessoal.
- 8) Referência ao aumento da posse na questão das receitas e bens pessoais e do enriquecimento individual.
- 9) As crises e os sintomas das crises políticas.
- 10) A observação do que é extraordinário, do singular e do exótico. Tendência de apresentar o que é mais chocante nas diversas culturas.

Alsina (2005), como outros autores, defendem que o meio de comunicação é frequentemente o porta-voz da opinião pública, mas também estabelece uma hierarquia dos assuntos que considera que são os mais importantes para a sociedade. Na definição de notícia, Gay Tuchman (1983) apresenta o conceito como um produto em construção permanente:

[...] A notícia não reflete a sociedade. Ajuda a construí-la como fenômeno social compartilhado, já que no processo de descoberta de um acontecimento, a notícia define e dá forma ao acontecimento. [...] A notícia está definindo e redefinindo, constituindo e reconstituindo permanentemente fenômenos sociais (TUCHMAN, 1983, p. 197-198, tradução nossa).

Wolf (2008) questiona: “Quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes, para serem transformados em notícias?” (2008, p.

202). Segundo esse autor “A definição e a escolha do que é noticiável (...) são sempre orientadas (...) para a ‘condição factível’ do produto informativo a ser realizado em tempos e com recursos limitados” (2008). A respeito do conceito de noticiabilidade, Tuchman (1983) afirma que, se não existisse uma rotina para enfrentar os acontecimentos imprevistos, as empresas jornalísticas, como empreendimentos, faliriam.

De acordo com Wolf (2008), a noticiabilidade está muito ligada aos processos que padronizam e, de alguma forma, tornam rotineiras as práticas de produção: “Ela equivale a produzir práticas de produção estáveis numa “matéria-prima” (os acontecimentos do mundo), por sua natureza extremamente frágil e imprevisível” (2008, p. 196).

Para Wolf (2008), os valores/notícias são critérios de relevância difundidos ao longo de todo o processo de produção. Eles estarão presentes, diz ele, na seleção das notícias e também nos procedimentos posteriores:

Os valores-notícias são usados de duas maneiras. São critérios para selecionar, do material disponível para a redação, os elementos dignos de ser incluídos no produto final. Em segundo lugar, eles funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público (WOLF, 2008, p.202-203).

Segundo o autor, em vários momentos, os valores-notícias são acionados. Eles servem para orientar o trabalho de apuração do repórter na rua, para conduzir as pautas e para determinar o rumo da edição. Os valores-notícias vão determinar onde a matéria será publicada, podendo ser na capa ou no interior do jornal ou da revista; na manchete da escalada ou fora dela.

As notícias que concentram maior potencial informativo e atrativo são as que combinam maior número de valores-notícias. Se estes são fracos, menor será a audiência ou o impacto do produto. Se forem fortes, maior apelo para que sejam divulgados.

Wolf (1987) resume os elementos que devem ser destacados na construção da notícia. São eles:

- a) A importância que é determinada pela exigência da empresa ou organização jornalística.
- b) Os valores/notícias são critérios e, segundo as hierarquias, estão sempre mudando.
- c) Na utilização das fontes, intervêm diversos critérios práticos.

- d) A composição dos telejornais é uma espécie de “compromisso” entre elementos pré-determinados e imprevistos.
- e) Nas modificações que acontecem nos últimos instantes do roteiro, leva-se em consideração a importância do acontecimento diante do “custo” de modificá-lo.
- f) A rigidez da organização do trabalho está mitigada pela receptividade concedida aos acontecimentos imprevistos.

Bonner (2009) apresenta os critérios primários e secundários adotados para a seleção de notícias que entrarão no Jornal Nacional: “A abrangência de um fato, a gravidade de suas implicações, seu caráter histórico e o contexto em que se dão são critérios de seleção primários” (2009, p. 105). Quanto maior o número de pessoas atingidas por um fato, maior a probabilidade de ser publicado; quanto maior for a gravidade de um fato, maior a possibilidade de ser anunciado; o caráter histórico, a morte de um papa, o ataque terrorista de 11 de setembro de 2001, a conquista de uma Copa do Mundo pela seleção Brasileira e as notícias de importância absoluta, como a eleição do primeiro presidente negro dos Estados Unidos, têm lugar garantido no telejornal. Mas, de acordo com o apresentador e editor-chefe do Jornal Nacional, para decidir como cada uma das notícias será apresentada aos telespectadores, entrarão em ação os critérios secundários de complexidade. Quanto mais complexo um assunto, maior a probabilidade de ser tratado numa reportagem com um tempo maior:

Num dia assim, repleto de factuais relevantes na economia, na política internacional, no esporte e até na astronomia, o tempo disponível para a edição terá importância maior que a habitual na seleção dos assuntos e na forma como serão exibidos. Teremos de ser ainda mais obsessivamente seletivos, portanto. E ainda mais rigorosos na busca da concisão (BONNER, 2009, p.110).

Quando perguntamos ao editor 1 que tipo de pauta sobre Pernambuco interessa ao Jornal Nacional ele respondeu:

Varia conforme o que está acontecendo no mundo. Depende da economia, da política, dos acontecimentos de uma forma geral. Também depende de quem está na direção do telejornal, da concorrência, do que está acontecendo na sociedade... Tudo isso vai definir a pauta do Jornal Nacional daquele dia (EDITOR 1, 2011, informação verbal).

Para a repórter 1, a participação de Pernambuco no Jornal Nacional já foi bem maior. Na época, segundo a repórter 1, não existia núcleo de rede em outros estados e ela cobria o Nordeste inteiro: “Eu chegava a fazer duas, três matérias por semana para o Jornal Nacional, agora a nossa participação é dividida com todos os Estados do Nordeste, e é bem menor”. Segundo ela, os assuntos abordados também mudaram.

A repórter 1 nos forneceu uma lista de matérias produzidas por ela e exibidas no Jornal Nacional, entre 1998 e 2001, para que fosse possível termos um parâmetro de comparação em relação às reportagens analisadas nos anos de 2010 e 2011, recorte dessa pesquisa. A lista encontra-se nos anexos.

Na nossa avaliação, constatamos que alguns assuntos praticamente desapareceram das pautas atuais do telejornal. O tema da seca, excessivamente explorado nos anos anteriores, não faz mais parte das representações sociais de Pernambuco apresentadas no Jornal Nacional. Em 2010 e 2011, as reportagens sobre a falta d’ água no sertão pernambucano sumiram dos assuntos abordados pelo telejornal.

Das 39 reportagens selecionadas sobre Pernambuco e exibidas no Jornal Nacional durante os anos de 2010 e 2011, recorte desta dissertação, analisamos três matérias de cada categoria proposta, na tentativa de identificar as representações sociais de Pernambuco construídas no telejornal.

4.2.1 Categoria 1: factual

Segundo Traquina (2005), o jornalismo pode ser explicado pela resposta à pergunta que fazemos todos os dias: o que aconteceu? O que está acontecendo no mundo? “Pode-se dizer que o jornalismo é um conjunto de ‘estórias’, ‘estórias’ da vida, ‘estórias’ das estrelas, ‘estórias’ de triunfo e tragédia” (2005, p.21).

Para Traquina (2005), a maioria dos livros e manuais sobre jornalismo define as notícias como tudo o que é importante e/ou interessante na vida: “O principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia, não é ficção, isso é, os acontecimentos ou personagens das notícias não são invenções dos jornalistas” (2005, p. 20). Podemos deduzir, então, que o jornalismo trabalha com os acontecimentos do dia-a-dia, com o que denominamos de *factual*.

Gay Tuchman (1983) arrisca uma sistematização das notícias de acordo com o tipo de matéria ou reportagens. As tipificações, segundo Tuchman, seriam classificações das

matérias, de acordo com as suas características relevantes, para facilitar a prática diária dos jornalistas.

Tipificações de matérias por Gay Tuchman:

Duras	Factuais (perecíveis)
Leves	Não perdem atualidade. Ex.: uma apresentação de balé.
Súbita	Imprevista. Ex.: um incêndio.
Em desenvolvimento	Os fatos vão acontecendo. Ex.: um acidente aéreo ou um seqüestro.
Em sequencia	Fatos pré-programados Série de relatos sobre o mesmo tema. Ex.: votação de um projeto de Lei.

(Fonte: TUCHMAN, 1983)

Nas tipificações apontadas por Tuchman (1983), o factual é a notícia dura, aquela que está sujeita a exigência do tempo, que é perecível e tem urgência de ser divulgada: “Dizem que a notícia dura se refere à informação que todas as pessoas devem ter para serem cidadãos informados [...]” (TUCHMAN, 1983, p.60, tradução nossa).

Para Gomis (1991), nem todos os fatos são percebidos e entre os fatos percebidos, nem todos servem como notícia: “A essência da notícia é a capacidade de gerar comentários que tem o fato. Se um fato não suscita comentários, não é notícia” (1991, p.53, tradução nossa).

Gomis (1991) afirma que, na seleção das notícias, os meios de comunicação seguem princípios de universalidade e de neutralidade. Por princípio de universalidade, o autor define que nada do que acontece está excluído da possibilidade de se converter em notícia: “[...] aconteça na cidade ou no campo, no mar ou no céu, nas grandes cidades do mundo ou em alguma aldeia cujo nome não está sequer mencionado” (1991, p.76, tradução nossa). Por princípio de neutralidade, Gomis entende que as notícias não se classificam em boas ou más, favoráveis ou contrárias e sim como simplesmente notícias ou não-notícias. E entre as notícias, aquelas que são mais ou menos notícias, as que podem virar manchetes ou constar nas páginas interiores dos jornais. Desse modo, afirma Gomis (1991):

O valor notícia é moralmente neutro. A razão desse princípio de neutralidade é a mesma que fundamenta o princípio de universalidade, pois na realidade ambos são princípios complementares: quanto mais notícias, melhores serão as que sobrevivem a um rápido e enérgico processo de seleção (GOMIS, 1991, p. 77, tradução nossa).

Gomis (1991) argumenta que tudo pode interessar; porém, uma coisa sempre interessará mais que outra. E os jornalistas não irão discutir que notícia é boa ou má e sim qual dos fatos é mais *notícia*. Segundo o autor, ambos os princípios - de universalidade e neutralidade, são naturalmente relativizados pelo seu uso:

O princípio da universalidade é relativizado pela atenção que o fato mais próximo desperta sobre o mais distante e o da neutralidade, pela preferência com que os meios de comunicação buscam os fatos que afetarão os interesses de sua audiência, sendo que é certo que nos interessa conhecer tanto as “boas” como más notícias (GOMIS, 1991, p. 78, tradução nossa).

No livro **Jornal Nacional**: modo de fazer o apresentador e editor-chefe do programa jornalístico deixa clara a vocação factual do telejornal: “Nossa matéria-prima é aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia. São fatos do dia. Alguns, absolutamente previstos” (BONNER, 2009, p.117). Para o editor-chefe do Jornal Nacional, os temas factuais são prioridade.

Essa breve introdução sobre o caráter factual da notícia e sua prioridade faz-se necessária para falar sobre o nosso objeto de estudo. O Jornal Nacional produz suas matérias apoiando-se nos parâmetros desse conceito de notícia, imprescindível para atingir o objetivo diário do telejornal, que, segundo seu editor-chefe, é: “mostrar o que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia” (2009, p.117).

FIGURA 9

Exemplo1: Eduardo Campos campeão de votos



Fonte: Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/10/psb-elege-dois-governadores-que-obtiveram-maior-percentual-de-votos.htm> >. Acesso em: 20 de Outubro de 2011. Imagem da matéria sobre eleição. Do lado esquerdo Eduardo Campos, Governador de PE e Renato Casagrande, Governador do Espírito Santo.

Matéria do repórter 4

Reportagem exibida no dia 04/10/2010.

Tempo: 2min: 12seg.

Texto

NO RECIFE, A **CELEBRAÇÃO** DO GOVERNADOR REELEITO EDUARDO CAMPOS (PSB) **FOI AO LADO DOS DOIS CANDIDATOS VITORIOSOS** PARA O SENADO: O PRESIDENTE DA CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA, ARMANDO MONTEIRO (PTB), E O EX-MINISTRO DA SAÚDE HUMBERTO COSTA (PT).

O GOVERNADOR MAIS VOTADO DO PAÍS EM NÚMEROS PROPORCIONAIS TEVE 82,8% DOS VOTOS E **PASSOU O DIA DESTA SEGUNDA-FEIRA (4) DANDO ENTREVISTAS** PARA EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO. PARA O PRESIDENTE NACIONAL DO PSB, O PARTIDO SAIU MUITO FORTALECIDO DAS ELEIÇÕES. “NÓS CRESCEMOS, ESTAMOS FELIZES COM OS RESULTADOS: TRÊS GOVERNADORES ELEITOS E QUATRO SENADORES. ESTAMOS NO SEGUNDO TURNO EM TRÊS ESTADOS. CRESCEMOS A NOSSA BANCADA FEDERAL, E O PARTIDO GANHA RESPONSABILIDADES MAIORES COM O FUTURO DO PAÍS”, AFIRMA EDUARDO CAMPOS.

Em negrito, destacamos as representações sociais que aparecem no texto. Na matéria “Eduardo Campos campeão de votos” o repórter procurou ancorar a eleição do candidato construindo uma imagem positiva e vitoriosa do governador do estado. Na nossa análise, destacamos conceitos e imagens familiares à população, todas carregadas de conotações extremamente positivas: **“A comemoração foi ao lado de candidatos vitoriosos, o governador mais votado do país em números proporcionais, passou o dia dessa segunda-feira dando entrevistas, o partido saiu fortalecido...”**.

Através dessas expressões e ancoragens, o repórter vai construindo uma representação social coerente e positiva, mostrando que o candidato está trilhando uma trajetória vencedora e de prestígio nacional.

FIGURA 10

Exemplo 2: Apagão



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/videos/jornal-nacional/t/edicoes/v/falta-de-energia-prejudica-oito-estados-do-nordeste/1427807/>>. Acesso em: 20 de Outubro de. 2011. Imagem da matéria sobre Apagão em Pernambuco.

Matéria do repórter 4

Reportagem exibida no dia 04/02/2011

Tempo: 2 min. 52seg.

Texto

COMO EM TODAS AS GRANDES CIDADES, O TRÂNSITO DO RECIFE TAMBÉM FICOU CAÓTICO, COM OS SINAIS DESLIGADOS – PERIGO PARA OS

MOTORISTAS NOS CRUZAMENTOS. NO CENTRO DA CIDADE, **OS PASSAGEIROS TIVERAM QUE ENFRENTAR A ESCURIDÃO NAS PARADAS DE ÔNIBUS.**

PELA MANHÃ, COM A NOITE MAL DORMIDA, CADA UM TINHA UMA HISTÓRIA DIFERENTE PARA CONTAR. “FOI DIFÍCIL, PAROU TUDO”, REVELA UM HOMEM. “FIQUEI COM MUITO CALOR, MINHA CRIANÇA NÃO CONSEGUIU DORMIR”, RELATA UM SENHOR. “EU NÃO PUDE MAIS FAZER NADA SEM ENERGIA”, DIZ UMA MULHER.

