

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Naiara Carneiro de Oliveira

**O CARIRI CEARENSE DA TV:** um estudo de caso

Recife

2017

NAIARA CARNEIRO DE OLIVEIRA

**O CARIRI CEARENSE DA TV: um estudo de caso**

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

2017

Catálogo na fonte  
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

- O48c Oliveira, Naiara Carneiro de  
O Cariri cearense da TV: um estudo de caso / Naiara Carneiro de Oliveira. – Recife, 2017.  
189 f.: il., fig.
- Orientador: Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior.  
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Comunicação, 2017.
- Inclui referências, glossário e anexo.
1. Construção da realidade. 2. Representações sociais. 3. Teorias do jornalismo. 4. Telejornalismo regional. 5. Cariri. I. Pereira Júnior, Alfredo Eurico Vizeu (Orientador). II. Título.
- 302.23 CDD (22.ed.) UFPE (CAC 2017-96)

NAIARA CARNEIRO DE OLIVEIRA

**O CARIRI CEARENSE DA TV: um estudo de caso**

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

Aprovada em: 14/03/2017

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof. Dr. Heitor Costa Lima da Rocha  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof. Dr. Pedrinho Arcides Guareschi  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

## **AGRADECIMENTOS**

Ao professor Alfredo Vizeu por compartilhar comigo sua experiência, conhecimentos e livros.

A minha família, em especial aos meus pais Hélio e Naíde, e a minha irmã Mariana, por todos os cuidados e por me proporcionarem as condições de produzir este trabalho.

Aos amigos Alessandra, André, Antonio, Débora, Joaquim, Leylianne, Luís e Samuel, pelos conselhos, incentivo e apoio em momentos difíceis.

Às amigas Helena e Nefertite, pelo agradável convívio e lar partilhado em Recife. Aos professores Heitor Rocha e Paulo Cunha, pelas valiosas contribuições dadas a esta pesquisa no processo de qualificação.

Ao professor Pedrinho Guareschi e novamente ao professor Heitor Rocha, por terem aceitado participar da banca examinadora deste trabalho e por instigarem novas reflexões sobre a pesquisa.

Aos funcionários da secretaria do PPGCOM – UFPE, pela atenção com que sempre me atenderam.

Aos profissionais da TV Verde Vale e TV Verdes Mares Cariri que contribuíram com as informações que solicitei para a efetivação desta pesquisa.

“[...] a história jamais é obra de uns poucos sujeitos iluminados, mas se constrói no árduo dia-a-dia de homens e mulheres comuns”.

(Sandra Jovchelovitch)

“[...] a TV dá o contexto em que tudo se manifesta. E o que dentro dela não se vê é como se não houvesse”.

(Eugênio Bucci)

## RESUMO

Esta pesquisa analisa, por meio de uma perspectiva construtivista da realidade, como alguns aspectos da região do Cariri cearense são representados pelo telejornalismo regional. Com base na teoria das representações sociais e nas teorias do jornalismo, procuramos identificar como se dá a construção de algumas destas representações sociais por dois telejornais produzidos por emissoras regionais, a partir da proposição de cinco categorias representacionais. Entendemos que o telejornalismo participa ativamente do processo de construção da realidade social em uma sociedade, produzindo impacto direto na vida das pessoas que os assistem. Consequentemente, acreditamos que as produções telejornalísticas de abrangência regional ou local são objetos de estudo relevantes nas pesquisas em jornalismo, tendo em vista o recente processo de interiorização da economia no país e as estratégias de representação que estes veículos elaboram cotidianamente sobre as regiões em que estão inseridos. Na Região Metropolitana do Cariri existem atualmente duas emissoras de televisão em funcionamento: a TV Verde Vale e a TV Verdes Mares Cariri. Ambas afirmam produzir telejornais sob a perspectiva da relevância regional. Através de uma análise de conteúdo predominantemente qualitativa, buscamos compreender como esta região vem sendo representada pelos telejornais regionais *Verde Vale Notícias* e *CE TV 1ª Edição*. Dentro deste contexto, consideramos também ser possível identificar pistas de como eles contribuem para a construção social da realidade da região diariamente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Construção da realidade. Representações sociais. Teorias do jornalismo. Telejornalismo regional. Cariri.

## ABSTRACT

This research analyzes, through a constructivist perspective of reality, how some aspects of the Cariri region of Ceará are represented by regional telejournalism. Based on the theory of social representations and the theories of journalism, we try to identify how the construction of some of these social representations by two television newscasts produced by regional broadcasters, from the proposition of five representational categories. We understand that television journalism actively participates in the process of building social reality in a society, producing direct impact on the lives of the people who watch them. Consequently, we believe that regional and local television news productions are relevant objects of study in journalism research, due to the recent process of internalization of the economy in the country and the strategies of representation that these vehicles elaborate daily on the regions where they are inserted. In the Metropolitan Region of Cariri there are currently two television stations in operation: TV Verde Vale and TV Verdes Mares Cariri. Both claim to produce television news programs from the perspective of regional relevance. Through an analysis of predominantly qualitative content, we seek to understand how this region has been represented by the regional news channels *Verde Vale Notícias* and *CE TV 1ª Edição*. Within this context, we also consider it possible to identify clues as to how they contribute to the social construction of the region's daily reality.

**KEYWORDS:** Construction of reality. Social representations. Theories of journalism. Regional telejournalism. Cariri.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Mapa da Região Metropolitana do Cariri	59
FIGURA 2 – Jornalista Isaac Macêdo apresentando o <i>Verde Vale Notícias</i>	98
FIGURA 3 – Jornalista Paulo Ernesto apresentando o <i>CE TV 1ª Edição</i>	99
FIGURA 4 – Repórter na casa do jovem	114
FIGURA 5 – Repórter mostra rotina da estudante na universidade	116
FIGURA 6 – Repórter mostra rotina da transexual	117
FIGURA 7 – Imagem panorâmica do evento	121
FIGURA 8 – Alguns participantes do Seminário	122
FIGURA 9 – Devotos em carreata	123
FIGURA 10 – Repórter em meio às peças do Centro de Cultura Mestre Noza	127
FIGURA 11 – Visão geral do evento	128
FIGURA 12 – Organizador do evento durante a entrevista	130
FIGURA 13 – Representantes da feira de São Cristóvão na colina do Horto	133
FIGURA 14 – Participantes durante o Seminário	134
FIGURA 15 – Imagens de estudos do fóssil encontrado	136
FIGURA 16 – Beneficiados do projeto durante uma oficina	139
FIGURA 17 – Jovens durante atividade do projeto	140
FIGURA 18 – Integrantes do projeto comemorando	142
FIGURA 19 – Crianças durante atividades da escola	145
FIGURA 20 – Imagem da exposição	146
FIGURA 21 – Artista mostra o seu trabalho	148
FIGURA 22 – Imagem do padre Cícero dentro da igreja da Sé pela primeira vez	151

FIGURA 23 – Padre durante a entrevista no estúdio	152
FIGURA 24 – Repórter entrevistando o padre Fábio de Melo	153
FIGURA 25 – Organizadores do evento durante a entrevista	156
FIGURA 26 – Alguns mestres da cultura durante o evento	158
FIGURA 27 – Apresentação de dança de roda	159
FIGURA 28 – Representantes da feira de São Cristóvão durante a entrevista	162
FIGURA 29 – Dois dos atletas vencedores	163
FIGURA 30 – Foto do fóssil encontrado	165
FIGURA 31 – Algumas crianças no orfanato	167
FIGURA 32 – Repórter no pátio do IACC	169
FIGURA 33 – Integrantes do projeto se apresentando em frente à associação	170

## **LISTA DE GRÁFICOS**

GRÁFICO 1 – Onde se informa mais sobre o Brasil	53
---	----

## **LISTA DE QUADROS**

QUADRO 1 – Porcentual temático de cada telejornal	109
QUADRO 2 – Exemplo de <i>script</i> ou esqueleto de uma reportagem	112

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	11
<b>2</b>	<b>SOCIEDADE E JORNALISMO</b>	19
2.1	Considerações sobre o conhecimento e a realidade	22
2.2	A produção de conhecimento no campo jornalístico	27
2.3	Jornalismo e construção social da realidade	34
<b>3</b>	<b>O BRASIL DO TELEJORNALISMO E O TELEJORNALISMO DO BRASIL</b>	43
3.1	Informação de proximidade: dinâmica e desafios do telejornalismo regional	50
3.2	Contextualização histórica e do telejornalismo na região do Cariri	57
3.2.1	TV Verde Vale: mostrando o Cariri de ponta a ponta	65
3.2.2	TV Verdes Mares Cariri: a TV que se liga em você	67
<b>4</b>	<b>REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: UMA TEORIA INTERDISCIPLINAR</b>	69
4.1	Representações sociais e comunicação	76
4.2	Representações sociais e a questão da identidade	83
4.3	Enquadramento como estratégia de representação	90
<b>5</b>	<b>UM OLHAR SOBRE OS TELEJORNAIS</b>	96
5.1	Questões metodológicas	101
5.1.1	Procedimentos de pesquisa	107
5.2	Representações sociais no <i>Verde Vale Notícias</i>	114
5.3	Representações sociais no <i>CE TV 1ª Edição</i>	145
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	174
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	179
	<b>GLOSSÁRIO</b>	187
	<b>ANEXO</b>	189

## 1 INTRODUÇÃO

Cariri, extremo sul do estado do Ceará. No interior do sertão nordestino, brotou este vale fértil cercado pela Chapada do Araripe. Rota de viajantes que, em deslocamento de um estado para outro, vislumbraram no local a oportunidade de sobreviverem aos infortúnios causados pelas secas. Viajantes estes que por ali mesmo ficaram e estabeleceram morada. Terra mística, que apresenta em sua formação resquícios da herança deixada pelos povos indígenas que ali habitaram. Terra também de milagres, destino de milhares de nordestinos que para lá se dirigem em peregrinação na busca de alcançar graças junto aos céus pela intercessão do padre Cícero. Lugar que abriga tradições populares, que resistem nos terreiros e quintais das casas humildes e contrastam com o “progresso”, que desponta junto aos arranha-céus. Estes últimos aos poucos vão modificando a típica paisagem daquelas cidades interioranas. É neste cenário que resumidamente apresentamos que se encontra o problema e objeto desta pesquisa.

Para quem vive, conhece ou já ouviu falar do Cariri certamente consegue associá-lo a estas e muitas outras características que lhes são próprias. Há dez anos, neste local repleto de singularidades, passou a funcionar a primeira emissora de televisão do interior do estado do Ceará. Três anos depois, neste mesmo lugar, a Rede Globo de Televisão inaugura sua 122ª afiliada. Posteriormente, identifica-se a necessidade da implantação de um curso superior de Jornalismo no campus da Universidade Federal do Ceará desta região. Uma sequência de acontecimentos que consideramos expressivos para um curto período de tempo.

Inseridos no contexto deste processo, e observando sua dinâmica, nos instigou inicialmente, enquanto pesquisadores da área de jornalismo, compreender como a implantação destas emissoras na região impactou e contribuiu para a mudança de hábitos, costumes, manutenção e construção de representações sociais, entre outros.

Sabemos que o funcionamento de uma emissora de TV, ainda que de abrangência regional ou local, demanda uma série de investimentos em estrutura técnica e profissional, além de todo um processo de ordem burocrática para sua instalação. No caso das emissoras comerciais, visa-se também o retorno financeiro. Além do mais, os telejornais de uma emissora de caráter regional ou local devem se voltar para as informações caracterizadas pela proximidade. Por isso, provavelmente estas emissoras não existiriam nesta região sem a presença de uma série de fatores que fundamentem seu funcionamento.

O telejornalismo de abrangência regional ou local se consolida no interesse pela informação que tem origem no seu território de pertença e de identidade. Portanto, o que se espera destas emissoras são olhares voltados para as especificidades locais, que deem visibilidade à cultura e à diversidade regional, uma vez que as regiões em que se encontram geralmente estão sujeitas a só obterem espaço no telejornalismo de âmbito nacional quando nelas ocorre um evento de grandes proporções e que gere algum tipo de desordem (natural, tecnológica, social, moral) (TRAQUINA, 2005).

Na Região Metropolitana do Cariri existem atualmente duas emissoras de televisão em funcionamento: a TV Verde Vale, que é de concessão educativa e foi fundada em 2006 pelo deputado federal Manoel Salviano; e a TV Verdes Mares Cariri, que é de concessão comercial e foi fundada em 2006, sendo afiliada à Rede Globo de Televisão. Ambas afirmam produzir telejornais sob a perspectiva da relevância regional<sup>1</sup>. Sendo assim, o objetivo deste estudo é buscar pistas para compreender como os telejornais regionais *Verde Vale Notícias*, da TV Verde Vale, e *CE TV 1ª Edição*, da TV Verdes Mares Cariri, contribuem para a construção das representações sociais sobre a região do Cariri. Consequentemente, consideramos também ser possível identificar indícios de como eles influenciam na construção social da realidade da região diariamente. Ambos os telejornais vão ao ar de segunda-feira a sábado. O *Verde Vale Notícias* é transmitido de 13h às 13h40min e o *CE TV 1ª Edição* de 12h às 12h40min.

A televisão “pode fazer ver e fazer crer no que faz ver”, construindo uma representação da realidade “capaz de exercer efeitos sociais de mobilização (ou desmobilização)” (BOURDIEU, 1997, p. 28). Consequentemente, nos perguntamos: como explicar as representações que circulam e dão forma aos conhecimentos presentes em uma sociedade? E mais: como as relações de poder influenciam a construção destes conhecimentos? É importante frisar que também operam sobre estas emissoras regionais o comprometimento com instâncias do poder, regional ou não, que podem interferir, direta ou indiretamente, na política editorial do veículo.

Portanto, para esta pesquisa, tomaremos como referência a realidade na Região Metropolitana do Cariri, que, dentro dos limites deste trabalho, permite-nos propor hipóteses com base em observação empírica, uma vez que se trata do contexto em que a pesquisadora

---

<sup>1</sup> No capítulo 2 deste trabalho explicaremos detalhadamente como se configura esta região e o alcance das emissoras.

está inserida. Assim, estaremos trabalhando com um micro recorte, cuja metodologia pode vir a ser aplicada em outros contextos de similar abrangência.

Para Bourdieu (1997, p. 108) “[...] a concorrência, longe de ser automaticamente geradora de originalidade e de diversidade, tende muitas vezes a favorecer a uniformidade da oferta [...]”. Contudo, através de uma observação empírica inicial, lançamos a hipótese de que, apesar de estarem inseridas na mesma região, atingindo uma parcela em comum de municípios do centro-sul do Ceará, as emissoras de televisão Verde Vale e Verdes Mares Cariri definem o que se torna notícia sob perspectivas divergentes, ou seja, trabalham orientadas por diferentes critérios de noticiabilidade, e desta forma mobilizam também diferentes representações sociais. Isto pode acontecer pelo fato de estarem comprometidas com interesses distintos, pois como sabemos “a TV é uma indústria e, como tal, está cheia de intenções – sejam elas empresariais, ideológicas ou culturais [...]” (MORAIS, 2010, p.86). Ao final deste trabalho teremos condições de constatar se esta hipótese se confirma ou não.

Para alcançarmos os objetivos desta pesquisa, no primeiro capítulo, intitulado “Jornalismo e Sociedade”, abordamos a questão do conhecimento, a fim de introduzirmos a discussão acerca de como a realidade é construída em termos sociais. Consequentemente, discutimos como o jornalismo é um dos mecanismos responsáveis pela elaboração do conhecimento que circula na sociedade e como as produções jornalísticas contribuem para o processo de construção social da realidade. Acreditamos que as notícias não são um simples reflexo da realidade, mas sim produtos de uma construção sob a qual operam diversos fatores, entre eles ideológicos e referentes à cultura profissional dos jornalistas.

As emissoras de televisão regionais e locais estabelecem relações de pertencimento mais próximas com os indivíduos que constituem seu público-alvo. Desta forma, é preciso compreender como estes meios de comunicação constroem socialmente o conhecimento e estabelecem significados em uma sociedade. Consideramos que veículos de abrangência regional e local sejam adequados para este tipo de estudo por direcionarem-se a um público mais específico, possibilitando assim um recorte que favorece a análise em profundidade acerca de como determinada realidade é construída e representada no telejornalismo.

Antecedendo a discussão acerca da teoria das representações sociais, abordamos no segundo capítulo, “O Brasil do telejornalismo e o telejornalismo do Brasil”, as especificidades da prática do telejornalismo, suas formas de operar sentido e enquadrar a realidade através de técnicas e linguagens próprias. Além do mais, reforçamos a influência e

importância que este produto midiático continua a exercer nas dinâmicas sociais em nosso país.

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015, a televisão permanece sendo o meio de comunicação mais utilizado pela população do país, sendo que a maioria dela (79%) assiste à televisão principalmente para se informar. É inegável o relevante papel que este meio de comunicação desempenha na vida em sociedade. Ao nos referirmos especificamente aos telejornais, evidenciamos funções essenciais que este gênero televisivo possibilita: “os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Dessa forma contribuem para uma organização do mundo circundante” (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 14).

Além disso, os telejornais funcionam como lugar de referência para os indivíduos (VIZEU; CORREIA, 2008), pois é principalmente através deles que tomamos conhecimento de acontecimentos diversos e idealizamos uma imagem de realidade de um mundo possível (ALSINA, 2009). Por isso, assim como Vizeu (2005, p. 12), “acreditamos que buscar entender como eles [os telejornais] são construídos, contribui para o aperfeiçoamento democrático da sociedade”.

Destacamos ainda as peculiaridades oriundas dos telejornais de alcance regional e local, que, apesar de geralmente basearem-se no modelo utilizado pelos telejornais de alcance nacional das grandes emissoras, apresentam um sistema de relevância distinto na seleção dos acontecimentos a serem noticiados.

A pesquisa acadêmica acerca dos telejornais de cobertura nacional e que são produzidos nas capitais e nos grandes centros urbanos ainda se mostram mais frequentes do que daqueles que são de âmbito regional e local; estudos estes que “[...] costumam se valer de levantamentos nos quais a realidade de regiões mais ricas e populosas é projetada como um retrato de toda a mídia brasileira” (NUNOMURA, 2015, p. 97). No entanto, a nosso ver, existem significativas distinções a serem observadas na forma que os telejornais são produzidos fora dos grandes centros urbanos, sobretudo mediante a crescente interiorização da economia no país, que vem possibilitando a expansão de um mercado midiático regional (NUNOMURA, 2015).

Consideramos de fundamental relevância que se volte o olhar para a análise das produções jornalísticas destes veículos de comunicação regionais ou locais, problematizando estudos que generalizam uma conjuntura e que atribuem conclusões uniformemente a todo o país, que como bem sabemos, é, entre outros aspectos, culturalmente diversificado. Também é

preciso identificar qual a importância que estes veículos desempenham na vida dos indivíduos ao quais se direcionam.

Ainda no segundo capítulo traremos uma breve contextualização acerca de alguns aspectos que fazem parte da constituição da região do Cariri para que se compreenda as representações que posteriormente iremos analisar, além de uma explanação sobre as emissoras que produzem os telejornais que são objetos deste estudo, pois, como destaca Jovchelovitch (2000, p. 175), “[...] uma perspectiva genética pode auxiliar nosso entendimento tanto das características internas das representações sociais, como dos processos através dos quais elas são constituídas”.

O campo da comunicação apresenta-se como um dos principais *locus* onde se produzem e se difundem construções simbólicas acerca da realidade social. Deste modo, entender de que maneira os meios de comunicação, mais especificamente através da prática telejornalística, contribuem para estas construções e dão sentido a esta realidade, constitui-se como um dos pontos norteadores para as discussões aqui levantadas. Por isso, nos apropriamos de considerações presentes na teoria das representações sociais, uma vez que esta se destina à tentativa de compreender como se efetiva a relação destas construções simbólicas com a realidade social.

Stuart Hall, teórico dos estudos culturais, parte de uma concepção estruturalista e define “representação” como “[...] a produção de sentido dos conceitos em nossas mentes mediante a linguagem. É o vínculo entre os conceitos e a linguagem que nos capacita para nos referirmos seja ao mundo ‘real’ ou a mundos imaginários” (HALL, 1997, p. 04, tradução nossa). Conseqüentemente, as representações são fundamentais para os processos de compartilhamento de significados entre os indivíduos que integram uma mesma cultura.

Quando dizemos que fazemos parte de uma mesma cultura, estamos nos referindo à capacidade de atribuímos sentidos semelhantes ao mundo que nos cerca. Para Hall (1997), ainda que interpretemos o mundo de maneira individual, a comunicação se faz compreensível entre os membros de uma mesma cultura através do compartilhamento daquilo que ele chamou de “mapas conceituais”.

No terceiro capítulo, “Representações sociais: uma teoria interdisciplinar”, abordaremos desde a concepção desta teoria até suas aproximações com os estudos em comunicação, especificamente no telejornalismo. Adiantando algumas discussões, salientamos que a teoria das representações sociais encontra-se num debate interdisciplinar, possibilitando que a mesma seja referência inclusive para cientistas sociais, ainda que sua

sistematização tenha se dado nos estudos em psicologia social, pelo psicólogo social Serge Moscovici.

Moscovici (2010, p. 208) fala que as representações sociais “[...] têm como finalidade primeira e fundamental tornar a comunicação, dentro de um grupo, relativamente *não-problemática* e reduzir o ‘vago’ através de certo grau de consenso entre seus membros”. Pelo fato das representações serem um processo de criação contínua, Moscovici defendeu que seria necessário descrevê-las ou explicá-las como fenômeno social.

Estudar as representações sociais é, portanto, buscar entender de que forma um grupo social constrói e estabelece um conjunto de saberes que definem sua identidade. Para Oliveira e Werba (2013, p. 93), “uma das principais vantagens desta teoria é sua capacidade de descrever, mostrar uma realidade, um fenômeno que existe, do qual muitas vezes não nos damos conta, mas que possui grande poder mobilizador e explicativo”.

Como já mencionado anteriormente, a comunicação, especificamente através da prática jornalística, possui papel fundamental no processo de construção da realidade, e conseqüentemente na produção e manutenção de representações sociais. É principalmente através dela que estas representações operam sentido e circulam no nosso cotidiano. “Em síntese, as representações sustentadas pelas influências sociais da comunicação constituem as realidades de nossas vidas cotidianas e servem como o principal meio para estabelecer as associações com as quais nós nos ligamos uns aos outros” (DUVEEN, 2010, p. 08).

Por isso, no quarto e último capítulo, “Um olhar sobre os telejornais”, tratamos de algumas destas representações que são construídas e mantidas por estes telejornais. Identificamos e analisamos como os telejornais *Verde Vale Notícias* e *CE TV 1ª edição* constroem representações acerca do cotidiano, assim como também reforçam algumas características e narrativas presentes na cultura da região do Cariri cearense.

Quanto ao método de análise, nos baseamos em trabalhos como o de Jovchelovitch (2000), por exemplo, que reuniu técnicas provenientes de mais de um tipo de metodologia para construir sua interpretação acerca das representações sociais da esfera pública brasileira na imprensa. De acordo com esta pesquisadora o estudo das representações sociais tem utilizado frequentemente a investigação do conteúdo midiático. Neste sentido, Oliveira e Werba (2013, p. 97) afirmam que “não existe uma metodologia exclusiva para a investigação das RS<sup>2</sup>, sendo que encontramos desde investigações realizadas em uma base

---

<sup>2</sup> Representações Sociais.

quantitativa, como as que trabalham com dados qualitativos, e ainda alguns que fazem uso complementar destas duas abordagens”.

Para viabilizar nossa análise, trabalhamos com as matérias veiculadas por ambos os telejornais num recorte temporal de um mês (abril de 2016). O período escolhido não pretendeu atender a nenhum pré-requisito, uma vez que quisemos ter noção daquilo que é comum na rotina de produção destes telejornais. Além disso, consideramos que as edições veiculadas em um mês são uma amostra indicativa da situação normal de funcionamento das redações, propiciando a ocorrência dos mais variados exemplos que ilustraram as categorias representacionais que propomos em nossa análise.

Através de uma análise de conteúdo inicialmente de viés quantitativo, identificamos as temáticas mais pautadas por estes telejornais. Posteriormente, desenvolvemos cinco categorias representacionais e passamos à análise de viés qualitativo, analisando as estratégias para o estabelecimento destas representações construídas para cada uma delas, através da escolha de três exemplos de cada telejornal ao longo do *corpus* estabelecido.

Neste sentido entendemos a análise de conteúdo como uma técnica híbrida, pois esta faz “[...] uma ponte entre o formalismo estatístico e a análise qualitativa de materiais [...]” (BAUER, 2002, p. 190). Jovchelovitch (2000, p. 219) fala ainda que a análise de conteúdo de viés qualitativo pode envolver tanto a análise temática como a textual. Assim como esta pesquisadora trabalhamos com a análise temática, que “refere-se ao reconhecimento de certos temas, ou ideias no texto e ao seu enquadre em determinadas categorias” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 219).

De forma complementar, realizamos também entrevistas com alguns dos profissionais responsáveis pelos dois telejornais. Dispomos ainda de informações obtidas através de um período de observação participante nas redações das emissoras. Desta maneira pudemos potencializar a contextualização do lugar de fala dos já citados telejornais, pois, como afirma Duarte (2010, p. 231), “enfrentar o desafio teórico-metodológico que a produção televisual impõe é, em primeiro lugar, ter presente que não se podem analisar os produtos televisuais independentemente de sua relação com o processo comunicativo que os engendra [...]”. Antes, detalhamos como são organizados os dois telejornais analisados.

A opção pela teoria das representações sociais para embasamento teórico desta pesquisa coaduna com o fato desta também valorizar o conhecimento que é produzido na vida cotidiana. Conhecimento este que é continuamente evidenciado nos meios de comunicação. Logo, esta teoria possibilita o reconhecimento da rica manifestação das construções de sentido

que se faz nos veículos de comunicação de abrangência regional e local. Com o desenvolvimento progressivo de análises de telejornais regionais e locais chegar-se-á a um apanhado geral de como as representações sociais são construídas pela prática do telejornalismo em todo o país, e como isto finda por influenciar na construção das representações regionais em nível da cobertura nacional.

## 2 SOCIEDADE E JORNALISMO

*“Poeticamente podia-se dizer que o jornalismo é a vida, tal como é contada nas notícias de nascimentos e de mortes [...]. É a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia”.*

*(Nelson Traquina)*

Em nossos dias, não é possível imaginarmos uma sociedade democrática onde não haja a necessidade de informação ou que esta não circule entre os membros que dela fazem parte. Os meios de comunicação, sobretudo através da prática jornalística, são um dos maiores responsáveis por estabelecerem uma ordem nas informações que chegam até nós diariamente, muitas das quais não teríamos acesso sem eles. Estes meios atuam identificando e difundindo aquelas informações que são consideradas mais importantes, de acordo com determinados critérios de seleção. Desta maneira, os meios de comunicação são também responsáveis por dar forma ao conhecimento e por fazê-lo circular na sociedade. (TUCHMAN, 1983).

Acreditamos que a informação que circula através destes processos comunicacionais é indispensável, e, conseqüentemente, uma das bases para a construção do conhecimento disponível em um agrupamento social. E é este conhecimento disponível que pode ser admitido como a realidade para a sociedade em que se apresenta. Diante disto, opomo-nos à proposição de que a realidade seja uma dimensão que é naturalmente dada, imposta aos indivíduos. Logo, estamos de acordo com a concepção de que esta é socialmente construída cotidianamente, através de ações individuais e coletivas (CORCUFF, 2001). É a partir desta perspectiva que conduzimos as discussões nesta pesquisa.

Neste primeiro capítulo argumentamos porque aceitamos que a perspectiva defendida pelo construtivismo social é pertinente para o desenvolvimento desta pesquisa. Apesar do estudo aqui proposto não estar plenamente situado na área da sociologia, torna-se inevitável que transitemos brevemente por ela. Sobretudo porque é nela, mais especificamente na subdisciplina da sociologia do conhecimento, que encontraremos o alicerce teórico para a discussão em torno dos processos de construção social da realidade.

A sociologia do conhecimento, por sua vez, está interessada no conhecimento que se manifesta através da vida cotidiana e em analisar os processos pelos quais este conhecimento é produzido. Desta forma, esta vertente sociológica une forças contra a ideia positivista que defende a existência de uma ciência capaz de dar conta de uma verdade única e absoluta, além de reconhecer que o método científico não é a única forma de se obter

conhecimento. Esta sociologia se interessará também pelos aspectos culturais e históricos de todas as formas de conhecimento (MANNHEIM, 1990).

Consequentemente, nos reportamos à teoria social de Schutz (2003). Fortemente influenciado pelos estudos em fenomenologia, Schutz (2003) defendia que a realidade é socialmente construída através do conhecimento. A partir deste pensamento, considera-se que a realidade social e o conhecimento são processos que estão conectados, e que por isso não são mais concebidos como procedimentos distintos que se desencadeiam isoladamente (CRESPI; FORNARI, 2000). Do mesmo modo que Correia (2005, p. 123), consideramos que “[...] o empreendimento fenomenológico comporta um poderoso *corpus* teórico que merece ser utilizado e desenvolvido no âmbito da comunicação de massa e do jornalismo em especial”.

Burke (2003), identifica a relação entre o conhecimento e a imprensa logo no advento desta última, ressaltando a relevância que a mesma exerceu na facilitação da “[...] interação entre diferentes conhecimentos [...]. Ela [a imprensa] padronizou o conhecimento ao permitir que pessoas em lugares diferentes lessem os mesmos textos ou examinassem imagens idênticas” (BURKE, 2003, p. 19). É bem verdade que os meios de comunicação de massa, sobretudo em sua dinâmica atual, continuam a influenciar decisivamente os processos pelos quais determinados conhecimentos se estabelecem como realidade em uma sociedade.

Conforme destaca Meditsch (1997, p. 05) “[...] cada vez mais se presta atenção no papel desempenhado pelas instituições e pelas tecnologias intelectuais disponíveis em cada sociedade e em cada cultura”. Corroboramos que a televisão, por meio do nosso campo de interesse que é o jornalismo, atua plenamente no processo de construção da realidade social, e que por sua vez possui grande poder de penetração junto à sociedade. “Se a notícia televisiva contribui para a construção da realidade social, é possível se afirmar que a informação noticiosa é uma forma de conhecimento. [...]. Não há notícia sem conhecimento” (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 15).

Baseados nesta percepção inicial, desenvolvemos nossa proposta de análise, que se apoia em teorias construtivistas e tem interesse na dinâmica do conhecimento e das representações sociais. Assim como Vizeu e Correia (2008, p. 11 – 12), concordamos que os jornais televisivos, regionais e locais, “[...] contribuem diariamente, de uma forma relevante, para a construção de parte da realidade social da realidade brasileira”. Por ser produzido mais próximo aos conhecimentos locais, espera-se que o telejornalismo regional busque expressar seu conteúdo através de uma linguagem e formatos mais pertinentes ao seu público alvo. Como afirmam Bazi e Fabbri (2006, p. 02), “se souber se identificar, então, com o público,

sem repetir formas e expressões da grande imprensa, [a imprensa regional] estará colaborando para o desenvolvimento do país”.

Nossa explanação acerca da relação entre a teoria social de Schutz e a informação que nos chega pelos meios de comunicação, especificamente através do jornalismo, seguirá um dos três níveis propostos por Correia (2005, p. 126), que consiste em observá-la “enquanto teoria dos efeitos cognitivos, designadamente a nível da relevância, tipificação e atitude natural”. Estes conceitos demonstram-se fundamentais para a compreensão de alguns dos procedimentos que compõem as práticas jornalísticas e do conhecimento que é construído pelo discurso midiático. Explanamos o que se entende por “critérios de noticiabilidade” e “valores-notícia”, a que se referem as teorias do jornalismo, para melhor verificarmos como estes correlacionam-se diretamente com as definições de “tipificação” e “relevância”, desenvolvidas por Schutz (2003) no método fenomenológico.

O tema do nosso estudo trata também do conhecimento construído através da informação que é difundida pelo telejornalismo, especificamente aquele que é produzido a nível regional. Em nossa análise de como se dá a construção deste conhecimento, e por sua vez, das representações sociais sobre uma região, devemos, obrigatoriamente, situar-nos socialmente enquanto pesquisadores. Com efeito, como nos lembra Natanson (2003, p. 24, tradução nossa), “Schutz sugere que o pesquisador social, ao invés de tentar definir uma ‘resposta’ para certos estados objetivos de coisas, deve antes perceber que definir significa atuar, e que interpretar o mundo é uma forma primária de atuação nele”.

Logo, estamos cientes de que em nossa interpretação há indícios das condições sociais nas quais nós mesmos nos inserimos, entre elas está o próprio fato de integrarmos a realidade analisada e compartilharmos deste conhecimento disponível. Esta consciência faz parte de uma reflexão sociológica que implica no ato de nos incluirmos na construção do objeto, e por isso faz-se necessário designarmos a nossa relação com o mesmo.

## 2.1 Considerações sobre o conhecimento e a realidade

*“Hoje, depois do que pode ser considerado como uma ‘reabilitação’ do saber local e do conhecimento cotidiano, deve ter ficado óbvio que há ‘conhecimentos’ no plural em toda cultura, e que a história social, como a sociologia, deve se ocupar ‘de tudo o que passa por conhecimento na sociedade’”.*

*(Peter Burke)*

Pesquisadores de tradição sociológica mais recente passaram a se interessar pela manifestação do conhecimento em diversas esferas da sociedade e da cultura. Para Burke (2003), este momento atual da sociologia do conhecimento diferencia-se em quatro aspectos de uma primeira geração de estudos. Primeiramente, o foco passa a ser a “construção” do conhecimento, e não mais sua “aquisição” e “transmissão”. “Há menos insistência sobre a estrutura social e mais sobre os indivíduos, sobre a linguagem e sobre práticas como a classificação e o experimento” (BURKE, 2003, p. 17).

O segundo ponto é que os sociólogos passaram a valorizar o conhecimento local, que se desenvolve na vida cotidiana; refletindo assim no terceiro aspecto, que vem a ser o maior interesse pela microsociologia. Esta microsociologia passa a dar ênfase à vida intelectual do cotidiano de grupos menores, tidos como “[...] as unidades fundamentais que constroem o conhecimento e conduzem sua difusão por certos canais” (BURKE, 2003, p. 17). E por fim, Burke (2003) sublinha que ultimamente as questões de gênero e geográficas também ganharam destaque nas análises da construção do conhecimento. Desta forma, os aspectos referentes às classes sociais deixam de constituírem-se como os principais pontos a serem considerados nestas análises.

Longe de pretender fornecer uma resposta definitiva à habitual pergunta “o que é conhecimento?”, Burke (2003) propõe ao menos uma diferenciação na utilização dos termos “informação” e “conhecimento”. Para ele, informação refere-se ao que é “[...] relativamente ‘cru’, específico e prático”. Ou seja, é o que se apresenta de forma evidente para nós, sem nenhum tipo de interferência. Já o conhecimento refere-se ao que foi “[...] ‘cozido’, processado ou sistematizado pelo pensamento” (BURKE, 2003, p. 19). Logo, podemos inferir que o conhecimento é a informação que foi organizada através de interferências diversas. Desta maneira, é possível que se admita a existência de várias formas de conhecimento, e que as mesmas podem ser interpretadas e analisadas a partir de diferentes métodos.

Corcuff (2001, p. 87) aponta que apesar destes autores contemporâneos interessarem-se, sobretudo, pelas interações promovidas nos encontros “face a face”, eles

também acabam por considerar certas entidades que “[...] se tornam então limitadoras diante das atividades cotidianas de construção do mundo social”. Estas entidades são, por exemplo, “instituições, organizações, redes, normas, etc.”. Entendemos que os meios de comunicação podem ser considerados como este tipo de entidade ou instituição que possibilitam, e que ao mesmo tempo limitam a interação entre os indivíduos. Neste sentido, Correia (2005), ao propor uma aproximação entre a teoria social de Schutz e os estudos no campo da comunicação, afirma que:

Poder-se-á dizer, argumentando contra a pertinência desta teoria, que os *mass media* implicam a existência de uma escala que transcende em muito aquela que era a experiência comunicativa primordial detectada por Schutz: “a relação de nós” que se processa na relação face a face. Por outro lado, pode dizer-se que a realidade por eles construída transcende o mundo ao meu alcance imediato (CORREIA, 2005, p. 125).

Inspirados pelos escritos de Schutz, Berger e Luckmann (1999) simplificam (não num sentido redutor, mas sim com a intenção de operacionalizar a discussão com base na perspectiva sociológica) conceitos imprescindíveis para a compreensão acerca do processo que faz com que a realidade seja aceita como socialmente construída, que é a própria definição do que é a realidade e do que é o conhecimento. Para aqueles autores então, a realidade consiste em “uma qualidade pertencente a fenômenos que reconhecemos terem um ser independente de nossa própria volição (não podemos ‘fazer que não existam, com a nossa vontade’)”; já o conhecimento é entendido como “a certeza de que fenômenos sociais são reais e possuem características específicas” (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 13). Contudo, os autores evidenciam que tal interpretação certamente não esgota ou desconsidera a densa discussão filosófica que vem sendo sustentada há muito tempo a respeito destes conceitos. Crespi e Fornari (2000) reforçam dizendo que:

[...] a realidade é o resultado de um intercâmbio entre as diversas representações e interpretações dos atores sociais entre eles, bem como entre estes e as interpretações dos cientistas sociais. São colocadas assim as premissas para o conceito de *construção social da realidade*, formulado num primeiro tempo por Alfred Schutz e desenvolvido sucessivamente pelas várias teorias sociológicas contemporâneas que se inspiram na fenomenologia e na hermenêutica (CRESPI; FORNARI, 2000, p.142 – 143).

Aqui convém mencionarmos as ressalvas que Berger e Luckmann (1999) pontuam quanto ao que consideram que seja a “realidade” e o “conhecimento”. Começando pela “relatividade social” que interfere diretamente na concepção de uma explicação definitiva para estes termos. Os autores exemplificam que “o que é ‘real’ para um monge tibetano pode

não ser ‘real’ para um homem de negócios americano. O ‘conhecimento’ do criminoso é diferente do ‘conhecimento’ do criminalista” (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 15). Assim, ao nos empenharmos em uma análise da realidade e do conhecimento construído em uma sociedade, precisamos expandir a proposta analítica aos contextos específicos em que esta sociedade encontra-se estabelecida.

A realidade e o conhecimento são processos que se desdobram naquilo que Husserl, um dos principais teóricos que embasou o pensamento de Schutz, chamou de “mundo da vida” ou “mundo do sentido comum” (SCHUTZ, 2003). O mundo da vida é o próprio cotidiano e o modo como entendemos e interpretamos o mundo que nos cerca. Este mundo já se encontra com significados estabelecidos quando passamos a integrá-lo, ou seja, já está pressuposto, objetivado. “Acreditamos que este mundo já existia antes de nascermos, que tem sua história e que nos é apresentado de maneira organizada” (NATANSON, 2003, p. 16, tradução nossa). Fator este que provoca em nós, “indivíduos de sentido comum”, um comportamento que foi chamado por Schutz (2003) de “atitude natural”.

Falar em atitude natural significa dizer que a maioria de nossas ações cotidianas se realiza de forma prática e espontânea, e que não nos questionamos com frequência o que estamos fazendo e nem por que estamos fazendo. O homem comum não contesta a validade de sua realidade e do conhecimento que tem sobre ela até que lhe ocorra algum problema que o faça pôr em dúvida esta realidade. Em nossa rotina, por exemplo, não nos indagamos se as ruas e os prédios da cidade ainda estarão lá quando formos dormir e voltarmos a acordar no dia seguinte. Não pensamos o tempo inteiro que seremos atingidos por um raio ou por uma bala perdida ao sairmos de casa. Estes são alguns exemplos que demonstram que a “atitude natural” nada mais é do que a suspensão da dúvida sobre uma determinada realidade, que por sua vez se sobrepõe às demais (SCHUTZ, 2003). O cientista social, no que lhe concerne, interessa-se em compreender como esta realidade é construída e mantida pelo homem comum.

Ciente disto, a perspectiva de análise fenomenológica adotada por Schutz visa atingir “[...] as fontes intuitivas que estão na origem da experiência humana, captando ‘empiricamente’ aquelas essências ou ideias que constituem as estruturas que resultam da relação entre a consciência e os objetos visados intencionalmente por ela” (CRESPI; FORNARI 2000, p. 140). Como nos lembra Corcuff (2001), o construtivismo fenomenológico de Schutz difere do construtivismo estruturalista de Bourdieu, por exemplo, por fundamentar-se na observação das interações entre os indivíduos e do conhecimento construído socialmente na vida cotidiana, ao invés de se deter na análise das estruturas

sociais. Estas interações cotidianas são facilitadas por aquilo que Schutz (2003) chamou de “tipificações”.

Conforme dito anteriormente, ao nascermos já encontramos um mundo social pronto, um ambiente comum que possibilita as relações sociais. Este ambiente é tipificado, ou seja, “é mediado por sistemas já codificados de significado” (CRESPI; FORNARI, 2000, p. 143). Estas tipificações dizem respeito aos modos que os indivíduos agem, seus comportamentos e valores, por exemplo. Uma vez assimilados, estes significados culturais se autonomizam e se impõem perante os indivíduos.

[...] as tipificações não só permitem coordenar na prática cotidiana as diferentes ações individuais, mas constituem ao mesmo tempo a base das interpretações das situações presente e passadas, condicionando o próprio conhecimento científico dos comportamentos sociais (CRESPI; FORNARI, 2000, p. 143).

Tais tipificações são incorporadas, segundo Schutz (2003), principalmente através da linguagem e da comunicação social. “As objetivações comuns da vida cotidiana são mantidas de modo predominante pela significação linguística. A vida do dia a dia é sobretudo vida com a linguagem e por meio da linguagem que partilho com os meus semelhantes” (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 48). Logo, a experiência que temos do mundo baseia-se também em experiências anteriores à nossa existência.

Estas experiências, mesmo que não tenham sido vivenciadas por nós, nos chega espontaneamente através dos relatos e ações que são reproduzidos nos grupos sociais que integramos: família, vizinhança, escola, universidade, etc. E também pelo que registrou a história, as artes, a imprensa, entre outras áreas do conhecimento. “Deste modo, a linguagem é capaz de se tornar o repositório objetivo de vastas acumulações de significados e experiências, que se podem preservar no tempo e transmitir às gerações seguintes” (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 48 – 49).

Assim, durante toda a nossa vida acumulamos tipificações sobre o mundo do sentido comum em que estamos inseridos, sedimentando um acervo de conhecimento sobre a realidade que vivenciamos diariamente. Estas tipificações são as referências que usamos para dar sentido à realidade que nos cerca. Por sua vez, as mesmas tipificações que outrora operaram sentido em uma determinada situação podem também serem transferidas a outras situações semelhantes, servindo de guia para o ajustamento de circunstâncias novas em nosso acervo de conhecimento disponível.

A linguagem também tipifica as experiências, permitindo-me agrupá-las em categorias amplas, em termos das quais fazem sentido não apenas para mim mas também para os meus semelhantes. Conforme tipifica também torna anônimas as experiências, pois as experiências tipificadas podem, em princípio, ser repetidas por qualquer pessoa incluída na categoria em questão (BERGER; LUCKMANN, 1999 p. 50).

Contudo, vale lembrar que o mundo constituído pelo conhecimento cotidiano é também “um mundo intersubjetivo e cultural”, ou seja, é um mundo que não é só meu e que eu partilho com outros indivíduos. Por isso não há homogeneidade entre os conhecimentos, primeiro porque, como bem salienta Corcuff (2001, p. 92), “o estoque de conhecimentos disponíveis não é o mesmo para cada ator; há ‘distribuição social do conhecimento’, ligada à situação biograficamente determinada de cada um”. E segundo porque “o mundo da vida cotidiana é estruturado em ‘diversas camadas de realidade’, em realidades múltiplas”.

Desta forma, as tipificações determinam os critérios de relevância que os indivíduos conferem aos mais variados âmbitos da realidade social, de acordo com o que Schutz (2003) chamou de “situação biográfica” de cada indivíduo. “Minha situação biográfica define a minha maneira de me localizar na cena da ação, interpretar as suas possibilidades e enfrentar seus desafios” (NATANSON, 2003, p. 17, tradução nossa). Ainda segundo Natanson (2003, p. 27, tradução nossa), estes critérios de relevância atuam como “princípio subjacente de seleção que explica as escolhas, atitudes, decisões e adesões que o indivíduo expressa e realiza”.

É necessário frisar que o que é considerado relevante para um grupo ou sistema social pode não ser para outro, justamente pela subjetividade envolvida na situação biográfica da qual dispõe cada ator social. Em uma situação ilustrativa, podemos relatar que um objeto ou uma entidade que é sagrada para uma religião da qual um indivíduo faz parte pode ser irrelevante para a de outro. Assim, os indivíduos orientam a relevância que conferem às circunstâncias diárias em que se encontram de acordo com as tradições e costumes que fazem parte da cultura da sociedade que os mesmos integram.

A acumulação de tipificações que fazemos acerca do mundo de sentido comum compõe aquilo que Schutz (2003) denominou de “acervo de conhecimento à mão”. É o que nos serve de guia prático para a nossa experiência cotidiana. Avançando nesta discussão, podemos afirmar que os meios de comunicação desempenham a função de mediadores, que podem difundir, reforçar ou questionar as relevâncias e tipificações presentes no mundo de sentido comum (ou mundo da vida) em uma determinada sociedade.

Por isso, para que melhor se compreenda a análise das representações difundidas pelos telejornais regionais que são objetos desta pesquisa, recorreremos no segundo capítulo a uma breve contextualização histórica e socioeconômica da região do Cariri, pois como bem lembram Crespi e Fornari (2000, p. 145) “[...] toda forma de conhecimento, quer de sentido comum como também científico, está conexo estreitamente com o contexto sócio-cultural, onde tal conhecimento se desenvolve [...]”. Ou ainda como ressalta Correia (2005, p. 131) “os objetos do mundo social são constituídos dentro de um marco de familiaridade e de reconhecimento proporcionando um repertório de conhecimentos disponíveis cuja origem é fundamentalmente social”.

As contribuições de Schutz (2003) sobre os conceitos de “atitude natural”, “relevância” e “tipificação”, norteiam a sociologia interpretativa quando esta se detém na análise de como os atores sociais criam significados sociais para o mundo que os cerca. As notícias que são produzidas e difundidas pelos meios de comunicação, por sua vez, podem ser entendidas como fenômenos sociais. Enfatizamos então que “a constituição da visão relativamente natural do grupo [...] passa pela comunicação de massa, a qual ajuda a consolidar as estruturas de relevâncias em que se funda o conhecimento que os atores sociais têm do seu mundo partilhado” (CORREIA, 2005 p. 124 – 125).

Num espaço público cada vez mais midiaticizado, devemos então questionar: como os meios de comunicação lidam com este comportamento aparentemente natural diante do mundo de sentido comum no qual estão inseridos? Como definem seu sistema de relevâncias e tipificam os acontecimentos em sua rotina produtiva? E mais, qual o impacto da estrutura de relevância instituída por estes meios na formação do conhecimento do homem comum? Discorreremos mais adiante sobre este assunto junto à ideia do jornalismo desempenhando o papel de um dos elementos que constroem a realidade social.

## 2.2 A produção de conhecimento no campo jornalístico

*“[...] o conhecimento do jornalismo será forçosamente menos rigoroso do que o de qualquer ciência formal, mas, em compensação, será também menos artificial e esotérico”.*

*(Eduardo Meditsch)*

Com a constante evolução dos meios de comunicação de massa e, conseqüentemente, do jornalismo, as discussões acerca da importância deste na produção de uma parcela do conhecimento que se difunde na sociedade passaram a ser recorrentes,

sobretudo no meio acadêmico. Desde seus estudos introdutórios, o jornalismo é percebido como uma ferramenta dotada de grande poder e influência na consolidação da opinião pública, sendo por isso sua prática alvo recorrente de críticas e problematizações. Já estudos mais recentes passaram a avaliar a atividade jornalística como participante ativa no processo de construção da realidade social.

Como nos lembra Paternostro (2006, p. 17), “a comunicação torna possível a interação e a convivência entre os homens, já que a integração de um indivíduo ao seu ambiente e ao seu tempo está relacionada, de forma intrínseca, ao seu acesso à informação”. Por este motivo, há muito se considera que o papel primordial do jornalismo deveria ser o de conscientizar e dar suporte às discussões pertinentes ao bom desenvolvimento das sociedades democráticas. Contudo, a conseqüente transformação do jornalismo em campo de poder tornou-o *locus* de disputas pela manutenção de discursos e posicionamentos de caráter hegemônico.

O jornalismo, muito mais que uma simples técnica, como sustenta algumas teorias, pode também ser considerado como uma forma de produção de conhecimento. No entanto, um conhecimento diferente daquele que é produzido pela ciência. Meditsch (1997) explica que o jornalismo pode ser compreendido como um processo de conhecimento a partir de três abordagens principais. A primeira trata do conhecimento como um ideal a ser alcançado. Meditsch (1997) fala que esta abordagem situa o jornalismo no campo do conhecimento, mas o encara como uma “ciência mal feita”. A segunda abordagem é menos crítica e enquadra o jornalismo enquanto conhecimento como se este fosse uma “ciência menor”, mas que por sua vez tem utilidade. E para a terceira abordagem, o jornalismo, se comparado à ciência, não revela mal nem menos a realidade, mas sim revela de maneira diferente. Podendo por isso revelar aspectos desta realidade que outras formas de conhecimento não revelam.

O Jornalismo não apenas reproduz o conhecimento que ele próprio produz, reproduz também o conhecimento produzido por outras instituições sociais. A hipótese de que ocorra uma reprodução do conhecimento, mais complexa do que a sua simples transmissão, ajuda a entender melhor o papel do Jornalismo no processo de cognição social (MEDITSCH, 1997, p. 03).

Vizeu e Correia (2008) defendem que o jornalismo enquanto conhecimento desempenha quatro tipos de funções: a exotérica, a pedagógica, a de segurança e a de familiarização. A função exotérica é observada quando o jornalismo, através da produção noticiosa, torna acessível para o público em geral um discurso técnico ou muito específico de

um outro campo, como por exemplo o campo jurídico ou científico. “Enquanto a ciência evolui reescrevendo o conhecimento do senso comum em linguagens formais e esotéricas, o Jornalismo trabalha em sentido oposto” (MEDITSCH, 1997, p. 08). De forma semelhante, a função pedagógica refere-se à mediação que a notícia faz entre os variados campos de conhecimento e o público. É neste sentido que as empresas de comunicação costumam organizar manuais de redação próprios, que são utilizados para orientar os jornalistas sobre a melhor forma de tornarem as notícias mais compreensíveis para todo e qualquer tipo de audiência.