O APAGÃO ATINGIU TAMBÉM O HOSPITAL DA RESTAURAÇÃO QUE TEM A MAIOR EMERGÊNCIA DO NORDESTE. OS GERADORES ENTRARAM EM FUNCIONAMENTO, MAS, MESMO ASSIM, **HOUVE MUITA CORRERIA,** AFINAL O HOSPITAL TEM 800 LEITOS. ALGUNS APARELHOS ELETRÔNICOS PARARAM DE FUNCIONAR.

O DIRETOR MÉDICO DO HOSPITAL, JOÃO VEIGA, DISSE QUE EM ALGUNS PACIENTES FORAM COLOCADOS RESPIRADORES MECÂNICOS. “TOMARA QUE NÃO ACONTEÇA ISSO DE NOVO, PORQUE FOI MUITO GRAVE ESSE TIPO DE COISA QUE ACONTECE DENTRO DE UM HOSPITAL DESSES. NINGUÉM PREVÊ COM 800 PESSOAS INTERNADAS TER UM APAGÃO DESSES”, AFIRMA.

DURANTE O APAGÃO, HOUVE UMA BRIGA ENTRE OS DETENTOS DO PRESÍDIO ANÍBAL BRUNO. DOIS PRESOS FORAM ESFAQUEADOS, E UM MORREU.

No segundo exemplo, as características de factuality são ainda mais explícitas e até urgentes, pois o fato ocorrido, o apagão, deixou milhões de pessoas em oito estados do Nordeste, durante horas, sem energia elétrica.

A reportagem ancorou o apagão no Recife revelando, principalmente, os transtornos causados pela falta de luz: “trânsito **caótico, perigo, escuridão...**” As ancoragens foram todas de conotação bastante negativa devida à gravidade do incidente. O repórter foi construindo uma representação social, mostrando o apagão como uma situação de grande insegurança, relacionada à ameaça a tranquilidade das pessoas, ancorando-o na imagem de caos, perigo,

escuridão, briga, esfaqueamento e morte. Tudo o que há de negativo na imaginação dos telespectadores é ligada à falta de energia provocada pelo apagão.

FIGURA 11

Acusado de assassinar universitário no Recife é julgado



FONTE: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/06/acusado-de-assassinar-universitario-em-recife-e-julgado.html>>. Acesso em: 21 de Outubro de 2011. Alcides do Nascimento, universitário assassinado.

Nota coberta

Nota coberta exibida no dia 14/06/2011

Tempo: 45 seg.

Texto cabeça

DEVE ACABAR AGORA A NOITE O JULGAMENTO DE UM DOS ACUSADOS DE TER MATADO O UNIVERSITÁRIO ALCIDES DO NASCIMENTO LINS, NO RECIFE, NO ANO PASSADO. FOI UM ASSASSINATO QUE COMOVEU O BRASIL INTEIRO.

Texto

ALCIDES ESTAVA QUASE SE FORMANDO NO CURSO DE BIOMEDICINA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO, DEPOIS DE TER SE CLASSIFICADO NO VESTIBULAR, NO PRIMEIRO LUGAR ENTRE OS ALUNOS DE ESCOLAS PÚBLICAS. HOJE O TRIBUNAL ESTAVA CHEIO. A EX-CATADORA DE LIXO, MARIA LUIZA DO

NASCIMENTO VESTIU O JALECO DO FILHO ASSASSINADO. O RÉU, JOÃO GUILHERME NUNES DA COSTA É UM DOS ACUSADOS. O OUTRO É ADOLESCENTE E CUMPRI MEDIDA SÓCIO EDUCATIVA.

A reportagem do julgamento do acusado de ter matado um estudante universitário no Recife ganhou destaque no Jornal Nacional muito mais pelo fato da vítima ser filho de uma catadora de lixo, como também por ele ter passado, com muito esforço, em primeiro lugar no vestibular de uma Universidade Federal. Os apresentadores, ainda na cabeça, procuraram ancorar o julgamento do réu, enfocando a revolta pelo assassinato de um estudante esforçado e humilde: “Foi um assassinato que **comoveu o Brasil inteiro**”.

O texto segue ancorando o assunto do julgamento e assassinato com o mesmo enfoque: “Alcides estava quase se formando no curso de biomedicina na Universidade Federal de Pernambuco, depois de **ter se classificado no vestibular no primeiro lugar entre os alunos de escolas públicas**”. E ainda: “a **ex-catadora de lixo**, Maria Luiza do Nascimento **vestiu o jaleco do filho assassinado**”.

Através dessas expressões e ancoragens, o repórter vai construindo uma representação social em que predomina um clima de comoção e revolta. O raciocínio por detrás do conjunto das falas do repórter pode ser resumido com a palavra justiça.

Em nossa análise dos factuais selecionados, constatamos que o enfoque, muitas vezes, extrapola o fato em si. Moscovici (2009) afirma que no processo de construção da realidade estão também os processos ligados à linguagem e à comunicação: “A linguagem explora esse fato com a finalidade de defini-lo, de colocá-lo dentro do fluxo de suas associações e projetá-lo em seu espaço próprio, que é simbólico” (2009, p. 219).

Moscovici (2009) diz: “As palavras não são a tradução direta das ideias, do mesmo modo que os discursos não são nunca as reflexões imediatas das posições sociais” (2009, p. 219). A partir da mídia, em nosso caso, analisando as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional, estamos buscando algumas pistas de como se dá essa guerra simbólica.

4.2.2 Categoria 2: Pernambuco como modelo

Segundo Gay Tuchman (1983), as notícias “leves” podem ser definidas como relatos de interesse humano, pois tratam da vida dos seres humanos, em oposição às notícias “duras”, que, segundo a autora, são interessantes para os seres humanos. Mas, muitas vezes, segundo Tuchman, as fronteiras entre notícia “dura” e notícia “leve” podem não ser muito bem definidas: “Durante um período de dois anos, a emissora de televisão observada apresentava como relatos destacados alguns fatos que sua maior concorrente apresentava como notícias duras, e viceversa” (1983, p. 65, tradução nossa).

Como já dissemos antes, também é característica da notícia leve a sua não factualidade; ou melhor, quando não divulgada, ela não perde a sua atualidade. A notícia leve é considerada, no jargão jornalístico, uma notícia “fria” ou de “gaveta”; ela despertará o interesse do público a qualquer momento que for exibida ou publicada. “Os membros de uma empresa de comunicação quase sempre controlam o sentido do tempo e o fluxo do trabalho para processar relatos de notícias leves” (TUCHMAN, 1983, p.65, tradução nossa).

De acordo com Bonner (2009), nem todos os dias são repletos de fatos nacionalmente relevantes, por esse motivo, há dias em que o Jornal Nacional explora os temas de atualidades não factuais, que segundo o editor-chefe e apresentador do telejornal, são fenômenos que têm ocorrido, mas que não precisam ser abordados obrigatoriamente no mesmo dia, porque pode ser abordado amanhã ou depois:

Reportagens desse tipo são muito importantes para ajudar o espectador a compreender o mundo em que vive, a conhecer problemas, a discutir soluções. Tudo sem aquele caráter urgente dos temas factuais (BONNER, 2009, p.117).

Na Categoria Pernambuco como modelo, as reportagens, de alguma forma, enaltecem as ações e iniciativas desenvolvidas no estado. Geralmente, o foco das matérias está centrado em atitudes positivas, que promovem benefícios à população mais necessitada, mais pobre, que sem recursos ou verbas públicas, de governos ou instituições, acabam criando soluções alternativas para resolver seus próprios problemas. A população acaba sendo agente de sua própria mudança, fazendo com que os acontecimentos promovidos por ela se transformem em pautas de interesse jornalístico.

FIGURA 12

Abastecimento de gás no agreste ganha solução ecológica



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/12/pe-abastecimento-de-gas-no-agreste-ganha-solucao-ecologica.html>> Acesso em: 21 de Outubro de 2011. Gás ecológico no Agreste de PE.

Matéria da repórter 1

Reportagem exibida no dia 06/12/2010

Tempo: 2min: 4seg.

Texto

UMA TECNOLOGIA SIMPLES, BARATA E FÁCIL DE IMPLANTAR NAS ÁREAS RURAIS DE TODO O PAÍS PODE REPRESENTAR UMA TRÉGUA PARA A NATUREZA E UMA ECONOMIA PARA OS AGRICULTORES. É O BIODIGESTOR, QUE GARANTE A PRODUÇÃO DE GÁS DE COZINHA COM UMA MATÉRIA-PRIMA QUE NÃO FALTA POR LÁ: ESTERCO ANIMAL.

“A PARTIR DO MOMENTO QUE VOCÊ INSTALA UM BIODIGESTOR PARA UMA FAMÍLIA, ELA NÃO VAI MAIS TER NECESSIDADE DE CORTAR A MADEIRA, CORTAR O GRAVETO, OU SEJA, FAZER O CARVÃO”, EXPLICOU JOSEILDO FELIZÁRIO DOS SANTOS, BIÓLOGO DA ONG DIACONIA.

DEZENAS DE BIODIGESTORES ESTÃO SENDO INSTALADOS DE GRAÇA POR VOLUNTÁRIOS. SEU SEBASTIÃO NÃO PRECISA MAIS COMPRAR O

BUTIJÃO DE GÁS. UMA ECONOMIA DE CERCA DE R\$ 40 POR MÊS.

É NO FOGÃO QUE A DONA DE CASA PERCEBE ALGUMAS DIFERENÇAS. O BIOGÁS NÃO TEM CHEIRO, AO CONTRÁRIO DO GÁS DO BUTIJÃO, E O FOGO É MAIS INTENSO, PRODUZ MAIS CALOR. POR ISSO, A COZINHEIRA TEM QUE FICAR DE OLHO NAS PANEIS PARA NÃO DEIXAR A COMIDA QUEIMAR.

A VIDA DA COZINHEIRA MELHOROU MUITO.

Na matéria, a ideia é mostrar que, além de melhorar o abastecimento de gás, **“a medida pode representar uma trégua para a natureza”**. As ancoragens e expressões utilizadas pela repórter constroem um discurso alertando da necessidade de se preservar o meio ambiente. Através de uma **“tecnologia simples, barata e fácil de implantar**, as iniciativas podem melhorar a vida dos agricultores”. A análise evidencia como uma representação social do combate ao desmatamento e da preservação da natureza vai sendo construída com cuidado, buscando muitas dimensões de sentidos, desde a proteção do meio ambiente até a mudança de hábitos da dona de casa: **“ao contrário do gás de botijão, o fogo é mais intenso... Por isso, a cozinheira tem que ficar de olho nas panelas para não deixar a comida queimar”**.

A repórter vai construindo a imagem do agricultor pobre, que vive na área rural, tentando encontrar uma saída simples para a resolução de seus problemas, organizando as suas atividades, e permitindo aos cidadãos tornar a realidade social deles mais fácil e suportável. Tecnologia simples e barata é responsável pela mudança do dia a dia na vida da população: **A vida da cozinheira melhorou muito.**

FIGURA 13

Cidade devastada por enchentes constrói casas dia e noite



Fonte 13: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/05/cidade-devastada-por-enchentes-constroi-casas-dia-e-noite.html>>. Acesso em: 22 de Outubro de 2011. Canteiro de obras na Mata Sul de PE.

Matéria da repórter 1

Reportagem exibida dia 26/05/2011

Tempo: 2min: 19seg.

Texto

NO ALTO DO MORRO, EM BARREIROS, NA ZONA DA MATA DE PERNAMBUCO, **DOIS GALPÕES INFLÁVEIS DE SEIS MIL METROS QUADRADOS DE ÁREA CHAMAM A ATENÇÃO. A NOVIDADE SE TRANSFORMOU EM UMA ALIADA IMPORTANTE DENTRO DO CANTEIRO DE OBRAS NA ÉPOCA DA CHUVA.**

É ESTA ALTERNATIVA À PROVA D'ÁGUA QUE ESTÁ GARANTINDO A CONTINUIDADE DAS OBRAS DE RECONSTRUÇÃO DO MUNICÍPIO QUE, EM MENOS DE UM ANO, ENFRENTOU DUAS ENCHENTES. “ESTA É À PROVA DE CHUVA. NÓS ESTAMOS, INCLUSIVE, CONTRATANDO MAIS UM GALPÃO, PARA PODERMOS FAZER RUAS DENTRO DO EMPREENDIMENTO”, DIZ VALDEMIR JOSÉ HENZ, COORDENADOR DAS OBRAS.

CADA GALPÃO TEM 18 METROS DE ALTURA, 100 DE COMPRIMENTO, 30 DE LARGURA **E A PREFERÊNCIA DOS TRABALHADORES.**

“FOI UMA COISA BOA QUE INVENTARAM, UMA COISA MUITO ÓTIMA PARA A GENTE TRABALHAR”, CONTA UM TRABALHADOR.

A TECNOLOGIA DAS CASAS PRÉ-MOLDADAS É RÁPIDA. AO TODO, 108 FORMAS SÃO ENCAIXADAS COMO UM QUEBRA-CABEÇA. EM CINCO HORAS, A BASE ESTÁ PRONTA PARA RECEBER O CONCRETO. **DEZ HORAS DEPOIS TODAS AS PAREDES JÁ ESTÃO LEVANTADAS.**

COM SOL OU COM CHUVA, DE DIA E DE NOITE, O TRABALHO DENTRO DOS GALPÕES NÃO PARA. OS OPERÁRIOS TÊM UMA TAREFA GIGANTESCA PELA FRENTE: CONSTRUIR 12.063 CASAS PARA AS FAMÍLIAS VÍTIMAS DAS ENCHENTES DO ANO PASSADO. E SÓ DEBAIXO DA LONA REFORÇADA, BOA PARTE DAS OBRAS ESTARÁ PROTEGIDA DOS EFEITOS DAS CHUVAS QUE, ESTE ANO, CHEGARAM UM MÊS MAIS CEDO.

DENTRO DOS GALPÕES SÃO CONSTRUÍDAS 120 CASAS POR MÊS EM RITMO ACELERADO. “NÓS TEMOS CONSTRUÇÃO DE CASAS AQUI 24 HORAS POR DIA, SETE DIAS POR SEMANA. ISSO, COM A PREOCUPAÇÃO DE ANTECIPAR A ENTREGA DESSAS CASAS NA REGIÃO DE BARREIROS”, EXPLICA O PRESIDENTE DA COMPANHIA DE HABILITAÇÃO, NILTON MOTA.

DOS TRABALHADORES, 80% SÃO DA REGIÃO. TIAGO TEVE A CASA DESTRUÍDA PELA ENCHENTE. **NO CANTEIRO DE OBRAS, ELE RECONSTRÓI A VIDA: ARRUMOU O PRIMEIRO EMPREGO E AJUDA A ERGUER AS CASAS DE OUTROS DESABRIGADOS.**

EM UMA DELAS, VAI MORAR COM OS PAIS, A MULHER E O FILHO. UM CONFORTO QUE NUNCA TEVE. SÃO 41 METROS QUADRADOS, DOIS QUARTOS, SALA, COZINHA E BANHEIRO.

“ME SINTO MUITO ALEGRE DE PODER PARTICIPAR DESSA CONSTRUÇÃO”, FALA.

Na matéria sobre a construção de casas dia e noite, as ancoragens e expressões reforçam o cenário de esperança de uma nova vida: **“No canteiro de obras, ele constrói a vida”**. Através das ancoragens, a repórter vai buscando relacionar a fabricação das casas pré-moldadas, com a chance de salvar milhares de famílias que ficaram desabrigadas pelas enchentes. Algumas expressões de familiarização também são utilizadas, como: **“Dez horas depois todas as paredes já estão levantadas”**. Os galpões infláveis, que chamam a atenção dos moradores do município de Barreiros, na Zona da Mata de Pernambuco, são ancorados, em todo o texto, como um **“aliado importante, na época de chuva”**.

Numa situação de grande insegurança por que passam os desabrigados das enchentes, é significativa a estratégia de conseguir uma casa: **“um conforto que nunca teve; arrumou o primeiro emprego”**, mas, como retribuição da conquista individual: **“ajudar a erguer as casas de outros desabrigados”**. Desse modo, de acordo com Guareschi (2010), as representações servem às pessoas tanto como paradigmas na comunicação como, meio de orientação prática. Diz Guareschi:

As bases para um discurso sobre a natureza do conhecimento humano, dentro dessa perspectiva, mudam, pois o conhecimento passa a ser um processo de luta e persuasão no curso da história humana, não um processo de aprendizagem realizado pela pessoa singular, que se supõe adquirir conhecimento tradicional que, ou despreza, ou constroem um mundo à parte do conhecimento e da comunicação comum (2010, p. 89).

FIGURA 14

Aposentado pernambucano vira notícia por sua honestidade



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/11/aposentado-pernambucano-vira-noticia-por-sua-honestidade.html>>. Acesso em: 23 de Outubro de 2011.

Matéria da repórter 1

Reportagem exibida no dia 02/11/2010

Tempo: 1min: 27seg.

Texto

LUIZA MATOS É VIÚVA E **TRABALHA 12 HORAS POR DIA NA MÁQUINA DE COSTURA PARA SUSTENTAR A FAMÍLIA. FOI UM DESESPERO QUANDO ELA DESCOBRIU QUE UM DOS FILHOS PERDEU O DINHEIRO QUE SERIA USADO PRA PAGAR AS CONTAS DA CASA.**

ROGÉRIO MATOS SAIU DE BICICLETA E NÃO PERCEBEU QUANDO O DINHEIRO E AS CONTAS CAÍRAM DO BOLSO. **A APENAS 300 METROS DE DISTÂNCIA**, DUAS RUAS DEPOIS DA CASA DA DONA LUIZA, **UM NOVO PERSONAGEM ENTROU NESTA HISTÓRIA PARA ALÍVIO DA FAMÍLIA DA COSTUREIRA.**

ADEMÁRIO BARROS VARRIA A RUA, EM FRENTE À CASA DELE, QUANDO ENCONTROU O DINHEIRO, BEM NO CHÃO, DOBRADO ENTRE AS CONTAS DE ÁGUA E LUZ. LÁ ESTAVAM R\$ 160 DE UM DESCONHECIDO. **O SARGENTO REFORMADO DA POLÍCIA MILITAR NÃO PENSOU DUAS VEZES.**

ELE PAGOU AS CONTAS E FOI ATRÁS DO ENDEREÇO.
PERCORREU A RUA DE DONA LUIZA CINCO VEZES, MAS A CASA DELA NÃO TINHA NÚMERO.

ADEMÁRIO NÃO DESISTIU. DEPOIS DE MUITO PROCURAR, O ENCONTRO EMOCIONADO. “MUITO OBRIGADA, DEUS TE ABENÇOE”, DESEJOU DONA LUIZA. “QUANDO CHEGA ALGUÉM, EU CONTO A HISTÓRIA TODINHA E MOSTRO A CONTA”.

COMEÇOU AÍ UMA GRANDE AMIZADE, FORTALECIDA PELA HONESTIDADE E PELA GRATIDÃO. “MAIS VALE UM AMIGO NA PRAÇA DO QUE DINHEIRO NA CAIXA”, ACREDITA SEU ADEMÁRIO.

“COM CERTEZA É O MEU HERÓI”, AFIRMOU DONA LUIZA.

SEU ADEMÁRIO SÓ ENCONTROU A COSTUREIRA LUIZA DEPOIS DE DOIS DIAS DE PROCURA. ELE DISSE QUE **LEVARIA O TEMPO QUE FOSSE NECESSÁRIO PARA CONSEGUIR DEVOLVER AS CONTAS PAGAS.**

As três matérias selecionadas destacam de alguma forma, atitudes “nobres” de grupos ou cidadãos comuns. As realidades em que a repórter procura ancorar essas atitudes são: solidariedade, honestidade, sentido de fazer uma “boa ação” ou de promover o “bem comum”.

A reportagem sobre o aposentado honesto vai sendo ancorada por um cenário de imagens familiares ao dia a dia da população, como o da **“viúva que trabalha 12 horas por dia na máquina de costura para sustentar a família, como o do desespero ao perceber que o filho perdeu o dinheiro para pagar as contas...”**. Todas carregadas de conotação extremamente emotivas. Depois, a história apresenta um novo personagem, o herói do desfecho da trama. O exemplo é objetivado ainda no texto da cabeça da matéria: **“Uma riqueza nacional. A beleza do povo que o nosso país tem”**.

Na reportagem, as representações sociais do aposentado pernambucano, servem de exemplo para todo o povo brasileiro; é ancorada por conceitos e expressões que enfatizam o caráter, a honestidade, a gratidão e a perseverança de uma nação: **“Levaria o tempo que fosse necessário para devolver as contas pagas”**, disse o aposentado.

4.2.3 Categoria 3: celebridades

Segundo Gomis (1991), as presenças eloquentes são uma peculiaridade do jornalismo que produz geralmente muito comentário. São de fácil recurso para quem quer transmitir uma mensagem, aumentar o seu efeito ou amortizá-lo. Para o autor, as “aparições”, que chamamos aqui de celebridades, seriam presenças eloquentes e geralmente públicas de personagens conhecidas que têm algo a dizer. O autor explica:

São aparições as declarações, discursos, conferências, respostas ocasionais, frases intencionadas e outras formas de opinião. O que alguém diz como resposta ou para provocá-la. Uma só pessoa basta para deixar nas imagens sensíveis dos meios de comunicação um rastro de sua aparição e o registro de suas palavras, mas é preciso que a pessoas sejam conhecidas (GOMIS, 1991, p.126, tradução nossa).

Podemos afirmar que as pessoas conhecidas ou os “famosos”, sejam eles políticos, músicos, atores, cantores ou jogadores de futebol têm, cada vez mais no mundo atual, lugar reservado nas páginas dos jornais, revistas e telejornais.

Chamamos aqui, “os famoso” de “celebridades” e nos arriscamos a dizer que eles se tornaram os novos “heróis” da sociedade contemporânea. Vale destacar, que a palavra “celebridade”, de origem latina, *celebritate*, segundo dicionário da língua portuguesa, quer dizer: **1. Qualidade do que é célebre. 2. Grande fama. 3. Pessoa célebre. 4. Coisa célebre. 5. Notoriedade.** Segundo Herschmann e Pereira (2003) os famosos e suas aparições não produzem apenas distrações, eles prestam uma espécie de serviço psicológico à uma sociedade fragmentada:

Repleta de relatos que incorporam elementos do mais simples cotidiano e de narrativas biográficas, especialmente aquelas que fazem referência a trajetória de ídolos e celebridades, a mídia contemporânea mobiliza fortemente seu público, produzindo reações bastante diferenciadas (2003, p. 23).

Relacionando essa assertiva com as palavras de Featherstone (*apud* HERSCHMANN & PEREIRA, 2003, p. 38), citamos:

[...] estaríamos acompanhando hoje a emergência de heróis híbridos, contraditórios, anti-heróis, femininos e fortes, mas capazes, na mídia, de produzir uma identidade nacional que se cofunde nesse universo de celebridades. Ou seja, concorrem, na mídia, vários tipos de trajetórias de vida pública que ora investimos afetiva e simbolicamente e ora observamos com curiosidade e até com certa indiferença.

Segundo os autores, as celebridades são muito mais construídas a partir de uma produção midiática do que celebridades que alcançam o estrelato por sua “genialidade” ou talento. O culto à celebridade no Brasil e os motivos de sua ascensão na mídia renderia interessantes investigações, mas não é esse o foco desta pesquisa.

Quando identificamos a categoria celebridades, na nossa dissertação, a nossa intenção é a de identificar como elas são ancoradas e objetivadas no telejornal.

Segundo Wolf (2005), as regras de seleção dos acontecimentos do sistema de comunicação de massas apresentam características tanto dos sintomas do sucesso pessoal e de seu prestígio, como dos sintomas do exercício do poder e sua representação: “O exercício do poder político, econômico, judicial etc, é objeto de especial atenção por parte da mídia” (2005, p. 154).

Então, nos arriscamos afirmar que o tema será sempre recorrente nas edições do Jornal Nacional, seja em matérias produzidas especificamente em Pernambuco ou não. As “celebridades” ou os ditos “ilustres” serão sempre, em sua maioria, representantes da política, da economia, do meio artista nacional e internacional. As suas aparições em eventos políticos, em festas ou eventos públicos renderão, na maioria das vezes, pautas de grande interesse jornalístico.

FIGURA 15
Lula visita Nordeste



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/12/lula-visita-nordeste-e-fala-sobre-transposicao-do-rio-sao-francisco.html>>. Acesso em: 21 de Outubro de 2011. Ex-Presidente Lula em visita obras da transposição do Rio São Francisco em PE

Matéria de Delis Ortis

Reportagem exibida no dia 14/12/10

Tempo: 3min: 28seg.

Texto

O EIXO LESTE COMEÇA EM FLORESTA E TERÁ 287 KM ATÉ MONTEIRO, NA PARAÍBA. **A PREVISÃO É DE LEVAR ÁGUA A 391 MUNICÍPIOS DE PERNAMBUCO, PARAÍBA, RIO GRANDE DO NORTE E CEARÁ.**

CRITICADA POR ARTISTAS, ÍNDIOS, AMBIENTALISTAS E ATÉ RELIGIOSOS, COMO O BISPO LUIZ FLÁVIO CAPPIO, QUE FEZ DUAS GREVES DE FOME PARA TENTAR IMPEDIR A OBRA.

MAS LULA INSISTIU NA TRANSPOSIÇÃO QUE, SEGUNDO ELE, **VAI RESGATAR O NORDESTE.**

ELEITA A PRINCIPAL OBRA DO PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO (PAC), A TRANSPOSIÇÃO DO SÃO FRANCISCO JÁ RECEBEU INVESTIMENTOS DE R\$ 3,5 BILHÕES. MESMO INCOMPLETA LULA **TEM ORGULHO DELA. UM SONHO DE IMPERADOR,** QUE UM OPERÁRIO COMEÇOU A REALIZAR.

Através dessas ancoragens e objetivações, destacadas em negrito, a repórter constrói uma representação social da visita do ex-presidente Lula, mostrando como a Região Nordeste é emblemática para a história política do presidente. O texto destaca que, mesmo **“faltando 17 dias para deixar o cargo”**, o dirigente máximo da nação brasileira, viaja para consolidar uma das maiores obras de seu governo: **“eleita a principal obra do Programa de Aceleração de Crescimento – PAC,** a transposição das águas do Rio São Francisco, que vai **levar água a 391 municípios de Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará”**.

A estratégia do texto, mesmo destacando que muitos segmentos da população são contrários à transposição, cria uma imagem poderosa e imbatível do presidente como salvador da “pátria”: **“Lula insistiu na transposição** que, segundo ele, **vai resgatar o Nordeste”**.

A objetivação, processo que também gera representações sociais, reforça a intenção do texto de transformá-lo num grande herói: **“Um sonho de imperador** que um operário começou a realizar”.

FIGURA 16

Lula se despede do cargo em Pernambuco



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/12/lula-aproveita-ultimas-viagens-como-presidente-para-se-despedir-do-cargo.html>>. Acesso em: 18 de Outubro de 2011.

Matéria de Juliano Mosquera

Reportagem exibida no dia 31/12/2010

Tempo: 4min: 31seg.

Texto

O ACENO NA SAÍDA DO PALÁCIO DO PLANALTO NA TARDE DESTA SEXTA-FEIRA (31) FOI MAIS UM GESTO DE DESPEDIDA DO PRESIDENTE.

NAS ÚLTIMAS TRÊS SEMANAS, LULA FEZ DE CADA CERIMÔNIA UM MOMENTO PARA DIZER ADEUS AO CARGO QUE OCUPOU DURANTE OITO ANOS. PERCORREU O PAÍS PARA ESTAR EM EVENTOS E FESTAS. CONCENTROU GRANDE PARTE DAS VIAGENS NO NORDESTE.

EM UMA SOLENIDADE NO RECIFE, **BRINCOU SOBRE A DIFICULDADE DE DEIXAR A PRESIDÊNCIA.** “VOCÊS PERCEBEM QUE EU ESTOU DE FAIXA. EU ESTOU DE FAIXA AQUI. COMO EU VOU ENTREGAR A MINHA FAIXA DE PRESIDENTE DA REPÚBLICA NO PRÓXIMO SÁBADO PARA A COMPANHEIRA DILMA, EU VOU APROVEITAR E DORMIR COM ESTA DAQUI, PARA NÃO ESQUECER A FAIXA DE PERNAMBUCO”, DECLAROU.

LULA SE EMOCIONOU MUITAS VEZES. EM UMA DELAS, DISSE QUE ENFRENTOU PRECONCEITOS, NAS TRÊS VEZES EM QUE FOI DERROTADO PARA A PRESIDÊNCIA

A segunda reportagem evidencia como a representação social foi construída buscando destacar um caráter evidente do presidente como uma “celebridade”: **“Aproveitou para se despedir dos brasileiros, foram momentos de alguma descontração e também de muita emoção”**.

O repórter procura ancorar a despedida do presidente, conferindo à solenidade um tom de espetáculo e descontração: “Em uma solenidade no Recife, **brincou sobre a dificuldade de deixar a presidência**”. Se referindo à faixa de presidente Lula discursou: “Como eu vou entregar a minha faixa de Presidente da República no próximo sábado para companheira Dilma, eu vou aproveitar e dormir com esta daqui, para não esquecer a faixa de Pernambuco”.

No texto do repórter, o passado também foi lembrado: “[...] Lula **se emocionou muitas vezes. Disse que enfrentou preconceitos**”. Recurso utilizado no processo de ancoragem, como diz Moscovici (2009): “É necessário, para dar-lhes uma feição familiar, pôr em funcionamento os dois mecanismos de um processo de pensamento baseado na memória e em conclusões passadas” (2009, p.60).

FIGURA 17

Dilma Rousseff assina convênios para beneficiar Pernambuco



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/videos/jornal-nacional/t/edicoes/v/dilma-rousseff-assina-convenios-para-beneficiar-o-estado-de-pernambuco/1508949/>>. Acesso em: 20 de Outubro de 2011.

Nota coberta

A nota coberta foi exibida no dia 13/05/2011

Tempo: 17seg.