Ao se referirem mais especificamente à produção de conhecimento que é engendrado no subcampo do telejornalismo, Vizeu e Correia (2008, p. 20) dizem que este desempenha a função de lugar de segurança ontológica para as pessoas, por “dar uma ordem ao caos circundante”. A forma como os telejornais são organizados funciona então como “[...] uma *janela* para a realidade, mostrando que o mundo circundante existe, está lá e tudo não se transformou num caos e a vida segue a sua normalidade” (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 21).

Finalmente, a função de familiarização advém da função de segurança, visto que se refere à necessidade do jornalismo de tentar projetar uma imagem de um mundo que pareça o menos estranho e hostil quanto possível ao receptor. Assim, quando falamos em representações sociais, e neste trabalho especificamente as que são elaboradas através do telejornalismo, frisamos este aspecto de familiarização que as mesmas desempenham e que as tornam “um instrumento graças ao qual o indivíduo ou grupo apreende seu entorno” (ALSINA, 2009, p. 300).

Apesar de admitir-se o jornalismo como produtor e reproduzidor de conhecimento é necessário que se reconheça suas limitações no desempenho desta função e também seus problemas estruturais. É importante salientar que “como toda outra forma de conhecimento, aquela que é produzida pelo Jornalismo será sempre condicionada histórica e culturalmente por seu contexto e subjetivamente por aqueles que participam desta produção” (MEDITSCH, 1997, p. 10). Quando as notícias passam a serem interpretadas como resultado de um processo de construção torna-se determinante atentar para o conjunto dos aspectos que condicionam sua produção.

Um dos principais problemas do Jornalismo como modo de conhecimento é a falta de transparência destes condicionantes. A notícia é apresentada ao público como sendo a realidade e, mesmo que o público perceba que se trata apenas de uma versão da realidade, dificilmente terá acesso aos critérios de decisão que orientaram a equipe de jornalistas para construí-la, e muito menos ao que foi relegado e omitido por estes critérios, profissionais ou não (MEDITSCH, 1997, p. 10).

Entre as diversas teorias que discutem as práticas que compõem a atividade jornalística, adotamos a teoria construtivista, por considerarmos que esta, diante da análise da produção noticiosa, reúne argumentos pertinentes para com os objetivos deste estudo. Esta teoria, por sua vez, comporta dois vieses de análise, a interacionista e a estruturalista, que, apesar de distintas, convergem e ao mesmo tempo se complementam em alguns pontos específicos.

Ambas as teorias rejeitam a teoria do espelho e criticam o “empiricismo ingênuo” dos jornalistas. Para ambas as teorias, as notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da *comunidade profissional*, dentro e fora da sua organização (TRAQUINA, 2005, p. 173).

Traquina (2005, p. 173) explica ainda que estas teorias reconhecem a importância dos constrangimentos organizacionais que os jornalistas vivenciam dentro dos seus locais de trabalho. Ou seja, ambas levam em conta em suas análises a ideologia vigente na rotina produtiva destes profissionais, buscando assim abordar e compreender a estrutura dos valores-notícias que é organizada e mantida pelos mesmos.

Até aqui priorizamos a abordagem que é feita pela perspectiva construtivista interacionista ao invés da estruturalista. Contudo, alguns conceitos desenvolvidos neste outro âmbito nos são valiosos, como por exemplo, o conceito de “campo”, que foi sistematizado pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu, e o conceito de “mapas conceituais”, “mapas de significado” ou ainda “mapas culturais”, proposto pelo teórico dos estudos culturais Stuart Hall. Este último conceito, porém, explanamos com maior afinco no terceiro capítulo deste trabalho ao discutirmos a teoria das representações sociais.

A partir do momento que consideramos o jornalismo como sendo um campo submetido a um campo de poder, torna-se fundamental buscar entender as regras que o regulam. Desta forma, estaremos agrupando algumas das condições necessárias para compreender sob quais circunstâncias o jornalismo produz conhecimento, e por sua vez, as representações sociais que analisamos mais à frente. Além disso, as considerações sobre “campo” permitem uma melhor apreensão acerca da consolidação de uma cultura profissional dos jornalistas, que discutimos no próximo tópico deste capítulo como sendo determinante para o processo de construção social da realidade.

Quando afirmamos que o jornalismo é um “campo” nos referimos àquilo que Bourdieu (1989, p. 28 – 29) designou como sendo um espaço onde ocorrem “[...] relações de forças entre as posições sociais que garantem aos seus ocupantes um *quantum* suficiente de

força social – ou de capital – de modo a que estes tenham a possibilidade de entrar nas lutas pelo monopólio do poder [...]”. Em suma, o jornalismo é considerado um campo por ser um espaço social estruturado onde atuam dominantes e dominados e onde ocorrem disputas pelo controle do poder. Logo, um campo é também um lugar onde “[...] 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” (BOURDIEU, 1997, p. 57).

Tendo em vista tal conjuntura, o conhecimento que é produzido através do jornalismo está orientado por procedimentos e interesses específicos. Entre estes procedimentos que regulam o campo jornalístico, Bourdieu (1997, p. 106) destaca que, assim como os campos político e econômico, o campo jornalístico está “[...] permanentemente sujeito à prova dos vereditos do mercado, através da sanção, direta, da clientela, ou indireta, do índice de audiência [...]”. Isto implica dizer que as pressões externas de ordem econômica influenciam e determinam cada vez mais a produção jornalística, que por sua vez intervém fortemente nos demais campos de produção cultural, como os campos jurídicos, literário, artístico e científico.

Bourdieu (1997, p. 102) afirma que o reconhecimento de que o campo jornalístico exerce influência sobre estes demais campos não é particularmente uma novidade. Porém, salienta que, atualmente, “os efeitos que o desenvolvimento da televisão produz no campo jornalístico e, através dele, em todos os outros campos de produção cultural, são incomparavelmente mais importantes em sua intensidade e amplitude [...]”.

Além da pressão econômica há também a pressão que é exercida pelo campo político. Miranda (2005, p. 113) expõe que Bourdieu distingue a dominação que é feita pelo campo político sobre o campo jornalístico em “dominação material” e “dominação simbólica”. A “dominação material” corresponde às pressões econômicas que o governo pode exercer sobre os veículos de comunicação através da concessão das verbas publicitárias e dos incentivos fiscais, por exemplo. Já a “dominação simbólica” refere-se à disputa pelo monopólio da informação legitimada. Ou seja, “os agentes dominantes nos demais campos, não só do político, mas também do científico etc., valem-se da autoridade neles investida e portanto, de sua legitimidade, como arma na luta de seus campos específicos com o campo jornalístico” (MIRANDA, 2005, p. 113).

O mundo institucional precisa ser legitimado, isto é, explicado e justificado. Sendo assim, o campo do jornalismo funciona como uma instituição legitimadora dos demais campos. Corcuff (2001, p. 57) diz que as formas de dominação devem ser reconhecidas como

legítimas, ou seja, devem “[...] assumir um sentido positivo ou, em todo caso, tornar-se ‘naturais’, de maneira que os próprios dominados possam aderir à ordem dominante, mesmo desconhecendo seus mecanismos e seu caráter arbitrário”. Desta forma, entende-se que a objetividade do mundo institucional é construída pelo homem. Neste sentido, Berger e Luckmann (1999, p. 191) sublinham que “[...] a pesquisa empírica da relação das instituições com os universos simbólicos legitimadores, muito intensificará a compreensão sociológica da sociedade contemporânea”.

Vizeu (2005, p. 59) afirma que “muitos estudos ressaltam que o processo de elaboração da notícia dá lugar a significados ideológicos implícitos”. Para ambas as perspectivas, tanto a estruturalista como a interacionista, o jornalismo é encarado como um campo que reproduz a ideologia dominante, ou como afirmou Tuchman (1983), a produção jornalística legitima o *status quo*.

De acordo com Figueiredo (2007, p. 11) “os meios de comunicação de massa permitem que os conteúdos ideológicos tenham o maior alcance possível atingindo os sujeitos em situações distintas e características heterogêneas”. É nesta perspectiva que o jornalismo funciona como propagador de um discurso hegemônico, pois seleciona, em meio a uma determinada quantidade de acontecimentos, aqueles que são oportunos de serem transformados em notícia e receberem visibilidade. “Ou seja, exclusões, seleções e censura de elementos informativos realizados no processo comunicacional são formas dissimuladas de repressão, que o são muitas vezes sem percebê-lo” (FIGUEIREDO, 2007, p. 11).

É importante frisar que os meios de comunicação cada vez mais se apresentam como a primeira e até mesmo a única fonte de informação de uma ampla parcela da sociedade. Atualmente a TV atinge quase a totalidade do território nacional, estabelecendo-se ainda como uma das principais fontes de entretenimento e conhecimento acerca de acontecimentos gerais para grande parte da população brasileira. Hall et. al. (1993, p. 228) reforçam a importante tarefa dos *media* de tornarem compreensível para a sociedade aquilo por eles nomeado de “realidade problemática”, que são os acontecimentos que “[...] rompem com as expectativas comuns e são, por conseguinte, ameaçadores para uma sociedade baseada na expectativa do consenso, ordem e rotina”.

Assim, como comentam Coutinho e Martins (2008), através das mensagens telegenéticas os indivíduos assimilam conhecimento e passam a se sentirem parte de uma coletividade. “Pelos monitores muitos acompanham o desdobramento dos fatos, muitas vezes em tempo real, se informam, formam opinião, enfim adquirem conhecimento” (COUTINHO; MARTINS, 2008, p. 02). Neste sentido, os meios de comunicação são os responsáveis por

definirem quais acontecimentos são significativos o suficiente para tornarem-se notícias e também são responsáveis por fornecerem uma interpretação destes acontecimentos. É justamente na construção desta interpretação que estão implícitos todos os fatores de ordem ideológica anteriormente mencionados.

Tanto interacionistas como estruturalistas concordam que o jornalismo contribui para a reprodução das estruturas sociais, pois a partir do momento que se aceita as notícias como sendo relatos verdadeiros de acontecimentos relevantes, reforça-se o papel dos meios de comunicação como instituições que disseminam relatos reais. De acordo com Traquina (2005, p. 203) “o jornalismo e os jornalistas podem influenciar não só *sobre o que pensar* mas também *como pensar*”.

Isto significa que a escolha de um acontecimento para ser noticiado, assim como a importância atribuída ao mesmo é dada em função de objetivos pré-determinados pelos controladores do meio de comunicação. Neste caso, se as notícias são produzidas em função de uma intencionalidade, os conhecimentos que obtemos através da mídia são sempre selecionados e se enquadram dentro da estrutura de manipulação e manutenção do poder pelas classes dominantes (FIGUEIREDO, 2007, p. 16).

Deste modo, reforçamos que “[...] os atributos enfatizados pelo campo jornalístico podem influenciar diretamente a direção da opinião pública” (TRAQUINA, 2005, p. 204), e por sua vez da produção do conhecimento e da construção da realidade social. “Tanto a seleção das ocorrências e/ou das questões que constituirão a agenda, como a seleção dos enquadramentos para interpretar essas ocorrências e/ou questões são poderes importantes do campo jornalístico e dos seus profissionais” (Idem). O jornalista é o profissional que cumpre na sociedade um papel institucionalmente legitimado, que por sua vez permite-lhe realizar a atividade da seleção e produção das notícias.

Por mais limitado e, de certa forma problemático, que seja o conhecimento originado através do processo jornalístico, devemos levar em conta que “como produto social, o Jornalismo reproduz a sociedade em que está inserido, suas desigualdades e suas contradições. Nenhum modo de conhecimento disponível está completamente imune a isto” (MEDITSCH, 1997, p. 11). A compreensão do jornalismo como não apenas reproduzidor, mas também produtor de conhecimento, além de enriquecer o debate dos efeitos que este provoca na sociedade, permite também que se compreenda como são criadas e mantidas as representações sociais sobre determinados assuntos. Para melhor entender como estas se originam é necessário ainda que se vislumbre como se dá o processo de construção da realidade engendrado pelo jornalismo.

### 2.3 Jornalismo e construção social da realidade

*“[...] a notícia não reflete a sociedade. Ajuda a constituir-la como um fenômeno social compartilhado, uma vez que no processo de descrever um acontecimento a notícia define e dá forma a este acontecimento”.*

*(Gaye Tuchman)*

Os estudos sociológicos mais tradicionais, ao encararem as ações dos indivíduos como sendo produtos das normas estabelecidas pela estrutura social, permitem que se atribua sobre as notícias a perspectiva de que estas funcionam como um espelho que reflete a realidade tal qual ela é. Isto é, por esta lógica, a identificação de acontecimentos noticiáveis dependeria apenas das normas reconhecidas na estrutura social do meio em que estes ocorrem.

Em contrapartida, as vertentes sociológicas interpretativas posteriores admitem que homens e mulheres são os responsáveis por construir e compartilharem os fenômenos sociais. Desta forma, pondera-se que muito mais do que a estrutura social, o que define diretamente os acontecimentos que são noticiáveis é a atuação das organizações informativas e dos profissionais que nelas trabalham.

Para esta segunda vertente, a notícia deixa de ser um espelho que simplesmente reflete os fatos para ser uma construção derivada de todo um sistema, que envolve desde aspectos referentes ao funcionamento dos meios de comunicação até a cultura profissional de seus jornalistas. De acordo com Traquina (2005) a linha que adota a perspectiva das notícias como construção rejeita a teoria do espelho por três 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 a diversos fatores, incluindo aspectos organizativos do trabalho jornalístico, as limitações orçamentais, a própria maneira como a rede noticiosa é colocada para responder à imprevisibilidade dos acontecimentos (TRAQUINA, 2005, p. 168 – 169).

Assim, reforçamos estar de acordo com o posicionamento que afirma que “os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias, e, por consequência, na construção da realidade” (TRAQUINA, 2005, p. 26). No entanto, alguns autores comentam que a ideologia vigente na cultura profissional dos jornalistas faz com que

estes rejeitem a percepção da notícia como construção, visto que lhes é passada a orientação de que devem agir com imparcialidade e objetividade diante da narração dos fatos. Desta forma, dá-se margem para a crença entre os jornalistas de que eles são apenas os mediadores entre os acontecimentos e o público, com a função de contar “estórias” de forma totalmente isenta de juízos de valor. Ideia esta muito debatida nos estudos em jornalismo, em que se questiona a possibilidade da total imparcialidade.

Os argumentos que rebatem tal ideia de que existem objetividade e parcialidade na produção dos jornalistas levam em conta, além das subjetividades destes profissionais, a influência exercida pelos interesses dos veículos para os quais eles trabalham. Em sua rotina, os jornalistas estão submetidos a vários tipos de pressão, entre elas a do tempo, pois a produção do conteúdo é orientada por prazos, geralmente curtos e inadiáveis; e também existe a pressão exercida pela concorrência, que faz com estes profissionais estejam sempre em busca da novidade para divulgá-la antes dos demais veículos. “Na lógica específica de um campo orientado para a produção desse bem altamente perecível que são as *notícias*, a concorrência pela clientela tende a tomar a forma de uma concorrência pela prioridade [...]” (BOURDIEU, 1997, p. 106). Logo, para que se entenda o funcionamento do campo jornalístico devemos levar em conta também que este é dominado pela lógica de mercado.

Após termos apontado alguns conceitos desenvolvidos no método de análise fenomenológico proposto por Schutz (2003), nos empenharemos agora em discutir como estes se aplicam aos estudos em comunicação social e qual o papel do jornalismo no processo de construção social da realidade. Para este momento, tomaremos como referência principal os aspectos abordados pelo pesquisador em comunicação João Carlos Correia (2005), que se dedicou a discutir as aproximações entre a teoria social de Schutz e as teorias da comunicação.

Entre as críticas que são feitas acerca da aplicação do método fenomenológico à compreensão dos processos de comunicação de massa, Correia (2005, p. 126) contesta uma em particular que nos chama a atenção pela relação que tem com a especificidade do nosso objeto de estudo. Tal crítica diz que os *media*, por provocarem a fragmentação e o pluralismo, não contribuem para “[...] o reforço das concepções relativamente naturais de grupos preestabelecidos mas antes para a sua dissolução [...]”. O autor contesta este argumento mostrando sua incoerência, primeiramente porque “[...] a teoria das realidades múltiplas abre ela própria o percurso para a consideração de diversos âmbitos de significado finito”. E segundo, porque “[...] o aparecimento de uma nova minoria pragmaticamente motivada para

uma agenda de interesses que lhe é própria implica muitas vezes a busca de outros com quem partilhar uma nova concepção relativamente natural do mundo [...]”.

A partir desta objeção ressaltamos novamente a nossa motivação ao adotarmos como objeto de estudo os telejornais que lidam com a realidade regional, ou seja, que lidam com a realidade desta “minoría pragmaticamente motivada para uma agenda de interesses que lhe é própria”. O desenvolvimento do jornalismo em âmbito regional e local é uma tendência que pode ser verificada em todo o país e é abordada no segundo capítulo deste trabalho. Para contrapor esta conjuntura, convém lembrarmo-nos do questionamento que é feito por Duarte (2010, p. 246): “Não seriam esses movimentos em prol de uma produção televisual regional apenas uma fórmula marketeira, adotada pela emissora afiliada, na qual o apelo ao regional e ao local configuraria uma mera ação estratégica de captação do telespectador?”. Ainda não podemos fornecer uma resposta para esta questão, mas certamente esperamos, ao final deste estudo, termos contribuído para uma explanação da mesma.

Entre alguns dos teóricos que aplicaram à prática jornalística as discussões de Schutz, e por consequência de Berger e Luckmann, Correia (2005) reporta-se ao significativo trabalho da socióloga norte-americana Gaye Tuchman. Tuchman (1983) demonstra em sua pesquisa a importância do construtivismo fenomenológico no estudo dos *mass media*. As contribuições da pesquisadora para esta abordagem decorrem de uma década de observação participante realizada em redações de diferentes meios de comunicação nos Estados Unidos da América. Apesar da ocorrência de outras pesquisas que seguiram esta orientação, Correia (2005) salienta que este tipo de estudo está longe de ter sido trabalhado até suas últimas consequências, e que a necessidade de que se continue a explorar este caminho é iminente.

Diversas pesquisas no âmbito das teorias do jornalismo têm sido desenvolvidas nos últimos anos na tentativa de fornecer uma elucidação para a pergunta “o que são as notícias?”. Para as teorias de orientação construtivista as notícias são o resultado de uma produção, que tem o acontecimento como sua matéria-prima. Tuchman (1983, p. 16, tradução nossa) entende a notícia como sendo um produto de um método institucional, uma vez que esta é “[...] localizada, recolhida e disseminada por profissionais que trabalham em organizações”. As notícias tornam público certos acontecimentos e disponibilizam as informações para os consumidores através das práticas dos profissionais que atuam nos meios de comunicação, e que seguem as condutas institucionais estabelecidas pelos mesmos.

De forma complementar, Alsina (2009, p. 299) vem dizer que, a notícia, como produto jornalístico, “é uma representação social da realidade quotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível”. Logo, as

representações sociais, são recursos pelos quais os indivíduos assimilam as informações que chegam até eles, sobretudo através dos meios de comunicação. “[...] as representações sociais garantem a permanência e a coerência do que se crê” (Ibid., p. 301). Detemo-nos no terceiro capítulo deste trabalho ao estudo da teoria das representações sociais como instrumentos pelo qual se efetiva a relação de construções simbólicas com a realidade social. Adiantamos, contudo, estarmos cientes de que “se é verdade que as representações participam da construção da realidade social, elas estão, entretanto, longe de esgotar esta realidade” (CORCUFF, 2001, p. 29).

Vizeu (2005, p. 58), explica que “as notícias têm como incumbência a construção da coesão social. Elas permitem às pessoas ficarem sabendo o que acontece em volta delas para tomarem atitudes e, através de suas ações, construir uma identidade comum”. Admite-se então que, a notícia, além do papel de informar, é uma forma de garantir que os homens saibam se orientar em sociedade.

Ainda neste viés, Hall et. al. (1993, p. 224), dizem que “as notícias são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e seleção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas”.

Tuchman (1983) propõe também que as notícias são informações consideradas pertinentes pelas instituições comunicacionais, que as coletam e as organizam através de métodos profissionais válidos. Logo, são estas instituições que definem aquilo que deve ser conhecido e como deve ser conhecido. No exercício do jornalismo “[...] as práticas profissionais se adequam às necessidades organizacionais. [...] a identificação dos fatos se baseia em métodos cotidianos de atribuir significação à realidade social” (TUCHMAN, 1983, p. 98, tradução nossa).

Na rotina de trabalho dos jornalistas, estes recorrem a um comportamento habitual que os auxiliam a impor uma ordem ao mundo cotidiano que se apresenta a eles de forma desordenada. “As tipificações são a forma que a atitude natural do mundo da vida tem de lidar com a erupção generalizada da novidade” (CORREIA, 2005, p. 131). Isto é, a apreensão de um mundo tipificado faz com que estes profissionais partam do princípio de que os acontecimentos que irrompem no dia-a-dia apresentar-se-ão de forma semelhante aos que já se apresentaram em ocasiões anteriores.

As ações tornadas hábitos conservam, sem dúvida, o seu pleno caráter significativo para o indivíduo e, com os significados em questão a integrarem-se como rotinas no seu patrimônio geral de conhecimentos, constituem-se como certas e sempre disponíveis para os seus projetos de futuro (BERGER; LUCKMANN, 1999, p. 65).

Tuchman (1983, p. 100, tradução nossa) defende que um fato por ele mesmo não é dotado de significado e que “é a imposição de uma tipificação de outros fatos ordenados que permitem o reconhecimento da facticidade e a atribuição de significado”. Esta perspectiva reforça o posicionamento da teoria construtivista ao argumentar que a realidade não está simplesmente dada e que as notícias não são um mero reflexo da mesma, mas sim uma construção.

Além da explanação para uma possível compreensão daquilo que são as notícias e de como as tipificações ordenam a seleção e produção das mesmas, Tuchman (1983) propõe classificá-las a partir da observação de diferentes características presentes no processo informativo. Entre estas características está o tipo de planejamento que demanda cada acontecimento enquanto potencial de se tornar notícia. Para a pesquisadora, as notícias podem ser classificadas em “notícias duras”, “notícias leves”, “notícias súbitas”, “notícias em desenvolvimento” e “notícias de sequência”.

Em síntese, a distinção entre “notícias duras” e “notícias leves” consiste primordialmente no fato de que a divulgação das primeiras é de caráter imediato, visto que seu diferencial reside na novidade do acontecimento. “Se os informadores não agirem com rapidez, o relato da notícia dura estará obsoleto antes que possa ser difundido pelos telejornais de hoje ou pelos jornais impressos de amanhã” (TUCHMAN, 1983, p. 63, tradução nossa). Já a lógica das “notícias leves” vai no sentido oposto. São notícias consideradas também de interesse humano, mas que, por não perderem a atualidade de forma rápida como as notícias duras, possuem maior liberdade para uma produção mais trabalhada. Logo, não há a necessidade de urgência em sua veiculação.

As “notícias súbitas” são aquelas que, como o próprio nome sugere, não são esperadas, que surgem de forma não programada. Assim como as notícias duras, precisam ser divulgadas em caráter de urgência e devem ser produzidas com determinada rapidez. São também conhecidas na rotina profissional como “factual” ou “pautas quentes”. Podemos citar como exemplos a ocorrência de um desabamento de um prédio ou de um acidente automobilístico. As “notícias em desenvolvimento” podem se originar a partir de notícias súbitas, pois se referem ao desenrolar de um acontecimento e suas consequências que vão surgindo no decorrer do dia, como por exemplo, o relato sobre a situação das vítimas do desabamento do prédio da situação hipotética anterior. E por último, as “notícias de sequência” consistem em “uma série de relatos sobre o mesmo tema baseados em acontecimentos que ocorrem durante um período” (TUCHMAN, 1983, p. 70, tradução nossa) e que normalmente possui uma programação já prevista para estes acontecimentos.

Por determinar tais significados, “a notícia está definindo e redefinindo, constituindo e reconstituindo permanentemente fenômenos sociais” (TUCHMAN, 1983, p. 198, tradução nossa). Estas tipificações estão estabelecidas dentro de uma estrutura de relevância que é adotada pelos jornalistas. Correia (2005) nos lembra que:

As experiências colhidas no mundo da vida dos próprios jornalistas – as rotinas organizacionais instaladas na redação e as interações sociais levadas a efeito no interior da comunidade jornalística – desempenham um papel relevante na constituição dos quadros de referência essenciais para a leitura que estes profissionais fazem da realidade social (CORREIA, 2005, p. 133).

Com base na explicação fenomenológica, podemos dizer que as tipificações equivalem aos critérios de noticiabilidade, uma vez que estes são elementos pelos quais os jornalistas orientam a construção das notícias, e por sua vez constroem uma interpretação possível acerca da realidade. “Associadas com presunções que se dão como dados adquiridos acerca dos processos e práticas institucionais, a tipificação pode gerar a noticiabilidade” (TUCHMAN, 1983, p. 225, tradução nossa).

Segundo Wolf (1999, p. 83), os critérios de noticiabilidade correspondem a um conjunto de “[...] operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias”. Numa linha de raciocínio semelhante, Traquina (2005, p. 63) diz que o conceito de noticiabilidade pode ser entendido como “o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia”.

Os estudos sobre os critérios de noticiabilidade têm sido desenvolvidos a partir da tentativa de compreender que fatores são estes que operam sobre a identificação e seleção daquilo que os jornalistas consideram digno de tornar-se notícia. Diversos autores propuseram e justificaram uma série destes critérios de seleção (TRAQUINA, 2005). Contudo, não nos aprofundaremos nestas definições visto que consideramos suficiente para este estudo uma compreensão geral de como operam estes critérios.

Na rotina de trabalho jornalística é necessária a existência de um parâmetro que oriente a produção, para que se estabeleça ordem no tempo e espaço. De outra forma os jornalistas não saberiam lidar com a quantidade infinita de eventos cotidianos. Várias perspectivas teóricas foram e continuam sendo sugeridas sobre este aspecto da produção noticiosa. Contudo, aquela que julgamos mais pertinente é a que considera como decisivas neste processo de seleção as questões impostas pelos interesses das organizações

comunicacionais. Podemos acrescentar ainda como decisivos para a opção por certos critérios de noticiabilidade as limitações espaço-temporais, orçamentárias e estruturais específicas de cada veículo de comunicação.

O sistema de relevância dos jornalistas já se encontra enraizado na sua rotina de trabalho, no seu contexto social, cultural e histórico. Assim, ao definirem determinadas tipificações, estes profissionais automatizam o exercício diário da produção noticiosa. Espera-se do jornalista que ele saiba reconhecer o que é relevante para tornar-se notícia. Contudo, estes profissionais não estabelecem este sistema de relevâncias apenas a partir de suas decisões pessoais. Como já mencionado, sua conduta deve estar de acordo com os interesses pretendidos pelo veículo de comunicação ao qual eles encontram-se vinculados. Desse modo, “o que os *media* fazem é alterar ou consolidar sistemas de relevância, ou seja, dar conhecimento público do que se entende ser importante discutir” (CORREIA, 2005, p. 127).

Os valores-notícia podem ser visto como parte integrante dos critérios de noticiabilidade, posto que determinam se um acontecimento ou assunto é passível de tornar-se notícia. Neste sentido, podemos dizer que os valores-notícias equivalem à relevância. De acordo com Correia (2005, p. 128) os “valores-notícia” “[...] refletem a interseção entre o sistema de relevâncias vigente na redação, no grupo profissional e no mundo da vida em que estão inseridos”. Traquina (2005, p. 63) complementa dizendo que “a previsibilidade do esquema geral das notícias deve-se à existência de valores-notícias que os membros da tribo jornalística<sup>3</sup> partilham”. Portanto, a profissionalização do trabalho que é desenvolvido pelos jornalistas justifica-se pela tentativa de legitimar a estruturação dos valores-notícias.

O desenvolvimento de um campo jornalístico autônomo tem como fator crucial a profissionalização das pessoas envolvidas na atividade jornalística em que é reivindicada a autoridade e a legitimidade de exercer um monopólio sobre o poder de decidir a *noticiabilidade* dos acontecimentos e das problemáticas. Perder esse monopólio é pôr em causa a independência do jornalismo e a competência dos seus profissionais (TRAQUINA, 2005, p. 180 – 181).

Isto implica dizer que, a estrutura de relevâncias presentes nas redações da TV Verde Vale e da TV Verdes Mares Cariri, por exemplo, são também reflexos das experiências adquiridas pelos profissionais jornalistas que trabalham para elas. Todavia, também contemplam “[...] a estrutura de relevância própria da visão relativamente natural do mundo

---

<sup>3</sup> O conceito de tribo jornalística foi desenvolvido por Traquina (2005) e refere-se ao processo de profissionalização do jornalismo, e consequentemente à existência de uma cultura profissional compartilhada entre os jornalistas. Logo, para Traquina (2005, p. 25), “as notícias não podem ser entendidas sem uma compreensão da cultura jornalística”.

dos grupos em que tais *media* estão inseridos” (CORREIA, 2005, p. 129). É importante frisar que os sistemas de relevância dos jornalistas não são fixos e que podem ser alterados. “Com efeito, alterar as relevâncias significa também alterar tipificações” (Ibid. p. 130), pois quando um acontecimento não se desenvolve da forma que era esperada pelos profissionais isto os leva a reformularem as tipificações que haviam utilizado.

Por ser um mecanismo pelo qual se define o que é importante para um ator ou grupo social, o sistema de relevância dos jornalistas e dos meios de comunicação definem os assuntos que são relevantes também para a agenda pública. É a partir da capacidade que os *media* têm de “definirem, valorizarem e canalizarem os assuntos e circunstâncias que podem merecer interesse e notoriedade para o conjunto da coletividade [...]” (CORREIA, 2005, p. 127) que a teoria do agendamento desenvolve-se. Deste modo, os meios de comunicação expõem à sociedade os assuntos sobre os quais debater, ou seja, os assuntos que são relevantes, consolidando a relação da agenda dos meios de comunicação com a agenda pública.

Cientes de todas estas questões, quando dizemos que o jornalismo ajuda a construir a realidade concordamos com a afirmação de que os acontecimentos só alcançam ampla visibilidade perante sua divulgação nos meios comunicacionais, e que certos assuntos só ganham espaço no debate público mediante esta divulgação. Para Bourdieu (1997):

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 (BOURDIEU, 1997, p. 67).

Em contrapartida, concordamos com Esteves (2011, p. 393) quando ele afirma que “os *media* podem não definir, propriamente, o sentido do mundo, mas balizam (através da sua agenda) com notável exatidão os limites que esse sentido pode assumir, isto é os limites do nosso pensamento sobre a realidade envolvente”. Neste caso, devemos frisar que a forma que o conhecimento irá tomar pode não estar completamente sob o controle dos meios de comunicação. No entanto, não fazemos objeção sobre seu poder de agendar os assuntos sobre os quais o público irá debater.

Assim, “a vida social se torna possível através da partilha de significados comuns por parte dos indivíduos” (CRESPI; FORNARI, 2000, p. 138). A possibilidade de compartilharmos significados é amplamente garantida pelos processos de comunicação

engendrados pelos *mass media*. Estes processos favorecem a manutenção das representações sociais e nos dizem, até certo ponto, que comportamentos e práticas são aceitáveis e reconhecidas em uma sociedade. Desta forma, “a comunicação desempenha um papel fundamental na constituição da experiência que temos do mundo” (CORREIA, 2005, p. 127).

Portanto, a noção de construção social da realidade perpassa os estudos em comunicação, uma vez que “o mundo dos *mass media* desempenha um lugar significativo na construção, amplificação, divulgação e partilha de significados” (CORREIA, 2005, p. 124). Reforça-se então a pertinência de analisar a interposição dos telejornais regionais na produção do conhecimento que circula entre os ditos cidadãos comuns.

### 3 O BRASIL DO TELEJORNALISMO E O TELEJORNALISMO DO BRASIL

*“Na televisão, o que não é visto não é lembrado. Se não é lembrado não faz parte da memória cultural coletiva da audiência que consome as representações de país oferecidas pela tevê”.*

*(Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa)*

O advento do meio televisivo causou grande revolução nas pesquisas em comunicação, tornando obsoletas principalmente aquelas referentes aos efeitos causados pelas formas de comunicação que lhe antecederam. Esteves (2011, p. 383) justifica esta guinada nas pesquisas em comunicação ressaltando que a TV é “[...] um *medium* absolutamente *sui generis* no que respeita a características operacionais: a força apelativa das suas mensagens, o seu poder de sedução, a facilidade como nelas se processa a transição de fronteiras simbólico-realidade”. É nesta série de características intrínsecas a este meio que encontramos também justificativa para sua bem-sucedida difusão social.

Inserida na rotina do brasileiro há pouco mais de seis décadas, e após distintas fases de adaptação e aprimoramento técnico, a televisão constitui-se hoje como o meio de comunicação de maior expressão no país. A inserção social da televisão no Brasil, se comparada a de outros países, é bastante elevada, e é também caracterizada por ter se expandido graças à convivência com os interesses políticos de cada momento, fator este que permanece determinante em sua dinâmica atual. O gênero telejornalístico se faz presente nas grades de programação desde a chegada do meio televisivo ao país. Os telejornais, ao longo do tempo, procuram se adaptar às conversões tecnológicas da TV. Além disso, buscam se reinventar diante das transformações propiciadas pelas novas ferramentas de informação.

Em seu surgimento, ainda no século XX, e até pouco tempo atrás, o consumo dos produtos televisivos era caracterizado pela reunião ao redor do aparelho de TV. Foi criado certo hábito entre as famílias e demais grupos de pessoas de acompanharem e comentarem juntos aquilo que assistiam, quer fosse nos horários das refeições ou nos horários de repouso e entretenimento após um longo dia de trabalho. Desta forma, a TV tornou-se um elemento essencial nos lares brasileiros, fazendo parte da rotina dos indivíduos de uma forma muito atrativa e natural. No entanto, as inovações tecnológicas que ganharam força no século XXI modificaram este hábito de assistir TV, pois se tornou possível ter acesso ao conteúdo televisivo “[...] a partir de diferentes telas, além televisão, como as telas dos PCs, *tablets*, *smartphones*, e ainda diferentes maneiras: linear e não linear (uma vez que a internet permite

acessar um conteúdo a partir de qualquer ponto do arquivo ou documento)” (FENELON et. al., 2014, p. 128).

Com isso, aquela comunicação que antes ficava praticamente restrita ao ambiente doméstico transcende os ambientes através destas múltiplas telas e passa a integrar um mundo cada vez mais virtualizado, uma vez que, por meio da internet, é possível ter acesso às produções televisivas de diversas maneiras, seja em um local específico ou em deslocamento, através das redes sociais ou de aplicativos criados pelas próprias emissoras de TV.

Apesar das transformações nas formas de acesso ao conteúdo televisivo, a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 (PBM 2015), levantamento feito pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), acerca dos hábitos de informação da população, apresenta alguns números que comprovam que a televisão continua sendo o meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros:

De acordo com a pesquisa, 95% dos entrevistados afirmaram ver TV, sendo que 73% têm o hábito de assistir diariamente. Em média, os brasileiros passam 4h31 por dia expostos ao televisor, de 2ª a 6ª-feira, e 4h14 nos finais de semana, números superiores aos encontrados na PBM 2014, que eram 3h29 e 3h32, respectivamente (PBM 2015, p. 07).

A pesquisa ainda revela que 79% dos entrevistados assistem à TV principalmente para se informar, enquanto 67% utilizam para diversão e entretenimento. Outro dado importante é que 72% dos lares brasileiros possuem acesso à TV aberta. Já quanto à confiança nas informações, 54% afirmaram confiar sempre ou muitas vezes naquelas que são veiculadas pela televisão<sup>4</sup>.

Diante destes dados significativos, reforçamos a necessidade da manutenção de uma reflexão constante acerca das produções televisivas, sobretudo do gênero telejornalístico, uma vez que ainda é possível admitir-se que “o espaço público no Brasil começa e termina nos limites postos pela televisão” (BUCCI, 1997, p. 11). De certo, muitas mudanças foram e continuam sendo vivenciadas na forma de fazer e consumir o telejornal com o desenvolvimento progressivo da internet e das ferramentas de informação *online*. Contudo, tal quadro deve ser visto como momento de convergência e de transformação nos modos de produzir, e não de superação ou substituição de um meio pelo outro.

---

<sup>4</sup> Os jornais impressos continuam sendo os meios mais confiáveis pelos brasileiros (58% dos leitores afirmam confiar sempre ou muitas vezes nas notícias destes veículos). Já em relação às notícias divulgadas na internet este número cai para 27% quanto à confiança nas informações (PBM 2015).

Na internet e nas redes sociais digitais vivemos tempos de veiculação de diferentes micronarrativas audiovisuais. Ainda assim, o telejornalismo reafirma-se como um canal central na oferta, na apresentação e na amplificação de todas essas informações hoje indispensáveis para o nosso cotidiano (PORCELLO et. al., 2013, p. 15).

Antecedendo qualquer crítica ou ressalva, é importante assinalar que o telejornal foi e é um dos grandes responsáveis por apresentar o Brasil ao próprio Brasil, por integrá-lo ao restante do mundo e por fazer com que a população se enxergue e se reconheça como unidade, como país. Bucci (1997) ressalta que, apesar de sua grande influência, a TV não é capaz de moldar completamente a recepção do conteúdo a seus interesses, mas que consegue moderar hábitos difusos e torná-los reconhecíveis e unificadores. “[...] o que acontece é que a televisão se apresenta com os mecanismos necessários para integrar expectativas diversas e dispersas, [...] e, em sua dinâmica, vai dando os contornos do grande conjunto, com um tratamento universalizante das tensões” (BUCCI, 1997, p. 12).

A PBM 2015 revela ainda que quanto menor o nível de escolaridade da população, maior é o tempo de exposição e a influência que a televisão exerce sobre ela. Este dado reitera que na maioria das vezes a televisão desempenha a função de única fonte de informação e conhecimento para muitas pessoas e atua até mesmo como substituta de outras opções culturais. Por isso, corroboramos que a mesma deve estar em permanente processo de reflexão e análise, pois, como afirma Bucci (1997, p. 28) “discutir a TV brasileira conduz à discussão da nossa própria realidade”.

A informação televisiva detém a habilidade para organizar a forma que percebemos o mundo e como agimos nele, motivando assim determinados comportamentos. Logo, contribui ativamente para a consolidação de uma “atitude natural” a que se refere Schutz (2003) e sobre a qual discorreremos no capítulo anterior. Desta forma, defendemos que através de técnicas e rotinas específicas, os telejornais constroem e mantêm as representações sociais, tornando certos assuntos familiares e legitimando uma série de universos simbólicos que nos rodeiam. Diante disso, faz-se necessário buscar um esclarecimento para a indagação: como o telejornalismo enquadra a realidade e ocupa um lugar de referência na vida das pessoas? Com base nesta discussão, pretendemos vislumbrar as condições para entendermos como as representações sociais sobre determinados temas são construídas e promovidas, a partir de exemplos provenientes de dois telejornais de cobertura regional.

O jornalismo televisivo diariamente seleciona, resume e edita uma série de acontecimentos e os leva ao conhecimento do público. O conteúdo do telejornal, além de palavra é também imagem. Ou seja, há um duplo trabalho de seleção: aquilo que vai ser dito e

as imagens que acompanharão o que será dito. “Muitas vezes, quando existe uma imagem forte de um acontecimento, ela leva vantagem sobre a palavra. Ela é suficiente para transmitir, ao mesmo tempo, informação e emoção” (PATERNOSTRO, 2006, p. 85). Logo, como a imagem já traz uma determinada carga informativa, “[...] a preocupação é fazer com que texto e imagem caminhem juntos, sem um competir com o outro [...]” (Idem). No entanto, como ressaltam Barbeiro e Lima (2002, p. 14), a imagem não deve suplantiar a reflexão crítica do jornalista, pois desta forma a informação corre o risco de tornar-se mero espetáculo.

A significação da mensagem do telejornal está, portanto, na interdependência entre o texto falado e as imagens. Vizeu (2005, p. 107) explica que a importância da imagem no telejornalismo associa-se à “[...] necessidade que a informação televisiva tem de representar de uma forma sintética, breve, visualmente coerente e significativa o objeto da notícia”. Se comparada à notícia do jornal impresso, a informação que constitui a notícia para um telejornal apresenta-se organizada de forma mais coesa, uma vez que esta se desenvolve também no tempo, enquanto a notícia para veículos impressos desenvolve-se apenas no espaço.

O conteúdo do telejornal deve ser pensado para tornar menos complexa a recepção e a compreensão do telespectador, uma vez que é um conteúdo elaborado para ser assimilado por milhares de pessoas ao mesmo tempo, de diversas idades, classes sociais, gêneros e repertório de vida. “É por isso que a televisão é uma forma de comunicação bastante particular em nossa sociedade: *a significação parcialmente aleatória da mensagem resulta de uma interação silenciosa com um público inapreensível*” (WOLTON, 1996, p. 68, grifo do autor). Como uma das características da televisão é a sua instantaneidade, deve-se atentar para o fato de que o receptor possui apenas uma única chance para assimilar as informações<sup>5</sup>. Logo, espera-se que na elaboração do texto para um telejornal opte-se pela clareza, objetividade e concisão.

Charaudeau (2012) afirma que uma das especificidades do telejornalismo refere-se ao seu propósito de atualidade. Para o autor, “espera-se do telejornal um recorte do mundo evenemencial<sup>6</sup> em pequenos pedaços, recorte que mostraria o que ocorreu no espaço público, durante uma unidade de tempo – o cotidiano – a qual seria a mesma para todos os telespectadores” (CHARAUDEAU, 2012, p. 228). Desta forma o telejornal recorre então a

---

<sup>5</sup> Referimo-nos ao momento da transmissão ao vivo, visto que atualmente a maioria dos canais de televisão disponibiliza na íntegra os seus programas em plataformas *online*, tornando possível que se assista novamente, e quantas vezes desejar, determinado conteúdo.

<sup>6</sup> Evenemencial é uma palavra que vem do francês e que não possui tradução literal para o português. Processo evenemencial significa processo de construção do acontecimento.

uma “fragmentação temática” que busca corresponder à fragmentação dos acontecimentos cotidianos do espaço público. Através destes mecanismos o telejornal entrega a seu público um mundo em parcelas, fragmentado. Contudo, “[...] é através desse ‘fazer crer’ que o telejornal se define” (Ibid., p. 230).

Ao entendermos o jornalismo, de um modo geral, como um instrumento de mediação entre acontecimentos considerados relevantes e o público, estamos considerando também que esta mediação resulta da atividade profissional vinculada a uma organização. Como já discutimos no capítulo anterior, a imagem da realidade construída pela mídia está então sujeita às regras do campo jornalístico. Levando em conta tais condições, Vizeu e Correia (2008) defendem que o telejornalismo desempenha a função de “lugar de referência” para a sociedade, semelhante à função que exerce a família, os amigos, a escola, a religião e o consumo.

Com isso, os autores visam demonstrar que, através das construções didáticas oferecidas pelo noticiário televisivo, os indivíduos em uma sociedade adquirem as condições necessárias para compreender o mundo da vida do qual fazem parte. Para Vizeu e Correia (2008, p. 21) a inserção do telejornalismo no cotidiano das pessoas representa “[...] uma espécie de referência, de estabilidade, diante da violência, da insegurança e da complexidade do cotidiano”. É através da informação que nos chega através das telas que nos asseguramos de que o mundo existe e de que não estamos sozinhos nele. Logo, “o que os jornalistas fazem diariamente é ‘organizar o mundo’ procurando torná-lo mais compreensível para homens e mulheres” (VIZEU, 2009, p. 77). Seguindo este raciocínio, Cabral et. al. (2013) defendem que:

A construção de sentidos sociais, o compartilhamento de códigos e crenças entre jornalistas e telespectadores e o efeito de realidade dado pela visibilidade da narração televisiva provocam certezas instantâneas: a notícia é o que mostra, principalmente por meio de imagens, as representações sobre os fatos do cotidiano (CABRAL et. al., 2013, p. 158).

Neste ponto já é possível sugerir uma aproximação entre a análise da produção e do conteúdo telejornalístico com a teoria das representações sociais, proposta pelo psicólogo social Serge Moscovici, e sobre a qual discutimos com maior afinco no capítulo seguinte deste trabalho. Através desta função de “lugar de referência”, o jornalismo, especificamente o televisivo, atua tornando comuns certos acontecimentos e fazendo com que estes passem a ser familiares para a audiência a qual se dirige. Cabral et. al. (2013) endossam este argumento afirmando que:

É nessa perspectiva de uma teoria construtivista do jornalismo que os telejornais contribuem para a construção do mundo mobilizando representações sociais. A teoria das Representações Sociais tem como preocupação central responder por que realmente as pessoas fazem o que fazem? Por que desempenham determinadas ações e não outras? Segundo a teoria por detrás dessas ações, e fundamentando as razões pelas quais as pessoas tomam tais atitudes, está uma representação do mundo que não é apenas racional, cognitiva, mas muito mais do que isso, é um conjunto amplo de sentidos criados e partilhados socialmente (CABRAL et. al., 2013, p. 151).

Por gerarem esta sensação de familiaridade e de segurança, os telejornais, e os programas televisivos em geral, também são capazes de estabelecerem aquilo que Wolton (1996) reconheceu como uma espécie de “laço social”. A exaltação ao individualismo foi um fator característico da transição para uma sociedade de massa e foi fortemente estimulada pela ascensão dos meios de comunicação massivos, em especial a televisão. No entanto, Wolton (1996) afirma que atualmente é possível que se vivencie um processo totalmente oposto, onde se torna viável a construção de um espaço para a manutenção e desenvolvimento de laços sociais que favoreçam relações mais solidárias, “[...] essencialmente de tipos comunitários, ‘tribais’, como dizem alguns, para neutralizar os efeitos tidos como catastróficos da estandardização da sociedade de massa” (WOLTON, 1996, p. 123).

Wolton (1996, p. 124) sugere que a televisão constitui um laço social a partir do fato de que “[...] o espectador, ao assistir à televisão, agrega-se a esse público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente, estabelecendo assim, como ele, uma espécie de laço invisível”. Além de constituir este laço, a TV oferece representações acerca da sociedade. Esta, por sua vez, pode identificar-se ou não com a realidade representada e transmitida. Portanto, desta perspectiva, é possível aceitar que a TV desempenha duas funções distintas: ao mesmo tempo em que concede espaço para a desagregação dos indivíduos ao abrir-lhe janelas para o mundo, contribui para o estabelecimento de um laço social e para a unificação, ao instituírem a imagem de uma nação, e, em escala menor, de regiões.

Como destaca Coutinho (2008, p. 98) na “[...] grande maioria das emissoras de TV locais e regionais, a produção própria é majoritariamente ocupada pelo telejornalismo, cabe refletir sobre o tipo de laço que é construído com a comunidade local e de anunciantes”. Compreendemos melhor como este processo acontece no tópico seguinte deste capítulo, ao explanarmos as características que evidenciam as particularidades da prática do telejornalismo em nível de abrangência local e regional.

Machado (2000, p. 104) salienta que, independente das diferenças culturais ou linguísticas, ou ainda por questões díspares de suporte econômico, os telejornais produzidos em todo o mundo são construídos de maneira semelhante e remetem-se a audiência operando

os mesmos mecanismos, desde o tom de voz ao repertório de imagens que são utilizados. Apesar das emissoras fazerem uso de uma mesma “receita” na produção de seus telejornais, Coutinho (2009) ressalta, e estamos de acordo com a autora, que:

[...] é preciso compreender que os noticiários televisivos apresentam a cada edição não uma janela que permita visualizar o mundo, mas constroem por meio de textos, sons e imagens o mundo por meio de sua janela particular, o que envolve desde as características intrínsecas ao meio, até diretrizes relativas à política editorial da emissora responsável pela produção/veiculação do telejornal (COUTINHO, 2009, p. 107).

Já Duarte e Curvello (2009) observam que, há certo consenso no meio profissional diante de como deve se dar a construção de um bom telejornal: este, asseguram, deve tomar como referência o mundo real, exterior à mídia, e que por sua vez deve prezar o máximo possível pela fidelidade, neutralidade e objetividade aos acontecimentos. Contudo, ao trabalharem um acontecimento para transformá-lo em notícia, a atividade jornalística finda por deixar oculto aquilo que o seu enquadramento não alcança. Logo, as autoras ponderam que a partir de um mesmo acontecimento “[...] podem ser produzidos relatos bastante diferentes, todos verdadeiros, porque respeitam as fontes, mas todos diversos, porque operam seleções, focalizações e montagens diferentes: a televisão não reflete o real, ela o conforma” (DUARTE; CURVELLO, 2009, p. 69).

Sabemos que as mídias de informação operam sobre uma dupla lógica: a lógica econômica e a lógica simbólica. A primeira é a que a faz agir como empresa que visa retorno financeiro; e a segunda é que as fazem aptas para participarem da construção da opinião pública. Quando tratamos de duas emissoras de televisão que estão inseridas em uma mesma região geográfica, abrangendo em sua cobertura quase a mesma parcela de municípios, devemos levar em conta a relação de concorrência que existe entre elas e que as levam a pôr em ação estratégias para obter junto ao público maior credibilidade e audiência.

Devemos ainda situar-nos no atual cenário de produção telejornalística, que se efetua diante da crescente oferta de canais, sobretudo dos canais de assinatura advindos do sistema de televisão a cabo<sup>7</sup>. Vivenciamos um processo gradativo e cada vez mais intenso de globalização, que possibilita que as informações circulem para além das fronteiras geográficas com uma velocidade nunca antes vista. Como reitera Bucci (1997, p. 35), “[...] a televisão diversifica e multiplica suas possibilidades buscando agregar as crescentes diversidades e

---

<sup>7</sup> “É possível afirmar que 26% dos lares brasileiros são atendidos por um serviço pago de televisão, 23% por antena parabólica e 72% possuem acesso à TV aberta” (PBM 2015, p. 15).

multiplicidades de consumidores num mercado mundializado que se expande à medida que se diferencia”.

Peruzzo (2005, p. 74) ressalta que “a realidade vai evidenciando que o local e o global fazem parte de um mesmo processo: condicionam-se e interferem um no outro, simultaneamente”. Em tal contexto, o telejornalismo regional desponta como uma opção mercadológica baseada no apelo pela informação local, que ocorre próxima a realidade cotidiana do telespectador. Assim como Coutinho e Martins (2008, p. 05) defendemos que os telejornais regionais e locais devem funcionar “[...] como fator determinante para a (re) construção de uma cultura do local, do resgate às raízes, para a criação de vínculos entre público e emissora”. É nesta relação de proximidade com seu público alvo que as notícias destes telejornais diferenciam-se das notícias dos telejornais de “rede”.