Texto cabeça

A PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF ASSINOU HOJE CONVÊNIO **PARA BENEFICIAR O ESTADO DE PERNAMBUCO**.

Texto

COM O GOVERNADOR EDUARDO CAMPOS, **DILMA ACERTOU A CONSTRUÇÃO DE DUAS BARRAGENS PARA EVITAR INUNDAÇÕES**. AS OBRAS QUE DEVEM COMEÇAR EM AGOSTO VÃO CUSTAR 65 MILHÕES DE REAIS DIVIDIDOS ENTRE O GOVERNO FEDERAL E O ESTADUAL.

Nas três reportagens, a representação social das personagens de maior prestígio político do país é ancorada e objetivada de forma afetiva, emotiva, familiar e até heróica. A relação que transparece é de certa dependência econômica e até de “parentesco”, como a herança deixada de pai para filho. As representações sociais da política em Pernambuco são permeadas por uma espécie de apadrinhamento, tanto do ex-presidente Lula, como a atual

presidenta Dilma, o que acaba resultando numa relação, até certo ponto, de proximidade e “promiscuidade política”. A análise das temáticas levantadas confirma como a representação social da política em Pernambuco, muitas vezes é baseada numa relação de compadrio, gerando, até certo ponto, questionamentos de competência, e provocando suspeitas de privilégios, muito mais do que de merecimento.

4.2.4 Categoria 4 : manifestações culturais

Imaginar o mundo contemporâneo, sem a presença da mídia, nos parece impossível. Segundo Charaudeau (2009), a seleção dos acontecimentos, operada pelas mídias, impõe certo recorte do espaço público. O autor distingue dois tipos de critérios na seleção dos acontecimentos: um externo e outro interno, aquele relativo às escolhas operadas pela instância midiática em função de sua importância do que pode interessar ou emocionar o público (2009, p.137).

Segundo Charaudeau (2009), os critérios externos estariam voltados para o modo de aparição do acontecimento, podendo ser de três tipos: a. o acontecimento surge em sua factualidade, com um caráter de inesperado, porque não podia ser previsto, critério que já comentamos anteriormente; b. o acontecimento é suscitado porque preparado e provocado por algum setor institucional, particularmente o setor do poder político que faz pressão junto às mídias com fins estratégicos, e; c. quando o acontecimento é programado pela existência de um calendário que pontua a organização e o desenvolvimento da vida social:

Trata-se, aqui, de um advento, isto é, da aparição de algo conhecido ou anunciado antecipadamente, logo, esperado, como as manifestações esportivas (campeonatos de futebol, de rúgbi etc.), culturais (cantores num concerto, aberturas de exposições, estreias de filmes, de peças, de teatro etc.) e os rituais da vida política institucional (inaugurações, festas oficiais, comemorações, eleições etc.) (CHARAUDEAU, 2009, p. 137-138).

De acordo com Charaudeau (2009), para explicar tais fenômenos, poderíamos adotar a hipótese do *agenda-setting*, que se baseia na ideia de que os indivíduos participantes da vida social organizam seus comentários sobre o que acontece no espaço público de acordo com aquilo que as mídias lhes apresentam (2009, p.139). Mas, o autor, ao mesmo tempo, não conseguindo negar que a agenda tenha influência sobre a construção temática, prefere falar da

função de “filtragem” das mídias, ao designar o fenômeno da relação entre os critérios externo e internos na construção do espaço público midiático (2009, p.140).

A categoria manifestação cultural foi criada para classificar, entre as reportagens exibidas sobre Pernambuco no Jornal Nacional, a forte presença dos temas relacionados às manifestações culturais realizadas no estado. Cultura, no sentido antropológico, de tudo aquilo que é construído por um povo, desde artefatos e objetos até idéias e crenças. Além disso, podemos incluir também todo comportamento apreendido pelos indivíduos, a forma pela qual o homem vive e modifica o mundo em seu entorno, criando e recriando formas de viver e conviver com os seus semelhantes. Sendo o conceito de cultura bastante amplo, deixamos claro que as matérias selecionadas nesta pesquisa e analisadas aqui retratam as festas, as celebrações e os aspectos geográficos de nosso Estado.

FIGURA 18

Recife e Olinda comemoram aniversário



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/03/recife-e-olinda-comemoram-o-aniversario-neste-sabado-12.html>>. Acesso em: 23 de Outubro de 2011.

Nota coberta

Nota coberta exibida no dia 12/03/2011

Tempo: 38seg.

Texto

SÁBADO DE FESTA NO RECIFE E EM OLINDA. AS DUAS CIDADES FAZEM ANIVERSÁRIO HOJE. UM BOLO ENORME FOI DISTRIBUÍDO PRA MARCAR OS 474 ANOS DO RECIFE. EM OLINDA, DOIS ANOS MAIS VELHA, O FREVO ANIMOU A FESTA. O RECIFE SURTIU COMO UM PORTO DE OLINDA E A PRIMEIRA CAPITAL DE PERNAMBUCO. DEPOIS EMANCIPOU-SE, GANHANDO FORÇA ECONOMICA E POLÍTICA. OLINDA SE DESTACA PELA CULTURA E PRESERVA OS CASARÕES COLORIDOS QUE SÃO PATRIMONIO CULTURAL DA HUMANIDADE.

A nota coberta cria uma representação social das duas cidades, a partir, primeiro, da relação de dependência entre as duas: **“As duas cidades fazem aniversário hoje. O Recife surgiu como um Porto de Olinda [...]”**, e depois da comemoração em clima de festa: **“Um bolo enorme foi distribuído pra marcar os 474 anos do recife. Em Olinda, dois anos mais velha, o frevo animou a festa”**.

Por meio dessas expressões e ancoragens o texto vai construindo uma imagem positiva das duas cidades: **“Recife emancipou-se, ganhando força econômica e política. Olinda se destaca pela cultura e preserva os casarões coloridos que são patrimônio cultural da humanidade”**.

O editor 1 confessa que contribuiu para mudar a imagem das duas cidades no telejornal:

O que posso afirmar é que tentei mudar a imagem de Pernambuco que era mostrada no Jornal Nacional. A imagem de um Estado pobre, onde só existiam a seca e o semi-árido. Tentamos mostrar também a riqueza, o desenvolvimento, o crescimento econômico que hoje é uma realidade. Estamos conseguindo criar uma imagem mais positiva e não tão pobre, nem tão cruel de Pernambuco no telejornal (EDITOR 1, 2011, informação verbal).

FIGURA 19

Galo da Madrugada arrasta multidão pelas ruas do Recife



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/03/galo-da-madrugada-arrasta-multidao-pelas-ruas-do-recife.html>>. Acesso em: 27 de Outubro de 2011.

Reportagem exibida no dia 05/03/2011

Tempo: 2min: 10seg.

Texto cabeça

NO RECIFE, UMA MULTIDÃO ACOMPANHA A FESTA NO MARCO ZERO DA CIDADE.

Ao vivo da repórter 1 no Marco Zero

APÓS NOVE HORAS DE FREVO, O FOLIÃO QUER MAIS. O SÁBADO DE ZÉ PEREIRA É O DIA DA APOTEOSE DO CARNAVAL PERNAMBUCANO. TEM MULTIDÃO NAS RUAS O DIA INTEIRO. E, À NOITE, A FESTA COMEÇA NA PRAÇA DO MARCO ZERO NO RECIFE. NO PALCO, AS AGREMIÇÕES VÃO SE REVEZANDO.

Matéria do repórter 3

NA FESTA DO GALO, UM DESFILE DE CRIATIVIDADE. CADA SEGUIDOR DO BLOCO INVENTA A PRÓPRIA FANTASIA. O BEIJA-FLOR, BEIJANDO A FLORA, DÁ UM BEIJO E VAI EMBORA, DA MÚSICA DE ALCEU VALENÇA.

POLÍTICOS SE ENCONTRAM EM PLENA AVENIDA. O ENGENHEIRO MECÂNICO TRAZ DE VOLTA ÀS RUAS AS FOTOGRAFIAS DO PASSADO. "NÓS ESTAMOS FOTOGRAFANDO A POESIA DE PERNAMBUCO, A BELEZA DO CARNAVAL", EXPLICA LURDIVAL PINO.

CADEIRANTES FORAM PARA A AVENIDA COM UM CAMPEÃO PARAOLÍMPICO. "EU COM ESSE PESSOAL AQUI, FELIZ DA VIDA, SÓ CURTINDO O CARNAVAL E A VIDA", AFIRMOU O CAMPEÃO PARAOLÍMPICO CLODOALDO SILVA. CURTIR A VIDA COM MAESTRIA É O QUE FAZ O PASSISTA MOSTRADO EM VÍDEO. "O FREVO NÃO TEM LIMITES", DIZ O RAPAZ. NESSE 34º DESFILE ANUAL DO GALO, O ROTEIRO FOI ALTERADO. MAIS DE CEM AVENIDAS E RUAS DO CENTRO DO RECIFE TIVERAM O TRÂNSITO NORMAL DE VEÍCULOS INTERDITADO. SÓ PARA PASSAGEM DA MULTIDÃO, DAS ALEGORIAS E DOS TRIOS ELÉTRICOS. E A MULTIDÃO ACOMPANHA, SUPERLOTANDO TODAS AS RUAS DO BAIRRO DE SÃO JOSÉ.

No exemplo acima, a repórter 1 entra ao vivo da Praça do Marco Zero no Recife e mostra a disposição do folião. Outro assunto sempre recorrente nas ancoragens do Carnaval pernambucano: **“Após nove horas de frevo, o folião quer mais. O sábado de Zé Pereira é o dia da apoteose do carnaval pernambucano. Tem multidão nas ruas o dia inteiro”**. E, assim, a repórter vai construindo as representações sociais de uma das manifestações mais populares de Pernambuco, o *carnaval*.

Logo depois, a repórter 1 chama a matéria do repórter 3 sobre o desfile do Galo da Madrugada. O bloco é sempre ancorado por termos que enaltecem a imaginação e o comportamento festivo do folião pernambucano: **“Um desfile de criatividade, cada seguidor do bloco inventa a própria fantasia”**, etc. A festa sempre ganha uma conotação de grandiosidade: **“Nesse 34º desfile anual do Galo, o roteiro foi alterado. Mais de cem avenidas e ruas do centro do Recife tiveram o trânsito normal de veículos interditado. Só para passagem da multidão, das alegorias e dos trios elétricos. E a multidão acompanha, superlotando todas as ruas do bairro de São José”**.

Um dos temas mais presentes na categoria *manifestação cultural* são as reportagens sobre o Carnaval, tanto de Olinda como o do Recife. Nos dias da festa, ou até mesmo semanas antes, o Jornal Nacional abre espaço para as reportagens sobre o assunto. Os blocos de carnaval, como o Bacalhau do Batata, o Galo da Madrugada e os Bonecos Gigantes de Olinda têm lugar garantido nas representações sociais das manifestações culturais de Pernambuco.

FIGURA 20

São Francisco renova vida de cidades



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/06/porcao-nordestina-do-sao-francisco-renova-vida-de-cidades.html>>. Acesso em: 10 de Novembro de 2011.

Matéria da repórter 2

Reportagem exibida no dia 15/06/2011

Tempo: 2min: 6seg.

Texto cabeça

A RIQUEZA CULTURAL DO VALE DO RIO SÃO FRANCISCO FOI REUNIDA EM UM INVENTÁRIO DO INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. E O JORNAL NACIONAL MOSTROU, NA TERÇA-FEIRA (14), ALGUMAS CARACTERÍSTICAS DA ÁREA PRÓXIMA DA NASCENTE DO RIO, EM MINAS GERAIS [...]

Texto

SÃO 2,7 MIL QUILOMETROS DA NASCENTE À FOZ.
UM GIGANTE QUE SE ESPALHA POR QUATRO

ESTADOS DO NORDESTE E QUE SE IMPÕE ENTRE CÂNIONES. É CAMINHO DE HOMENS QUE SE AVENTURAM SOBRE AS ÁGUAS, ATÉ PARA BOTAR COMIDA NA MESA.

“A MAIORIA DOS PESCADORES VELHOS DAQUI NÃO QUEREM SAIR PORQUE O RIO SIGNIFICA TUDO PARA A GENTE”, DISSE O PESCADOR AFONSO OLIVEIRA.

É O CAMINHO DA TRADIÇÃO DAS CANOAS DE TOLDA. A BEIRA DO RIO, ONDE TANTA GENTE ADORA VIVER. “É UMA DÁDIVA DE DEUS. É UMA COISA QUE A GENTE NÃO SABE NEM TEM PALAVRAS PARA AGRADECER”, DESTACOU O DONO DE CANOAS JUAREZ AMORIM.

O RIO INTEGRADO AO COTIDIANO. A ÁGUA JÁ INDISPENSÁVEL. “PARA CONSUMO, PARA BANHO”, CONTOU UMA MULHER.

NA FOZ, A ÁGUA DOCE PERDEU A LUTA PARA O MAR. POVOADOS FORAM COBERTOS. NO CABEÇO, MUNICÍPIO DE BREJO GRANDE, EM SERGIPE, **O FAROL QUE FICAVA NA PRAÇA AGORA REINA SOLITÁRIO NO OCEANO.**

MAS O SÃO FRANCISCO TAMBÉM RENOVA A VIDA NAS CIDADES. JUAZEIRO, NA BAHIA, E PETROLINA, EM PERNAMBUCO, SE INTEGRA NO VAI E VEM DAS BARCAS.

TUDO FOI ESTUDADO E REGISTRADO PELOS ESPECIALISTAS DO IPHAN. **O PATRIMÔNIO CULTURAL QUE ESTÁ EM TORNO DO VELHO CHICO** AGORA DEVE FICAR MAIS BEM PROTEGIDO. DURANTE TRÊS ANOS, OS TÉCNICOS ESTIVERAM EM 90 LOCALIDADES.

“O RIO SÃO FRANCISCO NÃO É APENAS UM RIO, ELE É TODA UMA FORMA DE CULTURA. NÃO É UMA FORMA UNIFICADA, PASTEURIZADA”, DECLAROU O COORDENADOR GERAL DO IPHAN, CARLOS FERNANDO DELFIM.

CULTURA QUE SE ESPALHA EM TODO O SERTÃO MOLHADO E VERDE. O VELHO CHICO É FONTE ETERNA DE INSPIRAÇÃO PARA QUEM IMPRIMI NO BARRO E NA MADEIRA FRAGMENTOS DE UM PATRIMÔNIO DO BRASIL.

A matéria sobre o Rio São Francisco mostra o outro lado da diversidade cultural do estado, que não se apresenta apenas nas manifestações populares das festas de rua e das procissões religiosas, mas também dos seus símbolos geográficos. As realidades que a repórter 2 procura ancorar sobre a imagem do Rio para a região é a marca registrada da identidade do povo Pernambucano. O seu percurso está traçado também no imaginário nordestino e no simbolismo de suas águas. **“O velho Chico”,** como o Rio é conhecido, é ancorado nas reportagens produzidas na região como uma das maiores riquezas culturais de Pernambuco: **“É o caminho da tradição das canoas de tolda. A beira do rio, onde tanta gente adora viver”.**

A paisagem é construída no imaginário do povo pernambucano carregadas de conotações extremamente positivas, compostas de conceitos e imagens que remetem ao próprio curso da vida: **“O Rio integrado ao cotidiano. [...] O São Francisco também renova a vida nas cidades. Juazeiro, na Bahia, e Petrolina, em Pernambuco, se integra no vai e vem das barcas”.**

A representação social criada pelo texto da repórter 2, enaltece e valoriza todas as cidades por onde o rio passa, numa espécie de benção de Deus e da natureza: **“Cultura que se espalha em todo o sertão molhado e verde. O velho Chico é fonte eterna de inspiração para quem imprime no barro e na madeira fragmentos de um patrimônio do Brasil”.**

4.2.5 Categoria 5: desastres

Segundo Gomis (1991), para dar uma imagem mais aproximada da realidade, os meios de comunicação aproveitam os crimes, os desastres e as catástrofes que acontecem de forma inesperada no mundo.

A exploração pela mídia de tragédias, como a queda de aviões, descarrilamento de trens, enchentes, terremotos, assassinatos, ataques terroristas e outros tipos de acidentes, atraem a atenção do público, vendem jornal, fazem subir os índices de audiência. Gomis (1995) afirma que, muitas vezes, a medida da importância de uma notícia se dá pelo número de mortos: **“Não é raro que esses crimes ou catástrofes, onde a vida humana é interrompida de forma inesperada e irreversível, apareçam em lugar mais destacado do jornal, nas manchetes dos telejornais e do rádio”** (1991, p. 144, tradução nossa).

Para o autor, crimes, catástrofes e desastres provocados pelo homem ou pela natureza circulam nos comentários das pessoas de forma privilegiada: “Cuando se pregunta qué noticias hay se recuerda y menciona las noticias con muertos [...]” (1991, p. 144). O autor explica que esse tipo de notícia representa uma interrupção do curso normal que deveria seguir a vida na sociedade. É quando ocorreu o que não se esperava ou o que não deveria suceder:

A invasão alarmante de um vento de irracionalidade ou de cólera põe a sociedade sobre aviso. Há que racionalizar; há que fazer algo. Este é o sentido da importância que os meios de comunicação e o público dão as desgraças, de interesse mórbido – com que comentam as más notícias. Pelo que as desgraças têm de ameaça a estabilidade da sociedade os meios de comunicação sérios tem que prestar-lhes atenção (GOMIS, 1991, p. 145, tradução nossa).

Segundo Gomis (1991), é função dos meios de comunicação informar o que se passa, mas também facilitar a conversação social. Num diálogo entre a comunicação e a teoria das representações sociais proposta por Moscovici (2009), a conversação de que fala Gomis (1991) contribuiria, em nossa opinião, para transformar o não-familiar em algo familiar para, de alguma forma, colaborar na tomada de decisão frente aos acontecimentos. Quando as tragédias e destruições inesperadas de vidas humanas são divulgadas pela imprensa e aparecem nas principais manchetes dos veículos de comunicação, isso acontece pela necessidade de se examinar as razões e os motivos que provocaram os acidentes. Sendo assim, todos podem adotar uma reação eficaz. Diz Gomis (1991) “A sociedade há de aprender, com a ajuda dos meios de comunicação, a distinguir o que pode fazer, do que pode ser evitado e concentrar-se no que pode ser evitado e no que pode ser feito” (1991, p.148, tradução nossa).

O editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional, quando relata como as tragédias e grandes acidentes são abordados no telejornal, diz: “Quanto maior for a gravidade de um fato, maior a possibilidade de ser noticiado no Jornal Nacional: quanto maior o incêndio, quanto maior o número de desabrigados [...]” (BONNER, 2009, p. 96).

FIGURA 21

Chove em três dias mais do que o previsto para o mês de maio em PE



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/05/chove-em-tres-dias-mais-do-previsto-para-o-mes-de-maio-em-pernambuco.html>>. Acesso em: 24 de Outubro de 2011.

Matéria do repórter 4

Reportagem exibida no dia 03/05/2011

Tempo: 1min. 9seg.

Texto cabeça

NOS ÚLTIMOS TRÊS DIAS, EM MUITOS MUNICÍPIOS DE PERNAMBUCO, CHOVEU MAIS DO QUE SE PREVIA PARA O MÊS DE MAIO INTEIRO. E AS MESMAS CIDADES QUE SOFRERAM COM AS ENCHENTES DO ANO PASSADO VOLTARAM A FICAR ALAGADAS.

Texto

NESTA TERÇA-FEIRA (4), NO RECIFE, **O BAIRRO DA MURIBECA FICOU DEBAIXO D'ÁGUA.** MAS AS CIDADES MAIS ATINGIDAS FORAM AS DA ZONA DA MATA SUL. EM PALMARES, AS ÁGUAS DO RIO UNA **INVADIRAM A CIDADE. A BR-101 FICOU INTERDITADA. OS LOJISTAS CORRERAM PARA TENTAR SALVAR AS MERCADORIAS.** EM VITÓRIA DE SANTO ANTÃO, OS MORADORES TAMBÉM TIVERAM MUITOS PROBLEMAS POR CAUSA DO RIO TAPACURÁ, QUE CORTA A CIDADE.

O NÍVEL DO RIO SUBIU RÁPIDO E, EM POUCO TEMPO, AS ÁREAS MAIS BAIXAS DE VITÓRIA FICARAM INUNDADAS. CASAS TIVERAM QUE SER ABANDONADAS. OS MORADORES TENTARAM SALVAR MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS. “JÁ ALAGOU TUDO. NÃO TEM NEM COMO TRAZER MAIS AS COISAS”, DISSE UM RAPAZ.

EM ÁGUA PRETA, AS ÁGUAS DO UNA SUBIRAM MAIS DE DOIS METROS E COBRIRAM OS TELHADOS DAS CASAS RIBEIRINHAS. A RODOVIA PE-96 TAMBÉM FICOU INTERDITADA. EM BARREIROS, 100 FAMÍLIAS FORAM LEVADAS PARA OITO ABRIGOS.

Nos últimos dois anos, as cidades do interior de Pernambuco enfrentaram sérios problemas de inundações provocadas pelas chuvas. O inverno rigoroso, principalmente na Zona da Mata Sul do Estado, municípios inteiros foram destruídos e milhares de famílias perderam suas casas. A tragédia que abateu o interior do estado pernambucano foi devidamente representada no Jornal Nacional.

A matéria ancorou a enchente com expressões e frases que enfatizavam a situação de calamidade das cidades: “O bairro da Muribeca **ficou debaixo d’água**, as águas do Rio Una **invadiram a cidade**, os lojistas **correram para tentar salvar as mercadorias**, casas tiveram que ser **abandonadas**, **os moradores tentaram salvar móveis e eletrodomésticos**”, etc. O cenário construído era de caos. A análise de todas as reportagens sobre o assunto, e as duas selecionadas nesta pesquisa, evidenciam uma representação social que foi construída em cima de uma população vitimada pela pobreza, descaso e abandono: “Em Água Preta, as águas do Una **subiram mais de dois metros e cobriram os telhados das casas ribeirinhas**. A rodovia PE-96 **também ficou interditada**. Em Barreiros, 100 famílias foram levadas para oito abrigos”.

FIGURA 22

A água começa a baixar em municípios atingidos por enchentes



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/05/pe-agua-comeca-baixar-em-municipios-atingidos-por-enchentes.html>>. Acesso em: 24 de Outubro de 2011.

A nota coberta foi exibida no dia 09/05/2011

Tempo: 24seg.

Texto

A ÁGUA COMEÇOU A BAIXAR NOS MUNICÍPIOS ATINGIDOS PELAS ENCHENTES EM PERNAMBUCO. VINTE E SEIS DECRETARAM ESTADO DE EMERGÊNCIA E, NOVE, DE CALAMIDADE PÚBLICA.

O NÍVEL DO RIO SIRINHAÉM VOLTOU AO NORMAL EM GAMELEIRA, NA ZONA DA MATA, E O TRÁFEGO FOI RESTABELECIDO NA PONTE QUE DÁ ACESSO À CIDADE. AO TODO, 15 MIL FAMÍLIAS AINDA ESTÃO DESABRIGADAS OU DESALOJADAS EM TODO O ESTADO.

Em outros momentos, nas representações sociais das enchentes no Jornal Nacional, são empregados recursos de familiarização, com a intenção de tranquilizar a população, por exemplo: **“A água começou a baixar. O nível do Rio Sirinhaém voltou ao normal”**, ou então: **“O tráfego foi restabelecido na ponte que dá acesso a cidade”**. Mas a ancoragem sobre o assunto confirma a gravidade da situação: **“15 mil famílias ainda estão desabrigadas ou desalojadas em todo o Estado”**.

Para Moscovici (2009), classificar as coisas e dar nomes a elas são dois aspectos das representações. Sobre a função das representações sociais o autor revela:

As representações, por outro lado, restauram a consciência coletiva e lhe dão forma, explicando os objetos e acontecimentos de tal modo que eles se tornam acessíveis a qualquer um e coincidem com nossos interesses imediatos (MOSCOVICI, 2009, p. 53).

FIGURA 23

Rapaz de 21 anos é atacado por tubarão em praia do Recife



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/06/rapaz-de-21-anos-e-atacado-por-tubarao-em-praia-do-recife.html>>. Acesso em: 27 de Outubro de 2011.

Nota coberta

Nota coberta exibida no dia 26/06/2011

Tempo: 19seg.

Texto

UM RAPAZ DE 21 ANOS FOI ATACADO POR UM TUBARÃO, NESTA QUARTA-FEIRA (29), NO RECIFE. MARLISSON DOS SANTOS PRATICAVA BODYBOARD NA PRAIA DO PINA, CONSIDERADA DE ALTO RISCO PELOS BIÓLOGOS. ELE TEVE FERIMENTOS GRAVES NA PERNA DIREITA E FOI OPERADO. O ÚLTIMO ATAQUE DE TUBARÃO NO LITORAL DE PERNAMBUCO TINHA SIDO HÁ TRÊS ANOS.

A nota coberta trata de mais um ataque de tubarão nas praias do Recife. As representações sociais sobre esses ataques em Pernambuco são ancoradas no Jornal Nacional sempre com conotações extremamente negativas: **“Um rapaz de 21 anos foi atacado”**. Sobre a ancoragem e a objetivação, os dois processos que geram representações, diz Moscovici (2009): “O primeiro mecanismo tenta ancorar ideias estranhas, reduzi-las a categorias e a imagens comuns, colocá-las em um contexto familiar” (2009, p. 61). É o caso do texto: **“Marlisson dos Santos praticava *bodyboard* na praia do Pina, considerada de alto risco pelos biólogos”**. A meta do segundo processo, explica o autor: “[...] é objetivá-los, isto é, transformar algo abstrato em algo quase concreto” (2009, p. 61).

O telejornal, ao abordar o assunto, constrói representações sociais através das expressões e frases utilizadas, tentando transformar algo estranho e perturbador, que nos intriga, em nosso sistema particular de categorias e o compara com um paradigma de uma categoria que nós pensamos ser apropriada: “É quase como que ancorar um bote perdido em um dos boxes (pontos sinalizadores) de nosso espaço social” (MOSCOVICI, 2009, p. 61).

4.2.6 Categoria 6: serviço público

Traquina (2005) aponta, em seu estudo sobre a expansão da imprensa nas sociedades democráticas hoje, que suas raízes tiveram início no século XIX. Para o autor, a teoria democrática assinalava que o jornalismo cumprisse um duplo papel: 1) vigiar o poder público e proteger os cidadãos dos abusos dos governos; 2) fornecer aos cidadãos informações necessárias para o desempenho das suas responsabilidades cívicas, tornando central o conceito de serviço público como parte da identidade jornalística (2005, p.50).

De acordo com Traquina (2005), o chamado jornalismo *penny press*, ou novo jornalismo, deveria servir ao máximo de pessoas e não a pequenos grupos. Segundo o autor, o jornalismo *penny press*, que se desenvolveu nos anos 1830-1840, surgiu pelo fato do preço dessa nova imprensa ser reduzida a um centavo, e tinha como objetivo aumentar a circulação dos jornais atingindo um novo tipo de leitor: “[...] surgiu um novo jornalismo que privilegia informação e não propaganda, [...] um novo conceito de notícia onde existiria a separação entre fatos e opiniões” (2005 p. 50-51).

Segundo Traquina (2005), nesse momento, as notícias se voltavam mais para o acontecimento: “A obsessão pelos fatos acompanhou uma crescente obsessão com o tempo e uma maior orientação por parte da imprensa pelos acontecimentos” (2005, p. 53). O conteúdo dos jornais se voltava mais para os fatos, em oposição à opinião. Com o decorrer do tempo, as mudanças foram acontecendo e o jornalismo foi adquirindo novas práticas e novos formatos. O que nos interessa destacar aqui é o surgimento de uma nova maneira de noticiar os fatos, de prestar um novo tipo de serviço à população.

Resumindo, Traquina (2005) identifica dois pólos dominantes no campo do jornalismo moderno: a) o polo econômico ou comercial, o da notícia como mercadoria; b) o polo “ideológico” ou “intelectual”, aquele que vê o jornalismo como um serviço público e as notícias como alimento que os cidadãos precisam para exercer os seus direitos democráticos (2005, p.126).

Silva (2006) discute os conceitos de jornalismo e interesse público e afirma que os dois são, ao mesmo tempo, difusos e correlacionados. Segundo Silva (2006), o conceito mais enxuto de jornalismo seria o de denúncia: “[...] A tarefa primordial do jornalista seria a de denunciar, embora ele possa também, de acordo com as naturais funções do “aparelho formal da enunciação”, construir outros relatos que não o da denúncia” (2006, p. 1).

Para o autor, normalmente, as informações de natureza pública, ou seja, aquelas produzidas por órgãos públicos, organizações e empresas que lidam com o público, não têm apelo midiático: “Nada menos noticiável do que um bom atendimento hospitalar; do que repartições sem filas; do que os órgãos burocráticos funcionando dentro da rotina esperada”, e acrescenta:

Ao contrário, no entanto, quando as filas tornam-se escandalosas, o jeito é chamar a imprensa; quando o atendimento hospitalar materializa cenários dantescos, é melhor que a imprensa venha mostrar tal descalabro. Quando o dinheiro público escorre pelo ralo do desperdício, ou quando alguém indevidamente bota a mão nele, é claro que não será o boletim da casa que irá publicar a melhor “nota” sobre o assunto (SILVA, 2006, p.11).

A hipótese defendida por Silva (2006) é a de que existem varias maneiras de se produzirem informações de interesse público, não sendo, portanto, uma função de responsabilidade necessariamente de órgãos estatais e governamentais. De acordo com Silva

(2006), a lógica do jornalismo seria a de que, quanto mais oculto está um fato a ser denunciado, mas ele estará sobrecarregado de valor-notícia. “Uma vez publicado e esclarecido, o fato perde o seu valor-notícia, deixando de ser novidade para figurar no imaginário social como valor, simplesmente [...]” (2006, p. 3).