Neste sentido, acreditamos, assim como Mattos (2002, p. 11), que “[...] estudos de caso podem ser de maior utilidade para se compreender o crescimento da mídia no Brasil do que muitas abordagens que tentam estudar a evolução da televisão brasileira a partir, e unicamente, de uma perspectiva global”. E ainda, “os estudos que aplicam as teorias da globalização para explicar o que está ocorrendo com a televisão em determinado país, o Brasil, por exemplo, não podem deixar de considerar a realidade local em relação à realidade global, a regionalização *versus* globalização” (MATTOS, 2002, p. 13).

A TV Verde Vale funciona há dez anos e a TV Verdes Mares Cariri há sete anos. Até o momento não existe um estudo que se volte para a observação acerca de como estas emissoras vêm trabalhando o noticiário regional, produzindo representações sociais sobre o Cariri e estabelecendo assuntos na esfera pública. Além de buscarmos atingir os objetivos deste trabalho, acreditamos que com estas discussões estaremos contribuindo para um pensamento que possibilite o desenvolvimento de um telejornalismo regional de qualidade e comprometido com formas mais democráticas de disseminação de informações.

### **3.1 Informação de proximidade: dinâmica e desafios do telejornalismo regional**

*“A televisão regional possibilita unir as pessoas dessa área, diminuindo as distâncias e aproximando culturas; retrata uma espécie de ecumenismo”.*

*(Rogério Bazi)*

As reflexões acerca de como os programas de televisão, particularmente os telejornais, lidam com as especificidades socioculturais das regiões onde estão inseridos deve ser uma preocupação necessária nas pesquisas em comunicação, principalmente diante da

“importância que o regional vem assumindo num mundo onde a tendência é a da globalização” (VIZEU, 2005, p. 89).

Ainda percebe-se no meio acadêmico uma concentração de pesquisas sobre os veículos de comunicação de circulação nacional. Neste fato reside o risco de se projetar análises que generalizam o cenário midiático do país a partir apenas de um único grupo, território ou realidade específica (NUNOMURA, 2015). Porém, apesar da produção acadêmica em comunicação ainda ser menor nessa área, encontramos respaldo nas discussões abordadas por pesquisadores como Cicilia Peruzzo (2005), Rogério Bazi (2007) e Iluska Coutinho (2008), que, entre outros, desafiaram-se a produzir análises sobre as potencialidades e desafios encontrados no desenvolvimento do telejornalismo regional e local no Brasil, através de observações gerais ou de estudos de casos.

Em nosso país, afirma Duarte (2010, p. 245), “o contexto da produção televisual situa-se no âmbito do conflito e negociação entre o regional, o nacional e o global. Há certamente uma disputa, confusa e difusa, entre o nacional e o regional, vivenciada pelas emissoras locais [...]”. A pesquisadora Cicilia Peruzzo explica que, no Brasil:

[...] o desenvolvimento das comunicações, principalmente através de grandes redes de televisão, acabou priorizando a centralização da produção de mensagens nos grandes centros urbanos, de onde passam a ser disseminadas por todo o país. Essa estratégia evolui com a política de “integração nacional” herdada da época da ditadura militar e se desenvolve com o avanço das telecomunicações e das mídias digitais (PERUZZO, 2005, p. 70 – 71).

No entanto, a televisão brasileira começou funcionando apenas em nível local, a exemplo da pioneira TV Tupi, fundada no ano de 1950, em São Paulo. Por conta das limitações técnicas da época as imagens das emissoras alcançavam um raio bastante limitado e por isso a programação direcionava-se para um reduzido público que tinha acesso a estas imagens. Por este motivo, “a contingência desse alcance reduzido determinava espontaneamente uma programação regionalizada a veicular valores locais” (SIMÕES, 2004, p. 20). Como a maior parte dos programas eram transmitidos ao vivo e ainda não havia fitas de vídeo para copiá-los e levá-los aos demais estados, as emissoras que eram fundadas em outras localidades eram as responsáveis por produzirem sua própria programação. De acordo com Sampaio (1984 apud BAZZI, 2007), de 1950 a 1959 foram criadas nove estações de televisão nas capitais de cinco estados brasileiros.

Na década de 1960, com a adoção do vídeo-tape em escala comercial, as emissoras expandiram-se também para as cidades do interior. Ainda nesta década inicia-se a

interação entre o conteúdo regional e nacional, visto que a produção advinda dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo já havia se estabelecido como difusora de conteúdo de relevância nacional. Simões (2004, p. 21) narra que “de início, os programas são gravados e embarcados de avião para todas as regiões do país, trazendo como uma das consequências a fragilização das produções locais e o consequente fortalecimento das emissoras paulistas e cariocas”. Desta forma, as emissoras regionais passaram a exibir a programação destas emissoras geradoras, conhecidas também como “cabeça de rede”.

Contudo, foi a partir da década de 1980 que a regionalização da produção das emissoras de televisão, notadamente a produção de telejornais regionais, começou a tornar-se uma tendência realmente expressiva no Brasil. No tocante às emissoras de caráter comercial, este processo se deu, e ainda se dá, através de contratos de afiliação. Sendo assim, as chamadas “cabeça de rede” produzem a maioria dos programas, que é retransmitida pelas emissoras afiliadas, garantindo para as primeiras o alcance nacional de sua programação. Por sua vez, as emissoras afiliadas ocupam pequenos horários da programação com produções próprias, que são principalmente telejornais (COUTINHO, 2008).

É inevitável citarmos a Rede Globo de Televisão como protagonista deste processo, visto que desde sua fundação a emissora vem desenvolvendo um modelo de telejornalismo de rede e que hoje se apresenta como um padrão a ser reproduzido pelas demais emissoras do país (SOUSA, 2014). No entanto, Sousa (2014, p. 62) afirma que “a abertura do sistema de afiliadas não é suficiente para abalar o domínio da sinédoque Rio de Janeiro no noticiário da emissora. O Jornal Nacional [por exemplo] utiliza o sistema de afiliadas para abastecer parte do fide”.

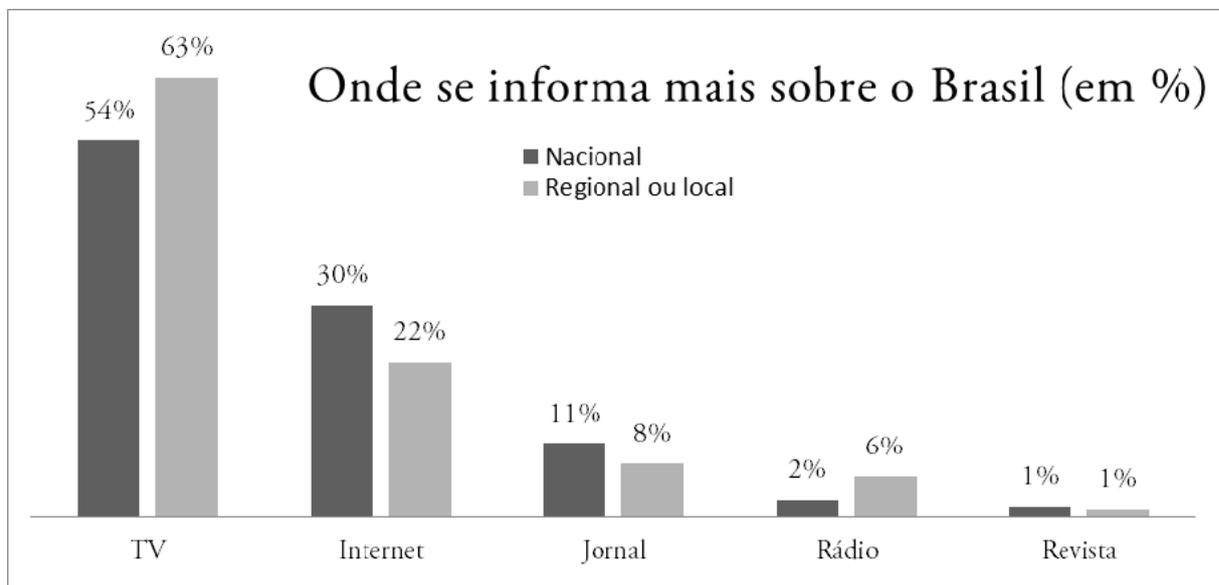
Neste ponto já encontramos indícios do importante papel social que as televisões regionais devem assumir, principalmente quando se trata de fortalecer as características do território onde estão inseridas, uma vez que o que se percebe nos telejornais de alcance nacional é uma homogeneização na representação do país a partir de características de uma única região, que podemos chamar como o triângulo Brasília – Rio de Janeiro – São Paulo. Isto se justifica porque nestes locais existe uma grande concentração populacional e de poder econômico, e é também onde se desenrolam os principais acontecimentos referentes à política do país. Desta maneira, os fatos que ocorrem em locais distantes desse eixo, principalmente em cidades interioranas, dificilmente encontram espaço na mídia de referência nacional, a não ser em casos excepcionais. Logo, as problemáticas cotidianas das cidades que não fazem parte desta região devem ficar a cargo da mídia regional, pois além de tomar conhecimento sobre o

que acontece no país e no mundo, as pessoas também necessitam saber o que acontece ao seu redor, no seu bairro, e na sua cidade.

Para seu artigo *Diferenças e aproximações dos leitores da imprensa nacional e regional*, o pesquisador Eduardo Nunomura solicitou diretamente à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, micro dados das PBMs 2014 e 2015. O pesquisador teve acesso a resultados que vão além daqueles tornados públicos e divulgados nos relatórios. Apesar do foco do seu artigo ser as distinções presentes entre os hábitos de consumo de jornais impressos nacionais e regionais, alguns dados apresentados pelo autor nos interessam, pois revelam hábitos de consumo também do meio televisivo. A questão que trazemos aqui diz respeito a qual veículo os entrevistados consideram mais informativo.

Como é possível constatar no gráfico a seguir, a TV aparece em posição destacada quanto à preferência dos consumidores tanto da imprensa nacional quanto da imprensa regional ou local para se informarem. Neste segundo tipo de público, que se informa através da mídia local ou regional, percebemos ainda uma preferência um pouco maior pela TV se comparada ao público que se informa em veículos de abrangência nacional:

**Gráfico 1** – Onde se informa mais sobre o Brasil



Fonte: NUNOMURA, 2015, p. 105.

Diante desta notável posição que a televisão assume reconhecemos que há um importante debate a ser feito no sentido de identificar as singularidades do telejornalismo produzido no interior, sobretudo no que diz respeito às formas de apurar, produzir e editar o conteúdo jornalístico. Pois, como bem destaca Melo (2007), “[...] se importamos as questões e

os dilemas do jornalismo produzido nos grandes centros urbanos, obscurecemos a realidade que é própria do dia-a-dia profissional de milhares de profissionais que trabalham no interior”. Estar atento a estes processos será extremamente válido para o aprimoramento de demandas que envolvem desde questões éticas até o desenvolvimento das potencialidades dessa categoria de telejornalismo.

A principal característica do telejornalismo regional, sem dúvida, é a questão da proximidade. Quando usamos o conceito de “proximidade” estamos de acordo com Peruzzo (2005) quando ela diz, ao referir-se às mídias locais e regionais, que estas constroem seus laços sociais através das relações de familiaridade e das idiossincrasias presentes em uma região específica. Diferentemente dos telejornais produzidos nos grandes centros urbanos, os profissionais que produzem os telejornais do interior interagem de maneira mais estreita com os personagens e cenários destas cidades onde se encontram estabelecidos. De acordo com Melo (2007), “isso marca uma enorme diferença na forma de se relacionar com as fontes, de perceber a notícia, de interpretar suas nuances e, por fim, descrevê-las”.

Deste modo, a relação de proximidade reorienta as formas de representação dos fatos e possibilita que o público se relacione de forma diferenciada com a informação, visto que, por conhecerem de perto os fatos e as fontes utilizadas pela mídia, podem tornar-se mais críticos e exigentes quanto às representações oferecidas por ela, contrapondo os fatos e sua versão midiática de forma mais espontânea. Neste sentido Peruzzo (2003) diz que:

Quando se conhece os atores em cena, seus vínculos políticos e intenções; quando se toma parte dos acontecimentos e se conhece suas causas e desdobramentos; quando se discute os assuntos com outras pessoas, torna-se muito mais fácil perceber a omissão ou a manipulação de informações. Está aí um bom motivo para que o meio de comunicação local atue de maneira responsável e ética se pretende desfrutar da credibilidade local (PERUZZO, 2003, p. 82).

Na prática, é possível identificar que alguns desses veículos de demanda regional encontram-se “[...] envolvidos em contradições, motivadas pelos vínculos políticos e interesses econômicos, que, além de comprometer a informação de qualidade e isenta, acabam por reproduzir estilos e menosprezar a força do local enquanto fonte de informação” (PERUZZO, 2005, p. 68). Uma das emissoras que produz um dos telejornais que analisamos neste trabalho, por exemplo, tende a estar inserida nesta contradição, uma vez que sua fundação é atribuída a uma figura política bastante influente na região do Cariri. É comum que as pessoas do local refiram-se a essa mesma TV como “a TV de Salviano<sup>8</sup>”. Antes de

---

<sup>8</sup> Manoel Salviano é o fundador da TV Verde Vale. Mais adiante neste capítulo trazemos outros dados sobre a fundação da emissora.

qualquer juízo de valor, para saber até que ponto esta condição influencia no conteúdo veiculado por esta emissora, e por outras que também se encontram nesta situação, é necessário que se realize uma análise mais profunda dos seus programas, sobretudo dos seus telejornais.

Os telejornais locais e regionais atuam como mediadores entre cidadãos e suas respectivas cidades, permitindo que os mesmos se conectem a elas e compartilhem histórias de pessoas que vivenciam situações e problemas semelhantes aos seus, reforçando assim o sentimento de pertencimento e o reconhecimento do espaço público do qual fazem parte. Coutinho e Martins (2008, p. 04) explicam ainda que “[...] o telespectador que assiste ao telejornal local se identifica com o que está vendo porque a notícia da cidade apresentada na tela efetivamente faz parte da sua vida cotidiana”. Bazi e Fabbri (2006, p. 07) ressaltam também que “ao noticiar fatos de interesse público, o jornalismo e, nesse caso, o de televisão regional, produz sentidos, aguça a memória discursiva dos indivíduos, tentando, assim, promover uma certa identificação coletiva”.

De acordo com Coutinho (2008, p. 101) grande parte das emissoras afiliadas a uma rede de TV nacional poderia ser classificada como “TV regional”, posto que apesar de estar sediada em um município-pólo, que apresenta maior desempenho econômico e concentra a maioria dos serviços, a sua abrangência alcança uma região sociocultural. A autora ainda sugere uma diferenciação para os termos “telejornalismo local” e “telejornalismo regional”. Segundo a mesma, o “[...] telejornal local é aquele que é produzido na mesma área de emissão do canal, enquanto o telejornal regional seria aquele produzido em parte da área de penetração do canal [...], mas cujo material se destina a uma mesma região geocultural” (Idem).

Em uma perspectiva semelhante, Bazi (2007, p. 10) define que “[...] televisão regional é aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região, delimitada geograficamente e que tenha sua programação voltada para essa mesma região, sem perder a contextualização do global”. Portanto, consideramos pertinente classificar os telejornais *Verde Vale Notícias* e o *CE TV 1ª edição*, objetos desta pesquisa, como “telejornais regionais”, posto que os mesmos estendem sua cobertura para além do município em que as emissoras que os produzem estão sediadas.

Uma vez pressuposta esta relação de proximidade a emissora alcança credibilidade junto ao seu público. Bazi (2007, p. 08) aponta ainda que a regionalização das redes de televisão confirma-se como um caminho promissor para as emissoras. No entanto, o grande desafio destas será “conciliar a programação local com qualidade e conseguir sustentar

os altos custos que acarreta [...]” (BAZI, 2007, p. 08). Contudo, devemos lembrar que, por trás do interesse em expandir as emissoras locais e regionais, no que diz respeito às afiliadas de TVs comerciais, há o interesse de caráter financeiro, uma vez que investir na construção de laços de pertencimento de um veículo comunicacional com o público gera credibilidade e atrai anunciantes locais, fornecendo lucro. O risco é que o veículo de comunicação se configure mais como estratégia de ampliação do mercado do que pelo real interesse nos acontecimentos regionais (PERUZZO, 2005).

Seguindo um tipo de jornalismo quase padrão e que é reproduzido por jornais de todo o país, sejam regionais ou não, a “imprensa do interior tende a cobrir os mesmos tipos de assuntos, como pleitos eleitorais, atos dos poderes públicos, desfalques, assaltos, assassinatos, acidentes, intempéries etc. A diferença é que sua ocorrência é regional ou local” (PERUZZO, 2015, p. 82). Entretanto, outro desafio apontado por Melo (2007) é que, nas cidades do interior, os jornalistas aparentemente não dispõem da mesma quantidade de acontecimentos relevantes para tornarem-se notícias como nos grandes centros urbanos. Nisto, revela-se a necessidade entre os profissionais destes telejornais de que se aguace o olhar para a percepção da riqueza de outras dinâmicas sociais da vida cotidiana. Neste sentido, é bastante comum o incentivo a artistas da região, a valorização das manifestações culturais locais, além da divulgação e promoção de eventos, entre outras singularidades presentes nestas cidades.

A precariedade na estrutura técnica e muitas vezes o número reduzido de profissionais ou até a deficiente profissionalização dos mesmos também se configura como um obstáculo para o desempenho satisfatório desta categoria de telejornalismo. O que não ocorre com tanta frequência, por exemplo, nas afiliadas da Rede Globo de Televisão, que despense grandes investimentos no setor para manter o chamado “padrão globo de qualidade”<sup>9</sup>. No entanto, quando nos referimos à realidade de algumas emissoras educativas ou comunitárias sabemos que a história muda e que essas dificuldades são sim redutoras da sua capacidade de exercer um jornalismo de melhor qualidade.

Como destaca Nunomura (2015, p. 110), “[...] mesmo que individualmente algumas [mídias regionais] atinjam um público reduzido na comparação com o que se convencionou chamar de grande imprensa, o jornalismo regional ou local é um tema de

---

<sup>9</sup> “Com a produção centralizada no Rio de Janeiro e São Paulo, a estratégia da emissora foi ampliar sua cobertura geográfica com a criação de um vasto sistema de afiliadas. [...]. Foi, então, na década de 80, que o projeto de regionalização ganhou força com a implantação, em seu organograma, de um setor específico para atender as suas afiliadas: a CGAE – Central Globo de Afiliadas e Expansão – responsável por viabilizar as emissoras locais em todas as necessidades como: programação, engenharia e jornalismo. Nessa central, as preocupações iniciam-se na qualidade do sinal que chega aos lares dos telespectadores até o investimento realizado pelas emissoras regionais em seus diversos departamentos” (BAZI, 2007, p. 06).

importância por possuir uma penetração capilar em seus espaços [...]”. Apesar de todas as limitações e fragilidades que apresenta, é inegável que este tipo de mídia cumpre um importante papel social, pois, através do tipo de vínculo que constrói com seu público alvo estes telejornais tornam-se lugar de encontro e de estabelecimento de laços de pertencimento. Portanto, concordamos com Nunomura (2015) quando este diz que o investimento nas produções regionais abre:

[...] uma oportunidade única para que o atual modelo do sistema midiático brasileiro que limita a ampliação de vozes da sociedade não seja reproduzido, contribuindo para que a pluralidade de opiniões, a diversidade regional e o contexto local tenham expressividade. Em última instância, é a qualidade da democracia que está em jogo (NUNOMURA, 2015, p. 109).

Diante de todos estes fatores apresentados, reforçamos a proposta central do nosso trabalho, que é refletir acerca do papel destes telejornais regionais na construção das representações sociais. Ao referimo-nos ao Cariri como uma região, muito mais que em sua limitação geográfica, estamos interessados em sua dimensão de natureza simbólica, lugar onde se constituem as afinidades sociais e onde se compartilha traços identitários e uma mesma tradição cultural.

A proximidade seria então geradora do laço social, onde o compartilhamento de experiências contribui para que se desenvolvam “[...] as ilusões e paixões de identidade local” (COUTINHO, 2008, p. 97). Desta forma, acreditamos que, na região do Cariri, estas relações de caráter simbólico são plenamente corroboradas pela programação telejornalística regional. Acreditamos também que as emissoras de TV desta região cumprem, em alguma medida, seu papel de fomentadoras e incentivadoras das questões regionais. Em nossa análise cabe-nos comprovar se tal suposição realmente efetua-se e indicar através de quais estratégias isto é colocado em prática.

### 3.2 Contextualização histórica e do telejornalismo na região do Cariri

*“A vida aqui só é ruim quando não chove no chão. Mas se chover dá de tudo, fartura tem de montão. Tomara que chova logo. Tomara, meu Deus, tomara! Só deixo o meu Cariri no último pau-de-arara”.*

*(Venâncio e Corumba)*

Antes de identificarmos e discutirmos algumas das representações que são propagadas pelos telejornais regionais do Cariri é necessário que compreendamos como se constitui esta região além daquilo que apreendemos empiricamente, no dia a dia. Também se

faz necessário fornecer aos leitores que não são nativos, ou que nem mesmo conhecem esta região, o mínimo de informações necessárias acerca da mesma para uma melhor compreensão deste trabalho.

Por estes motivos, realizamos uma breve contextualização a partir de alguns aspectos geográficos, históricos e também econômicos desta região, que consideramos de maior relevância para esta pesquisa, e que de certa forma reforçam tanto o interesse nesta análise como sua pertinência. Outras dimensões de cunho social e cultural são abordadas no decorrer da análise, visto que se revelam fundamentais para o estudo da construção e manutenção das representações sociais.

Localizada na Mesorregião do Sul Cearense<sup>10</sup>, o território da Região Metropolitana do Cariri (RMC) se estende pelo sopé da chapada do Araripe<sup>11</sup>, tornando a região também conhecida como “vale do Cariri”. Esta mesorregião faz fronteira com três estados (ao sul com o estado do Pernambuco; ao leste com o estado da Paraíba e a oeste com o Piauí) e está dividida em três micro-territórios, que são: Cariri Central, Cariri Leste e Cariri Oeste. O território do Cariri dista, em média, 500 quilômetros de Fortaleza, capital do estado do Ceará, e é aproximadamente equidistante a todas as outras capitais da região Nordeste (entre oito e doze horas de deslocamento via terrestre).

A RMC foi criada pela Lei Complementar nº 78 de 26 de junho de 2009 (DOE, 03/07/2009) e abrange atualmente nove municípios do Cariri Central, que são aqueles que fazem fronteira com Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha, os três principais municípios desta região. Juazeiro do Norte (onde estão situadas as emissoras de televisão que produzem os telejornais que analisamos), juntamente com mais quatro municípios<sup>12</sup> do Estado, concentram mais de 60% das riquezas do Ceará (Diário do Nordeste, 2014).

Os demais municípios que compõem a RMC são Jardim, Missão Velha, Caririaçu, Farias Brito, Nova Olinda e Santana do Cariri. De acordo com o IBGE (2014), estima-se que

---

<sup>10</sup> A Mesorregião do Sul Cearense é uma das sete mesorregiões do Estado do Ceará e é composta por 28 municípios: Abaiara, Altaneira, Antonina do Norte, Araripe, Assaré, Aurora, Barbalha, Barro, Brejo Santo, Campos Sales, Caririaçu, Crato, Farias Brito, Granjeiro, Jati, Jardim, Juazeiro do Norte, Mauriti, Milagres, Missão Velha, Nova Olinda, Penaforte, Porteiras, Potengi, Salitre, Santana do Cariri, Tarrafas e Várzea Alegre.

<sup>11</sup> A chapada do Araripe é um planalto de formação sedimentar que se estende pela fronteira entre os estados do Ceará, Pernambuco e Piauí. Mede cerca de 180 km de comprimento com variação de 30 a 70 km de largura. No topo, a sua área é de 7.500 km quadrados e sua altitude varia de 1000 a 700 metros. A chapada do Araripe abriga a Floresta Nacional do Araripe, primeira Unidade de Conservação criada no país, em 1946; e também o Geopark Araripe, inaugurado em 2006 e reconhecido pela UNESCO como o primeiro geoparque das Américas. Já foram identificados até hoje, na bacia do Araripe, sete sítios com registros rupestres, onde são desenvolvidas pesquisas arqueológicas (LIMAVERDE, 2006). Os fósseis, as belezas naturais de toda a chapada do Araripe também impulsionam o turismo local.

<sup>12</sup> Estes quatro municípios são Fortaleza, Maracanaú, Caucaia e Sobral.

atualmente as nove cidades que compõem a RMC agreguem cerca de 590.209 habitantes, e que a soma do PIB das mesmas chegue a R\$ 4.404.610 (IBGE/2011). Conforme as informações que constam no Diário Oficial do Estado do Ceará (03/07/2009), referente à criação da RMC, esta se deu diante da verificação de três fatores principais, que são:

- I – evidência ou tendência de conurbação;
- II – necessidade de organização, planejamento e execução de funções públicas de interesse comum;
- III – existência de relação de integração de natureza socioeconômica ou de serviços.

**Figura 1** – Mapa da Região Metropolitana do Cariri



**Fonte:** Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE.

A região foi nomeada como Cariri em virtude de agrupamentos indígenas que eram conhecidos como índios Kariris e que habitaram o local até meados do século XVII, período anterior à chegada dos colonizadores. Esta região específica do sul cearense foi inicialmente chamada de Cariri Novo para diferenciar-se da região do Cariri paraibano, onde, de acordo com Cordeiro (2010), o processo de colonização ocorreu anteriormente ao do Cariri cearense.

As terras férteis e as abundantes nascentes de água mineral existentes no vale do Cariri, em virtude da proximidade da chapada do Araripe<sup>13</sup>, contrastam com o sertão circunvizinho, que sofre com as constantes secas. Como explica Della Cava (1976) tal

<sup>13</sup> A natureza do subsolo dessa bacia sedimentar torna a chapada do Araripe um grande reservatório de água, dando origem às inúmeras fontes de pés de serra (LIMAVERDE, 2006).

característica do vale foi atrativa para exploradores advindos das demais regiões do país, que para o Cariri se dirigiram e estabeleceram suas fazendas de criação de gado, dando também início ao processo de catequização dos índios que povoavam a região. Desta forma, surgiram, os agrupamentos que precederam os primeiros núcleos urbanos do Cariri, como Missão Velha e a Missão do Miranda, que hoje é a cidade do Crato.

A fertilidade do vale do Cariri fez com que crescesse a atividade agrícola voltada para a produção de vários gêneros alimentícios. Segundo Barros (2008, p. 72) “data do século XVIII, o surgimento do vale do Cariri [...] como centro de polarização econômica”. A antropóloga destaca que:

Enquanto nos vários estados do Nordeste, os engenhos se situaram na zona da mata, [...], no Ceará essa produção e esse comércio se intensificavam no vale do Cariri, que se diversificará numa economia pecuária, canavieira e de outros produtos agrícolas, como fumo, algodão etc. Logo, o Cariri cearense será uma região economicamente atípica, apresentando produção diversificada, no Nordeste monocultor de cana-de-açúcar para a exportação (BARROS, 2008, p. 66).

Na primeira metade do século XIX, a cidade do Crato, a 567 quilômetros da capital Fortaleza, passou a figurar como uma das cidades com maior população do interior do estado e um importante centro econômico, exportando alimentos excedentes de sua produção para outras cidades do sertão. À época, apenas a capital Fortaleza e a cidade de Icó, localizada no centro-sul cearense, agregavam semelhante relevância comercial e populacional que a cidade do Crato (DELLA CAVA, 1976).

As outras cidades da região do Cariri se desenvolveram basicamente de forma semelhante à grande parte das cidades do interior nordestino, isto é, ao redor das capelas e sob a influência do trabalho dos padres missionários, que “mostra a importância da Igreja Católica como formadora intelectual da ideologia e da organização familiar nos núcleos de povoamento existentes” (BARROS, 2008, p. 73). A base da economia também consistia na produção agropecuária.

Durante três séculos, entre 1764 e 1957, as várias vilas sediadas nesta região se emanciparam. Houve um período em que foram protagonizados em todo o Cariri verdadeiros massacres entre coronéis, que disputavam entre si o domínio político das cidades desta região. Apesar de estes confrontos terem sido comuns em todo o Nordeste, Macedo (1990, p. 19) assinala que “efetivamente, em nenhuma outra região da área nordestina, onde se desenrolaram tantos movimentos armados [...] o coronelismo se expressou mais pujante que no Cariri cearense”.

Além de ser favorecida por suas condições climáticas e de fertilidade, que foram um atrativo inicial para a região, outro fator específico, que ocorreu no ano de 1889, fez com que mais pessoas fossem atraídas para o lugar: o “milagre de Juazeiro”. O acontecimento foi protagonizado pelo padre Cícero Romão Batista, no ainda sítio Tabuleiro Grande, território que pertencia à cidade do Crato e que hoje é o município de Juazeiro do Norte. Após uma noite de vigília e orações na capela de Nossa Senhora das Dores, o padre Cícero foi distribuir a comunhão aos fiéis que ali estavam. Della Cava (1976) narra que na primeira sexta-feira de março de 1889:

Maria de Araújo era uma das várias devotas que se encontravam na capela de Joazeiro [...]. Foi uma das primeiras a receber a Comunhão. De repente, caiu por terra e a Imaculada Hóstia branca que acabava de receber tingiu-se de sangue. O fato extraordinário repetiu-se todas as quartas-feiras e sextas-feiras da Quaresma, durante dois meses; do domingo da Paixão até o dia de festa de Ascensão do Senhor, por 47 dias, voltou a ocorrer diariamente (DELLA CAVA, 1976, p. 45).

Este fato surpreendente depressa foi divulgado por todo o sertão nordestino. Muitos acreditavam que aquele sangue que surgia na boca da beata era o próprio sangue de Jesus Cristo e que o acontecimento misterioso era fruto de um milagre. O padre Cícero então se tornou conhecido por todo o Nordeste, atraindo para Juazeiro do Norte, e demais cidades do Cariri, milhares de pessoas em busca dos seus trabalhos de evangelização. Inicialmente a divulgação deste acontecimento não contou com o consentimento da Igreja Católica, que suspendeu as ordens eclesiásticas do padre Cícero como forma de punição, pois considerou que o fenômeno tratava-se de um embuste.

Apesar de todos os esforços da Igreja para conter o assunto, o qual julgava ser incentivador de fanatismo religioso, Juazeiro não parou de receber visitantes em romarias, à procura da proteção e orientação do padre Cícero, mesmo este estando deposto de suas ordens. “Muitos vendem o que têm em suas terras e vão morar naquela ‘terra abençoada’. Lá chega gente para receber as graças do milagre, para vender o que o povo das romarias precise comprar, pedir perdão dos seus pecados [...]” (BARROS, 2008, p. 198). Com tal prática de migração intensificada “o povoado se expande, incha de forma espantosa. Os que chegam se situam de qualquer jeito, em latadas, ranchos de palha, casa de taipa” (Idem). Aos poucos o crescimento desordenado do povoado foi adquirindo feições de vila. A chegada de mais moradores implicava na abertura de novas ruas para as novas casas e também na ampliação das atividades econômicas.

Em pouco tempo o lugar tornou-se um celeiro de produção de artefatos artesanais. De acordo com Della Cava (1976, p. 143), Juazeiro do Norte foi um dos poucos lugares do sertão, que recebeu mão-de-obra ao invés de perdê-la, como era comum em épocas de dificuldades naturais, como as grandes secas e os períodos de estiagem.

Não há dúvida, porém, de que a fama de “santo” e milagreiro” do padre Cícero contribuiu, tanto quanto a fertilidade do Vale, para atrair alguns poucos trabalhadores para o Cariri. Além do mais, a lealdade fervorosa que ele inspirava entre os adventícios dava margem a que o Patriarca surgisse como o “czar da mão-de-obra” do árido Nordeste (DELLA CAVA, 1976, p. 143).

Portanto, o crescimento de Juazeiro do Norte, e da região do Cariri como um todo, se deve, entre outros fatores, à presença do padre Cícero e de seus trabalhos de evangelização e orientação, que se intensificaram após os acontecimentos em torno do suposto milagre da hóstia transformada em sangue. A migração para esta região prolongou-se mesmo após a morte do padre Cícero e desde então uma das principais atividades econômicas do município de Juazeiro do Norte é o turismo religioso. Durante todo o ano, cerca de dois milhões de romeiros visitam a cidade<sup>14</sup> (STEFANO; CRUZ, 2012). Juazeiro do Norte é hoje um dos principais centros de peregrinação popular da América Latina, conferindo-lhe a denominação de “capital da fé”. Logo, o fenômeno das romarias faz com que “os demais municípios integrantes da Região Metropolitana do Cariri então, comparecem como extensões complementares do potencial de consumo de Juazeiro do Norte” (QUEIROZ, 2014, p. 102).

Hoje, a região do Cariri destaca-se por ser um polo comercial, industrial e universitário em franca expansão, e sua influência chega a atingir cidades dos estados vizinhos (principalmente do Pernambuco e da Paraíba), também pela oferta de serviços. O destaque maior fica para as cidades de Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha, que formam o chamado “triângulo Crajubar<sup>15</sup>” e configuram-se como um território econômica e politicamente estratégico para o Estado. Ademais, ressaltamos que a região é também conhecida por ser abundante em manifestações culturais populares em diversas áreas, como na música, na dança, no artesanato e na literatura de cordel.

---

<sup>14</sup> Existem quatro romarias principais no calendário religioso da cidade: em fevereiro a romaria de Nossa Senhora das Candeias; em julho a romaria em virtude do falecimento do Padre Cícero; em setembro a romaria de Nossa Senhora das Dores e em Novembro, a maior de todas, a romaria de Finados. De acordo com Carvalho (1998, p. 112) “a romaria de novembro é considerada uma das maiores do País. As estimativas são sempre em torno de 500 a 600 mil peregrinos, o que praticamente triplica a população da cidade”.

<sup>15</sup> Vocábulo resultante da junção das sílabas iniciais dos três municípios mencionados.

Cabe salientar que, apesar da Região Metropolitana do Cariri ser formada por nove municípios, o alcance das duas emissoras atinge a outros municípios além destes nove. As demais cidades que não integram a região metropolitana e que ainda assim estão dentro da área de cobertura das TVs fazem parte das mesorregiões Sul e Centro-Sul do Ceará (o sinal da TV verdes Mares Cariri é mais amplo e atinge também algumas cidades mesorregião do Jaguaribe)<sup>16</sup>.

A partir deste panorama, esboçamos brevemente em que condições surgem a necessidade e o interesse no funcionamento das emissoras de televisão com sedes no local produzindo telejornalismo voltado para os acontecimentos da região. É importante também frisar como se constitui o cenário regional de comunicação e em meio a que outras mídias o telejornalismo regional é desenvolvido.

Através do Projeto de Monitoria de Graduação Mapeamento das Práticas Comunicacionais da Região Metropolitana do Cariri<sup>17</sup>, desenvolvido nos anos de 2011 e 2012 por professores e alunos do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará – Campus Cariri<sup>18</sup>, buscaram-se e reuniram-se informações sobre as mídias e a atuação jornalística na região. Com a instalação do curso superior em Jornalismo, em 2010, no campus Cariri da UFC, ter acesso a tais dados mostrou-se extremamente necessário, uma vez que ainda não havia sido feito um levantamento destas informações, tão importantes para a compreensão do cenário profissional na área. Concluído o mapeamento, foram identificados nas cidades de Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha um total de vinte emissoras de rádio, duas emissoras de televisão, cinco jornais impressos (dos quais dois são sucursais de jornais de Fortaleza), e duas revistas.

Além das duas emissoras de televisão com sede na região (a TV Verde Vale e a TV Verdes Mares Cariri), também se encontram no Cariri correspondentes das emissoras TV Cidade (atualmente filiada à Rede Record); da TV Jangadeiro (atualmente filiada ao SBT) e da TV Diário, que faz parte do Sistema Verdes Mares de Comunicação. Os correspondentes

---

<sup>16</sup> No **ANEXO A** trazemos o mapa do Estado do Ceará dividido em mesorregiões para que se visualize melhor até onde se estende a cobertura destas emissoras.

<sup>17</sup> O projeto, vinculado a Pró-Reitoria de Graduação da UFC, buscou reconhecer os veículos de comunicação (rádio, canais de televisão, jornais impressos e revistas, sites e blogs) e assessorias de imprensa das três principais cidades da Região Metropolitana do Cariri (Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha). Por meio de visitas técnicas a esses veículos e aplicação de questionário padronizado a seus responsáveis, obtiveram-se informações acerca do histórico, estrutura física e conteúdo (jornalístico ou não) produzido por estes meios comunicacionais. As informações foram sistematizadas em relatórios.

<sup>18</sup> Em 2013 passa a ser a Universidade Federal do Cariri, a partir do desmembramento da Universidade Federal do Ceará.

atuam de maneira semelhante: um repórter e um cinegrafista ficam encarregados de produzir e enviar matérias sobre a região do Cariri para a rede que retransmite os telejornais para todo o estado a partir das sedes das emissoras, em Fortaleza.

Como podemos perceber a partir dos dados obtidos, os canais da radiodifusão, se comparados às outras mídias, apresentam-se de maneira predominante nestas cidades. Mesmo sendo maior em quantidade, de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (2015), “o rádio continua o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros”. Apesar do advento das novas tecnologias da comunicação posteriores ao rádio, este ainda demonstra-se eficiente na propagação rápida e ampla de informações, principalmente em locais distantes das áreas urbanas.

Devemos ressaltar que a produção e difusão de informações via ciberespaço também deve ser considerada neste contexto, já que atualmente vivenciamos a crescente inserção destas ferramentas nos hábitos de informação dos brasileiros. Contudo, ainda não possuímos dados concretos sobre seu alcance e influência junto à recepção nesta região específica.

Ademais, consideramos, assim como Vizeu (2005, p. 12), que “os noticiários televisivos ocupam um papel relevante na imagem que elas [as pessoas] constroem da realidade”. Por isso, numa região em pleno desenvolvimento econômico e crescimento populacional, torna-se imprescindível avaliar o jornalismo que vem sendo feito, sobretudo após sete anos de instalação do primeiro curso superior de Jornalismo do interior do estado do Ceará, na recém-instaurada Universidade Federal do Cariri. É necessário que identifiquemos a relação entre a tradição cultural regional e seus reflexos e desdobramentos nas práticas comunicacionais, especificamente no telejornalismo produzido pelas emissoras de televisão Verde Vale e Verdes Mares Cariri.

Pontuadas estas questões conjunturais, passemos agora a uma explanação acerca do histórico e de aspectos referentes à estrutura física das duas emissoras que produzem os telejornais que são objetos desta pesquisa. Adiantamos que uma descrição mais detida às características destes dois telejornais é abordada no quarto capítulo, antecedendo a análise.

### 3.2.1 TV Verde Vale: mostrando o Cariri de ponta a ponta<sup>19</sup>

Primeira emissora de televisão da região do Cariri, a TV Verde Vale é de concessão educativa e foi criada em 24 de março de 2006, fazendo parte da Fundação XV de agosto<sup>20</sup>. O fundador da emissora foi Manoel Salviano Sobrinho, que na época exercia seu quarto mandato como deputado federal<sup>21</sup>. Anteriormente, Manoel Salviano já havia exercido os cargos de deputado estadual<sup>22</sup> e prefeito da cidade de Juazeiro do Norte por duas vezes<sup>23</sup>. Além da TV Verde Vale, Manoel Salviano também detém a concessão da Rádio Verde Vale AM, em Juazeiro do Norte.

A TV Verde Vale é afiliada à NGT – Nova Geração de Televisão<sup>24</sup> e conta com três telejornais em sua programação: *Jornal Primeira Hora* (de segunda a sexta, de 7h às 7h30min); *Verde Vale Notícias* (de segunda a sábado, de 13h às 13h40min); e *Jornal Verde Vale* (de segunda a sábado, de 19h05min às 19h35min). Além destes três telejornais a emissora produz ainda dois programas de caráter informativo, que são o *Notícias da Cidade* (de segunda a sexta, de 11h30min às 13h) e o *Rota* (de segunda a sexta, de 17h30min às 18h30min). O primeiro possui características de telejornal, com a veiculação de notícias sobre assuntos diversos, no entanto com formato mais informal e forte apelo para a participação do público e para a prestação de alguns serviços; já o segundo restringe-se a conteúdo noticioso da editoria policial.

Os demais programas são produções independentes, ou seja, as pessoas que os produzem alugam os horários na programação da emissora e desta forma são os responsáveis pelo conteúdo que veiculam. A única exigência é que estes se submetam à política de

<sup>19</sup> Slogan utilizado pela TV Verde Vale. Outro slogan utilizado pela emissora é: a TV da nossa gente.

<sup>20</sup> Em sua página oficial na internet, a TV Verde Vale se auto define como uma emissora “que se caracteriza pela prioridade da divulgação da cultura, religiosidade, economia e política social da região sul cearense. Tem como objetivo dar oportunidades a talentos regionais, em inserir na sua grade de programação uma filosofia de comunicação voltada para a nossa gente, fazendo deste canal televisivo um foro permanente de debate para o engrandecimento da Região Metropolitana do Cariri” (Fonte: tvverdevale.tv).

<sup>21</sup> Nessa época Manoel Salviano estava filiado ao PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira), assim como em seus três mandatos anteriores. É formado em medicina e é também empresário do ramo farmacêutico e imobiliário.

<sup>22</sup> Nos anos de 1991 a 1995.

<sup>23</sup> Nos anos de 1983 a 1988 e de 1993 a 1996.

<sup>24</sup> Emissora paulista fundada em 2003 com sede na cidade de Osasco e sucursais em São Paulo e no Rio de Janeiro. É de concessão educativa e pertence à Fundação de Fátima. Conta com retransmissoras e afiliadas em 75 municípios de 15 estados.

concessão da emissora, que é educativa e por isso apresenta uma série de restrições no tipo de conteúdo que deve veicular<sup>25</sup>. Há também retransmissão de alguns programas dos canais NGT, da TV Câmara e da TV Assembleia do Ceará.

A equipe de jornalismo da TV Verde Vale é composta por oito jornalistas: uma que desempenha as funções de diretora de jornalismo e editora-chefe; duas produtoras; um editor de texto; e quatro repórteres. São cinco os cinegrafistas que trabalham na TV. Enquanto dois deles ficam no estúdio, três vão para a gravação de externas.

As instalações da TV Verde Vale contam apenas com um estúdio e uma ilha de edição, onde são apresentados e editados todos os programas. No estúdio há duas câmeras. Os cenários são móveis e podem ser trocados de acordo com cada programa. Há também aqueles que utilizam o *chromakey*, um efeito técnico onde é aplicado um cenário virtual em uma parede ou tapadeira de cor verde. A TV Verde Vale dispõe ainda de três veículos para o deslocamento dos repórteres. Um deles possui unidade de transmissão móvel, para entradas ao vivo nos programas.

A abrangência do sinal de transmissão da TV é de aproximadamente 150 km<sup>26</sup>. A torre de transmissão possui 5 kg de potência e fica localizada na serra do Horto, ponto estratégico para que o sinal consiga superar algumas barreiras geográficas.

Sabe-se que veículos de comunicação educativos possuem normas de funcionamento diferenciadas daqueles que são de uso comercial e por isso a manutenção financeira da emissora se dá através de apoios culturais e da prática de venda de horários para produções de programas independentes. Outra característica é que só quem pode executar o serviço de radiodifusão educativa são: as pessoas jurídicas de direito público interno; as instituições de educação superior criadas e mantidas pela iniciativa privada; e as fundações de direito privado. A TV Verde Vale enquadra-se nesta última regra. No entanto, de acordo com informações concedidas a esta pesquisadora pelo diretor administrativo da emissora, a

---

<sup>25</sup> De acordo com informações presentes no site do Ministério das Comunicações: “O serviço de radiodifusão com finalidade exclusivamente educativa, tanto em frequência modulada (FM) quanto de sons e imagens (TV), é o serviço de radiodifusão destinado à transmissão de programas educativo-culturais, que atuam em conjunto com os sistemas de ensino, visando à promoção e ao fortalecimento da educação básica e superior, da educação permanente e da divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional. Para atendimento da finalidade exclusivamente educativa do serviço, as outorgas desta modalidade não podem possuir caráter comercial ou fins lucrativos [...]”. Em um quadro que se encontra pendurado na parede do único estúdio da TV Verde Vale há o seguinte aviso: “TV Verde Vale emissora educativa. Expressamente proibido: músicas e vídeos que façam apologia a bebidas, fumo, drogas e sexo. Músicas e vídeos com duplo sentido; palavras de baixo calão; gestos obscenos”.

<sup>26</sup> As cidades cobertas pelo sinal da TV Verde Vale são: Juazeiro do Norte, Crato, Barbalha, Missão Velha, Caririçu, Milagres, Barro, Mauriti, Granjeiro, Farias Brito, Várzea Alegre, Assaré, Aurora e Brejo Santo; e também duas cidades da Paraíba: Cajazeiras e Cachoeira dos Índios.

Fundação XV de agosto, a qual a TV Verde Vale é vinculada, não está desenvolvendo nenhuma outra atividade de cunho social. No entanto, o diretor afirma que antigamente já foram prestados serviços à população, principalmente ligados à saúde, e que os mesmos foram interrompidos devido ao fim do convênio da Fundação com a prefeitura da cidade de Juazeiro do Norte, deixando aquela sem condições de se manter sozinha.

### 3.2.2 TV Verdes Mares Cariri: a TV que se liga em você<sup>27</sup>

A TV Verdes Mares Cariri foi fundada em 01 de outubro 2009. A emissora cearense, de concessão comercial, é a 122<sup>a</sup> afiliada da Rede Globo de Televisão e integra o Sistema Verdes Mares de Comunicação<sup>28</sup>, que por sua vez pertence ao grupo empresarial Edson Queiroz. Além de ter uma sede da emissora de TV no Cariri, o grupo conta com outra sede da TV Verdes Mares em Fortaleza, esta por sua vez em funcionamento desde o ano de 1970.

De acordo com Bazi (2007), o Ibope comprova que, no Brasil, a Rede Globo de Televisão é líder de audiência na maior parte dos horários, estabelecendo-se há 51 anos como a empresa mais importante do mercado televisivo do país. É também a que mais investe na regionalização da programação. Além disso, a emissora possui a mais abrangente área de cobertura do Brasil.

Em maio de 2014 a TV Verdes Mares Cariri passou a operar em sinal digital<sup>29</sup>. O sinal da TV Verdes Mares Cariri atinge 66 municípios do centro-sul do Ceará<sup>30</sup>, que anteriormente recebiam o sinal da TV Verdes Mares de Fortaleza. De acordo com informações da Direção Geral de Comercialização da Rede Globo, a cobertura da TV Verdes Mares Cariri atinge uma população de 1.901.755 pessoas, sendo 1.754.158 de telespectadores

---

<sup>27</sup> Slogan utilizado pela TV Verdes Mares Cariri.

<sup>28</sup> O Sistema Verdes Mares de Comunicação é composto por dez veículos de comunicação: o jornal impresso Diário do Nordeste; as emissoras radiofônicas Verdes Mares AM, FM 93, Recife FM e Tamoio AM; as emissoras de televisão TV Verdes Mares, TV Verdes Mares Cariri e TV Diário; o site Portal Verdes Mares e a Revista Gente.

<sup>29</sup> “A transmissão digital, além de ser mais ágil e dinâmica, permite uma recepção perfeita dos sinais transmitidos pela emissora, ou seja, a imagem e o som chegam com mais qualidade à casa dos telespectadores” (BAZI, 2007, p. 05).

<sup>30</sup> Segundo informações da Direção Geral de Comercialização da Rede Globo os principais municípios são: Juazeiro do Norte, Crato, Iguatu, Crateús, Icó, Tauá, Barbalha, Acopiara, Brejo Santo, Mauriti, Mombaça e Pedra Branca.

potenciais. O número de domicílios com aparelhos de televisão na área de cobertura é de aproximadamente 488.062<sup>31</sup>.

Atualmente, a emissora produz localmente apenas o conteúdo do telejornal *CE TV 1ª edição*, que vai ao ar de segunda-feira a sábado, de 12h às 12h40min. No entanto, também são produzidas localmente, quando solicitadas, matérias para os demais programas jornalísticos da emissora sediada em Fortaleza<sup>32</sup>, que são transmitidos para todo o estado. Além das matérias locais, o *CE TV 1ª edição* também costuma veicular matérias produzidas pela sede da mesma emissora em Fortaleza quando estas, segundo o editor chefe de jornalismo do Cariri, são interessantes para a população da região. Da mesma forma como o jornal produzido em Fortaleza pode vir a exibir alguma matéria realizada pela TV Verdes Mares Cariri.

Aos sábados, de 8h às 8h30min, é transmitido apenas pela TV Verdes Mares Cariri o programa *Pelo Cariri*<sup>33</sup>, no qual o repórter Rodrigo Vargas traz reportagens com enfoque em temas de empreendedorismo, história e cultura da região. A TV Verdes Mares de Fortaleza ainda produz mais três programas que vão ao ar para todo o estado: *Destaque VM*<sup>34</sup>; *Se liga VM*<sup>35</sup> e *#Partiu*<sup>36</sup>. O restante da programação é composto pela retransmissão dos programas da Rede Globo.

A redação do jornalismo conta com um editor-chefe, um produtor e dois estagiários de produção<sup>37</sup>, quatro repórteres, quatro cinegrafistas e dois editores de imagens. Quanto a sua estrutura física, possui um único estúdio, com três câmeras; uma sala onde funciona a redação e duas ilhas de edição. Disponibiliza de dois carros para o deslocamento dos repórteres e uma unidade móvel para entradas ao vivo.

---

<sup>31</sup> Fonte: Atlas de Cobertura Rede Globo – Agosto/2011.

<sup>32</sup> Estes programas são: *Bom Dia Ceará*, *Nordeste Rural*, *CE TV 2ª edição* e *Globo Esporte*.

<sup>33</sup> Neste mesmo horário é transmitido pela TV Verdes Mares de Fortaleza o programa de reportagens *Conexão CE*.

<sup>34</sup> Programa de reportagens sobre arte, cultura, lazer, esporte, curiosidades, entrevistas, entretenimento. Vai ao ar aos sábados, de 12h às 12h30min.