De acordo com Traquina (2008), um dos valores-notícia identificados pelos investigadores canadenses Richard Ericson, Patrícia Baranek e Janet Chan, é o da infração: “A infração das leis, a má gestão, o mau comportamento por parte de um funcionário ou qualquer autoridade responsável e mesmo uma sugestão de improbidade tem noticiabilidade” (2008, p. 75).

Segundo Traquina, os autores canadenses atribuem ao jornalismo uma função de policiamento da sociedade, com particular atenção ao governo, em que o desvio e o crime mobilizam atenção dos membros dessa comunidade interpretativa (2008 p.75-76). Traquina (2008) afirma que:

O policiamento da sociedade assume diversas formas. Leva a comunidade jornalística a focar a sua atenção sobre a corrupção, os procedimentos legais, os direitos humanos. Envolve os jornalistas numa política de “policiamento informativo”, através da obtenção de revelações de informação que contribuem para a credibilidade pública (TRAQUINA, 2008, p.76).

A partir dos critérios de noticiabilidade, selecionamos as reportagens da categoria serviço público, para depois entender como se constrói as representações sociais de Pernambuco exibidas no Jornal Nacional.

FIGURA 24

Igarassu moderna convive com carências muito antigas



Fonte: Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2010/08/moderna-igarassu-pe-convive-com-carencias-antigas.html>>. Acesso em: 19 de Outubro de 2011.

Matéria do repórter Ernesto Paglia

Reportagem exibida em 24/11/2010

Tempo: 4min: 16seg.

Texto cabeça

NA ÚLTIMA TERÇA-FEIRA, NA ESTREIA DO PROJETO JN NO AR, A CIDADE SORTEADA PRA SER VISITADA PELA EQUIPE DO REPÓRTER ERNESTO PAGLIA FOI A IGARASSU, EM PERNAMBUCO. ENTÃO, A GENTE VAI CONHECER PRIMEIRO, ALGUNS DADOS IMPORTANTES DO ESTADO.

Texto

PERNAMBUCO. QUASE NOVE MILHÕES DE HABITANTES.

É A SEGUNDA ECONOMIA DO NORDESTE, APOIADA PRINCIPALMENTE NA INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO E SERVIÇOS. A RENDA MÉDIA MENSAL É DE R\$ 679, ABAIXO DA MÉDIA NACIONAL DE R\$ 1.025.

A MAIORIA DOS HABITANTES NÃO TEM ACESSO À REDE DE ESGOTO. A TAXA DE MORTALIDADE INFANTIL É A 3ª MAIS ALTA DO PAÍS, E A DE

HOMICÍDIOS, A 5ª. QUASE 18% DOS MORADORES SÃO ANALFABETOS. PERNAMBUCO TEM MAIS DE SEIS MILHÕES DE ELEITORES.

FOMOS A ESSA **CIDADE HISTÓRICA, MAS COM PROBLEMAS CONTEMPORÂNEOS**, QUE FICA NA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE, EM UMA LONGA JORNADA, CONCLUINDO ESTA VIAGEM QUE COMEÇOU AINDA ONTEM À NOITE EM MACAPÁ.

CIDADE MÉDIA, A 36 KM DO RECIFE, COM 30 INDÚSTRIAS, 14 MIL TRABALHADORES REGISTRADOS E 12 MIL PESSOAS VIVEM COM O BOLSA-FAMÍLIA.

O PEQUENO CENTRO HISTÓRICO PARECE UMA CAIXINHA DE JÓIAS. A MAIS PRECIOSA, A IGREJA DOS SANTOS COSME E DAMIÃO, A MAIS ANTIGA AINDA DE PÉ NO PAÍS.

MAS A IGARASSU MODERNA, APESAR DOS SEUS QUASE 500 ANOS DE HISTÓRIA, CONTINUA CONVIVENDO COM PROBLEMAS TRISTEMENTE ANTIGOS. UM DELES, O MAIS GRAVE DE TODOS, E QUE NÃO É EXCLUSIVIDADE DESTE MUNICÍPIO PERNAMBUCANO, É A **FALTA DE SANEAMENTO BÁSICO**. DOS MAIS DE CEM MIL HABITANTES DE IGARASSU, HOJE EM DIA, APENAS 788 CADASTRADOS PELA COMPANHIA DE SANEAMENTO DE PERNAMBUCO, TÊM ACESSO À REDE DE ESGOTO. IGARASSU MELHOROU O ENSINO, MAS CONTINUA ABAIXO DA MÉDIA PERNAMBUCANA, QUE ESTÁ ABAIXO DA MÉDIA NACIONAL.

A ESCOLA ABERTA PAULO FREIRE SURTIU HÁ DEZ ANOS PARA OCUPAR O TEMPO VAGO DOS JOVENS. TEM 120 ALUNOS DE 11 A 17 ANOS. EM DOZE OFICINAS, ELES APRENDEM UMA PROFISSÃO. PADEIRO, POR EXEMPLO. TODO DIA, CADA ALUNO LEVA DEZ PÃES PRA CASA. E AINDA RECEBE R\$ 50 POR MÊS **PARA NÃO PRECISAR FICAR EXPOSTO AOS PERIGOS DA RUA.**

“GRAÇAS A DEUS ESTOU TIRANDO MUITA GENTE DA RUA. POR AQUI JÁ PASSARAM APROXIMADAMENTE 700 MENINOS”, DIZ A DIRETORA DA ESCOLA, YARA PORTO.

A reportagem apresenta, logo no início, a falta de saneamento, um serviço público básico à população. O repórter deixa claro, em diversos momentos do texto, o contraste das ancoragens: **“Cidade histórica, mas com problemas contemporâneos”**. Neste outro trecho a objetivação fica evidente: **“O pequeno centro histórico parece uma caixinha de jóias, a Igarassu moderna, apesar dos seus quase 500 anos de história, continua convivendo com problemas tristemente antigos”**. As representações sociais do descaso do poder público com a população vão sendo construídas aos poucos, num paralelo entre a beleza do local e as condições precárias em que vivem os moradores: **“A falta de saneamento básico. Dos mais de cem mil habitantes de Igarassu, hoje em dia, apenas 788 são cadastrados pela companhia de saneamento de Pernambuco, têm acesso à rede de esgoto. Igarassu melhorou o ensino, mas continua abaixo da média pernambucana, que está abaixo da média nacional”**.

A forma como é ancorada a realidade de vida da população, nos parece ser sempre amenizada pela qualidade e privilégio de se viver numa cidade comparada a uma caixinha de jóias. A reportagem ancora também uma representação social de Pernambuco, como uma região em pleno desenvolvimento: **“Pernambuco. Quase nove milhões de habitantes. É a segunda economia do Nordeste, apoiada principalmente na indústria de transformação e serviços”**. Mas, entendemos que Igarassu, apesar de seu valor histórico inquestionável, convive com a falta de escolas, de sistema de saneamento básico e de segurança. A representação social que o repórter constrói do município maquia, de certa forma, a sua dura realidade. Nesse sentido, relacionando essa matéria ao nosso arcabouço teórico, considerando as representações sociais como meios de recriar a realidade, citamos Moscovici (2009):

Através da comunicação, as pessoas e os grupos concedem uma realidade física a ideias e imagens, a sistemas de classificação e fornecimento de nomes. Os fenômenos e pessoas com que nós lidamos no dia-a-dia não são, geralmente, um material bruto, mas são os produtos, ou corporificações, de uma coletividade, de uma instituição, etc. (2009, p. 90).

FIGURA 25

Nordeste tem 19,1% de analfabetos entre população com mais de 15 anos



Fonte: Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/05/nordeste-tem-191-de-analfabetos-entre-populacao-com-mais-de-15-anos.html>>. Acesso em: 25 de Outubro de 2011.

Matéria da repórter 1

Reportagem exibida no dia 18/05/2011

Tempo: 2min: 23seg.

Texto cabeça

ESTA QUARTA-FEIRA (18) É O TERCEIRO DIA DE VISITAS DO JN NO AR A ESCOLAS PÚBLICAS DENTRO DA BLITZ DA EDUCAÇÃO. O DESTINO FOI A REGIÃO NORDESTE.

A REPÓRTER 1 APRESENTA ALGUNS DADOS E INFORMAÇÕES SOBRE A REGIÃO, QUE TEM MAIS DE 53 MILHÕES DE HABITANTES.

Texto

EM TODO O NORDESTE MAIS DE 9,5 MILHÕES DE CRIANÇAS ESTÃO MATRICULADAS NO ENSINO FUNDAMENTAL EM CERCA DE 60 MIL ESCOLAS. **SÃO 424 MIL PROFESSORES COM UM PROBLEMA EM COMUM:** “O PROFESSOR NO BRASIL GANHA MAL E, PARTICULARMENTE NO NORDESTE, GANHA MAL”, CONTOU LUCIANA MARQUES, DO DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO DA UFPE.

ENTRE OS DEZ ESTADOS DE TODO O PAÍS ONDE OS PROFESSORES GANHAM MENOS, SETE SÃO DO NORDESTE. OS PROFESSORES DE PERNAMBUCO TÊM O PIOR SALÁRIO: R\$ 1.219, BEM MENOS QUE A MÉDIA NACIONAL QUE É DE R\$ 1.745.

OS PROFESSORES PODEM TER A MESMA FORMAÇÃO E A CARGA HORÁRIA IDÊNTICA, MAS OS SALÁRIOS SÃO DIFERENTES DE ESTADO PARA ESTADO, DE CIDADE PARA CIDADE E DENTRO DO MESMO MUNICÍPIO. EM ESCOLAS VIZINHAS, OS SALÁRIOS VARIAM SE FOREM PAGOS PELA PREFEITURA OU PELO GOVERNO ESTADUAL.

A LEI ESTABELECE UM PISO DE R\$ 1.187 PARA TODOS OS PROFESSORES DA EDUCAÇÃO BÁSICA COM JORNADA DE 40 HORAS SEMANAIS, SEM CONTAR OS BENEFÍCIOS.

QUEM SABE MAIS MOTIVADO O PROFESSOR POSSA TRANSFORMAR DOIS DADOS PREOCUPANTES: NA POPULAÇÃO COM MAIS DE 15 ANOS, A TAXA DE ANALFABETISMO NO NORDESTE É DE 19,1%, QUASE O DOBRO DA MÉDIA NACIONAL, QUE É DE 9,6%, E O ABANDONO ESCOLAR QUE CHEGA A 15% NAS SÉRIES FINAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL.

As representações sociais da educação do ensino público no Nordeste são ancoradas na reportagem como uma região que tem quase 20% de sua população analfabeta. A matéria denuncia também, o baixo salário dos professores, mas especificamente o dos pernambucanos, que têm a pior remuneração do País: **“São 424 mil professores com um problema em comum. Entre os dez estados de todo o país onde os professores ganham menos, sete são do nordeste. Os professores de Pernambuco têm o pior salário: R\$ 1.219, bem menos que a média nacional que é de R\$ 1.745. [...] na população com mais de 15 anos, a taxa de analfabetismo no nordeste é de 19,1%, quase o dobro da média nacional, que é de 9,6%, e o abandono escolar chega a 15% nas séries finais do ensino fundamental.”**

A repórter ancora o ensino público em Pernambuco, como um dos piores do país, dizendo que o abandono escolar é alto e que os professores não conseguem manter as crianças nas escolas. A reportagem do JN no Ar evidencia como a representação social do ensino público em Pernambuco recebe um péssimo atendimento do poder público. As expressões e

ancoragens utilizadas na reportagem são todas carregadas de conotações extremamente negativas.

FIGURA 26

Pacientes sofrem à espera de vagas em UTIs em Pernambuco



Fonte: Disponível em:< <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2011/06/pacientes-sofrem-espera-de-vagas-em-utis-em-pernambuco.html>>. Acesso em: 28 de Outubro de 2011. UTI do Hospital da Restauração com microcâmara escondida.

Matéria da repórter 1

Reportagem exibida em 21/06/2011

Tempo: 2min: 54seg.

Texto

FAMÍLIAS EM DESESPERO. “A GENTE QUER UM LEITO NA UTI PARA MINHA ESPOSA. ELA É UMA CIDADÃ, TEMOS O DIREITO, A GENTE NÃO TEM DINHEIRO PARA PAGAR A UTI”, DISSE O MOTORISTA WILLIBALDO SILVA LIMA.

À ESPERA DE UMA VAGA PARA O FILHO NA UNIDADE DE TERAPIA INTENSIVA HÁ DEZ DIAS, O AGRICULTOR ANTÔNIO MARCOS DE MELO VÊ O ESTADO DO JOVEM SE AGRAVAR. “ESTÁ PERDENDO SAÚDE. CADA VEZ MAIS FRACO, SEM REAÇÃO, E APARECENDO MAIS COMPLICAÇÃO”, CONTOU.

COM UMA MICROCÂMERA, A EQUIPE DE REPORTAGEM DO JORNAL NACIONAL ENTROU NA UNIDADE DE TRAUMA, ONDE MARCOS, DE 18 ANOS,

ESTÁ INTERNADO. “ELE É UM QUADRO MUITO GRAVE. É POLITRAUMATIZADO: CRÂNIO, COLUNA, TÓRAX, O ABDÔMEN”, EXPLICOU UM MÉDICO.

A EMERGÊNCIA DO HOSPITAL DA RESTAURAÇÃO, A MAIOR DO NORDESTE, ESTÁ LOTADA. MARCOS DEVERIA ESTAR NA UTI, MAS NÃO HÁ VAGAS.

FÁBIO, DE 7 ANOS, TEM PNEUMONIA. RESPIRA COM AJUDA DE APARELHOS. “NÃO TEM VAGA NÃO PARA IR PARA A UTI. SE APARECER UMA VAGA A GENTE PÕE”.

A LISTA DE PACIENTES QUE PRECISAM DE CUIDADOS INTENSIVOS NÃO PARA DE CRESCER.

HOJE, EM PERNAMBUCO, 78 PESSOAS EM ESTADO GRAVE ESPERAM A TRANSFERÊNCIA PARA UM LEITO DE UTI. E, **NESTA FILA DE ESPERA, MUITOS NÃO RESISTEM.** DE JANEIRO ATÉ AGORA, 968 PACIENTES MORRERAM SEM O TRATAMENTO COMPLEXO DETERMINADO PELOS MÉDICOS.

DE SEGUNDA PARA TERÇA, FORAM OITO MORTES.

PERNAMBUCO CONTA COM 729 LEITOS EM UTIS. AINDA É POUCO. “NÓS TEMOS UM DÉFICIT DE UTIS NO ESTADO E POR ISSO MESMO TEMOS FEITO GRANDES INVESTIMENTOS. EM UM ANO E MEIO, NÓS ABRIMOS MAIS DE 210 LEITOS DE UTIS E TEMOS A PREVISÃO DE ABRIR 96 ATÉ O FINAL DO GOVERNO”, DECLAROU A SECRETÁRIA EXECUTIVA DE ATENÇÃO À SAÚDE DE PE, TEREZA CAMPOS.