<sup>35</sup> Programa de entretenimento transmitido aos sábados, de 14h às 14h40min.

<sup>36</sup> Programa de reportagens que apresentam roteiros de viagem pelas cidades do Ceará. Vai ao ar aos sábados de 8h às 9h30min.

<sup>37</sup> Os estagiários de produção são estudantes do curso de jornalismo da Universidade Federal do Cariri, que se revezam nos turnos da manhã e da tarde.

#### 4 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: UMA TEORIA INTERDISCIPLINAR

*“Representar algo não é apenas a árida construção de um mapa cognitivo; é um ato que vem de gente que pensa e sente, que tem motivos e intenções, que sustenta uma identidade e vive em um mundo social”.*

*(Sandra Jovchelovitch)*

Antes de nos aprofundarmos na discussão acerca da teoria das representações sociais, estivemos fornecendo, no decorrer dos capítulos anteriores, importantes fundamentos que nos levam até a mesma, a qual reconhecemos como viabilizadora de trajetos metodológicos múltiplos. Neste capítulo, almejamos traçar brevemente o percurso histórico do desenvolvimento da teoria das representações sociais, desde sua proposição inaugural e problemas aos quais se dedica, até às suas fragilidades e principais argumentos que visam superá-las.

Apesar de emprendermos aqui uma pesquisa voltada para o âmbito da comunicação, foi preciso deslocar-nos até o campo da psicologia social para compreender as origens desta teoria, uma vez que esta é a disciplina responsável pela sistematização da mesma. Consequentemente, estabelecemos uma aproximação possível entre esta teoria e as discussões sobre os processos de construção de identidade e o papel da ideologia nestes processos, dialogando com autores que não necessariamente trabalham sob a perspectiva da psicologia social. Neste contexto, a comunicação, especificamente através dos *mass media* e do jornalismo, evidencia-se como um dos principais espaços de produção e manutenção de representações sociais. Por isso nosso interesse em discutir e buscar compreender como e a partir de quais estratégias este processo se efetiva, para que desta forma tenhamos condições de desenvolver a análise proposta no capítulo seguinte.

Inicialmente, e para justificar o próprio título deste capítulo, salientamos que uma característica fundamental da teoria das representações sociais é a sua interdisciplinaridade, que se manifestou determinante desde a sua concepção. A teoria das representações sociais nasce na disciplina da psicologia social e sua sistematização é atribuída a Serge Moscovici, psicólogo social romeno radicado na França. O próprio Moscovici (2010) define a psicologia social como uma “disciplina mista”, que se situa no cruzamento das ciências psicológicas e das ciências sociais.

Moscovici inaugurou esta teoria na Europa no ano de 1961, com a publicação da sua tese de doutorado intitulada *La psychanalyse: son image et son public*<sup>38</sup>. Tal estudo trata sobre as representações da psicanálise na França através de diferentes setores da imprensa francesa, voltado especificamente para a compreensão de como a psicanálise é ressignificada ao sair do campo científico para o entendimento do senso comum. Já no Brasil, o interesse pelo estudo das RS teve início no final da década de 1970 (OLIVEIRA; WERBA, 2013).

As questões propostas por Moscovici advêm da releitura crítica que o autor fez acerca das discussões sobre representações coletivas empreendidas por Émile Durkheim (1912<sup>39</sup>). Os estudos sobre representações coletivas de Durkheim contribuíram para a elaboração de uma teoria da religião e da magia, além do que diz respeito a pensamentos míticos. Oliveira e Werba (2013) destacam ainda que os estudos antropológicos de Lévi-Bruhl, a teoria da linguagem de Saussure, a teoria das representações infantis de Piaget e a teoria do desenvolvimento cultural de Vygotsky também contribuíram para o nascimento da teoria das RS.

De acordo com Farr (2002, p. 32), “existe uma clara continuidade entre o estudo das representações coletivas de Durkheim e o estudo mais moderno de Moscovici sobre representações sociais”. Por esse motivo, a teoria proposta por Moscovici é frequentemente classificada como uma forma sociológica de psicologia social, uma vez que os problemas da psicologia social diferem dos da chamada psicologia individual.

Enquanto a psicologia individual ocupa-se de fenômenos mentais e comportamentais limitados ao indivíduo, a psicologia social, no âmbito das representações sociais, interessa-se em como estes indivíduos constituem seus conhecimentos em nível da coletividade: “uma representação social [...] é ao mesmo tempo, individual, pois ela necessita ancorar-se em um sujeito, como é, do mesmo modo, social [...]. Ela está na cabeça das pessoas, mas não é representação de uma única pessoa [...]” (GUARESCHI, 2000, p. 36). Ou seja, para ser social a representação precisa existir através de certa generalização na sociedade.

Para entendermos do que deve tratar a teoria das representações sociais precisamos atentar para o fato de que, enquanto membros de uma sociedade, possuímos a

---

<sup>38</sup> A psicanálise: sua imagem e seu público. (MOSCOVICI, Serge. *La psychanalyse: son image et son public*. In: *Revue française de sociologie*, 1961, 2-4. pp. 328-330. Disponível em: <[http://www.persee.fr/doc/rfsoc\\_0035-2969\\_1961\\_num\\_2\\_4\\_5992](http://www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969_1961_num_2_4_5992)>. Acesso em: 10 ago. 2016).

<sup>39</sup> Ano da primeira publicação do livro “As formas elementares da vida religiosa” onde Durkheim discute o conceito de representações coletivas, que influenciou Moscovici na formulação da teoria das representações sociais.

necessidade de informar-nos sobre o mundo a nossa volta. Precisamos nos ajustar a ele e saber como nos comportar fisicamente e intelectualmente diante dos problemas que para nós se apresentam cotidianamente. De acordo com Jodelet (2001), é justamente por isso que criamos as representações, pois não nos encontramos isolados num vazio social, mas compartilhamos este mundo com outros indivíduos, que por sua vez funcionam como um apoio para compreendê-lo, seja de forma convergente ou através do conflito. Desta maneira, são as mediações sociais que geram as representações sociais.

Ainda conforme Jodelet (2001, p. 17), as representações sociais são importantes neste cenário porque “elas nos guiam no modo de nomear e definir conjuntamente os diferentes aspectos da realidade diária, no modo de interpretar esses aspectos, tomar decisões e, eventualmente, posicionar-se frente a eles de forma decisiva”. Já Jovchelovitch (2002, p. 81) complementa dizendo que as representações sociais são “[...] um espaço potencial de fabricação comum, onde cada sujeito vai além de sua própria individualidade para entrar em domínio diferente, ainda que fundamentalmente relacionado: o domínio da vida em comum, o espaço público”.

Logo, através destas definições partilhadas, os membros que integram um mesmo grupo social, constroem uma visão consensual desta realidade que lhes é comum. As representações funcionam então como guia para as ações e trocas cotidianas na vida em sociedade. Portanto, podemos definir representação social como “[...] uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, com um objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (JODELET, 2001, p. 22).

As representações sociais, entendidas então como fenômenos complexos, envolvem aspectos da vida social, que podem ser de cunho cognitivo, afetivo, informativo, ideológico, entre outros. “Tanto a cognição como os afetos que estão presentes nas representações sociais encontram a sua base na realidade social” (GUARESCHI; JOVCHELOVITCH, 2002, p. 20). Logo, estes elementos nos dizem algo sobre a realidade, e a tarefa primordial da teoria das representações sociais seria a de descrever, analisar e explicar estes processos de atribuição de sentido à realidade.

De acordo com Jodelet (2001, p. 21 – 22), “Durkheim (1895) foi o primeiro a identificar tais objetos como produções mentais sociais, extraídos de um estudo sobre a ideação coletiva”. Desta forma, para Durkheim, estas produções mentais nascem conectadas aos fatos sociais, e tornam-se passíveis de observação e interpretação. Para este autor, “as representações coletivas traduzem a maneira como o grupo se pensa nas suas relações com os objetos que o afetam” (DURKHEIM, 1978, p. 79 apud MINAYO, 2002, p. 90).

No entanto, segundo Durkheim, o estudo das representações individuais seria tarefa da psicologia, enquanto o estudo das representações coletivas seria domínio da sociologia. Farr (2002, p. 35) explica que a razão para uma distinção entre estes dois níveis advinha de uma crença “[...] que as leis que explicavam os fenômenos coletivos eram diferentes do tipo de leis que explicavam os fenômenos em nível de indivíduo”. Um dos desafios da teoria das representações sociais é, portanto, a superação deste dualismo, pois a psicologia social, enquanto disciplina, possui interesse na relação entre indivíduo e sociedade. “Tendo Durkheim como um ancestral, a teoria das representações sociais, de maneira mais que adequada, cobre o quanto um indivíduo é um produto da sociedade” (FARR, 2002, p. 51).

É necessário estabelecer as principais divergências existentes entre o pensamento de Durkheim e o de Moscovici, e até que ponto as discussões do primeiro influenciaram na sistematização da teoria das representações sociais. Ao passo que para Durkheim, de uma perspectiva sociológica, as representações coletivas assumem “[...] a capacidade de manter e conservar o todo social [...]”, para Moscovici, da perspectiva da psicologia social, o estudo das representações deve se voltar para “[...] questões de como as coisas mudam na sociedade, isto é, para aqueles processos sociais, pelos quais a novidade e a mudança, como a conservação e preservação, se tornam parte da vida social” (DUVEEN, 2010, p. 15).

Durkheim tinha como referência sociedades menos complexas, em uma época em que as mudanças sociais se processavam mais lentamente. Diferentemente de Moscovici, que se refere às sociedades modernas, caracterizada pela rapidez com que ocorrem as transformações sociais e, sobretudo, onde os *mass media* exercem notável influência nestes processos. Logo, a análise de Moscovici insiste sobre “[...] a especificidade dos fenômenos representativos nas sociedades contemporâneas, caracterizadas por: intensidade e fluidez das trocas e comunicações; desenvolvimento da ciência; pluralidade e mobilidade sociais” (JODELET, 2001, p. 22).

Por isso, conduzimos nossas discussões a partir deste segundo momento, interessando-nos apenas a revisão de alguns aspectos históricos acerca da elaboração da teoria e do estabelecimento da psicologia social como um campo científico autônomo. Diante disto, salientamos que:

Há numerosas ciências que estudam a maneira como as pessoas tratam, distribuem e representam o conhecimento. Mas o estudo de como, e por que, as pessoas partilham o conhecimento e desse modo constituem sua realidade comum, de como eles transformam ideias em prática – numa palavra, o poder das ideias – é o problema específico da psicologia social (MOSCOVICI, 1990a, p. 169 apud DUVEEN, 2010, p. 08).

As discussões em torno do estabelecimento das representações sociais enquanto teoria enfrentaram um processo de grande resistência para se fazerem aceitas no campo científico. Guareschi (2002, p. 192) explica que a teoria proposta por Moscovici visava superar o posicionamento positivista nas ciências sociais: “ele [Moscovici] tentava mostrar que a visão de realidade, como pressuposta pela teoria positivista e funcionalista, era parcial e não dava conta de explicar outras dimensões da realidade, principalmente sua dimensão histórico-crítica”. Durkheim, por sua vez, responsável por inicialmente ter trabalhado, do ponto de vista sociológico, com a noção de representações coletivas, considerava que o método sociológico deveria ser objetivo e isento de comprometimento ideológico (MINAYO, 2002).

Em vista disso, Moscovici optou por fazer uso do termo “social” em detrimento de “coletivo”, pois para ele o primeiro é capaz de conotar a dinamicidade e historicidade que o mesmo buscava conferir à teoria, enquanto o segundo termo possui conotação estática e positivista, além de ter um direcionamento que se restringe apenas aos aspectos culturais da sociedade, deixando de lado outras importantes condições da vida social que devem ser consideradas nas análises.

Por conseguinte, enquanto Durkheim vê as representações coletivas como formas estáveis de compreensão coletiva, com o poder de obrigar que pode servir para integrar a sociedade como um todo, Moscovici esteve mais interessado em explorar a variação e a diversidade das ideias coletivas nas sociedades modernas. Essa própria diversidade reflete a falta de homogeneidade dentro das sociedades modernas, em que as diferenças refletem uma distribuição desigual de poder e geram uma heterogeneidade de representações (DUVEEN, 2010, p. 15).

Consideramos pertinente citar algumas das críticas que são feitas a esta teoria e os argumentos que Moscovici (2002) apresenta para contrapô-las. Entre estas críticas estão as que acusam a teoria das representações sociais de “[...] não oferece[r] definições claras, não estabelece[r] relações simples entre suas proposições, ou ainda que ela não enuncia hipóteses que possam ser submetidas à verificação” (MOSCOVICI, 2002, p. 10). Inicialmente Moscovici (2002) sustenta que a teoria das representações sociais visa conferir racionalidade às crenças coletivas e seus significados, ou seja, às ideologias e aos saberes populares aceitos pelo senso comum. “Isto quer dizer que as representações sociais são racionais, não por serem sociais, mas porque elas são coletivas” (Ibid., p. 11).

Em segundo lugar, esta teoria rejeita o dualismo que tentam impor ao mundo individual e ao mundo social, pois “[...] todas as culturas que conhecemos possuem instituições e normas formais que conduzem, de uma parte, à individualização, e de outra, à

socialização (MOSCOVICI, 2002, p. 12). Desta forma, as representações que são elaboradas por estas instituições conferem-lhe sentido através também desta tensão existente entre os dois mundos citados. E é exatamente para esta tensão que a teoria das representações sociais direciona seu olhar e apresenta novas possibilidades. Logo, “não existe sujeito sem sistema nem sistema sem sujeito. O papel das representações partilhadas é o de assegurar que sua coexistência é possível” (Idem). Ou ainda como sugere Farr (2002, p. 51), “o indivíduo tanto é um agente de mudança na sociedade como é um produto dessa sociedade”.

Para Guareschi e Jovchelovitch (2002), o fato de Moscovici ter trazido conceitos da sociologia para o domínio da psicologia social revela o papel central que o mundo social desempenha nas representações sociais. “Porque foi com Durkheim, talvez, que ele [Moscovici] entendeu a força concreta da realidade social, o fato de que ela se apresenta a sujeitos sociais como um dado [...]” (GUARESCHI; JOVCHELOVITCH, 2002, p. 19). No entanto, Moscovici percebeu que o pensamento durkheimiano não considerava a força da mobilidade nas dinâmicas sociais. Por isso diz-se que Moscovici “pensou com Durkheim e contra ele” (Idem).

O terceiro ponto defendido por Moscovici (2002) é o que se refere à “complexidade” e à “elasticidade” da teoria das representações sociais, como se estas características fossem negativas para o seu desenvolvimento. Moscovici (2002) argumenta, pois, que é completamente necessário que uma teoria seja complexa e elástica para que perdure, pois estas qualidades lhe permitem realizar mudanças em benefício da pluralidade dos problemas que ela se destina a solucionar ou descrever.

E por último, acerca da acusação desta teoria não ser passível de previsões experimentais, Moscovici (2002, p. 14) reitera que “a tarefa do pesquisador [...] é de discernir qual de nossos métodos pode ser mantido com plena responsabilidade”. Ou seja, para ele, a teoria das representações tem a seu favor a possibilidade de manter-se criativa ao longo do tempo justamente por permitir aproveitar as potencialidades que cada método disponível tem a lhe proporcionar.

Duveen (2010, p. 19) considera que, durante um consistente processo de discussões e amadurecimento, a teoria das representações sociais “sobreviveu e prosperou”. O autor afirma que a teoria “[...] se tornou não apenas uma das contribuições teóricas mais duradouras na psicologia social, mas também uma contribuição que é amplamente difundida por todo o mundo”.

Contudo, os teóricos que empreendem pesquisas neste segmento disciplinar reconhecem que, apesar de já ter se desenvolvido a ponto de instituir um campo de discussão

que lhe é próprio, é necessário reconhecer que esta teoria carece ainda de certo aperfeiçoamento tanto a nível de teoria quanto de método (JOVCHELOVITCH, 2000). Consideramos que este é um processo comum ao estabelecimento de todas as teorias das ciências sociais e também das ciências vizinhas. Além do mais, contrariando qualquer concepção positivista, concordamos que uma teoria social nunca está plenamente acabada, mas sim que deve estar em constante debate e em busca de aprimoramento. Acreditamos que este aprimoramento só é alcançado mediante sua aplicação constante, para que na prática se identifique e se busque reparar tais fragilidades.

Apesar de termos direcionamentos distintos daqueles priorizados pela investigação psicológica, nossa pesquisa apropria-se de conceitos desenvolvidos pela psicologia social para aplicá-los a um objeto que se encontra no campo da comunicação. Tal apropriação é possível porque, como Moscovici (2010) mesmo reconhece, sua teoria converge com os estudos de várias escolas da sociologia, sobretudo da sociologia do conhecimento, sobre a qual falamos no primeiro capítulo deste trabalho.

Há uma nítida e reconhecida relação entre a teoria das representações sociais e o paradigma da construção social da realidade. Pois, ambas as correntes teóricas voltam suas atenções para a vida cotidiana e para as origens do conhecimento produzido pelo senso comum, além da estrutura de realidade que é mantida por este conhecimento. As representações sociais então, por serem entendidas como uma forma de conhecimento, devem ser consideradas enquanto fenômeno, e não mais como um conceito. E por serem um fenômeno, tornam-se objetos passíveis de investigação. “Esses objetos são elementos da realidade social. Nesse sentido as RS são modos de conhecimento que surgem e legitimam-se na conversação interpessoal cotidiana e tem como objetivo compreender e controlar a realidade social” (GUARESCHI, 2000, p. 35).

Minayo (2002, p. 89) explica que, dentro das ciências sociais, as representações sociais são definidas como “[...] categorias de pensamento que expressam a realidade, explicam-na, justificando-a ou questionando-a”. Por manifestarem-se através da comunicação, de condutas institucionalizadas e de afetos, as representações podem e devem ser analisadas a partir de uma perspectiva sociológica, voltada para a compreensão de comportamentos e estruturas sociais.

As representações sociais aproximam-se das correntes que estudam o conhecimento do senso comum por serem formas de conhecimento prático (SPINK, 2002). Dentro da corrente fenomenológica, as representações sociais do cotidiano são equivalentes ao senso comum. Para Schutz, “[...] da mesma forma que o conhecimento científico, o senso

comum envolve conjuntos de abstrações, formalizações e generalizações” (MINAYO, 2002, p. 95). É no “mundo da vida” ou “mundo do sentido comum” que se estabelecem os significados e as estruturas de relevância sobre as quais vivem e agem os grupos sociais. “Assim, o mundo do dia-a-dia é entendido como um tecido de significados, instituído pelas ações humanas e passível de ser captado e interpretado” (Ibid., p. 96).

Diante do que já foi exposto, e baseados no que enfatiza Jovchelovitch (2000) em sua pesquisa sobre as representações da esfera pública brasileira, interessamo-nos em compreender a conexão existente entre as representações sociais sobre a região do Cariri, enquanto espaço simbólico, e o telejornalismo regional, enquanto espaço social. O foco empírico do nosso estudo é sobre como os telejornais regionais enxergam o Cariri a partir de traços históricos-culturais existentes na região e que possuem origens anteriores à chegada das emissoras neste lugar.

No capítulo anterior esboçamos brevemente de que forma constitui-se a região do Cariri, a partir de elementos da sua formação histórica e social. Agora questionamos de que forma os telejornais regionais se apropriam destes elementos, conferindo-lhes sentido ou até mesmo transformando-os. De que maneira estes produtos midiáticos estabelecem um laço social com o público na elaboração de representações sociais que dão forma e continuidade à vida cotidiana.

No entanto, como observa Minayo (2002, p. 110), “é importante observar que as *Representações Sociais* não conformam a realidade” e que seria “ilusão tomá-las como verdades científicas, reduzindo a realidade à concepção que os homens fazem dela”. Assim, as representações não devem ser tomadas como uma simples descrição das coisas, mas sim devem ser tratadas como uma forma de conhecimento que é produzido através da interação e comunicação entre os seres humanos e de seus interesses.

#### 4.1 Representações sociais e comunicação

*“As representações podem ser o produto da comunicação, mas também é verdade que, sem a representação, não haveria comunicação”.*

*(Gerard Duveen)*

É de amplo entendimento que o advento e crescimento da imprensa foram um marco fundamental na transição para a modernidade. Junto à evolução das ciências e à difusão da alfabetização, estes importantes processos caracterizaram a superação das antigas formas

de conhecimento que eram tidas como legítimas até então. Como esclarece Duveen (2010, p. 18), é a produção e circulação “[...] de ideias dentro dessas formas difusas de comunicação que distinguem a era moderna da pré-moderna e ajudam a distinguir as representações sociais como a forma de criação coletiva, distinta das formas autocráticas e teocráticas da sociedade feudal”.

Neste contexto, e com o desenvolvimento sucessivo das tecnologias da informação, os meios de comunicação de massa destacam-se por possibilitarem uma vasta, rápida e permanente circulação de ideias e informações. Estes meios tornaram-se elementos constitutivos da vida em sociedade, propiciando novas formas de interação como também de acesso e consumo de bens simbólicos, entre outras importantes transformações. Daí em diante, a presença física dos indivíduos no mesmo tempo e espaço para a transmissão de informações não é mais necessária. Conseqüentemente, as interações sociais passaram cada vez mais a ser intermediadas pelos meios de comunicação.

Todo o processo que decorreu a partir difusão da imprensa, e que aqui citamos brevemente, reforça o relevante papel que os meios de comunicação desempenham quando se trata de estudar as representações sociais elaboradas e mantidas por um determinado grupo, uma vez que estes ocupam um papel central na vida social e cultural dos indivíduos. Atualmente, os *mass media* mostram-se como os principais mediadores das representações sociais e da esfera pública. Para Jovchelovitch (2000, p. 83), a relação entre meios de comunicação e esfera pública é evidente, pois ambos são dependentes um do outro e “[...] juntos dão forma ao cenário social da modernidade”. E ainda reforçando esta importância, a autora destaca que “a mídia conecta e liga vidas individuais ao construir uma cadeia de códigos compartilhados e reconhecidos que são constitutivos tanto das representações sociais quanto da esfera pública” (Ibid., p. 218).

Em vista disso, um dos principais focos da teoria de Moscovici é mostrar que o conhecimento coletivo está estruturado em forma de representações e que a organização desta estrutura é realizada pelas influências comunicativas que se desenvolvem em sociedade. Ao mesmo tempo, considera-se que são estas representações que tornam a comunicação possível. Na segunda parte do seu estudo sobre as representações sociais da psicanálise, Moscovici (1961), ao analisar a popularização desta teoria (a psicanálise), identifica e define três sistemas de comunicação a partir da fonte, do propósito e da lógica das mensagens, além do contexto que as geram. Ele classificou estes sistemas como difusão, propagação e propaganda. Embora posteriormente o autor tenha vindo a considerar estes processos como gêneros secundários de comunicação, consideramos pertinente defini-los aqui por julgarmos que eles

ilustram bem a importância da comunicação para a criação das representações sociais e como uma condiciona a outra.

Primeiramente, ressaltamos que estes sistemas são constituídos em nível de “massa”, assim como a conversação constitui-se em nível interpessoal, e “[...] suas regras ou lógica conformam essas representações sociais de maneiras específicas” (MOSCOVICI, 2010, p. 366). A difusão está relacionada com a formação das opiniões, e, segundo Moscovici (2010), a transmissão da informação parte de uma maioria para uma minoria. Desta forma, o objetivo da difusão é criar um saber comum, no entanto podendo gerar opiniões diversas.

Já a propagação está relacionada com a formação das atitudes, pois no sentido de propagar uma crença, os membros de um grupo buscam acomodar um novo saber a princípios já estabelecidos. Ou seja, a propagação tem como consequência a integração de uma informação nova aos valores do grupo. E por último, a propaganda tem a ver com a formação dos estereótipos. De acordo com Braga e Campos (2016):

[...] a propaganda é uma forma de comunicação que se insere em relações conflituosas, onde cada partido ou instituição busca impor a sua ideia através de estratégias de persuasão. Manipulando o saber, ela forma estereótipos com vistas a estabelecer a identidade do grupo, oferecendo uma visão de mundo conflituosa e clivada para a identidade de um grupo, colocando-o em uma posição de antagonismo em relação ao outro (BRAGA; CAMPOS, 2016, p. 94).

Tomada de uma perspectiva geral, a comunicação agrega um amplo terreno exploratório, possibilitando diferentes níveis de análise de representações, que abrange desde as conversações face a face até a circulação de informações que é empreendida pelos *mass media*. Para o presente trabalho é esta última modalidade que nos interessa. Por sua vez, é através dos intercâmbios comunicativos que as representações sociais se estruturam e se transformam.

É, portanto, no decurso da comunicação que os grupos sociais geram as representações. Logo, estas nunca podem ser criadas individualmente. Depois de elaboradas elas passam a circular no meio social, podendo assim dar origem a novas representações enquanto representações antigas são superadas ou abandonadas. Desta maneira, Guareschi (2002) reitera que:

É quando as pessoas se encontram para falar, argumentar, discutir o cotidiano, ou quando elas estão expostas às instituições, aos meios de comunicação, aos mitos e à herança histórico-cultural de suas sociedades, que as representações sociais são formadas. Os meios de comunicação de massa, particularmente, têm sido um objeto de investigação para a teoria. Em sociedades cada vez mais complexas, onde a comunicação cotidiana é em grande parte mediada pelos canais de comunicação de

massa, representações e símbolos tornam-se a própria substância sobre as quais ações são definidas e o poder é – ou não – exercido (GUARESCHI, 2002, p. 20).

Como facilmente podemos constatar, os meios de comunicação de massa não só deram outro ritmo a estes processos de criação de representações sociais como também os multiplicaram. Por isso o estudo das mesmas interessa tanto à psicologia social como a outras disciplinas das ciências humanas. Jodelet (2001, p. 24 – 25) sintetiza o enfoque que algumas destas disciplinas conferem às representações: para a história sua importância está na possibilidade de pensar como o mental e o material relacionam-se no processo de evolução das sociedades; para a antropologia, as representações particularizam a ordem cultural em cada formação social, além de serem “constitutiva do real e da organização social”; já para a sociologia, elas objetivam-se através da linguagem e são capazes de explicar determinados comportamentos.

Contudo, à parte de qualquer método científico, a observação das representações sociais é algo que pode ocorrer naturalmente em muitas ocasiões, uma vez que estas se apresentam cristalizadas nas conversações cotidianas, por exemplo, e, sobretudo, nas mensagens que são veiculadas pelos meios de comunicação. Jodelet (2001) descreve ainda que as representações sociais:

Apoiam-se em valores variáveis – segundo os grupos sociais de onde tiram suas significações – e em saberes anteriores, reavivados por uma situação social particular [...]. Estão ligadas tanto a sistemas de pensamentos mais amplos, ideológicos ou culturais, a um estado dos conhecimentos científicos, quanto à condição social e à esfera da experiência privada e afetiva dos indivíduos (JODELET, 2001, p. 21).

Ocorrem então dois processos determinantes para o estabelecimento das representações sociais enquanto formas específicas de mediação social: a ancoragem e a objetivação (ou objetificação). Moscovici (2010, p. 61) define a *ancoragem* como 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 categoria que nós pensamos ser apropriada”. Este mecanismo de transferência de significados nos auxilia a estabelecer uma relação de coerência entre o que é conhecido e o que é desconhecido, uma vez que este último provoca em nós certa resistência e distanciamento. “Ancorar é, pois, classificar e dar nome a alguma coisa. Coisas que não são classificadas e que não possuem nome são estranhas, não existentes e ao mesmo tempo ameaçadoras” (MOSCOVICI, 2010, p. 61). Classificar ou categorizar o que inicialmente nos é estranho envolve a seleção de paradigmas

armazenados em nossa memória que permitem o estabelecimento de uma relação com o objeto em questão, relação esta que pode ser de tanto de caráter positivo como negativo.

Já o processo de objetivação é mais atuante, porém menos imediato que o da ancoragem, uma vez que é apenas através da passagem do tempo e da mudança de costumes que se torna possível constatar sua ação. Objetivar consiste, pois, em tornar familiar e óbvio aquilo que outrora era incomum ou imperceptível; ou ainda, “[...] é descobrir a qualidade icônica de uma ideia, ou ser impreciso; é reproduzir um conceito em uma imagem” (MOSCOVICI, 2010, p. 71). Em suma, a objetivação trabalha para a superação da não-familiaridade tomando por base as experiências e memórias que lhes são anteriores.

Ancoragem e objetivação são, pois, maneiras 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, 2010, p. 78).

De acordo com Jodelet (2001, p. 30), são a objetivação e a ancoragem que “[...] explicam a interdependência entre a atividade cognitiva e suas condições sociais de exercício, nos planos da organização dos conteúdos, das significações e da utilidade que lhes são conferidas”. No intuito de melhor compreender estes processos, trazemos ainda as definições para os mesmos que são propostas por Jovchelovitch (2000, p. 81): objetivar é “[...] condensar significados diferentes – que podem ser ameaçadores, ou indizíveis, para fazê-los familiares, domesticados”. Ao objetivar, os sujeitos ancoram “[...] o desconhecido em uma realidade já institucionalizada e deslocam a geografia de significados estabelecidos que as sociedades lutam para perpetuar”.

Desta forma, estes processos são responsáveis por ajudarem a construir e manter a vida em comunidade, pois nos auxiliam a interpretar e superar as dificuldades de compreensão de determinados fenômenos que inicialmente se apresentam como estranhos para nós, e que sem estes mecanismos correriam o risco de não serem decodificados. Assim, as representações sociais fabricadas e disseminadas pelos meios de comunicação de massa atuam na manutenção da coesão social, trabalhando para tornar familiar o não-familiar e fundamentando a compreensão que os grupos têm de si mesmos e dos outros.

Talvez uma das maiores contribuições de se trabalhar o conteúdo difundido pelos meios de comunicação de massa a partir do pensamento da psicologia social seja o acréscimo de uma perspectiva que vise suplantar resquícios de superficialidade possíveis de serem

identificadas em algumas das teorias da comunicação. Teorias estas que se propõem a levantar questões sobre os efeitos dos *media*, considerando a eficácia das mensagens apenas de acordo com os interesses pretendidos por quem as divulga. Moscovici (2010) ressalta que os problemas reais que a psicologia social abarca são bem mais amplos do que a observação pragmática dos limites que são impostos por aqueles que detêm o poder de decidir sobre o conteúdo midiático. Estes problemas situam-se nas “[...] questões sobre por que e de acordo com que retórica nós nos comunicamos e sobre a maneira como nossa motivação para a comunicação se reflete em nossos modos de comunicação” (MOSCOVICI, 2010, p. 154).

Evidentemente não podemos reduzir o foco que se emprega à análise de como a mídia pode ser contraditória em muitos casos, principalmente quando se trata de questões que envolvem poder e ideologia. No entanto, como bem destaca Jovchelovitch (2000, p. 91), não se pode também subestimar a propensão que estes meios possuem de produzir significados e valores hegemônicos, uma vez que a mídia é um elemento fundamental no exercício do poder, “[...] particularmente naquelas sociedades onde a mídia, a indústria e o governo estão nas mãos da mesma família e onde a ausência de uma esfera pública forte impede o escrutínio dos interesses privados que dirigem a indústria de comunicações”.

Por isso defende-se que a comunicação deve ser entendida dentro de um contexto mais amplo, e não apenas como uma técnica, uma vez que “[...] os princípios organizacionais da comunicação refletem as relações sociais que estão implícitas neles” (MOSCOVICI, 2010, p. 154). Logo, a preocupação deve estar além da análise daquilo que é comunicado, atentando-se também para a forma com que se comunica e os significados que a comunicação tem para os indivíduos. É Jodelet (2001) quem descreve os elementos que justificam o poder que as representações que circulam através dos *mass media* têm de estabelecer versões da realidade que são compartilhadas e consensuais:

Primeiro, ela [a comunicação] 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 (JODELET, 2001, p. 32).

Diante de uma conjuntura onde se verifica os efeitos generalizantes da globalização e das tecnologias da informação em processo de evolução constante, voltamos nossas atenções para as consequências que tais fatores provocam na produção e circulação das representações de realidade para grupos sociais menores. Tais questões possibilitam o estudo

da formação, reprodução e também da permanência de elementos que partem do imaginário social e constituem as representações sociais que estes grupos têm de si mesmos. Sendo assim, a análise das representações sociais reúne a força da história e das tradições com a flexibilidade das dinâmicas contemporâneas, voltando-se tanto para a duração e manutenção destas representações quanto para suas inovações e transformações.

Através do que já foi exposto até aqui, torna-se clara a adequação da proposta de se analisar o conteúdo de telejornais regionais para identificar as representações sociais que são construídas e sustentadas por eles sobre uma região específica. Chegamos ao entendimento de que desta forma, “as representações sociais disseminadas pelos meios de comunicação passam a se constituírem realidades as quais passam a integrar o perfil da opinião pública em forma de discurso da atualidade, tornando parte do senso-comum” (MORIGI, 2004, p. 06).

Ademais, lembramos que as representações guiam as ações dos indivíduos, através de construções e reconstruções de sentidos. Perante uma sociedade plural e global, onde há uma multiplicidade de formas de pensamentos, os meios de comunicação atuam na tentativa de produzir sentidos e representações comuns para determinados temas, eventos, personagens, etc. É através dos modos com que a mídia organiza suas estratégias de comunicação que “[...] podemos desvendar e compreender como se formam as estruturas, os processos internos e as dinâmicas da lógica de produção e criação dos sentidos que dão sustentação a determinadas formas de conceber o mundo, às instituições, seus discursos e suas práticas [...]” (MORIGI, 2004, p. 11).

Por promover a interação social entre diversos campos do conhecimento, a comunicação, especificamente por meio dos *mass media*, ocupa ainda a função de intermediadora destes campos. Através dos mecanismos já citados, ela articula e enquadra as informações a partir de seus preceitos ideológicos e culturais. O jornalismo, enquanto campo de poder, lança mão de certo privilégio uma vez que seu discurso é tido como verdadeiro. Além do mais, atua na mediação dos processos de construção da identidade cultural e da manutenção da memória social, questões que abordamos nos tópicos a seguir.

## 4.2 Representações sociais e a questão da identidade

*“Partilhar uma ideia ou uma linguagem é também afirmar um vínculo social e uma identidade”.*

*(Denise Jodelet)*

De acordo com Moscovici (2010, p. 34), as representações sociais possuem duas funções principais: primeiramente elas “[...] *convencionalizam* os objetos, pessoas ou acontecimentos que encontram. Elas lhe dão uma forma definitiva, as localizam em uma determinada categoria e gradualmente as colocam como um modelo de determinado tipo, distinto e partilhado por um grupo de pessoas”. Tais convenções nos auxiliam a associar as representações com aquilo que elas representam, servindo também para sabermos identificar quando uma mensagem deve possuir determinado significado em relação a outras ou quando são mensagens de interpretação casual, sem esta imposição de significados prévia.

A segunda função das representações é a de serem *prescritivas*, isto é, “[...] elas se impõem sobre nós com uma força irresistível. Essa força é uma combinação de uma estrutura que está presente antes mesmo que nós comecemos a pensar e de uma tradição que decreta *o que deve ser pensado*” (MOSCOVICI, 2010, p. 36). Por sua vez, estas representações que são partilhadas por muitos, influenciam a mente de cada um individualmente, e geralmente não são problematizadas ou questionadas, elas simplesmente são reproduzidas ou rerepresentadas. Moscovici (2010) explica ainda que estas representações que nos são impostas são produtos de sucessivas mudanças que ocorrem no decorrer do tempo e que são transmitidas de geração para geração:

Todos os sistemas de classificação, todas as imagens e todas as descrições que circulam dentro de uma sociedade, mesmo 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, 2010, p. 37).

Por isso considera-se que as representações atuam também “[...] na manutenção da identidade social e do equilíbrio sociocognitivo a ela ligados” (JODELET, 2001, p. 35). O compartilhamento de representações explica a especificidade das mesmas, quer estas sejam impostas por uma ideologia dominante ou sejam consequência de determinações da estrutura social em que se desenvolvem. Nesse caso, “a partilha serve à afirmação simbólica de uma unidade e de uma pertença. A adesão coletiva contribui para o estabelecimento e o reforço do vínculo social” (Ibid., p. 34).

De acordo com Jovchelovitch (2000, p. 123), “a forma como sujeitos sociais representam uma realidade dada, o conteúdo – as práticas e os símbolos – que eles encontram para dar forma a estas representações envolve também a apresentação de uma identidade e de uma interpretação possível sobre a vida social”. A pesquisadora explica que quando os sujeitos sociais constroem campos representacionais, eles o fazem com a intenção de dar sentido à realidade, de forma a interpretá-la. Nestes processos estes sujeitos acabam por definir como enxergam a si mesmos e aos outros, além de dizerem “[...] como se situam no campo social e quais são os recursos cognitivos e afetivos que lhes são acessíveis em um dado momento histórico” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 177). Logo, pode-se afirmar que as representações sociais revelam a identidade daqueles que estão envolvidos no seu processo de construção.

Na atividade que é exercida pela ancoragem podemos perceber que, como Jovchelovitch (2000, p. 177) afirma, “não há possibilidade para a construção da identidade sem o trabalho representacional [...]”. Uma vez que ancorar implica a utilização de juízos de valor, classificamos elementos desconhecidos de acordo com alguma categoria historicamente já situada. Sendo assim, forçamos estes elementos a assumirem determinada forma de acordo com dimensões valorativas já estabelecidas pelo nosso pensamento. É através deste mecanismo então que damos continuidade a certos tipos de identidades partilhadas. Neste sentido, Duveen (2010) afirma que:

As representações sociais emergem, não apenas como um modo de compreender um objeto particular, mas também como uma forma em que o sujeito (indivíduo ou grupo) adquire uma capacidade de definição, uma função de identidade, que é uma das maneiras como as representações expressam um valor simbólico [...] (DUVEEN, 2010, p. 20 – 21).

Por identidade compreendemos ser “[...] a fonte de significado e experiência de um povo” (CASTELLS, 1999, p. 22). Estes significados são frutos de um processo de construção que tem por base um conjunto de atributos culturais relacionados entre si e sempre em um contexto onde há relações de poder. Desta maneira, Castells (1999, p. 24) propõe três formas distintas para a origem e construção de identidades. São elas: identidade legitimadora, identidade de resistência e identidade de projeto.

A primeira forma é estabelecida por instituições dominantes que visam expandir sua dominação no meio social. Já a segunda é criada por indivíduos em situação de dominação, que os tornam desvalorizados e os fazem criar tal identidade de resistência para fazer frente a esta dominação que lhes é imposta. Por último, a identidade de projeto refere-se

a quando os indivíduos constroem uma nova identidade a partir do material cultural que têm a seu dispor para assim buscar transformar a estrutura social na qual se encontram. Contudo, Castells (1999, p. 24) afirma que “a dinâmica de identidades ao longo desta sequência evidencia que, do ponto de vista da teoria social, nenhuma identidade pode constituir uma essência, e nenhuma delas encerra, *per se*, valor progressista ou retrógrado se estiver fora de seu contexto histórico”. Sendo assim, cada um destes processos de construção de identidade implica em consequências distintas na organização da sociedade.

Todavia, há um aspecto em comum nestes tipos de formação de identidade: a necessidade do estabelecimento de representações sociais partilhadas. Estas representações devem operar sentido de forma semelhante entre os indivíduos que constroem e compartilham determinada identidade.

Para compreendermos melhor de que maneira as representações atuam na formação de identidades culturais recorreremos às discussões que são propostas no âmbito dos estudos culturais. Para estes, as representações passaram a ocupar um importante lugar nos estudos sobre cultura por conectá-la à linguagem e à construção de sentidos. Numa definição breve, representação seria a produção de sentido através da linguagem (HALL, 1997). E esta produção de sentido só é possível através do compartilhamento de “mapas conceituais” entre os indivíduos que compõem o mesmo grupo social. “Nosso mapa conceitual compartilhado deve ser traduzido em uma linguagem comum, de tal modo que possamos correlacionar nossos conceitos e ideias com certas palavras escritas, sons, falas ou imagens” (HALL, 1997, p. 05, tradução nossa).

Contudo, é importante ressaltar que os sentidos não são intrínsecos às coisas nem às palavras que usamos para designá-las. Somos nós, indivíduos sociais, que estabelecemos os sentidos de forma a fixá-los até que se transformem em algo natural e ao mesmo tempo inevitável. Ou seja, a linguagem não funciona como um espelho do real, pois o sentido é construído por um sistema de representação que é composto por um código que relaciona nosso sistema conceitual e nosso sistema de linguagem. Desta forma, os códigos estabilizam o sentido em diferentes linguagens e culturas (HALL, 1997).

Para Hall (1997, p. 08, tradução nossa), “pertencer a uma cultura é pertencer aproximadamente ao mesmo universo conceitual e linguístico, é saber como os conceitos e ideias são traduzidas em várias línguas e como a linguagem se relaciona ou se refere ao mundo”. Por se aproximar mais da perspectiva construtivista, os estudos culturais corroboram que os “mapas conceituais” dos quais dispomos são resultado de convenções sociais que são frutos de uma construção, e que no decorrer de nossas vidas nós os aprendemos e os

reproduzimos de forma inconsciente à medida que nos consolidamos como membros de determinada cultura. Dito isto, podemos afirmar que apenas quando compartilhamos de um mesmo “mapa conceitual” é que compartilhamos também de uma mesma identidade com os demais membros deste grupo.

As implicações disto no processo comunicativo, articulado especialmente pelo telejornalismo, são várias, pois é aí também onde o sentido é colocado em prática. Na ausência dos mecanismos comunicativos o sentido não tem efeito. Hall (2003) explica que apenas através das “regras” pelas quais a linguagem significa é que os acontecimentos podem ser postos sob o signo do discurso televisivo e assim podem ser transmitidos, deixando de ser um evento histórico “bruto”. Contudo, tais regras discursivas não são aleatórias, pois elas têm consequências políticas e sociais que incidem sobre a forma com que tais eventos recebem este ou aquele significado. Antes que a mensagem televisiva tenha um efeito ela precisa ser decodificada. Hall (2003, p. 390) esclarece que “é esse conjunto de significados decodificados que ‘tem um efeito’, influencia, entretém, instrui ou persuade, com consequências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas”.

Com base na distinção que Hall (2003) expõe acerca dos termos denotação e conotação, somos levados a afirmar que as representações sociais são estruturas de significação conotativa, e por isso mesmo são fragmentos ideológicos. Vejamos o porquê. Para a teoria linguística, denotação e conotação distinguem-se da seguinte forma: enquanto o primeiro termo refere-se ao sentido literal das palavras, o segundo refere-se a sentidos menos fixos, que são associativos e dependem da intervenção de códigos em diferentes instâncias. No entanto, para Hall (2003), a utilidade desta distinção é puramente analítica, pois em um discurso a maioria dos signos se apresentará através da combinação de aspectos denotativos e conotativos.

Hall (2003, p. 395) afirma que “é no *nível* conotativo do signo que as ideologias alteram e transformam a significação”, pois é neste nível que os signos estão abertos à associação com discursos e sentidos ideológicos maiores. Contudo, não significa dizer que o nível denotativo seja isento de influências ideológicas, uma vez que a sua própria fixação e naturalização já demonstram um forte valor ideológico. “Desse modo, os termos ‘denotação’ e ‘conotação’ são meramente ferramentas analíticas úteis para se distinguir, em contextos específicos, os diferentes níveis em que as ideologias e os discursos se cruzam, e não a presença ou ausência de ideologia na linguagem” (HALL, 2003, p. 395).

Consideramos, no entanto, que as representações possuem significação de ordem predominantemente conotativa, uma vez que é também através das associações para a criação

dos significados que o poder e a ideologia manifestam-se em determinados discursos. Por utilizarem códigos inseridos e estabelecidos em “mapas conceituais”, as representações refletem uma série de significados relativos às relações de poder e interesse presentes nas práticas sociais. Dentro dos “mapas conceituais” existem sentidos dominantes. Isto significa dizer que apesar de existirem diversas possibilidades de decodificação, haverá sentidos preferenciais, por corresponderem a uma ordem institucionalizada através da ideologia impressa neles.

Quando falamos em “ideologia” estamos cientes das diversas discussões que foram e são mantidas em torno daquilo que este termo designa. Diante de suas várias interpretações e usos possíveis, queremos elucidar aqui que, para o estudo das representações sociais, reconhecemos a ideologia como sendo uma questão de poder, que é alvo de disputa entre os integrantes de um grupo em busca de legitimação. Concepção esta bastante próxima àquela que foi proposta pelo marxismo. De acordo com Eagleton (1997), esta é uma das definições mais aceitas, e tal processo de legitimação envolveria cerca de seis estratégias:

Um poder dominante pode legitimar-se *promovendo* crenças e valores compatíveis com ele; *naturalizando* e *universalizando* tais crenças de modo a torná-las óbvias e aparentemente inevitáveis; *denegrindo* ideias que possam desafiá-lo; *excluindo* formas rivais de pensamento, mediante talvez alguma lógica não declarada mas sistemática; e *obscurecendo* a realidade social de modo a favorecê-lo (EAGLETON, 1997, p. 19).

A partir desta concepção de viés marxista, a ideologia apresenta-se como um conjunto de representações que possui a função de assegurar a reprodução das relações de dominação nas sociedades. Logo, a ideologia é um fator determinante para a cristalização das representações sociais. De acordo com Sousa Filho (1995, p. 03) “em qualquer sociedade em que se manifeste, a ideologia assegura a coesão social, regulando os vínculos que unem os indivíduos às normas e aos papéis que lhe são atribuídos”. Sendo assim, para fins da nossa posterior análise, entendemos que existem grupos dominantes que fixam suas ideologias através das formas simbólicas de dominação, constituindo os campos de poder, entre eles a comunicação, para a manutenção e legitimação de seus interesses.

Assumindo que uma forma simbólica só é ideológica quando é capaz de sustentar relações de dominação, é incontestável que os meios de comunicação possuem significativa participação na criação e manutenção de ideologias dominantes. Diariamente, recebemos implícita ou até mesmo explicitamente, a ideologia hegemônica através do conteúdo midiático, especialmente através do jornalismo, e mais ainda através do telejornalismo, pois

como afirma Bucci (1997, p. 18), “televisão no Brasil é uma questão de poder”. Devemos levar estes fatores em consideração ao analisarmos as representações sociais que são construídas através do telejornalismo. Neste sentido, Duveen (2010) ressalta que:

Em todos os intercâmbios comunicativos, há um esforço para compreender o mundo através de ideias específicas e de projetar essas ideias de maneira a influenciar outros, a estabelecer certa maneira de criar sentido, de tal modo que as coisas são vistas desta maneira, em vez *daquela*. Sempre que um conhecimento é expresso, é por determinada razão; ele nunca é desprovido de interesse (DUVEEN, 2010, p. 28).

Em contrapartida, Hall (2003) considera que, atualmente, o termo ideologia é aplicado para qualificar qualquer forma de pensamento social organizado. Logo, deve possuir um sentido mais amplo, e por sua vez mais descritivo e menos sistemático, abrindo possibilidades sobre a proposição marxista clássica. Por fim, sugere a seguinte definição, que também se demonstra adequada ao entendimento do termo para os estudos sobre as RS:

Por ideologia eu compreendo os referenciais mentais – linguagens, conceitos, categorias, conjunto de imagens do pensamento e sistemas de representação – que as diferentes classes e grupos sociais empregam para dar sentido, definir, decifrar e tornar inteligível a forma como a sociedade funciona (HALL, 2003, p. 267).

Ademais da reprodução das relações econômicas e políticas, é preciso reconhecer que a ideologia também é responsável por garantir, através das representações, as crenças que impõem ordem na sociedade. Crenças estas que são socialmente construídas, e que apesar de arbitrárias e convencionais, acabam tornando-se naturais e inevitáveis. “A ideologia, portanto, atende a esse ‘anseio’ de toda ordem social em se preservar, preservando as crenças que asseguram a consagração simbólica de suas normas, padrões, instituições, costumes [...]” (SOUSA FILHO, 1995, p. 03). Neste sentido, as representações fazem com que a ideologia circule na sociedade, constituindo uma visão de mundo prática e permanente para os sujeitos.

Ao discutir a cobertura televisiva das manifestações que ocorreram por todo o Brasil no ano de 2013, Mota (2013, p. 50) afirma que “[...] os textos, ou a narrativa de um programa de televisão, podem nos construir socialmente, reforçando ou transformando nossas identidades sociais”. No entanto a autora frisa que o conteúdo televisivo é polissêmico e que seus efeitos para a recepção são imprevisíveis. Logo, não é garantida uma interpretação uniforme deste conteúdo, uma vez que “são os processos culturais de representação e significação de relações e identidades sociais que favorecem os múltiplos sentidos” (MOTA, 2013, p. 50).

Mota (2013) argumenta ainda que as representações as quais temos acesso através das narrativas da História são centrais para a construção da identidade, normas e valores de um grupo, ou seja, “representações da história ajudam a definir a identidade social dos povos” (MOTA, 2013, p. 54). Portanto, podemos afirmar que, através da memória coletiva, as narrativas da história tornam-se elementos essenciais na construção e manutenção das representações que se tem sobre a identidade da região do Cariri, e, conseqüentemente, de qualquer outra localidade que se deseje observar.

Vejamus uma breve situação a título de ilustração para a afirmação anterior. Sabe-se que só na cidade de Juazeiro do Norte existem cerca de 40 terreiros de candomblé (Diário do Nordeste, 2010). Uma quantidade expressiva se considerarmos uma série de fatores, como o número de habitantes do local, por exemplo. No entanto, quando se remete a esta cidade, e à região do Cariri como um todo, há uma associação imediata às tradições da fé católica popular. Ou seja, por mais que não seja um absoluto consenso entre seus habitantes, esta representação já está ancorada, cristalizada, na imagem que se tem sobre o Cariri. Isto ocorre em parte porque a história “[...] oferece eventos concretos que são compartilhados largamente e que possuem ressonância emocional” (MOTA, 2013, p. 54). Contudo, isto não significa que esta representação seja imutável. Já vimos que as representações são dinâmicas e podem ser reformuladas ou até mesmo descartadas. Logo, “a força de uma representação não se deve à sua origem social e sim, à sua capacidade de ser compartilhada por todos e fortalecida pela tradição” (Ibid., p. 60).

Como já frisamos anteriormente, presumimos constatar em nossa análise que o telejornalismo regional produzido no Cariri esteja voltado para o fortalecimento de certos traços identitários desta região, através da construção e difusão de representações sociais que os legitimem. Contudo, como ressalta Castells (1999), as identidades locais interseccionam-se com outras fontes de significado, dando possibilidade a interpretações alternativas acerca da realidade social na qual os indivíduos estão inseridos. Ao mesmo tempo, estas identidades “[...] consistem em reações defensivas contra as condições expostas pela desordem global e pelas transformações, incontroláveis e em ritmo acelerado” (CASTELLS, 1999, p. 84). Logo, a memória coletiva preservada em nível de comunidades locais é uma fonte de identidades específicas, onde há certo sentimento de pertença e onde a vida é compartilhada através de significados comuns.

### 4.3 Enquadramento como estratégia de representação

*“Nos meios de comunicação, tão importantes quanto os assuntos que se publicam são os argumentos com os quais se definem as realidades sociais, através dos enquadramentos”.*

*(Teresa Sádaba)*

Depois de estabelecidas as aproximações e a correlação entre a teoria das representações sociais e a comunicação de uma forma ampla, voltamos agora nossas considerações para a prática do jornalismo, notadamente para o telejornalismo, nosso subcampo de interesse neste trabalho. A fim de reforçar a compreensão acerca de como as representações sociais são elaboradas e mantidas através dos produtos jornalísticos, retomamos a discussão iniciada no primeiro capítulo em torno do processo de construção das notícias. Para tanto, destacamos alguns pressupostos oriundos da teoria do enquadramento<sup>40</sup>, pois, queremos demonstrar que, na prática jornalística, o enquadramento funciona como a estratégia que confere forma e existência às representações sociais. Esta discussão nos dá suporte para nossa posterior análise, pois entenderemos como as notícias são constituídas e a partir disso poderemos chegar aos possíveis significados que as mesmas produzem.

Após sucessivas discussões no campo científico, dentro dos interesses e perspectivas de disciplinas como a psicologia e a sociologia, chegou-se ao estabelecimento de uma teoria do enquadramento. De acordo com Sádaba (2007, p. 55, tradução nossa), “em suas origens, a teoria do enquadramento busca dar resposta ao modo pelo qual os homens conhecem seu entorno social e lhe outorgam um significado”. Assim como para a sociologia do conhecimento, para a teoria do enquadramento não importa tanto aquilo que se conhece, mas sim como se conhece. Portanto, as representações sociais, por serem formas estruturadas de conhecimento compartilhadas por um grupo, permitem este deslocamento na perspectiva de análise ao serem identificadas e examinadas.

Apesar de classificado enquanto teoria, Sádaba (2001) afirma que não existe uma definição consensual para o que é enquadramento, uma vez que, desde os debates iniciais sobre este tema na sociologia, até sua posterior aplicação no contexto da comunicação, os diversos autores que se dedicaram a esta questão aplicaram direcionamentos distintos às suas discussões. Por isso, tomando como exemplo sua própria condição teórica, “a teoria do enquadramento destaca que para o conhecimento das coisas não há um único caminho, mas

---

<sup>40</sup> Em português convencionou-se a utilização do termo “enquadramento” como tradução para o original em inglês “*framing*”.

que se dispõe de múltiplas vias, perspectivas e maneiras de acessar a realidade” (SÁDABA, 2001, p. 170, tradução nossa).

Ainda que não haja um absoluto consenso entre os teóricos que se dedicam a este paradigma, no contexto da comunicação compreende-se, de uma forma geral, que a ação do enquadramento é capaz de fornecer uma explicação acerca de como a atividade jornalística atribui significados aos fatos, ou seja, de como se dá a transformação dos acontecimentos em conteúdo jornalístico. Na concepção de Reese (apud SÁDABA, 2001, p. 167, tradução nossa), os enquadramentos nos meios de comunicação são “os princípios de organização compartilhados socialmente, persistentes no tempo e que trabalham simbolicamente para estruturar o mundo social com significado”.

De antemão, é preciso salientar que os enquadramentos atribuídos aos fatos desdobram-se a partir das influências do contexto cultural no qual estes fatos se originam. De acordo com Sádaba (2001, p. 156, tradução nossa), para a teoria do enquadramento “os significados da realidade difundidos através dos meios de comunicação e sua repercussão nos significados dessa mesma realidade para as audiências se configuram como o principal objeto de estudo”.

No processo de produção da notícia há muitas questões que não aparecem explicitamente no produto final, mas que são essenciais para compreender como e por que as informações são tratadas de determinada maneira e não de outra. Por que se realiza uma reportagem ao invés de uma única entrevista? Quais fontes são ouvidas? Quais as imagens que acompanham os relatos? Estas e outras escolhas fazem parte do que se denomina enquadramento e do processo de significação das notícias. É a partir destas seleções que as representações sociais materializam-se na tela diante dos telespectadores.

Através dos personagens e falas selecionadas no momento da edição, do lugar que a notícia ocupa na hierarquia do telejornal, de acordo com a linguagem que é utilizada pelo jornalista, ou seja, através dos diversos elementos que constituem as notícias é que são produzidos os possíveis significados. Falamos em significados “possíveis” visto que, como sabemos, a decodificação por parte dos receptores das informações estará sujeita à influência de fatores diversos, sobretudo o contexto sociocultural no qual estes se encontram inseridos.

É por isso que, muitas vezes, apesar de referirem-se ao mesmo fato, as informações não são noticiadas da mesma forma em veículos de comunicação distintos. E nem poderiam, pois os enquadramentos utilizados pelos jornalistas também presumem a relação que o veículo de comunicação estabelece com sua audiência em termos de identificação. A informação televisiva busca, através de certas estratégias, a captação de

audiência, seja para uma maior rentabilidade econômica ou política (ou as duas coisas ao mesmo tempo). No entanto, os princípios para transformar os fatos da vida cotidiana em notícias são relativos, e dependerá dos objetivos e enfoques de cada veículo de comunicação, ou seja, dependerá do enquadramento por ele adotado. Como bem afirma Herreros (2004):

O que a televisão oferece é uma versão, entre outras muitas possíveis, do que acontece em uma sociedade. E ainda que haja coincidência entre os meios, e em particular dos canais de televisão, em selecionar o mesmo fato, cada um valoriza e enfoca de maneira diferente segundo seu modo de ser e de ver. Não existe uma visão global e única da realidade, mas sim múltiplas perspectivas com maior ou menor garantia de fidelidade de acordo com a atitude de cada canal (HERREROS, 2004, p. 15, tradução nossa).

Sádaba (2001, p. 165, tradução nossa) afirma que “o enquadramento é em grande medida seleção de informação”. Portanto, os enquadramentos impõem algumas limitações aos significados das coisas. Por isso mesmo podem também gerar significados diferentes a partir dos mesmos fatos. Para a averiguação de como esta seleção manifesta-se nas notícias é preciso que se analisem seus elementos constitutivos, pois “com todos e cada um destes elementos integrantes da notícia se destacam umas ideias e se omitem outras, caracterizam-se os acontecimentos ou se reduzem os fatos a seus aspectos fundamentais” (SÁDABA, 2001, p. 165, tradução nossa).

A realidade a que temos acesso através dos produtos telejornalísticos provém de diversos tipos de enquadramento. Estes enquadramentos originam-se ainda através das tipificações e dos critérios de noticiabilidade adotados por cada veículo de comunicação e assim configuram as representações sociais, pois no processo de construção da notícia os profissionais recorrem a um acervo de conhecimento prévio sobre os temas em questão que os permitem enquadrar os acontecimentos em determinadas categorias e transformá-los em notícia a partir disto. Logo, é também desta maneira que o enquadramento dos meios de comunicação participa do processo de significação dos acontecimentos.

Além do mais, considerando a atividade jornalística de uma perspectiva geral, os enquadramentos que são utilizados pelos meios de comunicação, “[...] surgem como resultado do trabalho jornalístico, e que são parte de toda uma interpretação da realidade e de uma série de circunstâncias profissionais que acrescentam no jornalista um modo particular de ver a realidade” (SÁDABA, 2001, p. 155, tradução nossa). Como sugere Tuchman (1983), os enquadramentos são determinados pela organização dos meios de comunicação e pelas atitudes dos jornalistas que neles trabalham. Os fatores referentes à organização dos veículos comunicacionais que repercutem nos enquadramentos utilizados vão desde a hierarquia dos

profissionais na redação; passando por questões de ordem burocrática, como a categoria na qual se inserem suas concessões; até fatores de ordem técnica.

Quanto aos jornalistas, Sádaba (2001, p. 158, tradução nossa) destaca que estes “[...] são analistas da realidade e sua função é fornecer aos cidadãos os elementos necessários para a compreensão dos temas [...]”. Assim, além da influência da cultura profissional da qual compartilham no ambiente de trabalho, observam-se ainda como determinantes para o enquadramento as fontes das quais estes jornalistas dispõem, sua própria credibilidade enquanto profissional perante o público, e a linguagem que utilizam no tratamento das informações. O acontecimento passa pela interpretação dos jornalistas antes de ser transmitido. Sendo assim, o profissional jornalista possui participação efetiva no ato do enquadramento, uma vez que, como indivíduo social, sua subjetividade incidirá em alguma medida sobre o tratamento que o mesmo confere aos acontecimentos a serem transmitidos enquanto notícia.

Diante disso, a teoria do enquadramento demonstra também que a objetividade no jornalismo é impraticável. Corroborando com o paradigma construtivista, alguns autores chegam a argumentar que nem sequer as ciências naturais podem ser objetivas, uma vez que também são feitas pelos homens. Logo, toda a realidade social é histórica e construída pelos indivíduos. Neste sentido torna-se inevitável que também se relacione a questão do enquadramento com a ideologia, uma vez que os enquadramentos podem, intencionalmente, contribuir para a manutenção de uma dominação ideológica, pois reduzem e organizam a informação disponível indicando às audiências como e o que pensar sobre determinados assuntos. Por estruturarem o conhecimento os enquadramentos estarão sujeitos a determinados interesses. Consequentemente, em alguma medida, a ideologia dominante irá delimitar sobre o quê o jornalista pode falar e como deve falar.

Sádaba (2001, p. 162, tradução nossa) reitera que “a organização e as rotinas aceitas pelos profissionais convertem-se nos elementos que determinam os enquadramentos das notícias, que os levam a selecionar uns temas e a silenciar outros, a transmiti-los em forma de notícia ou reportagem”. O ato de enquadrar é necessário também para impor uma ordem no tempo e no espaço, pois os telejornais possuem formatos pré-estabelecidos e que devem ser seguidos a cada edição. Portanto, sua montagem não pode ser aleatória e deve obedecer a determinadas regras de construção. Aqui referimo-nos ao enquadramento que é realizado pelos telejornais. Contudo, é importante frisar que o enquadramento é necessário e inevitável em qualquer formato jornalístico, visto que todos eles possuem limitações e regras referentes quer seja ao tempo ou ao espaço.

Tuchman (1983) afirma ainda que os fatos por si só não possuem significados e que são os jornalistas que atribuem significados aos mesmos. Para explicar como, através do enquadramento das notícias, este significado é construído pelo público que as recebem, a autora aponta dois processos propostos pela corrente etnometodológica e que compõem a transformação dos fatos em notícia: a reflexividade e a indicatividade.

Enquanto a reflexividade refere-se ao fato de que as narrativas estão inseridas na mesma realidade que registram, caracterizam ou estruturam, a indicatividade mostra que a atribuição de significado aos fatos pelos indivíduos pode surgir de fora do contexto em que estes fatos foram produzidos e processados. Ou seja, a indicatividade manifesta-se quando se retira uma declaração de seu contexto original e utiliza-se em outro contexto, conferindo-lhe então significado distinto daquele que o originou. Em síntese, “a reflexividade da notícia faz com que se ordene a realidade para torná-la acessível às audiências; a indicatividade converte a notícia em um significado para os que a leem, escutam ou veem” (SÁDABA, 2007, p. 92, tradução nossa).

A proposta da etnometodologia busca alcançar uma compreensão mais detalhada de como funcionam os enquadramentos, uma vez que consideram que apenas a análise do conteúdo das notícias não é suficiente. A partir deste método o pesquisador realiza a observação participante, que consiste em adentrar o ambiente de trabalho dos jornalistas e passar a analisar, por um determinado período, as negociações que ocorrem entre os jornalistas e as fontes e entre os jornalistas e seus colegas de trabalho, sobretudo seus superiores, que representam a política de funcionamento do veículo de comunicação. Ou seja, “[...] os etnometodólogos examinam como as pessoas dão sentido ao mundo cotidiano quando operam dentro da atitude natural” (TUCHMAN, 1983, p. 202, tradução nossa).

Após o que foi exposto até aqui acerca do enquadramento que é realizado pelos meios de comunicação, chegamos ao entendimento de que este procedimento desempenha importante influência nas atitudes dos atores sociais, pois é, em parte, através do conteúdo que eles têm acesso por estes meios que estabelecem significados e lidam com a realidade que os cerca. “Ao esboçar significados da realidade, a notícia e seus enquadramentos oferecem visões do mundo que o público assume de algum modo, consciente ou não da trama institucional a qual os acontecimentos são submetidos” (SÁDABA, 2007, p. 92, tradução nossa).

Lembremos que a comunicação entre os indivíduos torna-se inviável sem o compartilhamento de determinados códigos. Apesar de heterogêneo em sua subjetividade, o público ao qual se direciona o conteúdo dos telejornais que analisamos está inserido em um

mesmo contexto cultural e compartilham de um mesmo “mapa conceitual”. Desta forma, o que se espera é que estes telejornais utilizem enquadramentos textuais e visuais familiares a estes telespectadores, pois apenas assim os significados acerca da realidade social se estruturarão naturalmente para eles.

A realidade ultrapassa o conhecimento que temos sobre ela sendo a representação apenas uma forma que utilizamos para acessá-la e conferir-lhe sentido. Nesta lógica, Sádaba (2001) propõe cinco aspectos fundamentais: a realidade é a mesma para todos os indivíduos; é possível ter conhecimento sobre esta realidade; cada indivíduo interpreta esta realidade subjetivamente; esta interpretação já é conhecimento e tal conhecimento é comunicável. Para a comunicação, as representações sociais organizam a realidade e a torna acessível para o conhecimento dos indivíduos. Da mesma forma que os enquadramentos estruturam o discurso jornalístico, as representações sociais estruturam o imaginário social. Portanto, em produtos jornalísticos, as representações sociais são consequências da operação do enquadramento.

## 5 UM OLHAR SOBRE OS TELEJORNAIS

*“[...] os jornais perpetuam e ao mesmo tempo constroem representações sociais”.*

*(Sandra Jovchelovitch)*

Nos capítulos anteriores, discutimos e estabelecemos o alicerce teórico que respalda nossa análise. Neste último capítulo buscamos então demonstrar algumas formas possíveis de aplicar estas teorias à análise da prática jornalística e de seus produtos, neste caso específico os telejornais regionais *Verde Vale Notícias* e *CE TV 1ª Edição*. Na constituição do nosso arcabouço teórico, recorreremos à convergência de diferentes teorias, uma vez que as questões que tratam sobre a construção do conhecimento e, conseqüentemente, da realidade social, são desenvolvidas no âmbito da sociologia; ao passo que a análise das práticas jornalísticas fica a cargo dos estudos em comunicação; já as questões referentes às representações sociais são elaboradas no campo da psicologia.

Situamo-nos, portanto, numa condição “transdisciplinar”. Como ressalta Canclini (1997, p. 44, tradução nossa), “estamos em um tempo transdisciplinar, não simplesmente *inter* ou *multi*, mas sim transdisciplinar, em que as disciplinas têm de interagir umas com as outras [...]”. Sendo assim, acreditamos que a discussão das questões por nós suscitadas neste trabalho torna-se mais enriquecedora se pensada de forma relacionada umas com as outras, e não de forma isolada. É, pois, “[...] nesta interseção de disciplinas e culturas que se estão produzindo as inovações mais frutíferas nas ciências sociais e humanas” (CANCLINI, 1997, p. 46, tradução nossa).

Apesar de assumirmos tal postura transdisciplinar, ressaltamos que nosso interesse primordial com esta pesquisa está nos processos comunicacionais, visto que a comunicação seja o campo científico ao qual encontramos-nos vinculados enquanto pesquisadores. Desde o início de nossas discussões deixamos claro que aceitamos a notícia como sendo o resultado de um processo de construção que é empreendido pela prática jornalística, e que a mesma constitui uma forma de conhecimento. Conhecimento este que é construído, mantido ou transformado através de representações sociais. Logo, entender como é produzida a notícia, a partir dos critérios de seleção até o enquadramento dos acontecimentos, é fundamental para que alcancemos o objetivo desta pesquisa, que é o de identificar e analisar representações sociais da região do Cariri que são difundidas pelos dois telejornais regionais em questão.

Tecendo um diálogo entre esta concepção da notícia como construção com a teoria das representações sociais, dispomos de subsídios para entender tanto como se processa

esta construção quanto a influência que as notícias exercem na manutenção das representações existentes sobre determinados assuntos. Os veículos de comunicação, enquanto instituições que produzem as notícias, funcionam ainda como legitimadores destas representações. Desta forma, como afirma Jovchelovitch (2000, p. 80), “[...] a análise das representações sociais deve concentrar-se sobre aqueles processos de comunicação e vida social, que não apenas as produzem mas que também lhes conferem uma estrutura peculiar”.

Por possibilitar que os indivíduos apreendam seu entorno, as representações sociais são um importante instrumento para a viabilização de algumas condutas sociais, sobretudo da comunicação. De acordo com Jodelet (2001, p. 22), elas também intervêm em processos variados e sobre os quais estivemos discorrendo nos capítulos anteriores “[...] tais como a difusão e assimilação dos conhecimentos, o desenvolvimento individual e coletivo, a definição das identidades pessoais e sociais, a expressão dos grupos e as transformações sociais”. Assim sendo, não nos restringimos a compreender as representações sociais exclusivamente do ponto de vista individualizante a que se propõem algumas correntes da psicologia, mas antes estamos interessados no seu viés que engloba os contextos sociais em que elas são criadas, os atores e grupos que envolvem e os conhecimentos que estabelecem em determinada sociedade.

Alsina é um dos muitos pesquisadores da comunicação que defendem a noção de que a mídia não reflete a sociedade, mas sim que a representa. Contudo, o autor ressalta que “nessa representação nem todos os agentes sociais recebem o mesmo tratamento jornalístico em quantidade nem em qualidade” (ALSINA, 2009, p. 65). Isto pode ocorrer devido, entre outros fatores, às características sociopolíticas do contexto onde tais veículos de comunicação encontram-se inseridos, que influenciarão no processo de produção da notícia. É algo que fica perceptível quando se compara a produção de um telejornal de cobertura regional com a de um de alcance nacional, por exemplo. Serão outros recortes da realidade e outros sistemas de relevância adotados, para citarmos apenas algumas das diferenças.

Entretanto, quando se trata da observação de telejornais de cobertura similar (como os dois telejornais regionais objetos desta pesquisa) a tendência é que, segundo Alsina (2009, p. 66), “mesmo que, cada meio de comunicação, e de acordo com a sua política editorial, nos ofereça uma visão diferenciada dos assuntos, esses assuntos abordados pelos diversos meios de comunicação são praticamente os mesmos, e assim criamos essa imagem de uma única realidade”. Em nossa análise das representações sociais verificamos se, e em que medida, esta afirmação conforma-se ao conteúdo que é transmitido pelo *Verde Vale Notícias* e pelo *CE TV 1ª edição*.

Antecedendo a discussão dos procedimentos metodológicos utilizados em nossa análise trazemos aqui uma breve descrição acerca de aspectos históricos e da organização destes dois telejornais.

**Figura 2** – Jornalista Isaac Macêdo apresentando o *Verde Vale Notícias*



Fonte: tvverdevale.tv

- a) **Verde Vale Notícias:** o telejornal Verde Vale Notícias está no ar desde 25 de maio de 2009 (aproximadamente três anos após a fundação da TV Verde Vale). É transmitido de segunda-feira a sábado, com início às 13h e término por volta das 13h40min (aos sábados de 13h10 às 13h50min). O telejornal é dividido em três blocos e soma cerca de 30 minutos de conteúdo (somando escalada, manchetes, VTs, notas peladas e notas pé), excluindo-se o tempo reservado aos intervalos para divulgação do apoio cultural. A organização das matérias segue certo padrão que é comum no telejornalismo: no primeiro bloco vão ao ar as notícias factuais e as notícias duras (TUCHMAN, 1983), que são de divulgação urgente. São as da área policial e as da política, por exemplo. Nos blocos seguintes vão ao ar as notícias leves, da área de cidades, de cultura e de entretenimento, entre outras. No último bloco segue-se com as notícias leves e também há um espaço reservado para as notícias relacionadas ao esporte na região. O telejornal atualmente é apresentado por um único repórter âncora. É comum também a prática de receber convidados para entrevista ao vivo, no estúdio, principalmente para a divulgação de eventos. Às terças-feiras há um quadro fixo chamado “Fala, doutor”, em que um médico esclarece dúvidas da população sobre questões de saúde; e às quintas-feiras tem o quadro “Mais saúde”, que como o próprio nome sugere, trata de assuntos relacionados à práticas

de vida saudáveis. Já às sextas-feiras vai ao ar o quadro “Agenda cultural”, em que se divulgam eventos e atividades de lazer que ocorrerão durante o fim de semana na região. A apresentação do conteúdo se dá principalmente através de reportagens, entrevistas estilo *stand-up*<sup>41</sup>, notas cobertas e notas peladas. São realizadas também séries de reportagens especiais em virtude de alguma data ou acontecimento específico. Apesar de ter mais dois telejornais diários em sua grade de programação, a editora-chefe da TV Verde Vale relatou em entrevista a esta pesquisadora que o *Verde Vale Notícias* é o principal deles, por ter maior duração e pelo horário que vai ao ar. Desta forma, e de acordo com a editora-chefe, este é o jornal que leva mais tempo para ser produzido, exigindo mais dedicação da equipe de jornalismo. Em suma, o *Verde Vale Notícias* é um jornal voltado para temas cotidianos das cidades da região do Cariri, pautando assuntos como a violência urbana, os acontecimentos políticos, a realização de eventos, a prestação de serviços, entre outros.

**Figura 3** – Jornalista Paulo Ernesto apresentando o *CE TV 1ª Edição*



Fonte: [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

- b) CE TV 1ª Edição:** o telejornal *CE TV 1ª Edição* está no ar desde a fundação da TV Verdes Mares Cariri, em outubro de 2009. Seu horário de transmissão é de 12h às 12h40min, de segunda a sexta-feira, tendo duração menor aos sábados, com início às 12h30min e término às 12h50min. Organizado em quatro blocos, tem em média 30 minutos de conteúdo (sem contar o tempo dos intervalos comerciais). Assim como o

<sup>41</sup> São entrevistas gravadas, onde o repórter conversa com o entrevistado ou no local do acontecimento ou até mesmo nas dependências da emissora, contanto, fora do estúdio onde o telejornal é apresentado.

*Verde Vale Notícias*, o conteúdo do *CE TV 1ª Edição* segue a estrutura convencional dos telejornais: no primeiro bloco vão ao ar as notícias factuais, seguidas pelas notícias mais leves, e no último bloco, as notícias sobre esporte. Diariamente há entrevistas ao vivo no estúdio, pois alguns assuntos, de acordo com uma das repórteres, por falta de recurso de personagens e imagens para ilustrar, não rendem reportagens e sim, apenas entrevistas como essas. Há alguns quadros fixos de periodicidade semanal na composição do telejornal, são eles: Cariri em Cena, Diversão e Arte, Nosso Ceará e Mais Saúde. Tanto o “Cariri em Cena” como o “Diversão e Arte” são produzidos e transmitidos apenas pela emissora do Cariri, sendo o primeiro voltado para histórias de vida de caririenses, que, por algum motivo, destacam-se na região; e o segundo é para a divulgação de eventos regionais que ocorrerão durante o fim de semana. Já os quadros “Nosso Ceará” e “Mais saúde” são produzidos pela emissora de Fortaleza e também transmitidos pelo telejornal da emissora da capital. Enquanto o primeiro deles traz histórias peculiares de personagens cearenses, o segundo é voltado para o esclarecimento de assuntos relacionados à saúde. Diariamente pode haver troca de matérias entre a TV Verdes Mares Cariri e a TV Verdes Mares de Fortaleza. Durante a produção dos telejornais os profissionais das redações das duas emissoras ficam mantendo contato para que se decida se há matérias interessantes a serem enviadas de uma para a outra. Os formatos mais frequentes utilizados para a transmissão do conteúdo são reportagens, notas cobertas e notas peladas, boletins e *links* ao vivo (estes dois últimos frequentemente com entrevistas e realizados nas dependências da emissora). Em algumas ocasiões específicas produzem-se também série de reportagens especiais. Na lista das 20 maiores audiências da emissora TV Verdes Mares Cariri o *CE TV 1ª edição* figura em 13º lugar<sup>42</sup>. O *CE TV 1ª Edição* é caracterizado no site [negocios8.redeglobo.com.br](http://negocios8.redeglobo.com.br) como um telejornal que “leva ao cearense informações atualizadas sobre tudo que acontece no estado”, e que “dedica espaço ao jornalismo comunitário” sendo um lugar onde “as comunidades ganham voz para reivindicar seus direitos”.

Apesar de estarmos trabalhando com emissoras classificadas em diferentes categorias de concessão, uma educativa e outra comercial, percebe-se que esta condição não implica tanto no formato de telejornal por elas adotado, que de certa forma é bastante

---

<sup>42</sup> Fonte: [negocios8.redeglobo.com.br](http://negocios8.redeglobo.com.br)

semelhante. Já quanto às condições técnicas e estruturais destas emissoras, a TV Verdes Mares Cariri apresenta condições bastante superiores as da TV Verde Vale. Pois, como já foi comentado anteriormente, a Rede Globo de Televisão despense grandes investimentos para manter um padrão de qualidade entre suas afiliadas, padrão este que dificilmente é acompanhado por outras emissoras do país.

Assinaladas tais questões de conjuntura, passemos agora à discussão acerca dos procedimentos metodológicos utilizados em nossa análise.

### 5.1 Questões metodológicas

*“A abordagem social das representações trata de uma matéria concreta, diretamente observável, mesmo que a organização latente de seus elementos tenha sido objeto de reconstrução por parte do pesquisador”.*

*(Denise Jodelet)*

Apesar de as representações sociais constituírem um conhecimento que é equiparado ao do senso comum, passa a ser um tipo de conhecimento considerado um objeto de estudo tão legítimo quanto aquele que é produzido cientificamente “[...] devido à sua importância na vida social e à elucidação possibilitadora dos processos cognitivos e das interações sociais” (JODELET, 2001, p. 22).

Por abranger temas diversos, que interessam a diferentes disciplinas e domínios científicos, “a pesquisa sobre representações sociais apresenta um caráter ao mesmo tempo fundamental e aplicado e recorre a metodologias variadas [...]” (JODELET, 2001, p. 12). Dentre estas metodologias podemos citar: entrevistas; aplicação de questionários; experimentos laboratoriais; observação participante; análise documental, de conteúdo ou de discurso, entre outras. É comum também que se utilize mais de uma metodologia neste tipo de pesquisa, de forma que uma complemente a outra.

Esse pluralismo metodológico é comumente adotado nas pesquisas sociais (BAUER et. al., 2002). Contudo, é preciso estar ciente das vantagens e limitações dos diferentes métodos, que terão contribuições variadas a oferecer à pesquisa. A abordagem metodológica corresponderá, portanto, ao que se pretende extrair do objeto analisado, que depois de ter definido e estabelecido seu recorte, estará sujeito ao tratamento teórico.

A realidade que temos acesso através dos meios de comunicação é uma realidade representada, e não a realidade em si mesma. Logo, a pesquisa sobre as representações sociais

deverá apoiar-se em dados empíricos acerca deste mundo social que é construído através dos processos comunicacionais. Sendo assim, estes dados:

[...] reconstruem as maneiras pelas quais a realidade social é representada por um grupo social. Um jornal representa até certo ponto o mundo para um grupo de pessoas, caso contrário elas não o comprariam. Nesse contexto, o jornal se torna um indicador desta visão de mundo (BAUER et. al., 2002, p. 22).

O conteúdo representativo pode ser abordado a partir de diferentes suportes, como a linguagem, o discurso ou documentos, por exemplo. Outro motivo pelo qual sua identificação e análise aceitam variados tratamentos metodológicos. Nesta pesquisa, o conteúdo dos telejornais *Verde Vale Notícias* e *CE TV 1ª edição* é o suporte onde buscamos identificar estas representações, através principalmente de técnicas presentes na metodologia da análise de conteúdo. Descrevemos os procedimentos de análise detalhadamente no subtópico a seguir.

Ressaltamos ainda que o telejornal é um produto finalizado, no qual o pesquisador não pode interferir em sua constituição. É também objetivado, uma vez que não está relacionado a comportamentos e decisões exclusivamente individuais. Desta forma, “trabalhar sobre conteúdos objetivados permite não sobrecarregar a pesquisa de debates que o trabalho empírico não pode resolver” (JODELET, 2001, p. 37).

No título desta dissertação utilizamos a expressão “estudo de caso”, uma expressão que é amplamente utilizada nas ciências sociais e ciências vizinhas, como a antropologia, por exemplo. Enquanto método de pesquisa, entendemos que o estudo de caso integra “[...] o uso de um conjunto de ferramentas para levantamento e análise de informações” (DUARTE, 2011, p. 215). É um tipo de estudo de abordagem majoritariamente qualitativa, indicado principalmente para responder as questões do tipo “como” e “por que”, e quando “[...] o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real” (Ibid., p. 216).

Para Goode e Hatt (apud DUARTE, 2011, p. 216), o estudo de caso “[...] não é uma técnica específica. É um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado”. Para tanto, compreende-se que dentro de um estudo de caso aceita-se o uso de variadas técnicas de coleta e tratamento das informações. Contudo, tais técnicas devem centrar-se em uma situação ou fenômeno particular, possibilitando ao estudo de caso realizar uma descrição minuciosa do tema posto em discussão. Duarte (2001, p. 217) explica ainda que dentro dos objetivos do estudo de caso deve estar “[...] a obtenção de novas

interpretações e perspectivas, assim como o descobrimento de novos significados e visões antes despercebidas” acerca do objeto submetido à análise.

Para esta pesquisa acreditamos ser adequado o uso da expressão “estudo de caso”. Estamos abrangendo a totalidade das emissoras de televisão de uma região, ou seja, todas as ocorrências integram o objeto de estudo. Assim como nos estudos de caso, a nossa análise é de aspecto predominantemente qualitativo, uma vez que os telejornais em estudo são inteiramente relacionados à região do Cariri. O aspecto quantitativo dá conta apenas das temáticas que são mais abordadas por eles. Concordamos que quando a análise é de caráter predominantemente quantitativo a pesquisa é fortalecida em termos de abrangência, no entanto torna-se precária em profundidade. Nosso interesse maior está, portanto, nos aspectos constitutivos das representações sociais. Como explicam Bauer e Aarts (2002):

O principal interesse dos pesquisadores qualitativos é na tipificação da variedade de representações das pessoas no seu mundo vivencial. As maneiras como as pessoas se relacionam com os objetos no seu mundo vivencial, sua relação sujeito-objeto, é observada através de conceitos tais como opiniões, atitudes, sentimentos, explicações, estereótipos, crenças, identidades, ideologias, discurso, cosmovisões, hábitos e práticas (BAUER; AARTS, 2002, p. 57).

A partir disso, e dentre os variados procedimentos de pesquisa que são utilizados em estudos de caso, fazemos uso, na observação do nosso objeto, de técnicas presentes principalmente no método da análise de conteúdo. Na definição de Bardin (1979, p. 42), a análise de conteúdo compreende um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visa obter, “[...] por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitem a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”.

Este método tem se consolidado como uma forma eficiente para analisar as informações que são manifestadas através de palavras, frases, imagens ou sons. De acordo com Herscovitz (2010, p. 123), a análise de conteúdo é “amplamente empregada nos vários ramos das ciências sociais empíricas”, revelando-se como “um método de grande utilidade na pesquisa jornalística”. A autora complementa dizendo que, no âmbito do jornalismo, esta metodologia:

Pode ser utilizada para detectar tendências e modelos na análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos. Serve também para descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos, para avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações, para identificar elementos típicos, exemplos representativos e discrepâncias e para comparar o conteúdo jornalístico de diferentes mídias em diferentes culturas (HERSCOVITZ, 2010, p. 123).

Outra tendência recente e que caracteriza a análise de conteúdo é que, além de adequar-se a propostas que utilizam mais de uma técnica de investigação, esta pode valorizar tanto o aspecto quantitativo como o qualitativo, “[...] dependendo da ideologia e dos interesses do pesquisador” (FONSECA JÚNIOR, 2010, p. 285). No âmbito das pesquisas acerca da comunicação de massa, a análise de conteúdo se ocupa da análise das mensagens, sendo que, diferente de outras modalidades de análise de mensagens, ela irá dispor tanto de “sistematicidade” quanto de “confiabilidade” (Ibid., p. 286), além de ser replicável.

O *corpus* da nossa pesquisa, ou seja, o “[...] conjunto de documentos a serem submetidos à análise” (FONSECA JÚNIOR, 2010, p. 292), é constituído por um mês de edições dos telejornais *Verde Vale Notícias* e *CE TV 1ª edição*. O mês selecionado foi abril de 2016. A seleção deste *corpus* foi parcialmente aleatória, contudo, motivada pela busca de um mês de aparente “normalidade”, onde supomos que fatores externos (como algumas datas específicas, por exemplo) não influenciariam tanto na produção das pautas. Defendemos ainda que o período de um mês é uma amostra significativa no que se refere à produção habitual destes telejornais, e que a seleção de um período maior acabaria nos levando a uma redundância exaustiva. Em números, nosso *corpus* é composto por 135 matérias do *Verde Vale Notícias* e 142 matérias do *CE TV 1ª edição*.

Por abranger uma enorme quantidade de elementos suscetíveis à observação, é inviável, para a maioria das pesquisas sociais, contemplar estes elementos em sua totalidade, sendo por isso necessário trabalhar-se com uma amostra que possa ser representativa desta totalidade. Além do mais, “se o objetivo for aprofundar o conteúdo, torna-se impossível o processamento de uma grande quantidade de dados, devendo ser realizada uma análise qualitativa” (FONSECA JÚNIOR, 2010, p. 293).

Sabemos, no entanto, que não pode haver abordagem qualitativa sem quantificação, nem vice-versa. Consequentemente, concordamos com Herscovitz (2010, p. 126) quando ela diz que é precária a noção de que “[...] estatísticas sobre tamanho, formato e frequência de informações na mídia são capazes de determinar seu impacto social ou a intensidade de seus significados [...]”, tornando-se então necessário que o pesquisador conheça os fatores não quantitativos para interpretar e criticar os fenômenos que está se propondo a analisar.

Em vista disso, a pesquisa em que o aspecto qualitativo se sobressai deverá ocupar-se das interpretações da realidade social, uma vez que os dados numéricos não falam por si só. Logo, o foco da pesquisa qualitativa é, principalmente, “[...] a exploração do conjunto de opiniões e representações sociais sobre o tema que pretende investigar”

(GOMES, 2009, p. 79). Quando falamos em interpretação das informações referimo-nos ao momento em que o pesquisador deverá articular o material selecionado à fundamentação teórica previamente definida e discutida em seu trabalho, a fim de que se cumpra com os propósitos da pesquisa.

Ainda acerca da abordagem qualitativa no estudo das representações sociais, concordamos que não é necessário que se abranja a totalidade dos casos em que estas se manifestam, uma vez que, em geral, “[...] a dimensão sociocultural das opiniões e representações de um grupo que tem as mesmas características costumam ter muitos pontos em comum [...]” (GOMES, 2009, p. 79). Seguindo este raciocínio, através da reconstrução das representações sociais:

[...] os analistas de conteúdo inferem a expressão dos contextos, e o apelo através desses contextos. Se enfocarmos a fonte, o texto é um *meio de expressão*. Fonte e público são o contexto e o foco de inferência. Um *corpus* de texto é a representação e a expressão de uma comunidade que escreve. Sob esta luz, o resultado de uma AC<sup>43</sup> é a variável dependente, a coisa a ser explicada. Textos atribuídos contêm registros de eventos, valores, regras e normas, entretenimento e traços do conflito e do argumento. A AC nos permite reconstruir indicadores e cosmovisões, valores, atitudes, opiniões, preconceitos e estereótipos e compará-los entre comunidades (BAUER, 2002, p. 192).

Sendo assim, a análise de conteúdo de abordagem predominantemente qualitativa exige do pesquisador a construção de uma interpretação, que tem por base principalmente as inferências que se manifestam ou com base em dados numéricos, ou na relação da mensagem com o contexto no qual foi produzida. É importante destacar que, assim como afirma Jovchelovitch (2000, p. 21), “a interpretação é também representação e enquanto tal está aberta à interrogação, à confrontação e à diferença”. Por isso a importância de se prezar pela sistematização e rigor na análise, através do detalhamento e justificativa sobre as decisões realizadas.

Após a delimitação do *corpus*, será preciso que se estabeleçam unidades para a categorização dos dados brutos e definição da amostragem. Estes dados devem ser sintetizados em categorias definidas através de regras explícitas. Tais regras possuem o objetivo de fazer inferências lógicas sobre as mensagens e devem ser elaboradas antecipadamente.

Jovchelovitch (2000), em sua análise sobre as representações sociais da esfera pública brasileira na imprensa, buscou identificar quais são estas representações que são

---

<sup>43</sup> Análise de Conteúdo.

produzidas e postas em circulação, ao invés de analisar processos específicos da linguagem da mídia que possibilitam o surgimento das mesmas. Assim como Jovchelovitch, tomamos como unidade de registro para nossa análise o “tema”.

De acordo com Bardin (1979, p. 104), a unidade de registro é “a unidade de significação a codificar e corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base visando a categorização e a contagem frequencial”. Entre estas unidades de registro, uma frequentemente utilizada na análise das comunicações de massa é justamente o tema. Para Bardin (1979, p. 105) o tema é “a unidade de significação que se liberta naturalmente de um texto analisado segundo certos critérios relativos à teoria que serve de guia à leitura”, e desta forma “o texto pode ser recortado em ideias constituintes, em enunciados e em proposições portadores de significações isoláveis”. Trabalhar com a análise temática consiste então em identificar os “núcleos de sentido” que integram o texto, cuja “[...] presença, ou frequência de aparição podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido” (BARDIN, 1979, p. 105).

A análise de conteúdo, portanto, ocupa-se principalmente da análise de mensagens. Contudo, sendo a televisão um meio audiovisual, sua mensagem é constituída e transmitida por uma composição complexa que envolve sons e imagens. As imagens das notícias surgem “[...] como ilustrações ou, mais raramente, como provas. São redundantes, confirmativas, constituindo-se como marcas de autenticidade e ‘efeitos do real’” (SERRANO, 2012, p. 218).

Levando esta complexidade em consideração, esclarecemos que em nossa análise priorizamos o conteúdo verbal, pois, como nos lembra Rose (2002, p. 358), “normalmente, os dois modos, o visual e o verbal, irão contar a mesma história [...]”. Acreditamos que uma análise das imagens renderia uma pesquisa com um direcionamento diferente daquele a que nos propomos, tornando-se assim demasiada extensa e de difícil execução.

Ainda de acordo com Rose (2002), não existe uma forma ideal para a apreensão todas as nuances originadas pelo meio televisivo, pois algum elemento a elas relacionado sempre correrá o risco de sair fragilizado em qualquer análise que se busque realizar. Assim, o produto final da análise “[...] será normalmente uma simplificação – um conjunto de extratos ilustrativos [...]” (ROSE, 2002, p. 345). Para superar ou amenizar esta condição, a autora propõe que o pesquisador descreva de forma bastante explícita as técnicas que utilizou para selecionar, transcrever e analisar os dados, a fim de que seja possível ao leitor julgar e debater os resultados da análise empreendida. É o que buscamos fazer a seguir.

### 5.1.1 Procedimentos de pesquisa

Para nortear nossos próximos passos, reiteramos a definição de análise de conteúdo no jornalismo proposta por Herscovitz (2010):

[...] método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação (HERSCOVITZ, 2010, p. 126 – 127).

Definida nossa base teórica e selecionado o *corpus* de pesquisa, as etapas que seguimos para a execução da nossa análise podem ser descritas em três fases:

- a) **Primeira fase:** observação flutuante dos telejornais. Esta exploração inicial do *corpus* da pesquisa foi útil para conhecermos o material com o qual trabalhamos, propiciando-nos o desenvolvimento de impressões e orientações que nos guiaram na definição das categorias de análise e da amostragem. Em seguida, realizamos um período de observação participante<sup>44</sup> na redação de jornalismo da TV Verde Vale. A observação participante teve como objetivo a obtenção de dados adicionais sobre a rotina de produção do telejornal. Acompanhamos o trabalho da equipe de jornalismo na produção do *Verde Vale Notícias* do dia 18 de abril ao dia 28 de abril de 2016. Neste período, realizamos ainda entrevistas semi-estruturadas<sup>45</sup> com o diretor administrativo da emissora, com a editora-chefe e com uma das produtoras. As entrevistas tiveram o propósito de reunir informações complementares sobre esta emissora e sobre a produção do telejornal, além de compreender melhor os dados observados e situar os sentidos atribuídos pelos profissionais desta emissora às representações que buscam transmitir sobre a região do Cariri. Não conseguimos autorização para a realização da observação

<sup>44</sup> A observação participante é um método de pesquisa de abordagem qualitativa que consiste na presença do pesquisador no contexto em que se desenvolve o objeto que está analisando, permitindo assim que ele examine comportamentos sem as mediações que poderiam interferir nos dados. Contudo, como esclarecem Casetti e Chio (1999, p. 223), a própria presença do pesquisador no ambiente pode modificar o comportamento dos indivíduos. Resta avaliar em que medida isto é prejudicial à pesquisa. Esta observação se dá mediante acordo prévio, onde os envolvidos estão cientes dos objetivos pretendidos pelo pesquisador.

<sup>45</sup> A entrevista semi-estruturada (ou semi-aberta) caracteriza-se por ter um roteiro de questões-guia que serve de controle e onde “cada questão é aprofundada a partir da resposta do entrevistado [...] no qual perguntas gerais vão dando origem a específicas” (DUARTE, 2010, p. 66).

participante na redação da TV Verdes Mares Cariri<sup>46</sup>. Para superar esta dificuldade, atualizamos, através de entrevistas, informações obtidas no período em que realizamos o estágio obrigatório do curso de Jornalismo nesta emissora, no ano de 2013. Durante o estágio estivemos envolvidos não apenas como observadores, mas também participando da produção do telejornal *CE TV 1ª edição*. Acreditamos com isso não haver tanto prejuízo para a nossa pesquisa, pois a observação participante funcionou como método complementar, uma vez que o nosso foco principal está no conteúdo ao qual temos acesso. Neste aspecto, ressaltamos que “técnicas diferentes permitem apreender os diferentes aspectos envolvidos na constituição do objeto sob investigação” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 215). A análise de conteúdo, complementada pela observação participante e por entrevistas semi-estruturadas, formam o conjunto de técnicas utilizadas por nós na análise das representações sociais.

- b) Segunda fase:** pré-análise e desenvolvimento de categorias. De acordo com Fonseca Júnior (2010, p. 290), a pré-análise “consiste no planejamento do trabalho a ser elaborado, procurando sistematizar as ideias iniciais com o desenvolvimento de operações sucessivas, contempladas num plano de análise”. Assistimos novamente todo o *corpus* selecionado para assim estabelecermos as categorias de análise. A categorização, por sua vez, “[...] consiste no trabalho de classificação e reagrupamento das unidades de registro em número reduzido de categorias, com o objetivo de tornar inteligível a massa de dados e sua diversidade” (FONSECA JÚNIOR, 2010, p. 298). Primeiramente, classificamos cada matéria em sete grandes áreas temáticas, que pela frequência com que apareciam funcionaram para nós como tipos de editorias, tal qual ocorre nos jornais impressos, por exemplo. Estes grandes temas por nós identificados foram: **policial** – matérias que se referiam à ocorrência de crimes, acidentes e denúncias; **esportes** – matérias relacionadas a qualquer atividade esportiva; **eventos** – matérias referentes tanto à divulgação como à cobertura de eventos diversos; **ajuda** – matérias que divulgam histórias de pessoas ou instituições que estão necessitando de algum tipo de contribuição,

---

<sup>46</sup> Durante o ano de 2016 tentamos por diversas vezes a permissão para realizarmos o trabalho de observação participante na redação da TV Verdes Mares Cariri. Os profissionais da emissora do Cariri nos informaram que dependiam de uma autorização vinda do setor responsável da TV Verdes Mares de Fortaleza. Entramos em contato por mais de uma vez, por e-mail e por telefone, tanto com a chefe de jornalismo como com o diretor de jornalismo da emissora. Em ambos os casos explicamos os objetivos da nossa pesquisa e o trabalho que desejávamos realizar. Recorremos ainda ao intermédio de pessoas influentes junto à administração da emissora para conseguirmos a autorização. Recebemos resposta negativa em todas as tentativas, sem nenhuma justificativa para tal.

sobretudo financeira; **idades** – matérias referentes às questões urbanas, como infraestrutura e política, por exemplo; **utilidade pública** – matérias em que se divulgam informações didáticas ou acerca da prestação de serviços públicos para a população; **região em destaque** – matérias que dão visibilidade a histórias de pessoas ou projetos sociais do Cariri, ou até mesmo que tratam da repercussão regional de um assunto de relevância nacional. Dentro do *corpus* estabelecido de um mês de edições (135 matérias do *Verde Vale Notícias* e 142 do *CE TV 1ª edição*) chegamos às seguintes porcentagens para a frequência com que cada uma destas áreas temáticas figura nestes dois telejornais:

**Quadro 1** – Porcentual temático de cada telejornal

	<b>Policial</b>	<b>Esportes</b>	<b>Eventos</b>	<b>Ajuda</b>	<b>Cidades</b>	<b>Utilidade pública</b>	<b>Região em destaque</b>
<b>VVN</b>	14,81%	10,37%	28,88%	4,44%	18,51%	10,37%	12,59%
<b>CE TV</b>	7,04%	10,56%	28,16%	5,63%	21,12%	15,49%	11,97%

Fonte: Própria autora

Através de uma rápida análise comparativa entre estes números podemos constatar que estes telejornais aproximam-se na frequência com que abordam algumas temáticas, sendo as mais recorrentes no *Verde Vale Notícias* as notícias referentes à cobertura e divulgação de eventos, seguidas pelos temas referentes a cidades e da área policial. Já no *CE TV 1ª edição*, as duas primeiras áreas temáticas mais frequentes são as mesmas que as do *Verde Vale Notícias*, estando na terceira posição as matérias de utilidade pública.

Definido o “tema” como nossa “unidade de sentido” ou “unidade de registro”, identificamos, a partir de expressões e falas, que essas “unidades de registro” possuem semelhanças semânticas, que foram agrupadas e passaram a constituir uma categoria. “[...] as categorias, por sua vez, formam a representação social do fenômeno em estudo” (GUARESCHI; MAYA, 2000, p. 184). Ou seja, dentro destes grandes temas detectamos alguns vieses de representação que as matérias apresentam e agrupamos estes traços representacionais em cinco categorias, que nomeamos de:

**1 – Histórias de vidas do Cariri:** nesta categoria visamos abranger as matérias em que o foco da narração consiste em dar visibilidade às pessoas da região que por algum motivo se destacam, seja através do pioneirismo em alguma ação ou da superação de dificuldades.

**2 – A religiosidade do Cariri:** aqui buscamos identificar como o tema da religiosidade é trabalhado, uma vez que se mostrou presente e relevante nestes telejornais, mesmo não havendo nesta região grandes festividades ou romarias durante o mês de abril.

**3 – A cultura do Cariri:** categoria composta pelo conteúdo voltado para a cobertura de eventos e para a visibilidade que se dá a aspectos da tradição e história da região.

**4 – Cariri que se destaca e que repercute:** a quarta categoria é formada pelas matérias em que o valor-notícia reside na ocorrência de algum fator de evidente importância na região e que repercutiu para além da mesma.

**5 – Cariri solidário:** já nesta categoria, analisamos as reportagens que dão destaque às iniciativas solidárias de assistência social desenvolvidas na região, realizadas especialmente por projetos independentes e de organizações não-governamentais.

Na definição destas categorias representacionais buscamos identificar aquilo que de alguma forma caracteriza a região, ou seja, que não poderia ser igual em qualquer outro lugar, como é o caso de algumas notícias factuais. Um acidente automobilístico ou a reclamação da população sobre ruas esburacadas são pautas desenvolvidas praticamente da mesma forma em qualquer lugar. Já a cobertura de um evento cultural ou a visibilidade que se dá ao trabalho de um artista local, por exemplo, carregam fortes elementos representacionais, pois se relacionam diretamente com a imagem que se constrói e que se tem da região. Apesar de algumas vezes haver a interseção de mais de uma destas características numa mesma matéria, ao classificarmos em uma das categorias tentamos perceber os aspectos que se sobressaíam. É o caso da religiosidade, por exemplo, que também pode ser abordada como um aspecto cultural.

c) **Terceira fase:** definição da amostragem, inferências e interpretação. Para cada categoria representacional selecionamos três exemplos de cada telejornal. Visto que os telejornais são regionais, todas as matérias referem-se à região do Cariri e entraram na pré-análise para a definição da amostragem<sup>47</sup>, que foi composta por 30 matérias, sendo 15 de cada telejornal. Como nossa abordagem é qualitativa, a escolha dos exemplos esteve preocupada em ser representativa do universo em estudo. Estas seleções podem, com relativa segurança, ser generalizadas para todas as ocorrências das categorias dentro do

---

<sup>47</sup> Exceto as matérias do *CE TV 1ª edição* que são produzidas e enviadas pela redação da TV Verdes Mares de Fortaleza, pois estas matérias ou se referem à região metropolitana da capital ou possuem alguma relação com todo o estado do Ceará.

*corpus*. Após a descrição dos resultados da categorização, passamos às inferências, pois, como ressalta Bardin (1979, p. 38), o interesse da AC “[...] não reside na descrição dos conteúdos, mas sim no que estes nos poderão ensinar após serem tratados (por classificação, por exemplo) relativamente a ‘outras coisas’”. Portanto, a inferência consiste na dedução lógica acerca de aspectos relativos ao conteúdo analisado, dedução esta que pode ser de natureza psicológica, sociológica, histórica, etc., e que recorre a determinados indicadores, quantitativos ou não (BARDIN, 1979). Feitas as inferências, passamos então para a última etapa, que é a interpretação dos resultados obtidos. De acordo com Gomes (2009, p. 91), “chegamos a uma interpretação quando conseguimos realizar uma síntese entre: as questões da pesquisa; os resultados obtidos a partir da análise do material coletado, as inferências realizadas e a perspectiva teórica adotada”. Ou seja, interpretar é avançar em direção aos contextos que originam determinado conteúdo, que podem revelar, entre outros aspectos, as motivações que deram origem a este conteúdo ou com que intenção ele foi criado.