NAS ENFERMARIAS LOTADAS, 62 ADULTOS, 14 CRIANÇAS E 2 BEBÊS **ESPERAM POR UMA CHANCE A MAIS DE LUTAR PELA VIDA.**

O que se vê na reportagem são as representações sociais que retratam o descaso com a saúde pública. As ancoragens utilizadas deixam explícita a situação de milhares de pessoas que não podem contar com o sistema de saúde oferecido pelo Estado, como: **“Famílias em desespero; a emergência está lotada ou: A lista de pacientes que precisam de cuidados intensivos não para de crescer”**. As expressões destacadas em negrito ancoram o problema de forma bastante negativa e dão um quadro da gravidade do problema, provocando muitas mortes: **“Nesta fila de espera muitos não resistem”**. As representações sociais do serviço público em relação ao atendimento na maior emergência do estado deixa evidente um grande problema enfrentado pela população que não pode pagar pelo atendimento em um hospital particular: **“Nas enfermarias lotadas, 62 adultos, 14 crianças e 2 bebês esperam por uma chance a mais de lutar pela vida”**.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo de entender as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional, da Rede Globo, construímos uma categorização das notícias exibidas sobre o estado, no telejornal, percorrendo um caminho, onde foi necessário desconstruir um modelo de fazer telejornalismo, para assim, identificarmos como se constrói uma imagem. No decorrer da investigação, fomos desvendando, sempre guiados pela Teoria do Jornalismo, o passo a passo da construção da notícia. Apoiando-nos no conceito de "construção social da realidade", inspirado na fenomenologia social de Alfred Schütz, apresentado por Berger e Luckmann (1966) e nos estudos de Corcuff (2001), quando diz que as realidades sociais, numa perspectiva construtivista, são apreendidas como construções históricas e cotidianas dos atores individuais e coletivos.

Para Schudson (1995), as notícias são produzidas por “pessoas que operam, inconscientemente, num sistema cultural, um depósito de significados culturais armazenados e de padrões de discursos”. Nossa intenção maior, ao procurar identificar as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional, apoiados na Teoria das Representações Sociais de Moscovici (1978), foi entender também como são construídas as notícias.

Por isso, buscamos investigar nesta pesquisa, a produção da notícia, que consideramos a matéria prima do jornalismo. Investigamos a sua seleção, captação, edição e exibição, passando por todos os processos que consideramos extremamente importantes para a qualidade da informação. Ao mesmo tempo, durante o nosso trabalho, fomos identificando semelhanças entre as Teorias do Jornalismo e das Representações Sociais, o que contribuiu, ainda mais, para a nossa pesquisa.

Segundo Jovchelovitch (2000), a história passada e a história presente estão em uma relação dialética, e juntas se misturam para invocar uma história possível: “A capacidade para evocar realidades alternativas, através da reflexividade e do diálogo, marca os trabalhos das representações sociais” (2000, p. 176). As lutas simbólicas dos diferentes campos representacionais, diz Jovchelovitch (2000), são construídas por posicionamentos sociais e diz respeito às relações entre representações sociais e os processos de construção identitária: “Construir representações sociais envolve, ao mesmo tempo, a proposição de uma identidade e uma interpretação da realidade. Isso significa que, quando sujeitos sociais constroem e

organizam campos representacionais, eles o fazem de forma a dar sentido à realidade, a apropriá-la e interpretá-la” (2000, p. 176-177).

Entendemos que, assim como nas representações sociais, a hipótese de construir uma interpretação da realidade está intimamente ligada, também, à função atribuída ao telejornalismo. Vizeu (2008) percebeu essa atribuição, quando disse que os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Para Alsina (2009), o jornalista é autor de um mundo possível que se manifesta em forma de notícia. Mais uma vez, traçando um diálogo entre a Teoria das Representações Sociais e as Teorias do Jornalismo, acreditamos estar contribuindo para o entendimento de como se dá a construção e interpretação da realidade.

Segundo Jovchelovitch (2000), as representações sociais são saberes, formas de saber e fazer que circulam em uma sociedade: “[...] que são parte da cultura popular, erudita, científica, que se mesclam e penetram umas nas outras, e emergem como recursos que uma comunidade dispõe para dar sentido a sua realidade e entender seu cotidiano” (2000, p. 177). Encontramos nessa citação outros pontos em comum, entre as duas teorias, que nos apontam uma direção possível para sustentar a hipótese de que o telejornalismo, entre outras funções, cumpre importante papel na construção e formação da identidade de uma nação, como observa Wolton (2004), que os noticiários televisivos funcionam como “laço social”.

Ideia tão cara ao nosso objeto de estudo é também levantada por Jovchelovitch (2000), quando propõe que as representações sociais são processo de mediação social, assim como o jornalismo, em nossa opinião.

Evocando mais uma vez Jovchelovitch (2000): “É no espaço de mediação entre sujeito social e alteridade, na luta para dar sentido e entender o mundo, que os trabalhos das representações sociais se encontram. Representações sociais, portanto, emergem e circulam em espaços de intersubjetividade (2000, p. 179).

Em sua tese, Jovchelovitch (2000) defende que as representações sociais são formas de mediação simbólica enraizadas na esfera pública. Entendendo esfera pública enquanto espaço da realidade intersubjetiva, terreno no qual as representações são geradas, se cristalizam e se transformam. Num dos seis postulados que a autora propõe para se entender as representações sociais, o que nos interessa, particularmente neste trabalho, está no que se refere à relação estrutural entre as práticas comunicativas da esfera pública, as representações sociais e os usos do poder. Diz Jovchelovitch: “De um lado, as representações sociais se desenvolvem através da mídia, conversações e narrativas. De outro lado, estas são práticas comunicativas que caracterizam e constituem os espaços públicos” (2000, p. 178).

Segundo Jovchelovitch e muitos pesquisadores da comunicação, a construção de relatos nunca é um ato neutro: “Alguns relatos produzem uma versão da realidade, outros produzem versões diferentes; o que eles expressam é produto de lutas simbólicas que se relacionam com lutas maiores presentes em todas as sociedades” (2000, p. 178-179).

E é justamente nesses relatos e narrativas, aqui analisados nas 39 reportagens produzidas pela equipe da redação da TV Globo Recife, que esse processo de lutas simbólicas ficou bastante claro. O campo representacional que emergiu das matérias exibidas sobre Pernambuco no Jornal Nacional, consolidaram, na maioria dos casos, velhas noções em detrimento de novas. Nas matérias sobre as enchentes, por exemplo, foi possível observar como velhas e novas representações da realidade competem, e como os jornalistas resistem, em alguns momentos, a ancorar o assunto investindo em novos sentidos.

Para Guareschi (2009), as sementes de mudança são encontradas no meio essencial das representações sociais que é o aspecto comunicativo e da conversação (2010, p. 70). As ideias se formam, diz Guareschi, enquanto são faladas, através da comunicação, no confronto entre o velho e o novo. Sobre essa interrelação explica Moscovici:

O caráter das representações sociais é revelado especialmente em tempo de crise e insurreição, quando um grupo, ou suas imagens estão passando por mudanças. As pessoas estão, então, mais dispostas a falar, as imagens e expressões são mais vivas, as memórias coletivas são excitadas e o comportamento se torna mais espontâneo. Os indivíduos são motivados por seu desejo de entender um mundo cada vez mais não-familiar e perturbado. As representações sociais se mostram transparentes, pois as divisões e barreiras entre mundos privado e público se tornaram confusas (MOSCOVICI, 2009, p. 91).

Na Categoria manifestação cultural, observa-se um investimento maior nas novas formas de representação. A afirmação também é comprovada nas entrevistas com os profissionais que fazem o telejornal no estado. A repórter 1 diz que Pernambuco, para ela que é mineira, está associado à raiz, à cultura, a uma força ancestral:

Penso na colonização, nos holandeses, nas danças e ritmos que vieram ainda das senzalas. Isto remete a Gilberto Freyre, Joaquim Nabuco. A outra memória é mais recente: o músico Lenine, Chico Science, os maestros Forró e Spock, os grupos de maracatu, o bloco do Galo da Madrugada, os forrozeiros e o maior deles, Luiz Gonzaga. A minha referência é a cultura viva das ruas: passistas, batuqueiros, o cidadão anônimo que produz a alma pernambucana (REPÓRTER 1, 2011, informação verbal).

Segundo o editor 1, que é gaúcho, quando chegou para assumir a função aqui no Estado, ele já tinha a ideia de mudar a visibilidade de Recife e de Olinda mostrada no Jornal Nacional:

Mudamos a visão estereotipada que existia antes. A festa de São João, em Pernambuco também virou notícia no Jornal Nacional. Investi na vida guiada pelas marés, no caldinho, no sururu, petisco que corta os dedos das meninas e meninos do Pina. Tudo isso transformei em matérias para o telejornal. Pernambuco me encanta pela força do povo em manter a cultura e as tradições, através de gerações, como o maracatu rural, aliás, acho os gaúchos e pernambucanos muito próximos e parecidos na trajetória. Mantém tradições há séculos, mesmo na adversidade, lutaram pelo país, têm literatura forte e uma culinária muito típica. A diferença é que os gaúchos têm os pampas e os pernambucanos um mar verde sem fim. Fortes e guerreiros, ambos são brasileiros (EDITOR 1, 2011, informação verbal).

A diretora de jornalismo da TV Globo Recife, também gaúcha, defende a vocação de Pernambuco na produção de reportagens mais voltadas para o a área de comportamento:

O contexto cultural, as “manifestações culturais” de um modo geral, a música, o folclore, a festa. Estamos mudando a forma de fazer, de contar a história de Pernambuco. As minhas referências sobre o Estado são: o médico Josué de Castro, o sociólogo e antropólogo Gilberto Freyre, o educador Paulo Freire, o jornalista Luiz Beltrão e o escritor Ariano Suassuna (DIRETORA DE JORNALISMO, 2011, informação verbal).

Sendo assim, concluímos que as representações sociais de Pernambuco, presentes nas reportagens da Categoria manifestação cultural, confirmam primeiramente: o comportamento dos profissionais envolvidos na rotina do Jornal Nacional, quanto a referência cultural que eles têm do estado de Pernambuco, como um espaço de festa, de folguedos populares e de forte diversidade cultural. Segundo, como afirma Moscovici (2009), quando propõe o conceito de representação social como um *corpus* organizado de conhecimento: “Graças às quais os homens tornam inteligível a realidade física e social, inserem num grupo ou numa ligação cotidiana de trocas, e liberam os poderes de sua imaginação” (1978, p.28).

Nos outros modelos propostos de categorização desta dissertação, também chegamos a perceber algumas mudanças. Mesmo no factual, o Estado aparece agora inserido no contexto econômico e político nacional, por exemplo, quando Pernambuco tem o governador “campeão de votos”, ou quando, na categoria celebridades, o ex-presidente da república, Luiz Inácio Lula da Silva, escolhe Pernambuco para fazer o discurso de despedida de seu mandato de oito anos.

De fato, analisamos a lista das reportagens exibidas no Jornal Nacional, nos anos de 1998 e 2001, mencionada no Capítulo 4, item 4.2. Comparamos com as matérias produzidas em 2010 e 2011 e percebemos que ficaram evidentes as mudanças de foco que tomou o telejornal nos últimos anos. Temas como os da seca e da falta de água nas barragens, da fome, da exploração do trabalho infantil, entre outros, praticamente desapareceram do campo representacional atual. Foram substituídos por representações sociais num contexto muito mais positivo: como a ajuda das crianças no combate à dengue; como o do trabalho voluntário no canteiro de obras que constrói casas dia e noite para as vítimas das enchentes; as soluções ecológicas para o abastecimento de gás no agreste, as comemorações dos aniversários das cidades do Recife e Olinda, a tradicional festa de São João no interior do Nordeste, entre tantos outros aqui estudados.

O que podemos adiantar, a partir desta pesquisa sobre as representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional, é que elas já não são as mesmas, mas ainda assim, carregadas de referências que nos remetem à nossa região. Ao mesmo tempo em que Moscovici (2009) afirma que nenhuma mente está livre dos efeitos de condicionamentos anteriores que lhe são impostos pó suas representações, linguagens e cultura, ele também diz: “[...] do ponto de vista dinâmico, as representações sociais se apresentam como uma “rede” de ideias, metáforas e imagens, mais ou menos interligadas livremente; por isso, mais móveis e fluidas que teorias” (MOSCOVICI, 2009, p. 210).

Jovchelovitch explica (2000) que permanência e diversidade podem estar na estrutura interna das representações sociais enquanto fenômeno. Para Guareschi (2010), esse fenômeno deve levar em conta a repetição de práticas sociais, na permanência de antigos preconceitos e na manutenção do *status quo*. Mesmo com os movimentos de mudanças rápidas na sociedade, muitos elementos estruturantes permanecem praticamente inalteráveis durante séculos. Guareschi (2009) aponta as crenças e os hábitos presentes nas representações sociais, que muitas vezes cria e reproduz relações injustas de dominação:

Há diferentes mecanismos que levam a construir, a legitimar e a transformar as representações sociais. Para compreendê-los a psicologia social pode debruçar-se sobre o cotidiano, perceber como o conhecimento científico é transformado em conhecimento comum, visualizar o poder da comunicação e da mídia no pensamento social, compreender a relação entre a vida concreta e material e o pensamento (GUARESCHI, 2010, p. 70).

É dentro desse contexto, extensamente analisado por teóricos de áreas diversas, que as representações sociais ajudam a entender a dinâmica das sociedades. As representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional criam a imagem de um Estado que começa a passar por algumas transformações. Já não somos apenas a imagem da miséria e da seca e também não somos apenas praia e festa. Abriu-se a possibilidade de construção de um novo olhar sobre o Estado, inserido no contexto político e econômico do país.

Em nossa opinião, a partir desse novo horizonte e através da contribuição de sua difusão pelos canais de comunicação, no caso o Jornal Nacional, da Rede Globo, surgiram novas representações sociais de Pernambuco na tevê. Vemos então como esse outro Pernambuco descortina-se numa perspectiva de mudança ainda maior. É como diz Guareschi (2009): a guerra passa a se dar dentro das representações. E, nesse processo, a comunicação desempenha um papel central: mostrar como se dá essa guerra simbólica.

Segundo Jovchelovitch (2000), as representações sociais produzem certo saber sobre o público e como este saber constrói determinado tipo de realidade social. Diz a autora: “Construções simbólicas sobre a vida pública são também constitutivas do que a vida pública é, investigar sua forma e conteúdo é crucial para avaliar suas possibilidades e limites” (2000, p. 184).

Assim, quando nos propomos, ainda na introdução deste trabalho, a conhecer um pouco mais sobre como o telejornalismo constrói a imagem do Nordeste, mais especificamente de Pernambuco, através de suas representações sociais exibidas na tevê pelo Jornal Nacional, concluímos que o telejornal não vende mais uma imagem apenas estereotipada e sempre igual. Apostamos que o Jornal Nacional começa, mesmo que timidamente, a reproduzir novos conceitos e referências que dizem respeito à diversidade e às tradições históricas do povo pernambucano.

Assim, para que o objeto dessa dissertação abarque de forma ainda mais completa o tema proposto, sugerimos que se estenda a pesquisa às outras regiões do país. Assim, conhecer as representações sociais das Regiões Norte, Sul, Sudeste e Nordeste nos dariam uma visão mais ampla de como são construídas as representações sociais nos estados de todo o país e, de alguma forma, a imagem da identidade da nação brasileira no telejornal. É urgente, do nosso ponto de vista, elaborar um mapa representacional, de cada região, dada a forte influência, que de acordo com os institutos de pesquisas apresentadas nesta dissertação, o Jornal Nacional, da Rede Globo exerce na população brasileira.