As representações possuem características externas e por isso é possível identificar como elas aparecem na cultura de um povo. Por sua vez, as representações que nos propomos a analisar advêm principalmente de observação empírica da realidade. De antemão, podemos dizer que a determinação e o compartilhamento de algumas das representações que são difundidas por estes telejornais em estudo são preexistentes a existência dos mesmos, e que eles são responsáveis por mantê-las e legitimá-las. Reforçamos então porque optamos por privilegiar métodos de pesquisa qualitativa, tendo em vista que estamos trabalhando com processos que não devem ser reduzidos à contabilização da frequência com que ocorrem, visto que envolvem uma gama complexa de significados e motivações.

Ainda no tocante às representações, fornecemos uma interpretação acerca das estratégias utilizadas pelos comunicadores (produtores, repórteres e editores) dos telejornais na construção das caracterizações correspondentes à região. Serão, portanto, exemplos de como estas representações são criadas ou mantidas e legitimadas através do telejornalismo. É importante destacar que cada telespectador recebe e ancora estas representações em sua própria realidade pessoal, e que as interpretações a que chegamos são algumas dentre as várias possíveis.

A seguir, discutimos de que forma os telejornais *Verde Vale Notícias* e *CE TV 1ª edição* estabelecem representações sociais do Cariri a partir das cinco categorias por nós definidas. Ressaltamos que a comparação entre os dois telejornais não é o foco da análise,

mas que em alguma medida torna-se inevitável, sobretudo mediante a cobertura das mesmas pautas. Os procedimentos que precederam a análise foram os seguintes: (a) identificação do formato do conteúdo (reportagem, nota coberta, entrevista ao vivo ou entrevista gravada); (b) identificação em qual das categorias estabelecidas o conteúdo se enquadra; (c) transcrição do vídeo.

Transcrevemos todos os vídeos na íntegra e não apenas o texto dos repórteres, uma vez que as definições das sonoras fazem parte de um processo de edição. Ou seja, as falas das fontes e entrevistados que compõem as matérias e as entrevistas gravadas são selecionadas pelos repórteres e editores. Do mesmo modo, nas entrevistas ao vivo as falas dos entrevistados são direcionadas pelo repórter. Com isso queremos demonstrar que os jornalistas interferem em todo o conteúdo do telejornal, tendo participação em todas as representações que são construídas. Após as transcrições dos três exemplos de cada categoria segue nosso comentário interpretativo.

A seguir, ilustramos como é organizado e redigido o *script* ou esqueleto de uma reportagem de um telejornal, a fim de possibilitar aos leitores deste trabalho a compreensão acerca de alguns termos técnicos que são utilizados pelos profissionais que o produzem. O *script* é redigido em uma “[...] lauda especial para telejornalismo com espaços próprios para todas as informações necessárias que serão usadas na exibição dos programas marcações, técnicas e o texto jornalístico” (PATERNOSTRO, 2006, p. 171). No entanto, optamos por transcrever os exemplos selecionados de forma direta, indicando apenas a qual destes elementos que compõem uma notícia ou entrevista de telejornal o texto em questão se refere.

#### Quadro 2 – Exemplo de *script* ou esqueleto de uma reportagem

<b>RETRANCA</b> (identificação da matéria)	<b>VT</b> – orfanato 100 anos
<b>CABEÇA</b> (texto que introduz a matéria e é lido pelo apresentador, ao vivo, no estúdio)	NA PRÓXIMA SEXTA-FEIRA O ORFANATO JESUS, MARIA E JOSÉ COMPLETA UM SÉCULO DE HISTÓRIA// ELE FOI FUNDADO PELO PADRE CÍCERO E TEM MANTIDO O PROPÓSITO: ACOLHER CRIANÇAS// HOJE, AO INVÉS DE ÓRFÃOS, O LOCAL É UM LAR PARA MUITAS CRIANÇAS CARENTES//
	<b>{RODA VT} {ABRE SOM DO VT}</b>
<b>OFF 1</b> (texto gravado pelo repórter que acompanha as imagens)	JÁ SÃO CEM ANOS DE PORTAS ABERTAS PARA ACOLHER CRIANÇAS E TRANSFORMAR HISTÓRIAS. QUEM COMEÇOU ESSA CAMINHADA FOI O PADRE CÍCERO. O RELIGIOSO CUIDAVA DOS ÓRFÃOS DEIXADOS PELOS ROMEIROS. A IRMÃ

	ZENILDA DISSE QUE CHEGOU A CONHECER O ESPAÇO QUANDO AS CRIANÇAS AINDA MORAVAM AQUI.
<b>SONORA 1</b> (a fala selecionada das fontes entrevistadas)	AS CRIANÇAS TINHAM DISCIPLINA, TINHAM HORÁRIO PRA TUDO. PELA MANHÃ, LOGO AO LEVANTAR, TINHA A ORAÇÃO, DEPOIS O CAFÉ, DEPOIS SE DIRIGIAM PRA ESCOLA. ( <i>ELES FICAVAM INTERNOS AQUI?</i> ). INTERNOS. TODAS INTERNAS. TINHA O DORMITÓRIO. CADA UM CUIDAVA DOS SEUS PERTENCES E DEPOIS TODAS TINHAM TAREFAS.
<b>PASSAGEM</b> (a fala do repórter que é gravada no local do acontecimento)	ESSA IMAGEM DE JESUS, MARIA E JOSÉ FOI TRAZIDA DE ROMA PELO PADRE CÍCERO. AQUI, ELA SIGNIFICA MAIS QUE UMA HOMENAGEM AO NOME DO ORFANATO. ELA ACABA TRADUZINDO BEM O QUE AS CRIANÇAS GANHARAM COM ESSE ESPAÇO: UMA FAMÍLIA.
<b>OFF 2</b>	AS FILHAS DE SANTA TEREZA ASSUMIRAM A MISSÃO E HOJE A CASA FUNCIONA COMO UM PROJETO SOCIAL. QUANDO NÃO ESTÃO NA ESCOLA, AS CRIANÇAS DOS BAIROS SALESIANOS, SANTA TEREZA E ANTONIO VIEIRA, FREQUENTAM O LOCAL PARA DESFRUTAR DE TARDES QUE ENVOLVEM EDUCAÇÃO, MÚSICA, ESPORTE E ARTES VISUAIS.

Fonte: Própria autora

## 5.2 Representações sociais no *Verde Vale Notícias*

- **Categoria 1:** Histórias de vidas do Cariri

**Exemplo 1** – Conheça a história de superação de um jovem de 19 anos diagnosticado com epidermólise bolhosa

**Figura 4** – Repórter na casa do jovem



Fonte: tvverdevale.tv

Exibido em: 04 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 3min 41seg

**OFF 1:** Quem vê Gabriel navegando pela internet com um sorriso estampado no rosto não imagina as dificuldades que ele enfrenta diariamente. Diagnosticado com epidermólise bolhosa há 19 anos, o jovem teve que se adaptar a uma rotina de cuidados especiais por conta da doença, que provoca lesões no corpo.

**SONORA 1:** Gabriel é o terceiro filho. Ao nascer ele já foi diagnosticado com epidermólise. É uma doença congênita. É uma doença rara. É um defeito, defeito na pele. É um defeito na epiderme. A epidermólise ela mata a epiderme. Ele sempre precisou de muito cuidado. O banho, por exemplo, é uma hora bem difícil. Dormir, até dormir pode machucar.

**OFF 2:** Aos sete anos de idade, Gabriel começou a ter dificuldades para se locomover. E de lá pra cá a situação só tem piorado.

**SONORA 2:** Causada pela própria doença, ela causa outra doença, que chama “sinéquias”, que vai atrofiando os dedos e eles vão fechando até sumirem literalmente. Então o médico falou que se não fizer a cirurgia eu posso perder 100% dos dedos.

**OFF 3:** Apesar das limitações o jovem sempre teve sede de conhecimento, e contou com a ajuda da família para aprender a ler e a sonhar com um futuro melhor.

**SONORA 3:** Eu me alfabetizei em casa com meus pais. Eles me ajudaram bastante. E a partir do momento que eu aprendi a ler e aprendi a navegar na internet, eu mesmo fui pesquisando, fui me aprofundando nos estudos, na história também que eu gosto bastante, e nas artes.

**OFF 4:** Apaixonado por artes, Gabriel adora apreciar o colorido das telas. E em meio a sua rotina entre o Cariri e São Paulo para realizar o tratamento da doença, sempre encontra um espaço para visitar galerias e museus.

**SONORA 4:** Eu gosto bastante. Toda vez que eu vou a São Paulo, apesar do médico que eu tenho várias consultas, eu sempre vou em algum museu, sempre acompanho alguma exposição.

**PASSAGEM:** Além de ser um amante das artes, Gabriel tem o desejo de continuar os estudos e cursar a faculdade de arquitetura. Mas para que este sonho se torne realidade, o jovem precisa realizar um procedimento que custa 70 mil reais. O problema é que a família não tem condições financeiras para realizar o procedimento. E para isso, pede ajuda de toda a sociedade.

**SONORA 5:** Essa cirurgia ela é nova no Brasil. Ela chegou da Finlândia e ela é feita no Hospital 9 de julho, em São Paulo. Custa 70 mil reais e ela só é feita nesse hospital no Brasil. Pra quem quiser ajudar eu estou contando com o apoio de todos para poder conseguir essa cirurgia, realizar esse sonho. A partir dessa cirurgia eu vou poder cursar a faculdade que eu tanto quero.

**OFF 5:** Na tentativa de ajudar o jovem guerreiro, foi criada uma página no *Facebook*: Juntos pelo sonho do Gabriel. Onde é possível conhecer um pouco mais sobre a história do jovem e contribuir com a realização do sonho dele.

**SONORA 6:** Uma amiga minha criou uma página no *Facebook*. Chama-se “Juntos pelo sonho do Gabriel”. Lá vai ter contando um pouquinho mais e também um site onde as pessoas podem fazer a doação. Toda doação é bem-vinda, com certeza.

**OFF 6:** Determinado, Gabriel acredita que conseguirá superar mais este desafio e realizará o sonho de ser arquiteto.

**SONORA 7:** (*E aí vamos ter um arquiteto aqui no Cariri?*)<sup>48</sup>. Sim, quem sabe?! E um ótimo arquiteto

---

<sup>48</sup> Na transcrição das sonoras, as frases entre parênteses referem-se às intervenções e perguntas dos repórteres.

**Exemplo 2** – Matéria mostra a história da primeira pessoa com deficiência visual do Ceará que usa cão guia

**Figura 5** – Repórter mostra rotina da estudante na universidade



Fonte: tvverdevale.tv

Exibido em: 25 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 3min 26seg

**OFF 1:** Por causa de uma retinose pigmentar, Nágela perdeu quase 100% da visão ainda no início da adolescência. Por isso, caminhar por espaços públicos só mesmo com a ajuda de uma bengala, de um familiar ou de amigos.

**SONORA 1:** A retinose pigmentar, quando ela tá no início, o primeiro sintoma é você perder a visão periférica. Aos poucos você não vê mais nem isso. Você passa a perceber tudo embaçado. Você vai passando a perceber que você também não tem mais o domínio total do discernimento das cores. Então de que forma isso impactou na minha vida? Primeiro foi a perda de locomoção. Eu não pude mais me locomover sozinha, só com ajuda humana e com o auxílio de uma bengala.

**OFF 2:** Em nenhum instante essa condição chegou a impedir que ela transcendesse as limitações e realizasse os sonhos. Hoje, Nágela é formada em Direito e é aluna do Mestrado em Desenvolvimento Regional Sustentável da Universidade Federal do Cariri, a UFCA. Apesar de tantas conquistas, uma, talvez a mais importante, ainda não foi realizada.

**PASSAGEM:** Para facilitar a locomoção, um cão guia seria a melhor alternativa para Nágela. Mas ao contrário do que muita gente possa pensar, esse tipo de assistência é extremamente difícil. Só pra se ter uma ideia, há sete anos ela estava numa lista de espera de todas as escolas de treinamento do país, e só agora em 2016 ela ganhará um, e será a primeira pessoa com deficiência visual do Ceará a receber esse tipo de assistência.

**SONORA 2:** É difícil porque no Brasil os cães guias são doados e são poucas as instituições que doam esses cães. Pra mim o cão guia é importante por conta da conquista, porque eu me coloquei nestas filas de espera. Eu não só me coloquei como eu, volta e meia, ficava ligando:

minha gente, vamos alavancar esses projetos, vamos fazer alguma coisa pra angariar mais fundos pra desenvolver esses projetos! Então eu não fiquei nessas filas de modo passivo.

**OFF 3:** Além de ser um marco histórico, a vitória dela ilustra um exemplo de vida. O companheiro fiel de Nágela só deve chegar ao Cariri no final do ano. Mas a mensagem de superação já está aí pra todo mundo ver.

**SONORA 3:** É uma menina guerreira, forte, bem-humorada, quer dizer, com muitas qualidades. Uma menina altamente capaz. Surpreendeu a todos pela sua capacidade, a forma como ela lida com a vida, e eu sou imensamente feliz. E eu tenho certeza que quem convive ao lado dela também tá muito feliz com a conquista dela.

**SONORA 4:** *(Consigno perceber agora que você tá emocionada. Mas eu queria perguntar pra você o que é essa emoção: é um alívio? É uma angústia por saber que tem tantas pessoas que precisam e não tem? O que é que significa essa emoção agora?).* É um alívio porque eu queria muito, porque eu sou uma pessoa que tem a vida profissional, vida estudantil, nos movimentos sociais, muito ativa. E eu sentia a dificuldade de poder tá participando mais desses eventos. Eu espero que esse cão guia, além da ajuda pessoal que ele vai me dar, ele contribua sobretudo com a causa das pessoas e que mais pessoas possam ter essa oportunidade que eu estou tendo.

**Exemplo 3** – Transexual que mora no Cariri consegue na justiça direito de adequar nome em documentação

**Figura 6** – Repórter mostra rotina da transexual



Fonte: tvverdevale.tv

Exibido em: 27 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 3min 32seg

**OFF 1:** Amanhece o dia e Carla Cristina já fica diante do espelho para começar a se arrumar. Uma rotina comum a muitas mulheres vaidosas, que assim como ela, ficam atentas a cada detalhe da maquiagem. Mas nem sempre foi assim. A descoberta pelo mundo feminino

aconteceu aos poucos. Isso porque, ao nascer, recebeu o nome de “Carlos Washington Coutinho Leite”, um nome com o qual nunca se identificou.

**SONORA 1:** Desde criança eu me identifico com o sexo feminino. Pra mim foi sempre uma luta eu provar que eu me identificava com o sexo feminino, que eu me vejo como uma mulher. É tanto que na escola eu sofria muito *bullying*. Eu não cheguei a terminar os estudos por falta disso, por causa do *bullying*. Então a partir desse momento, desde criança eu me identifico com o sexo feminino.

**OFF 2:** Em casa ela tinha o apoio da mãe e da avó quando precisava de um ombro amigo para desabafar. Era na família que ela encontrava forças para lutar pelo reconhecimento da sexualidade com a qual se identifica.

**SONORA 2:** A minha facilidade é que minha família me aceitou muito cedo, minha mãe, minha avó. Meu pai nem tanto. Mas me aceitaram mais cedo porque minha mãe se separou do meu pai cedo.

**OFF 3:** Apesar de todos os obstáculos, ela conseguiu na justiça o direito de realizar o tratamento para mudança de sexo em 2009.

**SONORA 3:** Eu procurei a defensoria pública do Crato e entrei com um processo. Nesse processo eu tive que provar que vivia 24 horas como mulher, que eu pensava como mulher, que eu tomava hormônio, que eu “tava” fazendo tratamento para uma mudança de sexo. Tive que levar laudos médicos psiquiátricos provando que eu tinha atestado de transexualidade, que eu era um transexual que precisava de uma cirurgia de redesignação sexual.

**OFF 4:** Em meio ao processo de preparação para a cirurgia ela decidiu que teria o nome social de “Carla Cristina Coutinho” em todos os documentos. E mais uma vez recorreu à justiça.

**SONORA 4:** A justiça daqui do Crato, graças a Deus, foi muito avante. Porque normalmente essa mudança de nome só ocorre após cirurgia. E eu ainda não fiz a cirurgia e já ganhei a possibilidade de mudar o nome. Já mudei meu nome e o sexo agora é feminino. E o nome é “Carla Cristina Coutinho Leite”.

**PASSAGEM:** Após a conquista, Carla Cristina fez alteração do nome na certidão de nascimento, título de eleitor, CPF e todos os outros documentos. Agora com a identidade feminina, ela pensa em retomar os estudos.

**SONORA 5:** Meu sonho maior agora é voltar a estudar, fazer minha cirurgia de mudança de sexo, e quem sabe casar e adotar filhos. Eu quero formar uma família maior, porque eu já perdi minha mãe com câncer, e só tenho minha avó e um irmão que mora em São Paulo. Então eu queria aumentar a família, queria ter uma família mais estruturada.

**OFF 5:** Hoje ela não é só a primeira transexual a mudar de nome no Cariri, é exemplo para muitas pessoas que a partir do exemplo dela decidiram lutar pelo direito de ser feliz, independente da sexualidade escolhida.

**SONORA 6:** Por mais que seja difícil, tente, tente, tente, que um dia vai dar certo. Você tem que lutar pelos seus sonhos. Se você sonha com isso pra você, você tem que lutar, lutar, porque é uma luta diária. Não é uma vida fácil, mas também não é difícil. E é melhor você se sentir bem com você mesma após você lutar tanto e conseguir os seus sonhos. Não desista que um dia você consegue.

Nesta categoria que chamamos de “Histórias de vidas do Cariri”, estivemos atentos às reportagens em que o valor-notícia consistia na proeminência de indivíduos que, por sua trajetória de vida ou por alguma conquista inédita, obtiveram o interesse deste telejornal. O valor-notícia pode ser observado na seleção dos fatos a serem noticiados, pois são “[...] atributos próprios ou características típicas, que são reconhecidos por diferentes profissionais e veículos da imprensa” (SILVA, 2005, p. 96). Estes valores-notícia, uma vez que compõem os critérios de noticiabilidade, possuem marcas de seleção, podendo esta seleção ser considerada um “ato ideológico de representação” (HUGHES apud SILVA, 2005, p. 100).

Nestas reportagens identificamos alguns elementos que funcionaram como valor-notícia, e que por sua vez influenciaram diretamente na construção das representações sociais. No primeiro exemplo, o “gancho” da reportagem trata-se da tentativa de conseguir apoio financeiro para ajudar o jovem que precisa de uma cirurgia. No segundo e terceiro exemplos, há o destaque para o pioneirismo e conquista das duas personagens: uma é a primeira a receber um cão-guia no estado do Ceará e a outra a primeira transexual da região do Cariri a conseguir realizar oficialmente a mudança de nome.

As representações sociais que verificamos nessas reportagens ancoram-se em princípios e mecanismos de familiarização comuns: a determinação destas pessoas em superar as dificuldades e a luta das mesmas pela realização de um sonho.

No primeiro exemplo, estas representações vão sendo construídas através de expressões como: “Quem vê Gabriel [...] com um sorriso estampado no rosto não imagina as dificuldades que ele enfrenta diariamente”; “Apesar das limitações, o jovem sempre teve sede de conhecimento [...]”; “jovem guerreiro”; “Determinado, Gabriel acredita que conseguirá superar mais este desafio [...]”.

Já no segundo caso, a ancoragem vai sendo estabelecida através de expressões como: “Em nenhum instante essa condição chegou a impedir que ela transcendesse as limitações e realizasse os sonhos”; “Além de ser um marco histórico, a vitória dela ilustra um exemplo de vida”; “[...] a mensagem de superação já está aí pra todo mundo ver”.

Na terceira reportagem há construções que evidenciam estas ancoragens em: “Era na família que ela encontrava forças para lutar pelo reconhecimento [...]”; “Apesar de todos os obstáculos, ela conseguiu [...]”; “[...] é exemplo para muitas pessoas que a partir do exemplo dela decidiram lutar pelo direito de ser feliz [...]”.

A construção de representações implica em uma interpretação da realidade, ou seja, quando um telejornal constrói e organiza campos representacionais ele o faz na tentativa de dar sentido à realidade, de interpretá-la. Desta forma, “eles também dizem quem são, como entendem a si mesmos e a outros, como se situam no campo social e quais são os recursos cognitivos e afetivos que lhes são acessíveis em um dado momento histórico” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 177).

Nos casos apresentados, podemos notar que a construção das histórias dos personagens segue um roteiro semelhante. Num primeiro momento, expõem-se as dificuldades e limitações pelas quais eles passam ou passaram em suas vidas. Contudo, tais dificuldades não abalaram seus projetos nem os impediram de lutar pela conquista de seus objetivos. Apesar dessas dificuldades que enfrentam, essas pessoas recebem notoriedade por seu desempenho intelectual ou por não perderem a esperança nem se abaterem diante dos obstáculos que lhes são impostos.

O desfecho destas reportagens se encaminha para a demonstração de como estes indivíduos tornam-se exemplos de vida para outras pessoas, e suas histórias passam então a servir de inspiração para outros que também estão passando por algum tipo de dificuldade. Desta forma, no *Verde Vale Notícias*, as estratégias percebidas na construção das representações que se tem sobre alguns indivíduos desta região são as de enaltecer trajetórias de superação e torná-las exemplos a serem seguidos.

- **Categoria 2:** A religiosidade do Cariri

**Exemplo 1** – Basílica menor de Nossa Senhora das Dores realiza evento em comemoração ao centenário

**Figura 7** – Imagem panorâmica do evento



Fonte: tvverdevale.tv

Exibido em: 11 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 2min 26seg

**OFF 1:** A semana litúrgica é um momento de reflexão, onde é feito um olhar sobre a realidade a partir das perspectivas de Jesus Cristo. O centenário da Paróquia da Mãe das Dores é apenas em janeiro de 2017. Porém, desde o início de 2016, a igreja vem se preparando para o grande momento histórico.

**SONORA 1:** Em janeiro de 2017 nós vamos ter uma grande celebração pelo primeiro centenário desta paróquia. Durante todo esse ano de 2016, nós estamos com uma vasta programação, com encontros formativos na área pastoral, humana, também litúrgica, levando nosso povo a melhor celebrar. E nesse intercâmbio nós vamos procurando viver com alegria essa experiência de comunidade.

**OFF 2:** O encontro está sendo realizado no Círculo Operário e contou com a participação do padre Marcelino Sivinsky, professor de liturgia e um dos grandes nomes da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.

**SONORA 2:** O objetivo deste evento é ajudar as equipes que trabalham na acolhida e também na preparação e animação das celebrações a se preparar melhor para qualificar as celebrações, especialmente para os romeiros. É bonito me parece que são mais de 200 pessoas, que conscientes desta responsabilidade estão aqui.

**OFF 3:** Além da semana litúrgica serão feitas visitas aos romeiros de alguns estados, com a imagem do Padre Cícero e de Nossa Senhora das Dores, como forma de agradecimento às visitas que os fiéis fazem a Juazeiro do Norte todos os anos.

**SONORA 3:** É interessante que, escutei dos romeiros, que o caminho que eles fazem a Juazeiro, é esse momento de preparação para viver a experiência da romaria. O caminho que nós estamos fazendo agora até o romeiro também nos leva, padres e agentes de pastoral, a viver essa experiência de encontro. E eles ficam felizes. Lá nós deixamos a imagem da Mãe das Dores e a imagem do Padre Cícero Romão de encontro aos nossos romeiros, que são os protagonistas das romarias.

**Exemplo 2** – A pastoral diocesana promove o 3º Seminário de romeiros no santuário de São Francisco em Juazeiro

**Figura 8** – Alguns participantes do Seminário



Fonte: tvverdevale.tv

Exibido em: 25 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 2min 33seg

**OFF 1:** O principal ponto discutido no seminário foi o momento importante que a cidade de Juazeiro do Norte vive: a reconciliação da Igreja Católica com o padre Cícero Romão Batista.

**SONORA 1:** É um evento que tá na sua terceira edição e que ao mesmo tempo vem neste momento de júbilo e de alegria pela reconciliação da Igreja com o padre Cícero. Nós vamos exatamente conviver, partilhar essa alegria e ao mesmo tempo refletir sobre esta carta. Com os romeiros e também fortalecer uma pastoral de romaria.

**OFF 2:** Bom para os romeiros que comemoraram a decisão do papa Francisco e ainda tiveram um momento de comunhão.

**SONORA 2:** Isso pra gente é muito importante. A gente tá junto, poder conversar melhorias para o romeiro, coisas que a gente precisa quando chega aqui e sente dificuldade. Então esse encontro ele serve pra isso, pra gente se unir, se juntar mais com a Igreja, com o padre Cícero e comemorar a reconciliação do nosso padrinho.

**SONORA 3:** Esse seminário mostra a união dos romeiros. Aqui em Juazeiro do Norte, terra do nosso querido e amado padre Cícero Romão Batista. Me alegra muito poder participar

desse seminário. Vindo de Pernambuco com o coração cheio de esperança para se aprofundar mais na história do padre Cícero e da Igreja Católica.

**SONORA 4:** É de suma importância para nós romeiros que estamos aqui presentes, porque nós tiramos um grande proveito desse encontro, de estarmos reunidos, de trocarmos experiências, de vivenciarmos a cada dia o ser romeiro, o contemplar o padre Cícero, a Mãe das Dores, São Francisco, mas também viver isso lá na comunidade. Aprendendo aqui em Juazeiro para levar para nossas comunidades e em conjunto com as comunidades ter um crescimento espiritual.

**OFF 3:** Além do momento histórico da reconciliação, a cidade vive a expectativa do centenário da paróquia de Nossa Senhora das Dores, o que também foi debatido no encontro.

**SONORA 5:** Nós estamos dentro do ano das celebrações do centenário da paróquia de Nossa Senhora das Dores, hoje basílica santuário. E dentro desta programação nós vamos ter algumas atividades, para em discussão, numa conversa, principalmente numa convivência, fazermos um relato histórico da criação da paróquia de Nossa Senhora das Dores. Estamos também discutindo a temática dos transportes dos romeiros. No sábado, vamos estar recebendo uma comissão com representantes da ANTT, João Paulo, de Brasília, e os coordenadores da Polícia Rodoviária Federal aqui do Nordeste.

**Exemplo 3** – Carreata abre os festejos a São José operário no distrito de Ponta da Serra em Crato

**Figura 9** – Devotos em carreata



**Fonte:** tvverdevale.tv

Exibido em 22 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 2min 36seg

**OFF 1:** O que não faltou foi animação. Faça chuva ou faça sol, Aíla não deixa de participar da festa de São José Operário.

**SONORA 1:** A fé fala mais alto. Estamos aqui porque somos devotos de coração. Desde criança a gente acompanha São José.

**OFF 2:** Antes da carreata, o padre Edson impetrou a benção em todos os fiéis. De acordo com o padre Ricardo, mais de 600 devotos participaram da carreata que saiu de frente do seminário São José, em Crato, e seguiu até o distrito de Ponta da Serra com muito louvor.

**SONORA 2:** Nós damos início à festa de São José Operário com essa belíssima carreata, participação dos devotos e devotas de São José. Então queremos ser amorosos, usar de compaixão, como Deus usa de compaixão para conosco. E também viver a fidelidade e a justiça na promoção do reino de Deus.

**OFF 3:** O badalar do sino anunciava a chegada da imagem de São José ao distrito de Ponta da Serra. Os arranjos que estavam no andor foram distribuídos para os fiéis, que receberam como forma de benção.

**SONORA 3:** Eu cheguei bem rápido e vi o pessoal tirando ali de São José e sem esperar o menino jogou e caiu em minhas mãos. Então aqui é uma graça alcançada.

**OFF 4:** Com cânticos e palmas, a comunidade recebeu a imagem do padroeiro na paróquia do distrito.

**PASSAGEM:** A programação da festa segue até o próximo dia 1º de maio, com quermesses, barracas com comidas típicas, atrações culturais, além de novenas todos os dias.

**SONORA 4:** Nós temos todas as noites a novena, visitas pela manhã às comunidades da nossa paróquia. À noite teremos também os movimentos culturais. E de maneira especial, querendo valorizar a cultura local, os nossos artistas populares e no dia 1º de maio, se Deus quiser, estaremos encerrando os festejos. A missa às 4 horas da tarde, logo após a solene procissão.

Nesta segunda categoria elencamos três exemplos de como as representações acerca da religiosidade são trabalhadas pelo *Verde Vale Notícias*. Primeiramente, ressaltamos que este é um dos casos em que a presença das representações antecede a existência do telejornal. Neste caso, ele torna-se então responsável por reforçá-las e legitimá-las.

Como explica Jovchelovitch (2000), as representações sociais são organizadas em campos com redes semânticas que se mantêm constantes em relação aos aspectos históricos das sociedades em que surgem. “Neste sentido, eles são inseparáveis dos estoques culturais, que em cada sociedade definem os sentidos e as práticas que circunscrevem a ação e a fala dos sujeitos sociais” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 176).

Como expomos em um dos tópicos do capítulo 2 deste trabalho, a região do Cariri é nacionalmente conhecida por sua história e tradição nas romarias e outras manifestações da

fé católica de cunho popular, legado deixado pelo padre Cícero Romão Batista. Por isso, as pautas relacionadas a este tema são bastante corriqueiras.

Além do calendário fixo de romarias, há o interesse neste telejornal em dar visibilidade a eventos secundários, que apesar de não causarem o mesmo impacto de uma grande romaria, são importantes para o desenvolvimento das mesmas ou então são eventos que fazem parte das tradições de uma comunidade em particular, como é o caso do terceiro exemplo exposto anteriormente.

Como no mês de abril não acontecem romarias oficiais, as pautas relacionadas à religiosidade neste telejornal consistem na cobertura de alguns destes outros eventos secundários. O exemplo 1 é referente à preparação para a comemoração do centenário da basílica santuário de Nossa Senhora das Dores. Apesar de o centenário só ocorrer no ano seguinte, o fato já ganhou destaque, tendo em vista a importância desta paróquia para a história das romarias, uma vez que ela é a primeira igreja fundada em Juazeiro do Norte e foi onde ocorreu o suposto milagre da hóstia transformada em sangue, protagonizado pelo padre Cícero.

É possível identificar algumas das estratégias que foram utilizadas para ancorar as representações e justificar a cobertura feita sobre o evento em expressões como: “[...] a Igreja vem se preparando para o grande momento histórico”. E também na ênfase dada à participação de um importante padre da CNBB no evento: “O encontro [...] contou com a participação do padre Marcelino Sivinsky, [...] um dos grandes nomes da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil”. Há ainda a demonstração dos esforços da Igreja em manter uma boa relação com os romeiros que visitam a cidade, quando é enfatizado que “[...] serão feitas visitas aos romeiros de alguns estados [...] como forma de agradecimento às visitas que os fiéis fazem a Juazeiro do Norte todos os anos”.

No segundo exemplo o evento realizado estava voltado para a discussão de melhorias na acolhida aos romeiros, além de ter celebrado um importante acontecimento histórico ocorrido no ano de 2016, que foi a carta enviada pelo Vaticano, em nome do papa Francisco, para o bispo da Diocese do Crato, na qual se estabelece a reconciliação da Igreja Católica com o padre Cícero. Devido a fatos que também já foram citados no capítulo 2 deste trabalho, o padre Cícero foi deposto de suas ordens sacerdotais e assim permaneceu até sua morte. A ocorrência desta carta foi motivo de grandes comemorações pela Igreja e, sobretudo, pelos devotos do padre, que reforçaram as esperanças em torno de um possível processo de beatificação ou até mesmo canonização do religioso, já considerado santo por eles. A

ocorrência desta carta de reconciliação, devido ao seu caráter histórico, foi pautada inclusive por telejornais de abrangência nacional.

As expressões que marcam as ancoragens representativas neste exemplo podem ser percebidas em: “[...] momento importante que a cidade de Juazeiro do Norte vive [...]”; “Além do momento histórico da reconciliação, a cidade vive a expectativa do centenário da paróquia de Nossa Senhora das Dores”. Outros aspectos, como o fortalecimento da relação da Igreja com os romeiros e a própria união entre os romeiros, são incluídas nas sonoras selecionadas, contribuindo para uma representação de comunhão e harmonia acerca das tradições do catolicismo popular que são mantidas na região.

O terceiro exemplo mostra outra tradição bastante comum realizada também pela Igreja Católica, que são as comemorações alusivas ao santo padroeiro de uma paróquia. A cobertura que é feita da abertura destas comemorações em um distrito da cidade do Crato é marcada por expressões de cunho extremamente positivos, que ressaltam o clima festivo e, portanto, tornando o evento atrativo para o público. Este objetivo é evidenciado através de expressões como: “O que não faltou foi animação”; a carreata “seguiu até o distrito de Ponta da Serra com muito louvor [...]”; além da ênfase dada à programação da festa, que contará com quermesses, atrações culturais, etc.

Em entrevista para a esta pesquisadora, a editora-chefe e uma das produtoras do *Verde Vale Notícias* afirmaram que as manifestações de qualquer vertente religiosa possuem espaço para divulgação de seus eventos neste telejornal. No entanto, elas afirmaram que as manifestações do catolicismo são realmente predominantes nas pautas, algo que está relacionado às tradições culturais desta região, que apesar de terem origem principalmente em Juazeiro do Norte, se estendem como representação de todo o Cariri.

- **Categoria 3:** A cultura do Cariri

**Exemplo 1** – Em Juazeiro do Norte o Centro de Cultura Mestre Noza recebe apoio do governo do estado

**Figura 10** – Repórter em meio às peças do Centro de Cultura Mestre Noza



Fonte: tvverdevale.tv

Exibido em: 07 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 3min 23seg

**OFF 1:** Um dos mais conceituados pontos de cultura da região do Cariri. O local reúne um acervo de mais de cinco mil peças diversas. Esculturas, quadros e molduras que retratam o cotidiano sertanejo. Personalidades ilustres da identidade cultural do Nordeste, e principalmente a religiosidade popular, com destaque para as obras sacras, em especial as ligadas ao padre Cícero. Quem visita o lugar se impressiona com a criatividade do artesão caririense.

**SONORA 1:** Eu “tô” encantada. Muitas coisas lindas. Eu não sabia que era tão grande. E ver eles trabalhando, ver como é feito, é muito lindo. Dá vontade de levar tudo.

**OFF 2:** Os visitantes observam cada detalhe do acervo. A produção artística é diversificada e de qualidade. Praticamente impossível resistir. O advogado Vitor Emanuel vai levar na bagagem essa peça esculpida em madeira.

**SONORA 2:** Eu já tinha morado aqui no Juazeiro, mas nunca tinha vindo aqui. Foi uma lacuna grande na minha criação, eu acho. E agora eu “tô” encantado. Tanto a questão das cores, como o trabalho de acabamento é muito legal.

**OFF 3:** Apesar da importância como ponto de cultura e roteiro turístico de Juazeiro do Norte, o Centro de Cultura Mestre Noza quase não recebe incentivos do poder público. O prédio está precisando de uma reforma. Parte do acervo precisa ser restaurado. Por falta de espaço, boa parte das peças ficam expostas a céu aberto, no pátio do Centro de Cultura.

**PASSAGEM:** A esperança de quem trabalha por aqui está em um projeto do governo federal destinado à área de territórios criativos, que vem sendo desenvolvido numa parceria entre a Universidade Federal Fluminense, a Universidade Federal do Cariri com apoio da URCA, com o objetivo de revitalizar todo o espaço e dar mais condição aos artesãos e visibilidade ao trabalho desenvolvido por eles.

**SONORA 3:** Logo no início desse projeto nós ficamos tudo animado, né? Achava que ia ser um bom negócio pra nós aqui. Inclusive começou com umas conversas de dar uma restaurada nessas peças. Aí eles prometeram que iam restaurar. Aí eu passei uma semana dando oficina. Mas eles estão prometendo que vão dar início novamente assim que terminar de pagar um pessoal que eles “tão” devendo. Eles vão dar início novamente. E nós “tamo” muito ansioso pra que comece.

**OFF 4:** Cícero Caetano é um dos dez artesãos da associação. Ele é especialista como santeiro e está há quase três décadas no ofício que aprendeu com a família. Apesar das adversidades, é plenamente satisfeito com o que faz.

**SONORA 4:** É sofrido mas divertido. A gente batalha muito, mas consegue os objetivos da gente. Essa arte aqui é a minha vida, né? Traz o sustento pra minha família. E “tá” sempre aqui com os amigos é uma felicidade.

**Exemplo 2** – Está sendo realizado na cidade do Crato o Seminário Caldeirão da Santa Cruz do Deserto

**Figura 11** – Visão geral do evento



**Fonte:** tvverdevale.tv

Exibido em: 14 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 2min 31seg

**OFF 1:** Esse é um projeto de ação e resgate do Caldeirão da Santa Cruz do Deserto. O seminário serviu para mostrar a importância do local e o quanto é influente no meio histórico.

**SONORA 1:** A questão do Caldeirão é um dos patrimônios assim importantíssimos pra gente trabalhar na perspectiva de uma infraestrutura, na perspectiva da salvaguarda, da preservação, da conservação de um patrimônio que pertence à história do país. Então, é preciso trazer essa memória pra que ela não fique na clandestinidade. Que ela possa nos dar possibilidade de transformar nossa contemporaneidade num caldeirão vivo.

**OFF 2:** O planejamento faz parte de um bom processo administrativo. O professor de Sociologia da URCA, e um dos palestrantes do seminário, Domingos Sávio, falou sobre as visões do mundo na luta do Caldeirão, destacando as grandes riquezas que a localidade oferece.

**SONORA 2:** Nós pretendemos, num trabalho conjunto, fazer uma proteção dos resquícios arqueológicos, dos resquícios arquitetônicos, as edificações que existem no Caldeirão, pra que se garanta aquele ambiente como um documento de história e de memória para os pesquisadores. Assim também pras pessoas que desejam fazer um turismo científico e um turismo também de matiz religiosa.

**OFF 3:** O Caldeirão possui uma rica cultura histórica e existe um registro de passagem humana que foi única no mundo. Por isso, o patrimônio cultural será formalizado como geossítio, passando a integrar a extensão do projeto Geopark Araripe em duas bases: uma geológica, e a outra antropológica.

**SONORA 3:** Sem dúvida alguma que tem um potencial para ser trabalhado, de forma certamente articulada entre o Geopark e outras entidades com responsabilidade na gestão do território. E ser visto como um geoparque. Mas um geoparque que está muito bem complementado, tem um componente natural e tem um componente cultural.

**SONORA 4:** O perfil efetivamente da geologia, da cultura daquele sítio, levam a crer que nós o transformaremos em um curto espaço de tempo em mais um geossítio do Geopark Araripe. A ser desenvolvido o turismo, portanto agregar valor às iniciativas no território, que acaba resultando em melhoria da qualidade de renda e, portanto, melhorando a vida dessas pessoas.

**Exemplo 3** – Juazeiro do Norte é sede de um ciclo de encontros e partilha de saberes de mestres da tradição

**Figura 12** – Organizador do evento durante a entrevista



Fonte: tvverdevale.tv

Exibida em: 14 de abril de 2016 / Formato: entrevista gravada / Tempo: 2min 33seg

**REPÓRTER:** Esta foi a primeira edição do encontro que já discutiu o “reisado” e a “banda cabaçal”. E “tá” discutindo agora nessa semana o “palhaço Mateus”. Mas isso não acaba não. Ainda tem programação pela frente e quem vai explicar toda ela pra gente é o Renato Dantas, que faz parte da organização desse evento. Renato, explica um pouquinho pra gente do objetivo principal em trazer estes mestres da cultura aqui pra esse local pra debater junto com a população o trabalho que eles realizam no município de Juazeiro e na região do Cariri.

**ENTREVISTADO:** Nós precisamos registrar toda essa vivência desses mestres que estão vindo aqui, das diversas manifestações do Juazeiro e do Cariri. No momento que a gente tá guardando essa tradição, nossas novas gerações saberão do que é feito e de como era feito. E conseqüentemente de todas as mudanças. Porque nós sabemos que a cultura não é estanque, ela é viva. A tradição ela não para. Quem para é folclore. Mas tradição não, ela continua viva, adquirindo novos elementos de acordo com a vivência da modernidade. Eu estou impressionado com o que eu estou aprendendo. Eu me considero uma pessoa que tem uma certa vivência com a tradição do Cariri. Mas diante do que esses mestres estão informando pra gente, da forma de como eles sabem se expressar, a gente sente a riqueza que é transmitida por eles. E mais: a vontade que eles têm de dar continuidade e a essa brincadeira, porque pra eles é uma brincadeira. Então, a gente fica muito satisfeito em saber que nós estamos propiciando à comunidade do Cariri um momento de enriquecimento e de conhecimento da nossa cultura tradicional, que faz parte da nossa identidade.

**REPÓRTER:** Esses debates acontecem em blocos, né? O que “tá” acontecendo durante essa semana é o de “palhaço Mateus”. O que é que vai acontecer futuramente e quais são as datas previstas pra esses debates?

**ENTREVISTADO:** Futuramente, na semana que começa dia 25, nós teremos os blocos dos “bacamarteiros”, onde nós vamos ter experiência dos “Bacamarteiros da Paz” e do “Grupo de Bacamarte padre Cícero”, que são os únicos dois que existem no estado do Ceará. E mais, os dois dias subsequentes, no dia 27 e 28, nós vamos ter o “maneiro-pau” com mestre Bigode e o contra-mestre Antônio, informando toda riqueza do “maneiro-pau”, que é uma tradição aqui da nossa terra.

**REPÓRTER:** Renato, muito obrigado pelas suas informações. Olha só, toda essa programação é gratuita. Quem quiser participar é só chegar aqui no Centro de Artes, Educação e Cultura Marcus Jussier, que fica no bairro Pirajá, em Juazeiro do Norte.

Esta é mais uma categoria em que grande parte das representações já se encontra objetivada e sobre as quais o telejornal contribui tanto para a manutenção quanto para a legitimação das mesmas, podendo ainda agregar novos elementos. Constância e mudança funcionam então como aspectos próprios da formação das representações sociais, onde passado e presente se mesclam “[...] para evocar uma história possível” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 176).

As representações sociais, uma vez que são inseparáveis das dinâmicas do cotidiano, foram identificadas nesta categoria principalmente a partir de observações e vivências desta pesquisadora na região em discussão. Desta forma, é possível afirmar que existe todo um imaginário acerca dos aspectos da cultura popular que são próprios do Cariri. Referimo-nos aos aspectos culturais que têm origem neste território, e que, portanto, configuram parte da identidade do local.

Sabemos, no entanto, assim como explica Hall (1997, p. 13), que nesta época em que vivemos, “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”. Contudo, o que percebemos acerca das representações sociais da cultura do Cariri nos exemplos apresentados são, além do enaltecimento de suas peculiaridades, a busca de uma valorização e reconhecimento maior de sua importância, confirmando uma tendência citada por Hall (1997, p. 73) de que “as identidades nacionais e outras identidades ‘locais’ ou particularistas estão sendo reforçadas pela resistência à globalização”.

Na primeira reportagem temos um exemplo claro de uma representação que tenta conferir maior importância e visibilidade a determinados aspectos que compõem a cultura da região. A matéria é sobre o Centro de Cultura Mestre Noza, que apesar de acolher artesões populares e milhares de suas obras, necessita de maiores cuidados e investimentos por parte

do poder público. Entretanto, a imagem que se busca passar é a de admiração e reconhecimento pelo trabalho que ali é desenvolvido.

As expressões em que se comprovam tal atitude são, por exemplo: “Um dos mais conceituados pontos de cultura da região do Cariri”; “Quem visita o lugar se impressiona com a criatividade do artesão caririense”; “A produção artística é diversificada e de qualidade”. As sonoras selecionadas das pessoas que visitavam o local corroboram com essa visão, assim como as falas dos próprios artesãos.

No exemplo 2 é conferido destaque para um momento histórico específico. A cobertura do Seminário que discutiu o Caldeirão da Santa Cruz do Deserto<sup>49</sup> é marcada pela ênfase atribuída à importância deste acontecimento não somente para o Cariri como para a história do país. Isto pode ser comprovado nas seguintes sentenças: “O seminário serviu para mostrar a importância do local e o quanto é influente no meio histórico”; “[...] destacando as grandes riquezas que a localidade oferece”; “O Caldeirão possui uma rica cultura histórica e existe um registro de passagem humana que foi única no mundo”. O fato de o evento ser iniciativa de universidades, com o envolvimento de outras instituições da comunidade científica, respalda tanto o interesse em torná-lo notícia como a representação de proeminência acerca da herança cultural deixada pela experiência do Caldeirão.

No terceiro e último exemplo que ilustra as representações relativas a esta categoria, apresentamos uma entrevista sobre a realização de um evento que reunia mestres da cultura popular da região. A entrevista tinha como objetivo divulgar o evento através do detalhamento da sua programação e assim motivar o público a participar. O próprio entrevistado em suas falas reitera alguns pontos que nós consideramos chaves desta representação criada acerca da cultura caririense, sobretudo da cultura popular: a de que deve haver uma maior valorização dos grupos tradicionais e que a população deve se interessar em conhecer e preservar estas tradições culturais. No entanto, muitas vezes essas ações acabam ficando restritas aos próprios grupos e às instituições que buscam fomentar esse trabalho, contando timidamente com a adesão da população em geral.

Sobre este evento específico há um fato curioso. Durante a realização da nossa observação participante na redação da TV Verde Vale, presenciamos, no dia 25 de abril, uma

---

<sup>49</sup> O Caldeirão da Santa Cruz do Deserto consistiu numa experiência de vida em comunidade orientada pelo beato José Lourenço e com o apoio do padre Cícero, entre as décadas de 1920 e 1930. Nesta fazenda, no território do Crato, o beato recebia os romeiros que eram enviados pelo padre Cícero para serem disciplinados através do trabalho. Tudo que se produzia na comunidade era dividido igualmente entre os seus moradores. “No Caldeirão, a obra de José Lourenço toma em bem menores proporções demográficas, a dimensão social da comunidade religiosa de Antônio Conselheiro” (BARROS, 2008, p. 326). Os coronéis e poderosos da época, temendo a existência de uma nova “Canudos”, atacaram seus moradores e destruíram a fazenda, acabando de forma violenta e trágica com esta comunidade.

equipe de reportagem que tinha ido cobrir um dos momentos deste evento. No entanto, ao voltar à redação, a repórter afirmou que não havia público, apenas os próprios mestres da cultura e os envolvidos na organização do evento estavam presentes. Dessa forma, não foi possível obter boas imagens para a construção de uma reportagem e que por isso realizou apenas uma entrevista com um dos organizadores. A produtora então declarou que “não rendia”, porque isso já havia sido feito anteriormente. No caso, é esta entrevista que apresentamos como exemplo aqui. Sendo assim, a pauta que a equipe saiu para cobrir naquele dia acabou “caindo”, pois o cenário encontrado não foi o previsto pela produção.

A partir deste fato específico salientamos nosso argumento de que a representação criada em torno dos temas que envolvem a cultura regional ancoram-se mais num sentimento de manutenção e resistência dos mesmos do que de fato de um compartilhamento amplo de seus atributos por parte da maioria da população.

- **Categoria 4:** Cariri que se destaca e que repercute

**Exemplo 1** – Representantes da feira de São Cristóvão do Rio de Janeiro estiveram em Juazeiro do Norte

**Figura 13** – Representantes da feira de São Cristóvão na colina do Horto



Fonte: tvverdevale.tv

Exibido em: 13 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 2min 08seg

**OFF 1:** As imagens do padre Cícero e de Luiz Gonzaga, o rei do baião, foram produzidas por artesãos do Centro de Cultura Mestre Noza. Trabalho encomendado pela direção de uma das feiras mais conhecidas do Brasil: a feira de São Cristóvão, no Rio de Janeiro. Os responsáveis

pela encomenda vieram a Juazeiro e aproveitaram o momento para conhecer a estátua do padrinho. Márcio Santos falou sobre o objetivo da visita.

**SONORA 1:** O objetivo é um sonho alcançado. Uma pessoa que é muito importante desse grupo e ela não pôde estar presente aqui nesse momento, que é o Davi. Ele tem o sonho de levar as estátuas daqui, uma do padre Cícero e uma também do Luiz Gonzaga pra ficar na entrada da feira. A feira de São Cristóvão recebe mais de 300 mil pessoas por mês.

**OFF 2:** O padrinho e Luiz Gonzaga vão ganhar lugar de destaque na feira, conhecida como reduto nordestino na cidade maravilhosa.

**SONORA 2:** A feira de São Cristóvão hoje é vista no mundo inteiro. E a gente faz por onde porque lá nosso presidente é do Ceará, que é o Ismar Leite. A Maria da Guia é da Paraíba, ela é diretora de marketing. Eu sou do Maranhão. Então é o Nordeste. Ali é um caldeirão cultural nordestino na feira de São Cristóvão instalado no centro da cidade maravilhosa pra mostrar o que é que o Nordeste tem.

**SONORA 3:** Eu fico muito feliz, honrada, de saber que o Nordeste está no Rio de Janeiro. É um pedacinho do Nordeste fora do Nordeste, que se chama feira de São Cristóvão, que é o Centro de Tradições Nordestinas.

**OFF 3:** Alegria e a emoção de dever cumprido. De acordo com o grupo, a feira de São Cristóvão só tem a ganhar com as homenagens a dois ícones do sertão nordestino: o rei do baião e o padre Cícero, o levita do sertão.

**Exemplo 2** – Ontem foi promovido na cidade de Juazeiro do Norte o Seminário Geoparques

**Figura 14** – Participantes durante o Seminário



Fonte: tvverdevale.tv

Exibido em: 13 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 2min 44seg

**OFF 1:** Essa iniciativa visa promover o desenvolvimento sustentável na região. O projeto que foi aprovado recentemente permite o intercâmbio de pesquisas e conhecimentos com os colaboradores das universidades envolvidas.

**SONORA 1:** O setor turístico, sobretudo o setor hoteleiro, gastronômico, o setor de turismo de modo geral e outras instituições a exemplo do Sebrae, que atende esse convite. Nós temos como palestrantes o representante da UNESCO, que vem falar sobre estilos de vida saudáveis em território de geoparque. Para além da questão somente da saúde, mas dos impactos que tem nos setores produtivos e associados.

**OFF 2:** A palestra foi ministrada pelo coordenador da cátedra, Arthur de Abreu, que falou sobre a importância da pesquisa e a ferramenta de formatação avançada que possibilita desenvolver e trabalhar os geoparques, dando assistência e garantindo uma formação avançada nos territórios. Além de criar uma dinâmica de trabalho, fazendo com que outras pessoas adquiram mais informações e sejam capacitadas.

**SONORA 2:** A cátedra ao promover mais investigação, melhor conhecimento, e ao colocar esse novo conhecimento, esse avanço do conhecimento, a serviço da sociedade, em particular dos empresários, permite que a região se torne muito mais dinâmica, porque permite que os produtos possam ser produtos de valor acrescentado relativamente a realidade prévia, e dessa forma cria-se uma região vibrante. Um geoparque tem que ser um território vibrante.

**OFF 3:** Vários empresários da região e setores que fomentam a área econômica estiveram no seminário, que foi de grande importância para o crescimento e desenvolvimento profissional de todos.

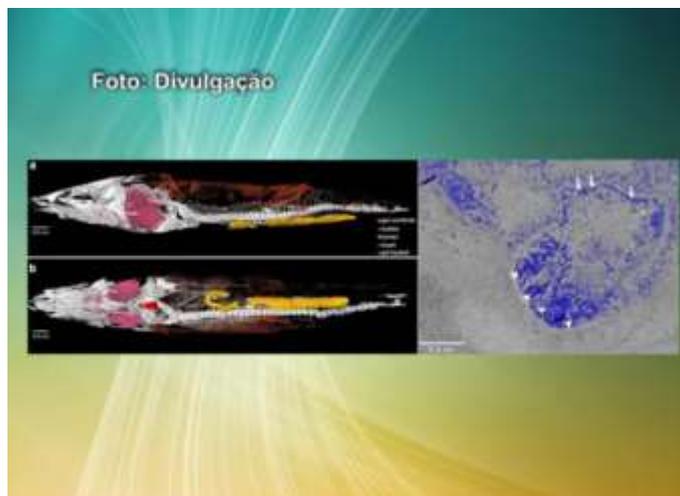
**SONORA 3:** Uma novidade que tá sendo trazida aqui pela rede de geoparques que é a formação de uma cátedra, que é um intercâmbio, representa o intercâmbio entre as várias universidades que compõem essa rede de territórios do geoparque, ofertando vários cursos de qualificação, de formação, em diversos níveis, não só para quem compõe essas universidades, mas para o público externo também.

**OFF 4:** Esse evento já faz parte da programação dos dez anos do Geopark Araripe. Mas até setembro, mês do aniversário, vai ser feito um planejamento para discutir outras ações que serão desenvolvidas para comemorar a data.

**SONORA 4:** Nós abriremos uma programação específica em setembro para a comemoração desses dez anos, que deve iniciar com uma nova exposição a ser inaugurada durante a Expocrato. O tema será as leguminosas e nós trataremos dessa temática com todo o pessoal da Lira Nordestina.

**Exemplo 3** – Fóssil inédito de peixe com coração fossilizado é encontrado na Chapada do Araripe

**Figura 15** – Imagens de estudos do fóssil encontrado



Fonte: tvverdevale.tv

Exibido em: 21 de abril de 2016 / Formato: entrevista gravada / Tempo: 1min 35seg

**REPÓRTER:** Mais um fóssil muito importante foi encontrado aqui na região do Cariri. Quem vai falar com a gente sobre isso é o Ypsilon Félix, que é pesquisador. Explica pra gente que fóssil é esse e o que ele representa.

**ENTREVISTADO:** É a nova descoberta do mundo da paleontologia. É o fóssil de um coração de um peixe petrificado, com cerca de 110 milhões de anos. Esse fóssil aqui da formação Santana, na nossa bacia sedimentar do Araripe, que após várias pesquisas, pesquisas sofisticadas, foi descoberto que o coração de um *rhacolepis*, que é um tipo de peixe, está em um excelente estado de preservação e petrificado.

**REPÓRTER:** Qual a importância dessa descoberta para toda a paleontologia, num sentido mundial?

**ENTREVISTADO:** Isto vem reforçar a qualidade dos fósseis da nossa bacia sedimentar do Araripe. Tanto a qualidade, a quantidade da variedade dos nossos fósseis e a qualidade em relação ao estado de preservação. Além de todo o organismo fossilizado, petrificado, então agora se comprova o coração deste peixe em três dimensões. Então isto diferencia dos outros achados paleontológicos no mundo. Nossos fósseis do Araripe tem uma caracterização de preservação de forma singular, que é o caso do *rhacolepis* com o coração de pedra, um coração cearense com 110 milhões de anos.

Na categoria “Cariri que se destaca e que repercute” estivemos atentos ao conteúdo que mostrava acontecimentos em que o Cariri adquiriu realce não apenas a nível regional, para buscar que tipos de representações são construídos neste sentido.

O primeiro exemplo tem relação muito próxima com a categoria anterior, em que analisamos as representações acerca da cultura regional. No entanto, percebemos que o principal valor-notícia neste caso foi o fato das obras feitas por artesãos caririenses terem sido encomendadas para ficarem expostas na cidade do Rio de Janeiro, numa famosa feira conhecida por agregar elementos da cultura nordestina em geral. Este aspecto é reforçado nas seguintes falas do repórter: “[...] uma das feiras mais conhecidas do Brasil”; “O padrinho e Luiz Gonzaga vão ganhar lugar de destaque na feira, conhecida como reduto nordestino na cidade maravilhosa”.

Além do fato das estátuas serem produzidas por artistas caririenses, há também o destaque dado para os personagens retratados por estas estátuas, que são dois nomes muito importantes para a história da região: o padre Cícero e Luiz Gonzaga. Este último, apesar de ser pernambucano, viveu estreita relação com a região do Cariri, sendo esta algumas vezes tema de suas canções. A representação que se cria neste caso é de uma região que reúne elementos significativos e reconhecidos dentro da cultura nordestina, a ponto de ganhar destaque em uma feira da região Sudeste, em uma das principais cidades do país. Desta forma, o fato recebe o interesse em ser transformado em notícia por ser entendido como motivo de orgulho para a região.

A segunda reportagem trata-se da cobertura de um evento sobre geoparques. O Geopark Araripe é reconhecido pela UNESCO como o primeiro geoparque das Américas<sup>50</sup>, fato que por si só exprime a importância desta região no âmbito da pesquisa arqueológica e paleontológica. A cobertura deste seminário corrobora para a representação de destaque atribuída à região. Quando o repórter fala, por exemplo, que “vários empresários da região e setores que fomentam a área econômica estiveram no seminário, que foi de grande importância para o crescimento e desenvolvimento profissional de todos”, percebemos a ancoragem em elementos que buscam assegurar a magnitude da região para os temas debatidos.

A ênfase dada à presença do representante da UNESCO também confere maior credibilidade ao evento e demonstra que sua importância transcende aos interesses regionais, visto que o projeto é desenvolvido em parceria com universidades e instituições não apenas locais.

---

<sup>50</sup> “O GeoPark Araripe foi o primeiro geoparque das Américas e hemisfério sul reconhecido pela GGN (Global Geoparks Network) e é composto por 9 geossítios que estão distribuídos em 6 municípios da Região do Cariri: Batateiras (Crato), Pedra Cariri e Ponte de Pedra (Nova Olinda), Parque dos Pterossauros e Pontal de Santa Cruz (Santana do Cariri), Cachoeira de Missão Velha e Floresta Petrificada (Missão Velha), Riacho do Meio (Barbalha), Colina do Horto (Juazeiro do Norte). O território desse geoparque brasileiro, patrimônio da humanidade, totaliza uma área de 3.441km<sup>2</sup>” (Fonte: [geoparkararipe.org.br](http://geoparkararipe.org.br)).

O exemplo 3 que apontamos sobre esta categoria trata-se de uma breve entrevista sobre uma recente e importante descoberta na área da paleontologia. Descoberta esta realizada na região do Cariri. Na época, este fato foi pauta de reportagens inclusive de programas jornalísticos de abrangência nacional, como o Fantástico, da Rede Globo. O assunto é abordado através do aspecto da novidade, a partir de expressões como: “Mais um fóssil muito importante foi encontrado aqui na região do Cariri”, o que enfatiza que esta não é a primeira grande descoberta para a paleontologia realizada nesta região. Além disso, é reconhecida e reforçada a relevância da descoberta não somente a nível regional, através desta pergunta da repórter: “Qual a importância dessa descoberta para toda a paleontologia, num sentido mundial?”.

Quando estivemos realizando a observação participante na TV Verde Vale presenciamos o momento em que esta informação chegou à redação. A editora-chefe veio a acreditar que o *Verde Vale Notícias* daria o furo de reportagem, porque o *CE TV 1ª edição* já estava no ar. No entanto, para a sua surpresa, a informação foi divulgada no mesmo dia por este outro telejornal, através também de uma breve entrevista com este pesquisador que tinha os dados sobre a descoberta. Esta entrevista será abordada como exemplo na mesma categoria referente ao *CE TV 1ª edição*.

As representações sociais aparecem neste caso como os saberes sociais que circulam em uma sociedade. Saberes estes de origem no senso comum ou no campo científico, que se penetram e tornam-se as ferramentas das quais uma sociedade se utiliza para dar sentido a sua realidade e compreender seu cotidiano. Logo, o que pudemos perceber nas representações construídas pelo *Verde Vale Notícias* acerca desta categoria, são, sobretudo, concepções de uma região cujos aspectos culturais e também geológicos angariam notoriedade para a mesma, tornando-a singular e relevante diante de outras localidades de porte maior ou semelhante ao seu.

- **Categoria 5:** Cariri solidário

**Exemplo 1** - Conheça o projeto Luz Solidária lançado em 2009 e contribui diretamente com o meio ambiente

**Figura 16** – Beneficiados do projeto durante uma oficina



**Fonte:** tvverdevale.tv

Exibido em: 12 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 2min 35seg

**OFF 1:** Desde 2006, a Comunidade Beneficente Zaíla Lavor vem trabalhando com crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social, através da cultura, arte e esporte. Mais recentemente, o projeto teve a oportunidade de ampliar as atividades junto à comunidade, por meio do projeto Luz Solidária.

**SONORA 1:** A gente teve a oportunidade, pela rede de lideranças comunitárias da Coelce e o projeto Luz Solidária, de ampliar os nossos trabalhos para pais das crianças cadastradas e outras pessoas de outras comunidades, tanto homens como mulheres. E aí a gente bolou esse curso junto com o pessoal da UFCA, da Enactus, um curso de formação de costureiros. O curso de corte e costura pra 50 pessoas.

**PASSAGEM:** Durante seis meses, os participantes vão aprender sobre história da arte, corte, costura, tendências e mais do que isso: terão a oportunidade de sair daqui com uma nova profissão.

**SONORA 2:** Elas vão, além de costurar as próprias roupas, saber sobre tendências, sobre o que está acontecendo na moda e sobre o que elas podem ir mais além, criar, desenhar e desenvolver os próprios modelos. Trazer o diferencial que é a criação e trazer as próprias referências pessoais de cada um e seus estilos.

**OFF 2:** O diferencial chamou a atenção dos alunos.

**SONORA 3:** Porque sempre quando a gente vai fazer o figurino a gente necessita de um costureiro. E esse curso veio muito bem nessa hora, porque no próximo ano eu vou terminar e vai ser uma contribuição boa, porque ao invés de eu pagar um costureiro eu mesmo vou fazer minhas próprias peças.

**SONORA 4:** Eu espero fazer consertos e bem mais além de tudo isso. Como eu já trabalho como autônoma né, dessa forma tem meios também que eu posso fazer e costurar, né? Costurar pra fora, pra casa mesmo. Já evita que eu pague uma costureira, que além de difícil é muito caro.

**OFF 3:** E além de ter a oportunidade de aprender uma nova profissão, os participantes foram estimulados a preservar o meio ambiente por meio da troca eficiente.

**SONORA 5:** O curso não é só corte e costura. Nós vamos trabalhar vários aspectos, vários temas. E a questão ambiental é muito importante, porque a Coelce ela tá preocupada com a questão ambiental. Tanto que ela deu a cada aluno, a cada aluna, a oportunidade de trazer duas lâmpadas amarelas de casa pra trocar pelas fluorescentes, as brancas, que são mais significativas e são muito mais econômicas.

**Exemplo 2** – Agrupamento de defesa do meio ambiente realiza ações para beneficiar jovens de baixa renda

**Figura 17** – Jovens durante atividade do projeto



**Fonte:** tvverdevale.tv

Exibido em: 14 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 2min 21seg

**OFF 1:** O trabalho desenvolvido para adolescentes entre 12 e 17 anos consiste na realização de atividades diversas, voltadas ao condicionamento físico, desenvolvimento do senso crítico e ações de cidadania.

**SONORA 1:** Eu faço esse trabalho gratuitamente e ajudo o jovem a se desenvolver. Eu procuro saber o quê que o jovem quer da vida. Nós disciplinamos o jovem, moldamos o jovem para a vida dele.

**OFF 2:** Igor é um dos voluntários da ONG e atua como instrutor de atividades físicas.

**SONORA 2:** É um trabalho que a gente ajuda crianças que precisam, é claro. E é um trabalho que você tem oportunidades, uma coisa que a maioria dos jovens não tem hoje: oportunidades. A gente tem portas abertas pra você seguir sua carreira militar, se você quiser seguir. Aqui a gente te prepara pra te mandar já preparado. É aqui que a gente faz mais.

**OFF 3:** Esse empresário foi conhecer o trabalho do Agrupamento de Defesa do Meio Ambiente. Ele pretende desenvolver ações para ajudar a ONG.

**SONORA 3:** Eu vim pra dar apoio. Eles estão sem sede. A gente tá aí conseguindo um apoio pra arrumar uma sede. Um terreno pra gente poder ver se constrói. Então vamos ver se a gente, com outros empresários aí que tão querendo ajudar a gente a arrumar uma sede. Pra gente poder ter uma sede pra poder arrumar mais direito pras crianças.

**OFF 4:** Nágila Leite, que é assistente social, também está disposta a colaborar.

**SONORA 4:** Trabalhando a questão também de tirar essas crianças de problemas que a gente vê na nossa sociedade, problemas totalmente agravantes. Então assim estudar contexto familiar dessas crianças pra tá inserindo elas no convívio social, pra que elas tenham o interesse no estudar.

**OFF 5:** Um dos atrativos do agrupamento é a preparação e incentivo para a carreira militar. Um sonho acalentado pela maioria dos participantes, como a Marta Sabrina, de apenas 14 anos.

**SONORA 5:** Eu tinha o sonho de ser militar. Desde pequenininha. Já fiz curso de bombeiro, aí apareceu a ADEMA que eu me identifiquei mais. Aí eu entrei no curso e “tô” aqui até hoje.

**Exemplo 3** - Instituto de Apoio a Crianças com Câncer (IACC) da cidade de Barbalha faz aniversário

**Figura 18** – Integrantes do projeto comemorando



Fonte: tvverdevale.tv

Exibido em: 27 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 1min 49seg

**OFF 1:** Teve crepe, algodão-doce, bolos, docinhos e muita brincadeira. Há seis anos o IACC trabalha suprimindo a necessidade de crianças com câncer, dando a qualidade de vida que muitas vezes a família não tem condições de oferecer.

**SONORA 1:** Há seis anos nós estamos aqui em Barbalha, acolhendo essas crianças com hospedagem, alimentação, entretenimento. Uma assistência social diferenciada. E graças a Deus, hoje temos o reconhecimento da sociedade pelo trabalho que fazemos, a seriedade, a transparência. A nossa prioridade é realmente fazer essa parceria com as mães, com o tratamento, pra que eles tenham um tempo aqui ameno.

**PASSAGEM:** A festa ficou ainda mais bonita porque a data coincidiu com o aniversário de oito crianças. E é claro que os baixinhos não perderam a oportunidade de dar uma palavrinha.

**SONORA 2:** Eu estou gostando muito, por causa que tem doce, salgado, cachorro-quente, bolo. Tá muito boa essa festa!

**SONORA 3:** *(E você tá gostando da festa?).* Tô. *(Pouco ou muito?).* Muito. *(Que tamanho?).* Igual o tamanho de um dinossauro!

**OFF 2:** Patrícia é mãe do Christopher, que recebe o apoio do IACC há dois anos. O garoto tem dez anos de idade, e o acolhimento da instituição foi fundamental para o tratamento.

**SONORA 4:** Ela ajuda nós em tudo. Feira, apoio, descanso, o que a gente precisar. O que seria de mim e das outras mães se não tivesse a ajuda da casa de apoio, né?

**OFF 3:** Para eles, o que importa não são os presentes, e sim a satisfação explícita em um lindo sorriso.

Nesta última categoria que nós propomos há o interesse em observar as representações criadas acerca de ações beneficentes realizadas por grupos e projetos da região, pois detectamos que abordagens desta natureza são recorrentes. No *Verde Vale Notícias* selecionamos três reportagens em que os projetos mostrados são iniciativas de pessoas ou organizações independentes, que, apesar de atuarem com propostas e públicos distintos, aproximam-se no aspecto que norteia a definição desta categoria: o desenvolvimento de ações solidárias.

A primeira delas tornou-se notícia porque, além do trabalho que já era realizado pelo projeto com crianças e jovens carentes, houve a expansão das atividades, que foram direcionadas tanto para os pais destas crianças quanto para outras pessoas da comunidade. Neste sentido, o objetivo da reportagem foi mostrar em que consistiam estas novas atividades e quais benefícios as mesmas trariam para os participantes. Benefícios estes explícitos em: “os participantes [...] terão a oportunidade de sair daqui com uma nova profissão”. Há ainda a ênfase em atitudes responsáveis que servirão de exemplo para outras pessoas e trarão melhorias não só para estes participantes: “os participantes foram estimulados a preservar o meio ambiente [...]”. A parceria com instituições como a Universidade Federal do Cariri – UFCA e a Companhia Energética do Ceará – Coelce é outro ponto de destaque na reportagem, conferindo seriedade e responsabilidade ao trabalho que é desenvolvido por este projeto.

A segunda reportagem mostra o trabalho de uma ONG que promove atividades para jovens com poucos recursos. Atividades estas voltadas principalmente para o desenvolvimento físico e disciplinar dos mesmos. Além de divulgar o trabalho feito pela ONG, a construção da reportagem visa mostrar também como há o interesse de pessoas de outros segmentos em colaborar para a melhoria do projeto: o voluntário que desenvolve as atividades físicas com os jovens, o empresário empenhado em ajudar na construção de uma sede própria para o projeto, e a assistente social que propõe-se a conferir mais responsabilidade às atividades desenvolvidas por esta ONG.

O terceiro exemplo tornou-se notícia em virtude da comemoração do aniversário de seis anos da instituição que apoia famílias com crianças em tratamento de câncer na cidade de Barbalha. No entanto, a narrativa dá ênfase não apenas ao clima festivo devido à comemoração desta data, mas também ao trabalho que é feito pela instituição e os benefícios que a mesma traz para a vida das pessoas que acolhe, como nesta definição do repórter: “o IACC trabalha suprimindo a necessidade de crianças com câncer, dando a qualidade de vida que muitas vezes a família não tem condições de oferecer”. O apelo emocional neste exemplo fica

mais evidente, devido à situação delicada pela qual passam as pessoas assistidas pela instituição e também pela alegria em comemorar mais um ano de existência da mesma.

Além da cognição e da ação, Jovchelovitch (2000, p. 177) ressalta que as representações sociais envolvem também os afetos, “[...] porque saber envolve o desejo de saber ou desejo de não-saber, envolve investimento e paixão em relação ao objeto do saber e ao ato do saber”. Logo, os meios de comunicação lidam com formas de mobilizar esses afetos tanto no processo de seleção quanto no de produção e tratamento das informações, tornando-se por isso espaço de mediação entre os sujeitos e as representações da realidade que os cercam.

As representações identificadas nesta categoria possuem foco, sobretudo, em atitudes positivas, que beneficiam pessoas com precárias condições de vida e que enfrentam dificuldades. Desta forma, a própria população desenvolve meios para amenizar estas dificuldades, e por isso as ações sociais que elas promovem tornam-se assuntos relevantes para as pautas jornalísticas, criando-se a representação de uma região onde as pessoas são motivadas a agirem em favor do próximo.

### 5.3 Representações sociais no *CE TV 1ª Edição*

- **Categoria 1:** Histórias de vidas do Cariri

**Exemplo 1** – *CE TV* acompanha rotina de garoto com autismo em escola de inclusão

**Figura 19** – Crianças durante atividades da escola



Fonte: [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 05 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 3min 20seg

**OFF 1:** Entrar numa sala de aula, colorir as atividades, é algo natural para crianças de 4 anos. Mas para o Miguel essa rotina é nova. Acontece que ele tem autismo, um transtorno de desenvolvimento que, segundo os médicos, geralmente dificulta a interação social e a comunicação da criança. Logo a mãe notou o comportamento diferente e as limitações do filho.

**SONORA 1:** A minha filha aprendeu a falar logo, e ele não. Demorou, retardou um pouco. Ele tinha medo de fogos de artifício, tinha medo de liquidificador, de secador. Tudo que tinha muito barulho ele botava a mãozinha e corria e se trancava no quarto, com medo.

**OFF 2:** Depois de aceitar o diagnóstico era hora de lutar para que Miguel tivesse acesso à educação. Mas até que ele ocupasse essa cadeira a caminhada seria longa. Para isso, Sandra deixou a cidade onde moravam, em Pernambuco.

**PASSAGEM:** Uma das maiores dificuldades da família foi incluir o Miguel em uma sala de aula regular. Eles receberam “não” de pelo menos quatro escolas diferentes. Mas há cerca de um ano conseguiram uma vaga em uma creche aqui de Juazeiro do Norte e hoje assistem a evolução do pequeno.

**OFF 3:** O menino ganhou companhia e passou a desenvolver mais habilidades. A irmã conta que muita coisa mudou desde que ele começou a frequentar a escola.

**SONORA 2:** A interação. Ele se tornou mais paciente. Aprendeu a sentar e esperar as coisas no tempinho certo. Paciência de dividir os brinquedos, dividir o lanche, tudo dividir com os coleguinhas e interagir socialmente.

**OFF 4:** Hoje, além das visitas semanais, a terapia ocupacional e fonoaudiólogo, o Miguel tem a atenção das educadoras dessa creche municipal.

**SONORA 3:** Cada dia é uma modificação, um desenvolvimento. Ele desenvolve uma coisa, depois desenvolve outra, e assim a gente vai conseguindo. (*Quando você vê ele aí pintando o carrinho, já tá diferente de quando chegou?*). Tá diferente de quando chegou, que ele não pegava no pincel. Muito tímido, não queria entrar na sala. Ainda hoje ele fica assim meio receoso pra entrar na sala, mas com a ajuda da nossa colega ele entra.

**OFF 5:** Além da professora, ele conta com o apoio da cuidadora, que é estudante de pedagogia. Ela disse que paciência, carinho e o ensino envolvendo mais brincadeiras, têm sido ingredientes fundamentais para o desenvolvimento do Miguel.

**SONORA 4:** Miguel chegava ficava isolado, sozinho. Hoje não. Hoje Miguel já participa da roda de conversa, já participa das atividades, brinca com a gente. Já conta até histórias também. (*E como você se sente, como professora, de assistir esse crescimento?*). Eu cresço junto com ele. É muito gratificante, porque esse é o nosso papel de educador: trazer o novo a cada dia.

## **Exemplo 2 – Artista transforma lixo em material de arte**

**Figura 20 – Imagem da exposição**



**Fonte:** [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 16 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 3min 22seg

**OFF 1:** Olhando assim de longe é difícil adivinhar a técnica usada por esse artista plástico para compor essas obras. As pedrinhas de cores diferentes, coladas como um mosaico, se unem formando paisagens, temas religiosos, fotografias, e até réplicas de obras mundialmente

conhecidas, como “A moça do brinco de pérola”. A matéria-prima de tanta beleza vem de uma fonte surpreendente: restos de cerâmica descartados geralmente das construções civis.

**PASSAGEM:** O Adriano se incomodou com cenários assim e resolveu que precisava fazer algo pra ajudar o meio ambiente. Esses cacos não apenas deixaram de poluir, mas se transformaram em verdadeiras obras de arte.

**OFF 2:** Foram quase dois anos produzindo cada detalhe minuciosamente. O artista de Juazeiro do Norte resolveu dividir o próprio trabalho com os admiradores da arte em uma exposição chamada “Cacos”. A escolha do nome não foi aleatória, já que para ele, mais importante que cada tela, é a reflexão que ela provoca.

**SONORA 1:** As pessoas quando veem os objetos que jogam fora, por exemplo, um caco de cerâmica “tá” lá no chão, aquilo ali serve pra alguma coisa. Por exemplo, eu peguei isso aqui, peguei da rua, do lixo, do lixo fiz o luxo, ou seja, se transformou em obra de arte. Eu acho que cada um que vê isso aqui acha “eu posso fazer isso também”. Então isso eu acho fundamental e o resultado pra mim é extraordinário. Ver isso aqui depois de tudo catado, peça por peça, montado e fazer isso aqui. Pra mim é extraordinário.

**OFF 3:** Objetivo mais que alcançado. Cada visitante que chega à galeria do Centro Cultural Banco do Nordeste fica admirado em ver, por exemplo, a fauna e a flora do Cariri estampados como um ladrilho desordenado, que revela belas imagens. Saber que tudo isso veio do lixo surpreende ainda mais.

**SONORA 2:** Além dessa grande sensibilidade, ele trabalha com a reciclagem. A gente sabe que a palavra hoje é “eco-sustentabilidade”. Então ele tem um “quê” a mais, né? E eu fico assim muito emocionado de ver um trabalho desse, que é um trabalho multifacetado, feito de mosaico, a partir de pedaços de cerâmica e azulejo se transformar em grandes obras de arte que fala muito pro coração da gente, faz a gente pensar, faz a gente viajar. Então realmente é um trabalho de um grande artista.

**SONORA 3:** Eu encontrei uma forma de arte diferente e pensando um bocado com o que dá pra fazer com material diário que você encontra até mesmo no lixo. Porque isso daí as pessoas dispensam no lixo. Então dá pra fazer arte com tudo mesmo.

### Exemplo 3 – Homem transforma paixão por brinquedos em profissão

**Figura 21** – Artista mostra o seu trabalho



Fonte: [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 22 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 3min 22seg

**OFF 1:** Um jipe de brinquedo, réplica de um modelo da década de 50. Depois de várias tentativas frustradas, seu Claudio Oliveira achava que tinha acertado no gosto do filho mais velho quando escolheu esse carrinho. Mas a reação de Tiago, aos 9 anos, não foi a esperada.

**SONORA 1:** Eram aviões que eu dava, era motinha, era carros assim, carros simples mesmo. Mas mesmo assim ele não se conformava com aquele modelo. (*Batia uma frustração no pai?*) Com certeza, batia sim.

**OFF 2:** Insatisfeito com os próprios brinquedos, ele começou a brincar de confeccionar carrinhos, tratores e aviões. Para isso, usava papelão e cola como matéria-prima. Depois que tomou gosto se interessou em elaborar as técnicas.

**PASSAGEM:** Enquanto a maioria das crianças de 11 anos se interessava por brinquedos comuns e fábulas infantis, o Tiago já mergulhava nas revistas e nos livros com temas aeronáuticos. Era um sinal da paixão que estava por vir.

**OFF 3:** A brincadeira passou a *hobbie* e depois à profissão. Com tanta riqueza de detalhes, a criança arteira e exigente passou a um talentoso artesão. O amor pelos aviões e pela história de cada um deles se materializou.

**SONORA 2:** Eu procuro ao máximo usar o que a gente encontra em casa. Uma tesoura, um alicate de unha, uma lixa de unha. Pra não sair, entre aspas, do padrão que eu sigo, né? Que eu quero, assim, a minha meta, que seja uma coisa artesanal, que nunca saia dessa proposta aqui.

**OFF 4:** As plantas de aeromodelos divulgadas na internet também viraram fonte de pesquisa, e nas mãos do Tiago a imagem ganha forma modelada nessa folha rígida, conhecida como papel couro. Depois, cores e detalhes impecáveis. Se é antigo e tem história o carro também

ganha espaço na vida desse artista. A Kombi de feirante que ele viu em uma feira no Sudeste do país, a mais clássica dos modelos, pronta para uma viagem de férias. Se chama atenção, vira desafio.

**SONORA 3:** Eu recebi um desafio agora que é pra construir um “Junkers Stuka”, que é um avião da Alemanha, da segunda guerra mundial. E esse vai ser bem trabalhoso, mas eu sei que vai dar certo, sei que eu vou conseguir terminar ele.

**OFF 5:** O que surpreende a família é ver que ele começou a fazer as réplicas em miniaturas ainda na infância, sem a mínima ideia de que aquilo era arte. E hoje, aos 26 anos, consciente do trabalho, ele continua buscando aperfeiçoar as técnicas e chegar o mais próximo possível da identidade de cada carro ou aeronave.

**SONORA 4:** Todo ser humano é dado um dom por Deus. E esse dom dado por Deus ao meu filho, eu acredito, que essa perfeição é algo assim inacreditável pra mim como pai. Só desejo a ele que ele faça o melhor possível da vida dele, sempre pensando positivo e trabalhando a arte dele de uma maneira procurando aperfeiçoamento.

No *CE TV 1ª edição*, os exemplos que trouxemos na categoria “Histórias de vidas do Cariri” apresentam duas estratégias distintas para o processo de ancoragem das representações. Enquanto no primeiro exemplo percebemos elementos representativos que se assemelham aos adotados também pelo *Verde Vale Notícias*, onde a superação de dificuldades e a conquista de avanços na vida do menino que tem autismo são as principais ancoragens, nos dois exemplos seguintes constatamos outro tipo de representação construída.

Nestes dois exemplos posteriores existem elementos em comum: o destaque para o trabalho de dois artistas que através de materiais inusitados confeccionam seus produtos. Enquanto um produz quadros com cacos de cerâmicas descartados no lixo, o outro constrói réplicas de carros e aviões com papelão. Nestes casos, o valor-notícia gira em torno daquilo que, na vida dessas pessoas, causa interesse por ser inusitado e conseqüentemente motivo de admiração, como o desenvolvimento de um talento específico.

Voltando ao exemplo 1, algumas expressões e falas onde se identificam as ancoragens para tornar familiares as representações criadas são: “[...] era hora de lutar para que Miguel tivesse acesso à educação. Mas até que ele ocupasse essa cadeira a caminhada seria longa”; “Uma das maiores dificuldades da família foi incluir o Miguel em uma sala de aula regular”; “[...] hoje assistem a evolução do pequeno”. Neste exemplo visualizamos novamente o percurso que leva à familiarização da representação. Através da história da família que, apesar das dificuldades impostas pelo quadro clínico da criança, não desistiu de

buscar melhorias para a vida do garoto, e que desta forma já alcançou resultados significativos, constrói-se uma representação do exemplo de vida a ser seguido ou admirado.

No exemplo 2, as expressões que ajudam a construir a representação sobre o artista e seu trabalho podem ser reconhecidas em: “O Adriano [...] resolveu que precisava fazer algo pra ajudar o meio ambiente”; “Esses cacos não apenas deixaram de poluir, mas se transformaram em verdadeiras obras de arte”; “Objetivo mais que alcançado”; “Saber que tudo isso veio do lixo surpreende ainda mais”. Além do destaque dado ao caráter inusitado por conta da matéria-prima que o artista utiliza em suas obras, há ainda o mérito pela preocupação do mesmo com a questão ambiental. O interesse em enaltecer e propagar atitudes positivas como a deste artista também se demonstra presente na ancoragem desta representação.

Já no terceiro exemplo, é possível identificar as estratégias para a construção da representação em: “Com tanta riqueza de detalhes, a criança arteira e exigente passou a um talentoso artesão”; “Se chama atenção, vira desafio”; “O que surpreende a família é ver que ele começou a fazer as réplicas em miniaturas ainda na infância, sem a mínima ideia de que aquilo era arte”; “[...] ele continua buscando aperfeiçoar as técnicas [...]”. Neste caso, assim como no anterior, há o destaque para a matéria-prima incomum utilizada pelo artesão. Outros pontos destacados e que ancoram as representações são o fato de como uma brincadeira de criança tornou-se um trabalho sério e o profissionalismo e riqueza de detalhes que atualmente são dedicados a este trabalho.

Assim, as representações desta categoria que são construídas pelo *CE TV 1ª edição* baseiam-se em exemplos de vida a serem seguidos e ao reconhecimento de ações e trabalhos que merecem destaque pela forma com que são desenvolvidos. Neste sentido, fica novamente clara a contribuição da teoria das representações sociais para o estudo das mensagens difundidas pelos meios de comunicação de massa, pois ela oferece recursos para a compreensão de saberes, práticas e afetos que constroem e mantêm os laços sociais em uma comunidade.

- **Categoria 2:** A religiosidade do Cariri

**Exemplo 1** – Assista à série de reportagens especiais sobre Padre Cícero<sup>51</sup>

**Figura 22** – Imagem do padre Cícero dentro da igreja da Sé pela primeira vez



**Fonte:** [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 06 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 4min 04seg

**SONORA 1:** Padre Cícero, a gente olhando assim pra imagem dele, reflete paz, reflete amor, reflete misericórdia. Então, padre Cícero, através do meu pai e da minha mãe como romeiros, vindos de Alagoas, eu aprendi a amá-lo, a respeitá-lo. Ele foi um grande catequista. Pra mim, ele foi um grande professor, um grande padre e um grande protetor.

**OFF 1:** E quando o afilhado é a própria graça alcançada? Xará do padrinho, a emoção parece ser ainda maior.

**SONORA 2:** A minha família é toda de Barbalha. Só eu que nasci no Juazeiro. E quando a minha mãe se mudou pra cá ela teve dez partos normais e eu fui o décimo primeiro. Então era uma gravidez de alto risco. Ela já com 47 anos. E a medicina naquele tempo era mais atrasada. Então, doutor Mozart, que era médico do padre Cícero, ele disse que não garantia a sobrevivência dos dois, porque o parto ia ser muito sério, muito grave. Então ela se apegou com padre Cícero e disse que se eu nascesse normal e ela ficasse bem meu nome ia ser “Cícero Romão dos Santos”.

**OFF 2:** O religioso nasceu há 172 anos, mas nunca, nunca esteve tão na moda. Depois da reconciliação com a Igreja então, nem se fala. Foi a primeira vez que os fiéis presenciaram a imagem do “padim” dentro de um templo católico, no Crato. Este ano foi a vez dos devotos

<sup>51</sup> Esta é a terceira de uma série de reportagens especiais sobre o padre Cícero. A primeira delas tem como foco o envolvimento do padre com a política da região. Já a segunda conta a história do suposto milagre da hóstia e de suas implicações posteriores na vida do padre. E a terceira, que por nós foi selecionada, trata do legado e influência deixada pelo padre Cícero para Juazeiro do Norte e toda a região do Cariri.

de Juazeiro presenciarem o mesmo sentimento, a mesma imagem dentro da igreja. Não há palavras para descrever tamanha a emoção dos fiéis.

**OFF 3:** Inúmeras expressões artísticas referenciam não só a devoção, mas a admiração pelo padre Cícero, ou pelo “padim Ciço”. Sejam em esculturas de madeira, cordéis, xilogravura, livros que contam e recontam a mesma história sob olhares diferentes. O padre político, milagreiro, já foi tema de minissérie na TV. Na telona, o ator juazeirense Quinco Pelegrini, foi quem brilhou como protagonista. Quinco já viveu o padre Cícero também no teatro. A performance rendeu dois prêmios de melhor ator.

**OFF 4:** Para uns, padre Cícero inspira arte. E para muitos outros inspira a vida. Pra você, padre Cícero, quem ele é?

**Exemplo 2 – CE TV recebe o padre José Ricardo**

**Figura 23 – Padre durante a entrevista no estúdio**



**Fonte:** [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 20 de abril de 2016 / Formato: entrevista ao vivo / Tempo: 2min 56seg

**REPÓRTER:** Vamos falar agora sobre religiosidade. Amanhã tem uma carreata saindo do Crato, da encosta do seminário, e vai até a Ponta da Serra. Ao meu lado o padre José Ricardo, pároco lá da Ponta da Serra. Essa carreata, padre, é em homenagem a São José Operário. É isso mesmo? É a abertura das festividades.

**ENTREVISTADO:** Boa tarde, Paulo Ernesto. É isso mesmo. Amanhã estaremos iniciando os festejos a São José Operário, padroeiro de Ponta da Serra. Então na encosta do seminário estaremos todos lá amanhã às 17 horas para darmos início à carreata. O padre Edson estará presente acolhendo a todos. O reitor do seminário abençoará todos os motoristas, todos os carros que estiverem lá presente, as famílias, muitas motos também. E partiremos em direção à Ponta da Serra para hastearmos a bandeira e iniciarmos os festejos a São José Operário.

**REPÓRTER:** E lá também tem uma programação bem vasta, inclusive com novenários. Fala um pouquinho pra gente dessa programação.

**ENTREVISTADO:** Esse ano nós temos como tema “misericordiosos como o pai, fiéis e justos como São José”. Em plena comunhão com o ano da misericórdia, que foi inaugurado pelo papa Francisco. E também nesse momento turbulento que passa nossa nação brasileira, a fidelidade na promoção da justiça e da paz. Nós sabemos que para alcançarmos a verdadeira paz, a felicidade da nação, é necessário passar pela justiça, vivermos a justiça. E viver a justiça. São José, na bíblia, é declarado um homem justo. É fazer, ser um fazedor do bem e da verdade. Então durante todos esses dias nós refletiremos sobre este tema, rezando também pela nossa nação brasileira. E haverá durante essas noites participação das nossas comunidades, quermesses, as noites culturais, bingos, leilões. Então tudo aquilo que é próprio do povo, das festividades do nosso povo, nós vamos valorizar bastante durante esses festejos a São José Operário.

**REPÓRTER:** Culminando naturalmente com a procissão...

**ENTREVISTADO:** Justamente. No dia primeiro de maio, dia do trabalho, nós estaremos realizando, às 4 horas da tarde, a santa missa, transmitida pela FM padre Cícero e logo após a grande procissão contando com a participação de todas as comunidades, as capelas, da nossa paróquia.

**REPÓRTER:** Ok. Padre, muito obrigado por sua presença aqui no nosso estúdio. A gente deixa um abraço especial ao pessoal lá da Ponta da Serra que eu tenho certeza que nos assiste. Muito obrigado então.

**Exemplo 3** – Padre Fábio de Melo fala com a repórter Darlene Barbosa

**Figura 24** – Repórter entrevistando o padre Fábio de Melo



**Fonte:** [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 21 de abril de 2016 / Formato: entrevista gravada / Tempo: 2min 07seg

**REPÓRTER:** Essa é uma quarta-feira mais que especial porque Juazeiro do Norte recebe pela segunda vez a visita do padre Fábio de Melo. Ele tá aqui do nosso lado. Antes do show recebeu a nossa equipe. Padre, explica pra gente a emoção de visitar nossa cidade pela segunda vez.

**ENTREVISTADO:** Pra mim é uma alegria vir à terra do padre Cícero. Encontrar esse povo cearense querido aqui no Cariri. Você sabe que há muitos anos eu já tinha um trabalho muito intenso aqui na região. Vinha muito a Brejo Santo. Os convites da renovação carismática me trouxeram tantas vezes. E tive a oportunidade de ver o Cariri de perto, viajei muito por aqui. E hoje estar aqui em Juazeiro do Norte pra mim é uma alegria muito grande.

**REPÓRTER:** O senhor também, como religioso, acompanha a história do padre Cícero. Acompanhou esse fato importante que foi a reconciliação da Igreja Católica com o sacerdote?

**ENTREVISTADO:** Não só acompanhei como torci muito para que acontecesse. Na teologia a gente aprende que um santo não começa dentro do Vaticano. Ele começa nas ruas, na aclamação popular. Depois o Vaticano somente reconhece aquilo que o povo já sabia de cor. E o povo cearense, o povo brasileiro, já viu de perto as graças que o padre Cícero deixou e deixa pra cada um de nós, com seu exemplo, com sua vida. E eu fico muito feliz de ver, de todo o processo ser encaminhado agora, essa reconciliação feita.

**REPÓRTER:** Só uma última pergunta pra finalizar esse nosso papo: essa sua repercussão, o reconhecimento das pessoas em acompanhar as tuas redes sociais, manda um recado pro pessoal que vai tá assistindo a gente e com certeza vai acompanhar nas suas redes a sua passagem por Juazeiro do Norte.

**ENTREVISTADO:** Pois é, muito obrigado a todo carinho. Nas redes sociais a gente tem oportunidade de mostrar o cotidiano da gente de uma maneira muito leve, bem humorada. E eu fico muito feliz de ver os amigos que faço ali, os vínculos que são estabelecidos através de pessoas que se aproximam com muito carinho pra me dizerem que me acompanham no *Snap*, no *Twitter*. Muito obrigado pelo carinho de vocês.

O conteúdo do *CE TV 1ª edição* selecionado para esta categoria é composto por três tipos de formatos jornalísticos: uma reportagem, uma entrevista ao vivo e uma entrevista gravada. No entanto, todas elas originam-se de uma temática em comum, que é a religiosidade. No primeiro exemplo já fica explícita a relevância desse tema e das representações que agrega apenas pelo fato de compor uma série de reportagens especiais, que demandam mais tempo de produção e ocupam um espaço no telejornal por mais de um dia seguido. Frisamos ainda que esta série não está atrelada a nenhuma data específica, como aniversário de nascimento ou de morte do padre Cícero, e que a mesma é justificada apenas pela incontestável importância que o padre tem para a região.

Neste primeiro exemplo que apresentamos, são enfatizados aspectos referentes ao legado deixado pelo padre Cícero e a devoção que inspira em seus devotos, tanto romeiros como moradores da própria região. Há destaque também para a inserção deste legado em outras áreas além da religiosa, como na cultura da região, seja no artesanato, na literatura ou nas artes cênicas. Em vista disso, devemos lembrar que “o significado pleno destas representações deve ser entendido em relação aos elementos que fazem delas parte integrante da vida social e histórica da comunidade na qual elas surgem” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 185).

Desta forma, busca-se reforçar a imagem e representação do padre como figura ilustre e de suma importância para estas cidades da região do Cariri, sobretudo para Juazeiro do Norte. A recente reconciliação da Igreja Católica com o sacerdote é retratada através do apelo às grandes emoções que provocou. Em expressões como “O religioso nasceu há 172 anos, mas nunca, nunca esteve tão na moda. Depois da reconciliação com a Igreja então, nem se fala” e “Não há palavras para descrever tamanha a emoção dos fiéis” é possível reconhecer representações que buscam ser objetivadas, visto que tomam como base experiências e memórias que lhes são anteriores.

Já no segundo exemplo apresentamos uma entrevista ao vivo em estúdio com um padre de uma paróquia de Ponta da Serra, pequeno distrito da cidade Crato. O padre foi convidado a falar sobre a abertura dos festejos do padroeiro daquela paróquia. Só o fato do espaço cedido à divulgação deste evento (de pequeno porte se comparado às romarias e festas de paróquias maiores) revela a importância atribuída por este telejornal para eventos que estejam relacionados com manifestações da fé católica popular.

O padre é conduzido a falar sobre os detalhes da programação dos festejos, e através desta divulgação alcançar um maior número de participantes para os mesmos. Lembremos que no *Verde Vale Notícias* foi feita uma reportagem cobrindo a abertura do mesmo evento. Ou seja, ambos os telejornais, através da relevância que as representações em torno da religiosidade possuem na região, deram destaque a este evento, mesmo que através de formatos e enquadramentos distintos. Este fato nos leva a constatar o grande valor que é conferido por estes telejornais a temas que de alguma forma se relacionam com a religião católica, e que desta forma dão continuidade à representação que se tem do Cariri como um lugar em que a fé e a religiosidade estão sempre presentes.

O terceiro exemplo trata-se de uma entrevista gravada com um padre nacionalmente conhecido e que realizaria um show em Juazeiro do Norte. Aqui, a estratégia para a ancoragem das representações consistiu em obter deste padre, que se pressupõe possuir

grande prestígio entre o público, declarações acerca da relevância de Juazeiro do Norte e região para a Igreja, além trazer à tona a já tão comentada e celebrada reconciliação da mesma com o padre Cícero.

Jovchelovitch (2000, p. 175) afirma que “para entendermos o desenvolvimento das representações sociais é necessário entender os processos que lhes dão origem”. A breve revisão histórica trabalhada no segundo capítulo deste trabalho possibilitou contextualizar um pouco o processo que dá origem a estas representações. Neste sentido, podemos sugerir que toda representação que gira em torno da religiosidade desta região é permeada por ancoragens que exaltam a fé popular, a devoção ao padre Cícero Romão Batista e a alegria e festividade das celebrações.

- **Categoria 3:** A cultura do Cariri

**Exemplo 1** – Organizadores falam sobre o Caldeirão da Santa Cruz do Deserto

**Figura 25** – Organizadores do evento durante a entrevista



**Fonte:** [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 12 de abril de 2016 / Formato: entrevista ao vivo / Tempo: 3min 58seg

**REPÓRTER:** Agora o nosso assunto é o seminário que tem como tema central o Caldeirão da Santa Cruz do Deserto, experiência histórica de trabalho comunitário na zona rural do Nordeste. O evento é promovido pela URCA, em parceria com a secretaria de cultura do Crato e também com o Geopark. A gente tem dois convidados aqui no estúdio, ao vivo. Boa tarde pra vocês. Arlene, eu vou começar conversando com você primeiro porque a URCA é a instituição que idealizou o evento. Por que vocês decidiram promover um evento como esse pra comemorar os 80 anos? O que é que vai ter nesse evento?

**ENTREVISTADA 1:** O evento na verdade ele foi idealizado conjuntamente, pela secretaria de cultura do Crato e a Universidade Regional do Cariri, através da pró-reitoria de extensão. E a necessidade de um evento desse tipo se deu em virtude de haver a necessidade de se discutir Caldeirão, a questão museológica, a questão patrimonial do Caldeirão. Então chamar atenção, não somente dos pesquisadores que estudam individualmente o Caldeirão, mas da universidade como um todo, da sociedade, dos poderes públicos. É um evento que envolve pesquisadores, profissionais de várias universidades, de várias entidades públicas, e que estão discutindo, nessa ocasião, de 12 a 14, o Caldeirão.

**REPÓRTER:** Aproveitando e pegando esse gancho vou apresentar aqui Arthur Sá. O senhor vai palestrar hoje sobre geoparks, mas eu tô sabendo que tem uma novidade. O Caldeirão pode ser então o mais novo geossítio do Geopark Araripe?

**ENTREVISTADO 2:** Boa tarde. Efetivamente eu estou aqui no Araripe para poder ver essa realidade do Caldeirão. Sou do geopark há alguns anos, e poder discutir com entidades a possibilidade de podermos ter no Caldeirão um novo geossítio para o Geopark. Efetivamente eu hoje vou falar dessa importância de nós envolvermos a comunidade no geopark. A comunidade é parte de um geopark. Um geopark é sempre feito com pessoas e para as pessoas. Então por essa via vamos ver essa possibilidade dessa cultura tangível, mas também intangível associada ao Caldeirão para podermos ver se efetivamente reúne condições para ser mais um geossítio desse território fantástico, reconhecido pela Unesco, que é o Geopark Araripe.

**REPÓRTER:** O senhor inclusive é de um geopark de Portugal que serviu de modelo, de exemplo pra criação do Geopark Araripe, que este ano completa dez anos. Fala um pouquinho dessa experiência, dessa troca. O senhor já esteve por aqui antes também, né?

**ENTREVISTADO 2:** Exatamente. Tem sido uma troca muito proveitosa para ambos os geoparks. Na verdade, as realidades são distintas em termos de território, em termos de cultura. Temos pontos em comum como a língua, como podem imaginar. Mas tem sido frutuoso, tem sido uma partilha, uma ajuda mútuas e que efetivamente tem sido muitos os resultados, muitas das iniciativas que temos promovido a um nível educativo são um bom exemplo.

**REPÓRTER:** Ok Arthur. Arlene, antes da gente encerrar, vamos só explicar: tem programação cultural também. Aproveite e convide o público. Horário, local dessas apresentações tudo dentro do seminário.

**ENTREVISTADA 1:** As inscrições foram feitas online. Pra nossa surpresa estão esgotadas. Foram 280 inscrições. O evento ele vai ocorrer no período da manhã, tarde e noite. Então haverá palestras, onde será discutida a questão, como eu já coloquei anteriormente, Caldeirão enquanto patrimônio museológico e excursões técnicas.

**REPÓRTER:** Ok. Muito obrigada aos dois pela participação e pelo bate-papo aqui no CE TV. Até a próxima.

## Exemplo 2 – Evento no Cariri reúne “mestres da cultura”

**Figura 26** – Alguns mestres da cultura durante o evento



Fonte: [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 26 de abril de 2016 / Formato: nota coberta / Tempo: 2min 03seg

**OFF 1:** “Cantos”, “entremeios”, “reisados” e “Mateus” já foram temas do evento. No seu último ciclo, a pauta é a tradição dos “bacamarteiros” e do “maneiro-pau”. O evento busca dar visibilidade para essas tradições da nossa região.

**SONORA 1:** A Universidade Federal Fluminense avistou e definiu o Cariri como um território criativo. Está trabalhando em quatro núcleos aqui: Caldeirão, Mestre Noza, Lira Nordestina e mestres e brincantes. E esse foco específico em mestres e brincantes é um registro de toda a construção desses fazeres aqui na região.

**OFF 2:** Uma região rica em cultura atrai muitos turistas, fortalecendo nosso desenvolvimento. É o que afirma essa estudante e pesquisadora.

**SONORA 2:** O incentivo de instituições e do governo seria um bom apoio pra apoiar e valorizar a cultura.

**OFF 3:** São mestres de muitas práticas culturais. Segundo eles, esse ofício a vida não ensinou, foi dom de Deus.

**SONORA 3:** “Inda” hoje eu tenho lembrança do meu tempo de rapaz. Faço coisa sem escrever que o senhor escreve e não faz. Mas a natureza me deu o dom e o mundo vai ficar bom depois que eu não presto mais.

**OFF 4 :** A programação segue até esta quinta-feira trazendo temas tradicionais da cultura popular da nossa região.

**SONORA 4:** A gente faz esse convite, estende esse convite a estudantes, a quem se interessa pela cultura, pra saber da sua identidade, porque através dessas falas a gente vai se reconhecendo e enfim, fortalecendo a nossa identidade cultural da região do Cariri.