Referências

- ANDERSON, Benedict R. **Comunidades imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Cia. das Letras, 2008.
- ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005.
- BONNER, Willian. **Jornal Nacional**: modo de fazer. São Paulo: Globo, 2009.
- BORELLI, Sílvia Helena Simões; PRIOLLI, Gabriel (Coord.). **A deusa ferida**: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. São Paulo: Summus Editorial, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1992.
- _____. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1997.
- _____. **Bourdieu and the journalist Field**. Cambridge: Polity Press, 2005.
- BRASIL. Secretaria de Comunicação da Presidência da República. Disponível em: <<http://www.contasabertas.uol.com.br>>. Acesso em: 21 de Junho de 2011.
- BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento**: de Gutenberg a Diderot. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.
- CORCUFF, P. **As novas sociologias**: a construção da realidade social. Bauru: EDUSC, 2001.
- COUTINHO, Iluska; SILVEIRA, Potiguar (Org.). **Comunicação**: tecnologia e identidade. Rio de Janeiro: MAUAD, 2007.
- COUTINHO, I. ; GUIMARÃES, L. L. A representação do povo brasileiro. **Contemporânea**, São Paulo, v. 6, n. 1, 1-16, 2008.
- DIREÇÃO Geral de Comercialização de Comercialização da Globo – DGC. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://www.comercial.redeglobo.com>>. Acesso em: julho de 2011.
- DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martin Claret, 2001.
- _____. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRACIA DA COMUNICAÇÃO. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br>>. Acesso em: março de 2011.

FIORIN, José Luiz. AS FIGURAS DE PENSAMENTO: ESTRATÉGIA DO ENUNCIADOR PARA PERSUADIR O ENUNCIATÁRIO. **Alfa**, São Paulo, v. 32, p. 53-67, 1988.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma Teoria Marxista do Jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo**: cómo se forma el presente. México: Paidós, 1991.

GRUPO DE ESTUDOS EM JORNALISMO E MÍDIA. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/index>>. Acesso em: novembro de 2011.

GUARESCHI, Pedrinho A.; JOVCHELOVITCH, Sandra (Org.). **Textos em representações sociais**: Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. (Org.). **Representações sociais em movimento**: psicologia do ativismo político. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

_____. Representações Sociais. In:_____ **Os construtores da informação**: meios de comunicação, ideologia e ética. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. **Os construtores da informação**: meios de comunicação, ideologia e ética. Petrópolis: Vozes, 2000.

HALL, Stuart. The Narrative Construction of Reality: an interview with Stuart Hall, **Southern Review**, Mona, v.17, n.1, 1984.

HERSCHMANN, Micael; MESSEDER Pereira, Carlos Alberto (Org.). **Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HESSEN, Johannes. **Teoria do conhecimento**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: abril de 2011.

JODELET, Denise. (Org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001. JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais e esfera pública**: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2000.

MARTINO, L. M. Em que mundo você vive? Filosofia, Kant e a visão da realidade, **Filosofia**, São Paulo, ano v, n. 58, p.14-21, 2011.

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do Jornalismo**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1992.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos** - Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. **A Representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

OLIVEIRA, F. O. de ; WERBA, G. C. Representações sociais. In: JACQUES, M. da G. C; SREY, M. N. **Psicologia social contemporânea**. 12. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

PAIVA, C. C. Imagens do Nordeste na Idade Mídia. In: INTERCOM, 2006, Brasília. Imagens do Nordeste na Idade Mídia. Brasília DF: INTERCOM, 2006. v. 1. p. 1-15.

PARK, Robert E. **A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento**. In: STEINBERG, Charles (Org.). Meios de comunicação de massa. São Paulo: Cultrix, 1972.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

REDE GLOBO. PRINCÍPIOS EDITORIAIS DAS ORGANIZAÇÕES GLOBO. Disponível em: <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.html#principios-editoriais>>.

Acesso em: 6de novembro de 2011.

SÁDABA, Teresa. **Framing: el encuadre de las noticia** – el binomio terrorismo-medios. Buenos Aires: La Crujía, 2007.

SANTANA, Jorge José B. **A televisão pernambucana por quem viu nascer**. Recife: Ed. do Autor, 2007.

SEARLE, J. R. **La construcción de la realidad social**. Barcelona: Paidós, 1997.

SILVERSTONE, R. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.

SILVA, Juremir Machado. **O que pesquisar quer dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SILVA, Luiz Martins. Jornalismo e Interesse Público. In: XV Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - XV Compós, 2006, Bauru. XV Compós, 2006.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimdo a notícia: uma história dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SCHUTZ, Alfred. **El problema de la realidad social**. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.

STREY, Marlene Neves. **Psicologia social contemporânea: livro texto**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SOPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento e objetividade: além do espelho e das construções**. Florianópolis: Insular, 2009.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** - porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005. 1 v.

_____. **Teorias do Jornalismo** – a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transacional. Florianópolis: Insular, 2008. 2 v.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia**: estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gili, 1983.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. São Paulo: Ed. PUC - Rio, 2003.

VIZEU, Alfredo (Org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

VIZEU, Alfredo Eurico; MOTA, Célia Ladeira; PORCELLO, Flávio A.C. (Org.). **Telejornalismo**: a nova praça pública. Florianópolis: Insular, 2006.

WAINBERG, J. Alkalai. Relação do brasileiro com o telejornalismo. In: CONGRESSO DA INTERCOM XXXIII, 2010. Caxias do Sul. Anais XXXIII, Caxias do Sul: Vida & Consciência, 2010. p.174.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão brasileira. São Paulo: Ática, 1996.

_____. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora da UNB, 2004.

Glossário

Ao vivo - transmissão de um fato. A notícia na hora em que ela acontece. A transmissão pode ser feita dentro do estúdio ou no local do acontecimento

Cabeça da matéria ou cabeça do VT: É o lide da matéria. Quem lê é sempre o apresentador que introduz o assunto da matéria feita pelo repórter.

Chamada: Texto sobre os principais destaques do telejornal, transmitido dentro da programação normal da emissora. Tem como objetivo atrair o telespectador.

Coletiva de imprensa – evento midiático onde uma assessoria de imprensa convida jornalista para transmitir-lhes informações sobre alguns assuntos frequentemente abrindo espaço para que estes façam perguntas acerca do assunto.

Convergência tecnológica - combinação de funções dentro do mesmo aparelho tecnológico.

Deadline - trata-se do limite de tempo, o prazo de fechamento do telejornal; prazo final de entrega das matérias prontas para o jornal ir ao ar.

Decupar sonora - fazer a marcação das sonoras e marcar as entradas e saídas dos trechos no material bruto gravado no *time code* na tela do computador da ilha de edição,; marcação do começo e fim de cada sonora, a marcação serve para indicar o trecho de sonora que será retirado do material bruto para ser editado na matéria.

Escalada – apresentação das principais manchetes da edição do dia de um telejornal; normalmente é gravada pelos apresentadores e editada com pequenos trechos de imagens para causar impacto no telespectador.

Espelho - roteiro do telejornal; inicialmente é feito um roteiro com uma previsão de ordem e tempo das matérias, normalmente organizada por temas. Ao longo da produção, o espelho vai sendo atualizado e confirmado sua versão final após a edição das matérias previstas.

Esqueleto - roteiro da matéria obtido na edição de texto; edição de texto editado com off, sonoras, passagens, pronto para ser coberto com imagens na edição de imagens.

Globocop – helicóptero da Rede Globo usado para filmar imagens aéreas nos locais dos acontecimentos e usadas na edição das matérias.

Ilha de edição -local onde são editadas os VTs, as reportagens e notas cobertas dos telejornais; várias ações dos editores de texto (decupagem de sonoras) e de imagem (montar as matérias, fazer fusões, acelerar ou retardar as imagens) são feitas neste ambiente físico.

Imagem digital – são imagens capturadas pelo sensor eletrônico de uma máquina digital, escaneadas para recuperação e armazenagem, negativos digitalizados manipulados no computador, imagens constituídas de pixels e visualizadas em todo tipo de tela. Refere-se ainda a imagens construídas digitalmente a partir de diversas fontes ou sobre dados enviados por uma câmera para uma impressora por tecnologia Wi-Fi.

Nota coberta – notícia lida pelo apresentador coberta com imagens. Esta nota pode ser gravada ou ao vivo.

Nota pé - Nota simples ao vivo, lida ao final da matéria, com informações complementares.

Nota simples ou pelada - notícia lida pelo apresentador do telejornal, sem qualquer imagem de ilustração.

Off - roteiro da matéria ou relatório de Reportagem: texto do repórter. Nela ele prevê a cabeça da matéria, os offs, passagem, sonora. É um roteiro para o editor de texto montar a matéria.

Passagem - gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações a serem usadas geralmente no meio da matéria. É o momento em que o repórter aparece na matéria para destacar um aspecto da matéria ou

para suprir com imagens informações que não podiam ser ditas em off porque não havia imagens gravadas para cobri-lo.

Pauta - orientação que os repórteres recebem descrevendo que tipo de reportagem será feita, com quem deverão falar, onde e como.

Reality show - é um tipo de gênero e também um programa televisivo baseado na vida real; os acontecimentos nele retratados são frutos da realidade e as pessoas que participam são reais, representam seus próprios papéis, não personagens de um enredo ficcional.

Repórter de rede – profissional que trabalha para os telejornais transmitidos em cadeia nacional.

Série de reportagens – várias reportagens sobre um mesmo tema.

Script de TV - tipo especial de lauda com espaços próprios, onde serão inseridas as informações necessárias à veiculação dos programas. A lauda do script de jornalismo em TV é dividida em três partes: superior, esquerda e direita. SUPERIOR - data, nome do editor (repórter ou redator, chefe), nome do programa, assunto (retranca), tempo da matéria, número da página dentro do roteiro geral do programa. DIREITO - texto (falado e escrito). Tudo o que deve ser ouvido e entendido em forma verbal e sonora pelo telespectador.

Sonora - fala de um entrevistado. Escolher e cortar uma sonora numa edição de reportagem significa escolher uma determinada fala ou trecho de fala.

Suíte - Notícia que explora os desdobramentos de um fato que foi notícia em edição anterior.

VT - abreviação do termo em inglês para Vídeo Tape usada para designar na prática do telejornalismo o VT editado nas ilhas de edição analógica; o mesmo que matéria editada. Apesar da edição analógica não usar mais o suporte físico da fita magnética e sim arquivos em suporte digital nos cartões de memória ou no disco rígido dos computadores, os editores da era digital continuam chamando as matérias editadas de VTs.

ANEXOS**ANO – 1998**

Janeiro

1/01– IATI/SECA

3/01 – MERGULHO

Fevereiro

1/02 - TRILHAS EM FERNANDO DE NORONHA

20/02 – MERGULHO/ CARNAVAL

28/02 – SURUBIM/TRÂNSITO

Março

11/03 – CERTIDÕES/INTERIOR

Abril

1/04 – FORTALEZA/URINA

6/04 – LAJEDO/VESTIBULAR

13/04 – NAVIO AFUNDADO

25.04 – SECA/PALMA

29/04 – BARRAGEM SUBTERRÂNEA

30/04 – SOLIDARIEDADE/TABIRA

Maio

1/05 – MORINGA/SECA

06/05 – SECA/BISPOS

09/05 – POÇO 24 HORAS

23.05 – DIETA/OME

28/05- SAQUE MST

Junho

07/06 – CAÇADOR DE ÁGUA

11/06 – OBRA/SECA

16/06 – TORCIDA ISOLADA

30.06 – NOMES/SELEÇÃO

Julho

16/07 – RESTAURAÇÃO/VOLUNTÁRIOS

27/07 – JERUSALÉM/JUAZEIRO

Agosto

01/08 – DARUÊ MALUNGO

03/08 – TRANSPLANTE

07/08 – ARRIBAÇÃS

11/08 – GOLPE EMPREGO

26/08 – CÂNCER DE COLO DO ÚTERO

27/08 – SOBRADINHO

Setembro

12/09 – CUÍCA

25/09 – PEIXES-BOI

Outubro

01/10 – GIPSITA

13/10 – PADRES MODERNOS

19/10 – CAMISINHA FEMININA

20/10 – SUÍTE REFÉM

24/10 – AGENTES DE SAÚDE

31/10 – PRÊMIO/JUIZ

Novembro

07/11 – TUBARÕES

14/11 – CASA PRÓPRIA

16/11 – MENINOS/MANDIOCA

17/11 – SUÍTE/MANDIOCA

18/11 – FEIRA NOVA /SUÍTE

26/11 – TRANSPORTE ESCOLAR

Dezembro

05/12 – BURITI/ALFABETIZA

22/12 – DENÚNCIA/FRENTES

31/12 – MENINAS FARINHA

31/12 – VIVO PROGRAMAÇÃO NO RELÓGIO

ANO – 2001

Janeiro

01/01 – INVENÇÕES

Fevereiro

26/02 - MARATONAS/PERSONAGENS

Março

05/03 – CHEQUES/CPMF

12/03 – PRESÍDIO/FEIRA

24/03 – MACACOS GUARIBAS

29/03 – HEMODIÁLISE

30.03 – HEMODIÁLISE

Abril

10/04 – MICROEMPRESA

13/04 – COCHONILHA

Maio

01/05 – DEFESO/CAMARÃO

07/05 – TRIBUNAL/NEPOTISMO

11/05 – ENERGIA/TABELA

17/05 – SÃO JOÃO/APAGÃO

25.05 – HIDRELÉTRICAS/PARADAS

26/05 – HOTEIS/RACIONAMENTO

Junho

13/06 – RIO SECO

14/06 – ÁGUA/DISTRIBUIÇÃO

15/06 – POÇOS/PROFUNDOS

16/06 – MILITARES/APOSETADORIA

23/06 – SÃO JOÃO

29/06 – FISCAIS DA ÁGUA

Julho

07/07 – TURISMO/RACIONA

26/07 – MÉDICOS/INTERIOR

28/07 – SECA/ALTERNATIVAS

31/07 – PRESÍDIO/REGALIAS

Agosto

21/08 – GREVE 50 DIAS

23/08 – BOLSA-RENDA

31/08 – ENERGIA

Setembro

03/09 – ESCORPIÃO

06/09 – QUILOMBOS

07/09 – PESCA/PROIBIÇÃO

29/09 – ÁGUA/CRATO

Outubro

06/10 – BAGAÇO/ENERGIA

16/10 – DIA DA ALIMENTAÇÃO

20/10 – TRABALHO INFANTIL

22/10 – FERIADÃO

22/10 – BALANÇO-VIVO

25/10 – CÂNCER DE BOCA

30/10- CASAL CUBANO

Novembro

02/11 – CADEIRINHA

05/11- CUBANINHA

10/11 – FÓSSEIS

20/11 – NEGROS

22/11 – RACIONAMENTO NE

Dezembro

08/12 – CASA DE CAROLINA

17/12 – POLICIAIS/SUÍTE

22/12 – VERÃO/TRABALHO