**Exemplo 3** – Mestres da Cultura do Cariri repassam tradições a gerações mais novas

**Figura 27** – Apresentação de dança de roda



**Fonte:** [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 27 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 3min 26seg

**OFF 1:** O som da pisada, do batuque dos tambores, e das batidas dos pedaços de pau. Cada manifestação dessa carga uma raiz diferente. Em comum eles têm o mesmo desejo de manter viva a cultura local. O terreiro do mestre Cirilo, que fica na Bela Vista, no Crato, é conhecido pelas brincadeiras de “maneiro-pau”. Mas na noite de ontem deu espaço à Corte Africana do Maracatu, que veio do bairro Zacarias Gonçalves para encantar os moradores da comunidade.

**SONORA 1:** É maravilhoso o encontro de cultura, né? Todo mundo junto, num só objetivo, pra mostrar a nossa cultura. (*E fortalecer?*). E fortalecer, com certeza.

**OFF 2:** A cada última terça-feira do mês, essa festa se repete em um lugar diferente, envolvendo várias manifestações culturais do Cariri. Esse encontro é organizado há dez anos pelo SESC, com o propósito de valorizar e reconhecer o trabalho dos mestres de cultura popular.

**SONORA 2:** Ele é fundamental pra justamente dar manutenção a essa tradição que é tão importante, né? Vitalizar cada vez mais e possibilitar que os mestres da cultura tenham dentro do seu próprio local de origem o reconhecimento de toda a comunidade, que as pessoas percebam a importância dele e passem a respeitar todo esse trabalho que ele faz.

**PASSAGEM:** A ideia desse projeto é reunir vários saberes da cultura popular em uma espécie de intercâmbio cultural. Nessa terça-feira a mistura foi do “maracatu”, com o “maneiro-pau” e também a “dança do côco”.

**OFF 3:** As mulheres do sítio Quebra mostraram disposição na tradicional “dança de roda”. O repertório animou os moradores.

**SONORA 3:** Basta o povo saber. Quando o povo sabe que vai ter terreirada aqui, todo mundo se reúne aqui. Sempre num cabe ninguém nesse terreiro. (*Sempre é uma festa?*). Sempre é uma festa!

**OFF 4:** O anfitrião teve uma noite de festa no terreiro de casa. Mestre Cirilo não escondeu a alegria de receber o projeto na comunidade e ter a companhia de velhos amigos da tradição popular.

**SONORA 4:** Uma grande alegria que a gente tem de receber esses grupos na casa da gente. Quando a gente vai pra casa deles é a mesma coisa. É uma coisa importante a cultura popular. É uma coisa que traz a vida e felicidade pro mestre quando ele passa a ser mestre.

Nos exemplos do *CE TV 1ª edição* que apresentamos sobre esta categoria pudemos perceber muitos pontos em comum com as representações que são oferecidas também pelo *Verde Vale Notícias*. Inclusive, o primeiro e segundo exemplo são pautas que também foram trabalhadas por este outro telejornal em questão, contudo, através de formatos diferentes, demonstrando que os meios de comunicação expressam “[...] pressupostos que pertencem ao estoque cultural das sociedades nas quais eles operam” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 103).

O exemplo 1 do *CE TV* consiste em uma entrevista em estúdio acerca da divulgação do seminário que discutiria questões referentes à experiência do Caldeirão da Santa Cruz do Deserto. Na introdução da entrevista, a repórter se encarrega de salientar a importância deste acontecimento histórico não só para o Cariri como para toda a região Nordeste. Os próprios entrevistados, através dos papéis que ocupam, uma vinculada à Universidade Regional do Cariri – URCA e o outro ligado à rede de geoparques, agregam importância tanto ao tema como à realização deste evento. É importante notar que as empresas jornalísticas se pautam principalmente por instituições legitimadas, invocando fontes legitimadas.

Durante a entrevista, além de dar espaço à divulgação da programação do seminário, discute-se também a possibilidade de transformar aquele território em um geossítio integrante do Geopark Araripe. É demonstrada ainda a tentativa de expandir o conhecimento acerca das riquezas resultantes deste momento histórico para além da academia, e fazer com

que o mesmo traga benefícios para toda a população que por ele pode ser influenciada. Então, além do caráter didático expresso nessa entrevista, há o reforço positivo acerca do que este acontecimento histórico significa para a região.

No segundo exemplo é curioso notar que a produção do *CE TV 1ª edição* optou por realizar uma nota coberta do mesmo evento que a equipe do *Verde Vale Notícias* resolveu não levar ao ar por conta da ausência de boas imagens. Neste caso, podemos observar de que forma uma representação pode ser transmitida através de um tipo específico de enquadramento escolhido, como discutido no terceiro capítulo deste trabalho. A estratégia encontrada pela equipe deste telejornal foi obter o depoimento de um dos organizadores do evento, de um dos mestres da cultura e de uma estudante que pesquisa o tema debatido.

De forma a conferir apoio à realização do evento, são usadas expressões como “O evento busca dar visibilidade para essas tradições da nossa região” e “Uma região rica em cultura atrai muitos turistas, fortalecendo nosso desenvolvimento”. Nesta emissora, as notas cobertas geralmente são realizadas pelos estagiários de produção, estudantes de jornalismo, que colhem as entrevistas e acompanham o cinegrafista nas filmagens, sendo então responsáveis também por redigir o texto da nota.

O terceiro exemplo desta categoria é permeado por estas representações acerca da cultura regional que viemos comentando desde os exemplos do outro telejornal em estudo. As expressões utilizadas pela repórter para falar sobre este projeto realizado pelo SESC reforçam nossos argumentos em relação à construção destas representações: “Em comum eles têm o mesmo desejo de manter viva a cultura local”; “Esse encontro é organizado [...] com o propósito de valorizar e reconhecer o trabalho dos mestres de cultura popular”. Ou seja, o sistema de representações desta categoria dispõe de elementos históricos e padrões culturais para reproduzir significados que fazem parte do imaginário social da região.

O que podemos notar nestas representações são os ecos de uma herança cultural que, ao mesmo tempo em que tenta ser resguardada dos efeitos da globalização, utiliza-se de suas ferramentas para continuar operando sentido em seu território de origem. Preservar e manter viva a cultura local, reconhecer e valorizar o trabalho dos grupos de cultura popular, repassar a tradição para as novas gerações, é em torno destas e de outras ações que se ancoram as representações sociais acerca da cultura cariense nestes telejornais.

- **Categoria 4:** Cariri que se destaca e que repercute

**Exemplo 1** – Artistas cearenses expõem esculturas no Rio de Janeiro

**Figura 28** – Representantes da feira de São Cristóvão durante a entrevista



**Fonte:** [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 11 de abril de 2016 / Formato: entrevista ao vivo / Tempo: 3min 20seg

**REPÓRTER:** Nós mostramos aqui no *CE TV* que, no início deste ano, um escultor de Juazeiro do Norte havia feito duas imagens para o Centro de Tradições Nordestinas do Rio de Janeiro. Pois é, elas estão indo amanhã para o Sudeste do país. Uma imagem de Luiz Gonzaga e outra do padre Cícero, dois dos maiores ícones da cultura nordestina. É sobre isso que eu converso agora com o Marabá, que é diretor de cultura da feira de São Cristóvão, e com o produtor cultural Márcio Santos. Boa tarde aos dois. Marabá, como é que o Centro de Tradições Nordestinas vai receber essas imagens lá dessas duas figuras nordestinas?

**ENTREVISTADO 1:** Com certeza vai enriquecer mais a nossa feira, nosso reduto, nosso quartel general da cultura nordestina instalado no centro do Rio de Janeiro.

**REPÓRTER:** Pois é, a feira de São Cristóvão recebe turistas o ano inteiro, de todo o mundo, e aí a cultura nordestina vai tá bem representada lá, né?

**ENTREVISTADO 1:** Com certeza. Agora nas festas juninas, a gente tem lá durante junho e julho um milhão de pessoas. Esse um milhão de pessoas vai ver a imagem do padre Cícero e alguns vão fazer promessa, né?

**REPÓRTER:** A gente vai conversar também com o produtor cultural Marcio Santos. Marcio, a sua produtora foi que presenteou essas imagens ao CTN. A ideia é que se levem outras imagens daqui de Juazeiro também para o CTN de São Paulo, por exemplo, e para outros espaços culturais?

**ENTREVISTADO 2:** Isso, correto. Inicialmente estão indo as duas amanhã pro Rio. E serão feitas mais duas, que a feira tem duas entradas principais. Serão duas estátuas em cada entrada. Aí também será feito no CTN em São Paulo. Será feito também na feira em Caxias e outros pontos. Esse é um projeto pra levar pro Brasil inteiro. Tem muitas pessoas... Que a fé “tá” em todo canto, né?

**REPÓRTER:** Marabá, você ainda não viu as imagens, né? Mas você pode ver aí o Luiz Gonzaga em tamanho natural, também o padre Cícero. Essas imagens aí, você acha que quem entrar lá na feira vai a partir de agora ter um diferencial? Vai se identificar ainda mais com a nossa cultura?

**ENTREVISTADO 1:** Com certeza. Igual eu te falei, isso só vai enriquecer mais, entendeu? O Rio de Janeiro é uma capital nordestina. Ali carioca tá pouquinho. A maioria é nordestino. É neto, sobrinho. Até os grandes artistas, como o Zeca Pagodinho, Arlindo Cruz, tudo é neto de nordestino. E quando o padre Cícero chegar lá, meu amigo, vai ser uma festa!

**REPÓRTER:** Pois é, até o Martinho da Vila desfilou com um gibão de Luiz Gonzaga esse ano.

**ENTREVISTADO 1:** Eu que preparei, que vesti ele. A gente que fez o trabalho de preparar ele pra avenida.

**REPÓRTER:** Pessoal, muito obrigado pela presença de vocês. Boa visita a Juazeiro do Norte. Eu sei que vocês vieram com uma grande comitiva, que vão ficar esses dias aqui na cidade. Então a gente deseja uma boa sorte e uma boa estadia aqui no nosso Cariri.

**Exemplo 2** – Atletas de Jiu-jítsu de Juazeiro do Norte comemoram medalhas conquistadas em Fortaleza

**Figura 29** – Dois dos atletas vencedores



**Fonte:** [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 16 de abril de 2016 / Formato: entrevista gravada / Tempo: 2min 10seg

**REPÓRTER:** Essa é uma ótima notícia para o esporte do Cariri. O grupo de Jardim participou do “Grand Slam Mestre Sá”, um evento internacional de jiu-jitsu que aconteceu em Fortaleza em homenagem ao aniversário de 290 anos da capital cearense. Eu “tô” aqui com parte do grupo que arrastou do evento sete medalhas de ouro pro Cariri. Esses atletas estão realmente de parabéns. Eles treinam muito. São várias unidades das academias aqui pelas cidades do Cariri. Quem vai representar o grupo campeão é o Rafaelzinho, professor e atleta. Boa tarde! Como é que foi a experiência de vocês num evento internacional como esse?

**ENTREVISTADO:** Boa tarde, primeiramente. Foi um evento muito bom, de grande porte. Então tinham vários atletas de outros estados, até de fora do país. Foi um evento internacional, né? Onde a kimura foi representada por três atletas daqui, mas foram sete medalhas. Categoria e absolutos. Foram todos campeões, representando bem a academia, a equipe, o Cariri. Jardim também. Os atletas são de Jardim. Então “tamo” aí, sempre divulgando o nome do esporte. A equipe aqui dentro da região é uma equipe que treina muito. E desde já também eles já “tão” se preparando para o campeonato brasileiro que vai ser agora dia 21 e 22 de maio, também em Fortaleza, que é o campeonato profissional.

**REPÓRTER:** Rafaelzinho, e o jiu-jitsu é uma modalidade esportiva que tem crescido, né? Cada vez mais adeptos no Cariri, amadores e profissionais.

**ENTREVISTADO:** É cada vez vem com mais adepto. Tanto pessoas como atletas e pessoas que vão só por saúde, só pra conhecer também o esporte, “tá” ali treinando, buscando uma maneira de vida saudável.

**REPÓRTER:** Muito obrigada pela entrevista. Parabéns! Afinal de contas, sete medalhas de ouro para o jiu-jitsu do Cariri. É muito orgulho pra gente dar essa boa notícia sobre o esporte aqui da região.

**Exemplo 3** – Fóssil de coração de peixe milenar é encontrado na Chapada do Araripe, no Ceará

**Figura 30** – Foto do fóssil encontrado



Fonte: [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 20 de abril de 2016 / Formato: entrevista gravada / Tempo: 1min 02seg

**REPÓRTER:** Segundo os pesquisadores, o fóssil foi analisado pelo Laboratório Nacional de Biociência de São Paulo. Sobre essa descoberta, a gente vai conversar agora com o pesquisador Ypsilon Félix. Ele vai explicar melhor que descoberta é essa e de que espécie.

**ENTREVISTADO:** É a mais nova descoberta do mundo da paleontologia. É um coração de um peixe. É um *rhacolepis* da Chapada do Araripe. Um coração de peixe com cerca de 110 milhões de anos.

**REPÓRTER:** Mais do que importante, né? Essa divulgação pra que todo mundo fique sabendo que ela foi encontrada aqui na nossa chapada. E é um coração de pedra, a gente pode ver nas imagens.

**ENTREVISTADO:** Isso. Um coração cearense de 110 milhões de anos. Isso comprova depois de várias análises sofisticadas para que se descobrisse que no peixe *rhacolepis* fosse encontrado o seu coração em um excelente estado de preservação e em 3D.

No primeiro exemplo desta categoria temos um assunto que também foi abordado pelo *Verde Vale Notícias*. No entanto, no *CE TV 1ª Edição* foi realizada uma entrevista em estúdio com os representantes da feira de São Cristóvão, enquanto no *Verde Vale Notícias* foi feita uma reportagem. Apesar da abordagem através de formatos jornalísticos distintos, os dois telejornais mobilizam representações semelhantes neste caso: tanto da perspectiva da ênfase dada ao fato das obras de artesões caririenses serem expostas numa grande feira do

país, quanto do enfoque dado aos personagens simbolizados por estas estátuas, definidos pelo repórter como “dois dos maiores ícones da cultura nordestina”.

Já a expressividade da feira é evidenciada em: “[...] a feira de São Cristóvão recebe turistas o ano inteiro, de todo o mundo, e aí a cultura nordestina vai tá bem representada lá”. Nesta entrevista é comentado também que outras estátuas serão produzidas no Cariri e enviadas para mais dois Centros de Tradições Nordestinas no Sudeste do país, reforçando o grande alcance do trabalho que é realizado por estes artesões e o reconhecimento a estas duas personalidades que são considerados ícones para o povo sertanejo: Luiz Gonzaga e o padre Cícero.

O segundo exemplo selecionado para ilustrar as representações desta categoria é uma entrevista da área de esportes. O valor-notícia que se sobressai neste caso é o fato de atletas caririenses terem conquistado várias medalhas de ouro numa competição internacional de jiu-jitsu que aconteceu em Fortaleza, capital do estado. As representações vão sendo construídas a partir de ancoragens na conquista dos atletas, na imagem de um grande feito, que colocou a região em evidência num evento de grande porte. A repórter destaca que o grupo “[...] arrastou do evento sete medalhas de ouro pro Cariri”, ou seja, vai sendo produzida através também das falas do entrevistado, uma imagem de uma grande conquista que é motivo de orgulho para toda a região.

É interessante notar que o esporte que predomina nas matérias da área de assuntos esportivos é o futebol, sobre o qual se produz e veicula conteúdo quase que diariamente a respeito dos times da região, algo que também é bastante comum nos telejornais de outras regiões do país. No entanto, a partir do ótimo desempenho dos atletas nesta competição, abriu-se este espaço para falar de um esporte não muito comum no Cariri, mas que, a partir deste feito e da divulgação através do telejornal, poderá vir a receber mais adeptos, como sugere a familiarização criada pela repórter em: “o jiu-jitsu é uma modalidade esportiva que tem crescido” e “cada vez mais adeptos no Cariri”.

O terceiro exemplo, também uma entrevista, trata da descoberta do fóssil de peixe com o coração petrificado na chapada do Araripe. Pelo fato da descoberta ainda ser muito recente a entrevista foi bastante breve, com o intuito apenas de divulgar o acontecido, sem muitos detalhes ou maiores informações. Contudo, apesar das poucas informações, reconheceu-se e enfatiza-se a grandiosidade da descoberta, na seguinte fala da repórter: “Mais do que importante, né? Essa divulgação pra que todo mundo fique sabendo que ela foi encontrada aqui na nossa chapada”. Esta fala dá margem à interpretação de que, para o valor-notícia

trabalhado por este telejornal, o fato da descoberta ter sido realizada na região do Cariri é mais relevante que os avanços científicos que a mesma proporcionará.

Estes exemplos demonstram como é construída a representação de um Cariri que é potente em diversos âmbitos, ancorando esta representação através do reconhecimento adquirido de pessoas e instituições que não são apenas regionais; das conquistas alcançadas por pessoas deste lugar; e através de descobertas científicas de importância não só a nível regional que ali são realizadas. Logo, estas representações formam um sistema que dão origem a versões da realidade. Como explica Jodelet (2001), estas versões compartilhadas pelos membros de um grupo estabelecem visões consensuais acerca da realidade para este mesmo grupo.

- **Categoria 5:** Cariri solidário

**Exemplo 1** – Orfanato fundado por padre Cícero completa 100 anos nesta semana

**Figura 31** – Algumas crianças no orfanato



**Fonte:** [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 06 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 3min 14seg

**OFF 1:** Já são cem anos de portas abertas para acolher crianças e transformar histórias. Quem começou essa caminhada foi o padre Cícero. O religioso cuidava dos órfãos deixados pelos romeiros. A irmã Zenilda disse que chegou a conhecer o espaço quando as crianças ainda moravam aqui.

**SONORA 1:** As crianças tinham disciplina, tinham horário pra tudo. Pela manhã, logo ao levantar, tinha a oração, depois o café, depois se dirigiam pra escola. *(Eles ficavam internos*

*aqui?*). Internos. Todas internas. Tinha o dormitório. Cada um cuidava dos seus pertences e depois todas tinham tarefas.

**PASSAGEM:** Essa imagem de Jesus, Maria e José foi trazida de Roma pelo padre Cícero. Aqui, ela significa mais que uma homenagem ao nome do orfanato. Ela acaba traduzindo bem o que as crianças ganharam com esse espaço: uma família.

**OFF 2:** As filhas de Santa Tereza assumiram a missão e hoje a casa funciona como um projeto social. Quando não estão na escola, as crianças dos bairros Salesianos, Santa Tereza e Antonio Vieira, frequentam o local para desfrutar de tardes que envolvem educação, música, esporte e artes visuais.

**SONORA 2:** Quando nos deslocamos a esta instituição é pra trazer algo que contribua a este dia das crianças, que dê prazer e que cause bons sentimentos. Claro, é sempre um grande desafio. Mas, bem, estamos aqui.

**OFF 3:** Agora, a Estefanie de 11 anos, a Ana Luisa de 8, e outras dezenas de crianças, trocaram as tardes ociosas ou cheias de tarefas domésticas por atividades que condizem com a idade delas.

**SONORA 3:** *(Agora suas tardes mudaram, não é? O que você faz aqui?).* Eu faço as oficinas que colocam eu nelas. *(Por exemplo?).* Artes visuais, faço desenhos; educação física, brinco. *(Ficou melhor sua rotina agora?).* Ficou.

**SONORA 4:** Antes quando eu “tava” em casa só ficava assistindo, fazendo a tarefa. Era só da escola pra casa. E agora da escola eu vou em casa, almoço e venho pra cá. *(Passar a tarde no orfanato?).* “An ham”. *(É uma tarde feliz?).* Sim!

**OFF 4:** Muitas saíram de uma situação de vulnerabilidade social. Ganharam não apenas uma rotina diferente, mas uma nova chance. A responsável pela celebração desse século de história acredita que o padre Cícero estaria feliz em ver o destino do orfanato.

**SONORA 5:** Nós acreditamos que ele permanece feliz de saber que durante um século esta casa que ele fundou permanece viva, sem nenhuma interrupção e mantendo assim essa intuição originária.

**Exemplo 2** – IACC em Barbalha cuida de crianças com câncer

**Figura 32** – Repórter no pátio do IACC



**Fonte:** [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 26 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 3min

**OFF 1:** Bolo, balões, algodão-doce e muitas brincadeiras. Todos os ingredientes de uma linda festa infantil. E no caso do Instituto de Apoio à Criança com Câncer, em Barbalha, com mais de um aniversariante. O João Guilherme é um deles. Fez nove anos em março. Mas preferiu celebrar a data ao lado desta família, que ganhou há cerca de dois anos e meio.

**SONORA 1:** O que tem de legal aqui é porque a gente brinca quando a gente chega aqui. Mas no hospital a gente só fica tomando soro, injeção, essas coisas. *(Aqui é mais legal então?)*. É!

**OFF 2:** O número seis na decoração representa o tempo que o IACC está de portas abertas para acolher crianças e adolescentes em tratamento de câncer. A Ronise Fernandes faz parte dessa história. Desde que conheceu a instituição, ela e os colegas de trabalho se reúnem para ajudar mensalmente com doações.

**SONORA 2:** Sempre fica um pouco de perfume nas mãos de quem oferece flores, né? Então eu acho que a gente ajuda, mas a satisfação, a realização é tão grande também pra quem ajuda que a alegria compensa totalmente. É compensador realmente.

**OFF 3:** A Marieta já contava com os serviços do IACC desde que o Ítalo tinha apenas dois anos. Ele foi um dos primeiros a ser acolhido na casa. Aos nove anos ele está curado e a mãe se orgulha de ter acompanhado o crescimento do projeto social nesse tempo.

**SONORA 3:** Foi um apoio muito grande. Eu tenho assim como uma benção, uma benção de Deus, porque as pessoas são muito boas com a gente, muita atenção... *(Os problemas ficam menores?)*. Ajuda a amenizar nossa carga, né?

**OFF 4:** A Daiane chegou há pouco tempo e já conseguiu apoio para o tratamento do filho em Fortaleza.

**SONORA 4:** Passagem, se precisar de alimentação, tudo eles estão presentes. (*Qual é o significado deles na sua vida nesse momento?*). Não tem nem o que falar.

**PASSAGEM:** Seis anos de muitos motivos pra comemorar, já que nesse tempo o IACC conseguiu ajudar mais de cem famílias, oferecendo de graça: hospedagem, alimentação e apoio humanizado.

**SONORA 5:** Cada ano pra gente é mais uma conquista. Cada ano, mesmo as tribulações, as dificuldades, pra gente são degraus que a gente “tá” subindo rumo ao nosso sonho. Brevemente teremos uma casa maior e outras coisas que nós temos também planos para que essas crianças possam ter mais qualidade no tratamento que o hospital oferece. Graças a Deus um tratamento excelente de quimioterapia. Mas eles precisam também de um apoio paralelo, de um apoio humanizado, de entretenimento. Porque é um tratamento longo, árduo. Então nós temos como missão amenizar esse tempo.

**Exemplo 3** – Projeto em Umari garante leitura e programas culturais para crianças

**Figura 33** – Integrantes do projeto se apresentando em frente à associação



Fonte: [g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos](http://g1.globo.com/ceara/cetv-1dicao/videos)

Exibido em: 27 de abril de 2016 / Formato: reportagem / Tempo: 5min 38seg

**OFF 1:** Os moradores do distrito de Logradouro, comunidade rural de Umari, têm motivos de sobra pra sentir orgulho do projeto que existe há 16 anos no local. Tudo começou na Associação Cultural Maria Bonita. Na sede têm atividades que fazem muitas crianças viajarem pelas páginas dos livros, aqui no “baú da leitura”.

**SONORA 1:** A princípio era realizada nas comunidades circunvizinhas. Íamos até a comunidade. Embaixo de uma árvore, a gente promovia rodas de leitura, dinâmicas e jogos educativos. Hoje estamos nesse ambiente com a integração de crianças que são da comunidade Trapiá, do Baixio dos Gaviões e do próprio Logradouro.

**OFF 2:** Para a garotada, a oficina é uma oportunidade pra aperfeiçoar tanto a leitura quanto a escrita.

**SONORA 2:** A importância pra aumentar o desempenho na escola, de escrever, ler. É muito bom.

**SONORA 3:** *(André, qual foi o livro que você escolheu?).* Chapeuzinho Amarelo. *(O que mudou pra você depois que você entrou aqui no projeto do “baú da leitura”?).* Eu leio melhor, eu escrevo melhor.

**OFF 3:** O reconhecimento de que o projeto é um sucesso vem de toda parte, principalmente dos pais.

**SONORA 3:** O projeto aqui é muito bom. Pertinho de casa. E ele chega em casa e fica contando o que fez. *(Leva o livro pra casa?).* Leva. Ele sempre fica olhando, contando a história. *(Qual a sensação que você tem quando vê ele em casa lendo um livro?).* Muito prazer e orgulho.

**OFF 4:** Além de despertar o gosto pela leitura, o projeto incentiva a música regional, que também incentiva a dança. A rotina de apresentações e ensaios é puxada. Pra mostrar o xaxado, nem o sol forte impede o arrasta-pé dos dançarinos. Olha aí, é tanto gingado que faz a poeira subir! O xaxado é uma típica dança nordestina criada pelos cangaceiros. O ritmo servia para animar as noites quando esses homens estavam acampados na caatinga. Preste atenção à riqueza de detalhes da roupa: tem o chapéu de couro, a cabaça pra armazenar água, os lenços, a quantidade de joias, o bernal, a chinela de couro, sem esquecer as armas e as cartucheiras. Monara participa do grupo há quatro anos e não esconde a paixão que tem pelo xaxado.

**SONORA 4:** Eu achei muito bonita a cultura aqui da região e fui me apaixonando quando eu via o pessoal dançando, e fui me apaixonando pela dança. E pra mim, colocar esse figurino, eu posso lhe dizer que eu “tô” colocando uma peça a qual eu quero levar pro resto da minha vida.

**PASSAGEM:** Esse é um dos momentos mais emocionantes do xaxado. É a hora da defesa e também do ataque, uma prática bastante utilizada pelos cangaceiros. E isso aqui na comunidade eles conseguem reproduzir muito bem. É de encher os olhos! Mas o bom é que a gente tem que sair da frente!

**SONORA 5:** Em muitas cidades, em muitos locais, desde o terreiro a gente se apresenta, até grandes palcos. A gente leva essa cultura, que é linda, que é rica, que é belíssima, que é transformadora. Juntamente com essas crianças e adolescentes que fazem parte do xaxado e da ciranda. Fazem com que essas pessoas estejam aqui dentro dessa associação, não estejam em locais que possa levar para outro mundo.

**OFF 5:** Se você pensa que é só o xaxado que comanda por aqui, a arte da dança se estende a outro ritmo: o da ciranda. É nesse espaço que o cenário verde se mistura às cores e também aos movimentos de cada artista.

**SONORA 6:** A ciranda é uma dança que envolve muitas cores e com isso traz toda aquela alegria, tanto pra quem dança quanto pra quem assiste. Dançar a ciranda e participar da Associação Maria Bonita é exatamente isso: é ter alegria, é dançar e passar felicidade tanto pra gente quanto pra quem tá assistindo.

Do *CE TV 1ª edição* foram selecionadas também três reportagens que dão destaque a projetos e instituições que desenvolvem algum tipo de assistência junto à comunidade. O primeiro exemplo é bastante simbólico, pois além da promoção dos serviços prestado pelo orfanato, há o destaque dado para o fato de este ter sido fundado pelo padre Cícero. Logo, este aspecto potencializa o valor-notícia do acontecimento. No entanto, 100 anos ininterruptos de funcionamento de uma instituição beneficente também já é considerado por si só motivo de interesse jornalístico.

As representações presentes neste caso ancoram-se, sobretudo, na missão que foi iniciada pelo padre Cícero: “Quem começou essa caminhada foi o padre Cícero. O religioso cuidava dos órfãos deixados pelos romeiros”. O centenário do orfanato é celebrado a partir dos benefícios que já trouxe para muitas crianças: “Já são cem anos de portas abertas para acolher crianças e transformar histórias”. É então descrita a nova proposta do orfanato, que continua proporcionando benfeitorias para crianças carentes. Este aspecto é reforçado pelas falas das próprias crianças, que de acordo com a representação criada estas “[...] ganharam com esse espaço uma família”.

O exemplo 2 foi uma pauta também trabalhada pelo *Verde Vale Notícias*. É interessante perceber como as reportagens dos dois telejornais seguem uma estrutura bastante parecida, que se inicia com a ênfase nas comemorações do aniversário da instituição, a partir dos mesmos elementos: as atrações, as brincadeiras, a coincidência com o aniversário de algumas crianças. As crianças e as mães das crianças são ouvidas, reforçando o sentimento de alegria e conforto que a instituição proporciona para as mesmas. Através de ancoragens em aspectos positivos, como a gratidão e o amor ao próximo, é construída uma representação acerca de como é compensador praticar boas ações, mesmo que existam dificuldades para tal.

O terceiro e último exemplo vem da zona rural de Umari, um pequeno município localizado no centro-sul cearense. A reportagem de cinco minutos e meio apresenta para o telespectador um projeto abundante em atividades, direcionadas para crianças e jovens, e assegurando que os moradores do local “[...] têm motivos de sobra pra sentir orgulho do projeto”. As atividades vão sendo detalhadas, reforçando as qualidades do projeto através do depoimento das pessoas envolvidas. A repórter vai construindo uma representação extremamente positiva, mostrando como a iniciativa é bem sucedida, em falas como: “O

reconhecimento de que o projeto é um sucesso vem de toda parte, principalmente dos pais”. Outro aspecto enfatizado é a valorização atribuída à cultura regional pelas atividades da associação, que corrobora com a interpretação que fizemos acerca das representações da cultura regional na categoria 3.

Os três exemplos selecionados deste telejornal põem em evidência as atitudes “nobres” das pessoas que de alguma forma fazem parte destes grupos e associações. Desta forma, “a mídia conecta e liga vidas individuais ao construir uma cadeia de códigos compartilhados e reconhecidos que são constitutivos tanto das representações sociais quanto da esfera pública” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 218). As ancoragens que os repórteres buscam conferir a estas representações são atitudes que evidenciam, sobretudo, a prática da solidariedade, as boas ações, em prol do bem comum e sem esperar nada em troca. É uma representação extremamente marcante e positiva que se constrói acerca desta região.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As representações sociais organizam o conhecimento do senso comum no cotidiano dos indivíduos e por isso podem revelar as crenças compartilhadas por um determinado grupo. Por sua vez, as informações que são difundidas pela mídia intervêm na elaboração destes conhecimentos, tornando-se então determinantes para a construção e manutenção dos mesmos. O “mundo da vida” ao qual se referia Schutz (2003) é, pois, constituído por estas representações sociais, visto que é onde, através principalmente da linguagem, os indivíduos estabelecem seus vínculos sociais e compartilham conhecimento. Entendemos que as representações sociais contribuem para compreensão e o conhecimento do mundo que os cerca, e que o telejornalismo ocupa um lugar relevante neste processo. As representações sociais são essenciais para a vida em sociedade.

O telejornal torna-se então mediador entre acontecimentos e público. A televisão é um meio de comunicação que possui grande influência na vida das pessoas, principalmente na formação de opiniões e visões do mundo, na criação de hábitos e comportamentos. Ela ainda reduz as distâncias, sendo veículo tanto de informação quanto de entretenimento. Os apresentadores e repórteres dos telejornais acabam tornando-se familiares ao público, adquirindo assim credibilidade e tendo suas declarações reproduzidas no cotidiano. A força da imagem corrobora para este sentimento de confiança, pois o repórter fala ao público diretamente do local dos fatos. Esta confiança na informação televisiva reforça o estabelecimento dos laços sociais de que fala Wolton (1996).

A televisão ajuda ainda a organizar a sociedade, porque se acredita que os profissionais jornalistas saberão selecionar os acontecimentos que merecem ser levados ao conhecimento do público, ou seja, aqueles acontecimentos divulgados pelo telejornal passam a ser considerados como os mais importantes daquele momento. Daí a responsabilidade deste meio de comunicação na construção de representações sociais.

É importante salientar que o conteúdo de um mesmo telejornal pode ser apreendido de diferentes formas de acordo com os valores, ideologias e estratégias cognitivas mobilizadas pelos telespectadores. Ou seja, por mais objetivado que seja um telejornal sempre haverá abertura para estas diferentes “leituras”, tornando o âmbito da recepção extremamente complexo de se dominar.

Os telejornais regionais, apesar dos modos de produção bastante semelhantes aos telejornais de rede e de abrangência nacional, diferenciam-se destes pelo seu sistema de relevâncias. A proximidade com o público é o fator primordial que caracteriza sua produção.

Pesquisadores da comunicação comentam a importância que o local e o regional vêm adquirindo diante da informação globalizada, ressaltando que há um potencial neste âmbito a ser melhor desenvolvido e explorado. Além do mais, como destaca Jovchelovitch (2000, p. 33), “não há dúvida que sociedades diferentes produzem fenômenos diferenciados e prestar atenção à diversidade cultural é crucial nas ciências sociais”.

Enquanto pesquisadores do campo da comunicação, elegemos como objeto desta dissertação dois telejornais de abrangência regional. Nosso objetivo foi identificar como estes telejornais representam a região a qual se direcionam. Desenvolvemos nossas discussões de acordo com a perspectiva de que o telejornal, ou qualquer outro formato jornalístico, não deve ser encarado como um mecanismo de simples reflexão dos acontecimentos, mas antes como o produto de um processo de construção. Esta construção se dá através de seleções e enquadramentos que seguem determinadas regras estabelecidas pela cultura profissional dos jornalistas. Logo, a opção pela teoria das representações sociais para a análise destes dois telejornais deveu-se também ao seu caráter construtivista.

Na categoria 1 – Histórias de vidas do Cariri, identificamos quando o dito “cidadão comum” torna-se personagem de uma reportagem nestes telejornais. Foram reconhecidas dois tipos de representações sociais neste caso: a do personagem que supera desafios e alcança seus objetivos e a do personagem que se destaca através de um talento artístico específico.

Na categoria 2 – A religiosidade do Cariri, reconhecemos como as representações em torno da tradição e do peso de fatos históricos relacionados à religião católica são mantidas e evocadas por estes telejornais. A partir da cobertura de eventos da Igreja e da memória sempre presente do principal personagem destes fatos históricos, reforça-se a representação de uma região em que a devoção ao padre Cícero e a prática das romarias são elementos essenciais para as dinâmicas do lugar. Isto se dá através de representações sempre positivas e de cunho enaltecedor destes aspectos.

Na categoria 3 – A cultura do Cariri, percebe-se novamente a influência da força da história e da tradição nas representações que são constituintes das reportagens analisadas. Sobre isso, Jovchelovitch (2000) fala que:

Enquanto fenômenos elas [as representações sociais] expressam, em sua estrutura interna, permanência e diversidade, tanto a história como realidades atuais. Elas contêm em si tanto resistência à mudança como sementes de mudança. A resistência à mudança se expressa pelo peso da história e pela tradição, que impinge sobre os processos de ancoragem e objetificação (JOVECHELOVITCH, 2000, p. 41).

Ainda sobre a categoria 3, identificamos que estes telejornais optam por manter a representação de uma cultura popular regional potencialmente rica e vibrante, em detrimento de outros tipos de abordagem, que levariam à problematização de algumas de suas práticas e aspectos constituintes, por exemplo.

Já na categoria 4 – Cariri que se destaca e que repercute, constatamos representações embasadas no interesse em colocar a região em posição de destaque, frente a acontecimentos específicos, que naturalmente conferem à mesma esta posição de relevo. Aqui, pudemos compreender a partir de quais estratégias isto é feito, que são ancoragens principalmente no reconhecimento que vem de fora da região.

Por último, na categoria 5 – Cariri solidário, vimos como se dá a construção de uma representação que mostra como a região é também caracterizada pelo desenvolvimento de projetos que lidam com a promoção de ações solidárias e beneficentes, através da visibilidade dada a estas organizações de iniciativa popular e independente.

Diante deste panorama, vislumbramos exemplos em que tanto se criam como se mantêm, reforçam e legitimam representações sociais. Estas representações, portanto, tornam-se partes constituintes de uma cultura regional. Como afirma Hall (1997, p. 55), a cultura é “um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos”. Desta forma, ao construir ou legitimar representações sociais, estes telejornais estabelecem sentidos com os quais as pessoas desta região podem se identificar, contribuindo assim para a construção também das identidades regionais.

De maneira alguma queremos dizer que estas são as únicas representações que se tem sobre a região do Cariri. Existem outros direcionamentos possíveis que podem ser abordados, como as representações acerca da violência urbana, ou acerca da política nesta região, por exemplo. É possível ainda investir-se no aprofundamento de apenas uma destas categorias que propomos, como a religiosidade ou a cultura, temas sobre os quais há importantes e grandes estudos nas ciências sociais. Desta forma é possível que se forneça maiores detalhes e características da constituição destas representações e que se enriqueça também o debate sobre a construção de identidades. Portanto, este trabalho funciona mais como um passo inicial para o desenvolvimento destas e outras categorias.

A contribuição da teoria das representações sociais neste sentido está na explicação de que as razões que nos levam a fazer o que fazemos vão além dos elementos racionais, cognitivos e lógicos, sendo impulsionados então por fatores mais amplos, como “[...] elementos míticos, afetivos, religiosos, culturais, tradicionais, ligados a status, poder, prestígio etc.” (GUARESCHI, 2000, p. 69). Este sistema de valores não é apenas individual,

mas também social. Apesar de terem um aspecto duradouro e permanente, estas representações são modificáveis e podem ser transformadas no cotidiano dos indivíduos. “Elas não poderiam existir sem serem coletivamente percebidas e sentidas. Elas expressam e estruturam tanto a identidade como as condições sociais dos atores que as reproduzem e as transformam” (Ibid., p. 76).

Pudemos ainda constatar como estes telejornais lidam com a valorização de determinados acontecimentos, através da compreensão acerca dos critérios de noticiabilidade e valores-notícia que permeiam esta valorização. A nossa hipótese inicial era de que estes dois telejornais lidavam com formas distintas de representar a região do Cariri, por acreditarmos que o fato das emissoras responsáveis pelos mesmos pertencerem a categorias de concessão diferentes, e por estarem comprometidas com instâncias de poder de interesses também diferentes, influenciaria na construção das representações sociais. No entanto, o que percebemos em nossa análise é que, dentro das categorias propostas, estas emissoras mobilizam representações muito semelhantes, alterando-se apenas as técnicas de enquadramento, e reforçando o que Alsina (2009) diz sobre as versões da realidade que são oferecidas pelos diferentes meios, de que estas constituem para nós a imagem de uma realidade única.

Observamos ainda que a maioria das pautas é desenvolvida nas cidades do chamado triângulo Crajubar: Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha. Os profissionais entrevistados nas duas TVs afirmaram que isto ocorre mais por uma questão de estrutura, pela pouca quantidade de equipes e carros disponíveis para se deslocarem até as cidades mais distantes. Desta forma, as representações que são difundidas tanto pelo *Verde Vale Notícias* como pelo *CE TV 1ª edição* acabam se estendendo como representações da região como um todo.

Com esta pesquisa buscamos apontar para a necessidade, entre outros aspectos, da importância de se estudar ainda mais o telejornalismo regional. Defendemos que é necessário estarmos atentos a esta diversidade que é produzida em cada região. Apenas através da análise desta diversidade será possível compreender o telejornalismo produzido no Brasil de forma ampla, evitando-se assim as generalizações. Esperamos com este trabalho contribuir para estas discussões acerca da prática do telejornalismo de âmbito local e regional, reconhecendo o impacto que este provoca na vida dos cidadãos ao quais se direcionam. Através destes estudos haverá ainda a possibilidade de se alcançar um aperfeiçoamento tanto no entendimento das dinâmicas destes telejornais como também no desenvolvimento de melhorias no processo de produção e compartilhamento de informações.

Sendo assim, esperamos ter contribuído com subsídios teóricos para futuros pesquisadores que venham a interessar-se pelo tema, visto que ainda é escassa a produção acadêmica nesta área, sobretudo o caso específico desta região que abordamos. Acreditamos ainda que registrar através de pesquisa acadêmica o desenvolvimento e as dinâmicas dos meios de comunicação destas regiões contribui para o aperfeiçoamento da construção das narrativas históricas sobre as mesmas, uma vez que os produtos do jornalismo podem ser aceitos como fontes documentais para a História.

Esperamos também ter contribuído para com o debate transdisciplinar em expansão que envolve a comunicação e a teoria das representações sociais. Debate este que, diante do desafio da complexidade, segue como tendência a diversidade e a descoberta, tanto das possibilidades de objetos a serem estudados como da perspectiva metodológica.

Ressaltamos que o fato de estarmos inseridos no contexto analisado possibilitou o confronto das representações oferecidas pela mídia com a realidade que vivenciamos. Contudo, sabemos que todo processo de interpretação é aberto e sujeito a diferentes interpretações. Não possuímos a pretensão de sermos os portadores de uma versão absoluta e definitiva, mas sim de oferecer uma análise plausível dentro dos seus limites. A vantagem que um trabalho dissertativo apresentou para esta discussão foi que, por ser um trabalho de maior fôlego, permitiu uma melhor articulação entre teorias e análise.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miquel R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.

BARROS, Luitgarde Oliveira Cavalcanti. **Juazeiro do Padre Cícero: A terra da mãe de Deus**. 2 ed. Fortaleza: Editora IMEPH, 2008.

BAUER, Martin W.; et. al. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 17 – 36.

BAUER, Martin W.; AARTS, Bas. A construção do *corpus*: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 39 – 63.

BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 189 – 217.

BAZI, Rogério E. Rodrigues; FABBRI, Duílio Jr. **Noticiário e a noção de território: a construção de processos identitários regionais**. Disponível em: <[http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/1/13/63\\_-\\_Noticiario\\_e\\_a\\_nocao\\_de\\_territorio\\_-\\_Rogerio\\_e\\_Duilio.pdf](http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/1/13/63_-_Noticiario_e_a_nocao_de_territorio_-_Rogerio_e_Duilio.pdf)>. Acesso em: 02 fev. 2016.

BAZI, Rogério E. Rodrigues. Aspectos da TV regional e a Globo no cenário da regionalização. **Acervo On-line de Mídia Regional**, ano 11, vol. 6, n. 7, p. 3-16, set./dez. 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/midiaregional/article/view/3859>>. Acesso em: 02 fev. 2016.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: um livro sobre sociologia do conhecimento**. 2 ed. Lisboa: Dinalivros, 1999.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRAGA, Claudomilson F.; CAMPOS, Pedro H. F. **Representações sociais e comunicação: a imagem social do professor na mídia e seus reflexos na (re)significação identitária.** Goiânia: Kelps, 2016.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** Brasília: Secom, 2014.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV.** 3 ed. São Paulo: Boitempo editorial, 1997.

BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CABRAL, Águeda M.; et. al. As novas rotinas de produção de sentidos no telejornalismo: a *Realidade Expandida* na perspectiva construtivista. In: PORCELLO, Flávio; et. al. (orgs.). **#telejornalismo: nas ruas e nas telas.** Florianópolis: Insular, 2013, p. 149 – 168.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Cultura y comunicación: entre lo global y lo local.** La Plata: Ediciones de periodismo y comunicación, 1997.

CARVALHO, Gilmar de. **Madeira matriz: cultura e memória.** São Paulo: Annablume, 1998.

CASSETTI, Francesco; CHIO, Federico di. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación.** Barcelona: Paidós, 1999.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade.** Vol. II. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CEARÁ. Lei complementar nº 78, 26 de junho de 2009. Dispõe sobre a criação da Região Metropolitana do Cariri [...]. **Diário Oficial do Estado.** Fortaleza, 03 de julho de 2009. Série 3. Ano I. Nº 121.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias.** São Paulo: Contexto, 2012.

CORCUFF, Philippe. **As novas sociologias: a construção da realidade social.** EDUSC: Bauru, 2011.

CORDEIRO, Maria Paula Jacinto. **Entre chegadas e partidas: dinâmica das romarias em Juazeiro do Norte.** 2010. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010.

CORREIA, João Carlos. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz.** Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

COUTINHO, Iluska; MARTINS, Simone. **Identidade no telejornalismo local: a construção de laços de pertencimento entre a TV Alterosa Juiz de Fora e o seu público.** Disponível em: <<http://www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Simone%20Martins%20e%20Iluska%20Coutinho.pdf>>. Acesso em: 02 fev. 2016.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. In: VIZEU, A. (org.). **A sociedade do telejornalismo.** Petrópolis: Vozes, 2008, p. 91 – 107.

COUTINHO, Iluska. Lógicas de produção do real no telejornal: a incorporação do público como legitimador do conhecimento oferecido nos telenoticiários. In: GOMES, Itania (org.). **Televisão e Realidade.** Salvador: Edufba, 2009, p. 105 – 123.

CRESPI, Franco; FORNARI, Fabrizio. **Introdução á sociologia do conhecimento.** Bauru: Edusc, 2000.

DELLA CAVA, Ralph. **Milagre em Joazeiro.** 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

DIÁRIO DO NORDESTE. **Cinco municípios concentram mais de 60% das riquezas do CE.** Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/cinco-municipios-concentram-mais-de-60-das-riquezas-do-ce-1.1172768>>. Acesso em: 10 jan. 2016.

DIÁRIO DO NORDESTE. **Candomblé na terra do Padim.** Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/regional/candoble-na-terra-do-padim-1.709072>>. Acesso em: 16 set. 2016.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CURVELLO, Vanessa. Telejornais: quem dá o tom? In: GOMES, Itania (org.). **Televisão e Realidade.** Salvador: Edufba, 2009, p. 61 – 74.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: desafios teórico-metodológicos. In: BRAGA, José Luiz; et. al. (orgs.). **Pesquisa empírica em comunicação.** São Paulo: Paulus, 2010, p. 227 – 248.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 62 – 83.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 215 – 235.

DUVEEN, Gerard. Introdução – o poder das ideias. In: MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social.** 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2010, p. 07 – 28.

EAGLETON, Terry. **Ideologia**. São Paulo: UNEPS/BOITEMPO, 1997.

ESTEVES, João Pissarra. **Sociologia da Comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

FARR, Robert M. Representações sociais: a teoria e sua história. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra (orgs.). **Textos em representações sociais**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 31 – 59.

FENELON, Taís Marina T.; et. al. TV e novas tecnologias: a participação do público por meio do Facebook na TV MS Record. **Esferas**: revista Interprogramas de Pós-Graduação em Comunicação do Centro-Oeste. Ano III (jul./dez.2014). Brasília: UCB; UNB, 2014, p. 127 – 137.

FIGUEIREDO, Carolina Dantas de. Poder e Comunicação: um breve debate sobre a questão de poder nos meios de comunicação de massa. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, 2007. Disponível em: <[https://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/view/1029](https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1029)>. Acesso em: 17 jul. 2015.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 280 – 304.

GOMES, Romeu. Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa. In: MINAYO, Maria Cecília de S. (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28 ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

GUARESCHI, Pedrinho. A. (org.). **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética**. Petrópolis: Vozes, 2000.

GUARESCHI, Pedrinho A.; MAYA, Paulo V. “Patológico, cinzento e perdido”: a representação social do PT segundo Mendelski. In: GUARESCHI, Pedrinho A. (org.). **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética**. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 177 – 197.

GUARESCHI, Pedrinho. Representações sociais e ideologia. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis: EDUFSC, Edição Especial Temática, 2000, p. 33 – 46.

GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra. Introdução. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra (orgs.). **Textos em representações sociais**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 17 – 25.

GUARESCHI, Pedrinho. “Sem dinheiro não há salvação”: ancorando o bem e o mal entre neopentecostais. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra (orgs.). **Textos em representações sociais**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 191 – 225.

HALL, Stuart; et. al. A produção social das notícias: o “mugging” nos media. In: TRAQUINA, N. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993. p. 224 – 248.

HALL, Stuart. **Identidades culturais na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

HALL, Stuart. El trabajo de la representación. In: HALL, S. (ed.) **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. London: Sage, 1997, p. 13 – 73. Traduzido por Elías Sevilla Casas.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HERREROS, Mariano Cebrián. **La información en televisión: obsesión mercantil y política**. Barcelona: Gedisa Editorial, 2004.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2010, p. 123 – 142.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, Denise (org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Ed. Uerj, 2001, p. 17 – 44.

JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2000.

JOVCHELOVITCH, Sandra. Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e representações sociais. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra (orgs.). **Textos em representações sociais**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 63 – 85.

LIMAVERDE, Rosiane. Os registros rupestres da Chapada do Araripe, Ceará, Brasil. **Clio Arqueológica**, Recife, v. 2, n. 21, 2006. Disponível em: <<https://www.ufpe.br/clioarq/images/documentos/2006-V2N21/2006v2n21a6.pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2016.

MACEDO, Joaryvar. **Império do Bacamarte: uma abordagem sobre o coronelismo no Cariri Cearense**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 1990.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MANNHEIM, Karl. **El problema de una sociología del saber**. Madrid: Tecnos, 1990.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. 2 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>>. Acesso: em 06 jun. 2016.

MELO, Isabelle Anchieta de. **Um jornalismo de proximidade**. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/um-jornalismo-de-proximidade/>>. Acesso em: 17 fev. 2016.

MIRANDA, Luciano. **Pierre Bourdieu e o campo da comunicação: por uma teoria da comunicação praxiológica**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O conceito de representações sociais dentro da sociologia clássica. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra (orgs.). **Textos em representações sociais**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 89 – 111.

MORAIS, Osvando J. de. A dinâmica das Teorias da Comunicação: novos métodos como passagem para novas práticas teóricas. In: FERREIRA, G. M.; et. al. (orgs.). **Teorias da Comunicação: trajetórias investigativas**. Porto Alegre: EdIPUCRS, 2010, p. 79 – 93.

MORIGI, Valdir José. Teoria social e comunicação: representações sociais, produção de sentidos e construção dos imaginários midiáticos. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. Rio de Janeiro, v. 1, 2004. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/9/10>>. Acesso em: 13 ago. 2016.

MOSCOVICI, Serge. **La psychanalyse: son image et son public**. In: Revue française de sociologie, 1961, 2-4. pp. 328-330. Disponível em: <[http://www.persee.fr/doc/rfsoc\\_0035-2969\\_1961\\_num\\_2\\_4\\_5992](http://www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969_1961_num_2_4_5992)>. Acesso em: 10 ago. 2016.

MOSCOVICI, Serge. Prefácio. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra (orgs.). **Textos em representações sociais**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 07 – 16.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MOTA, Célia Maria Ladeira. A construção simbólica da identidade nas ruas e na TV. In: PORCELLO, Flávio; et. al. (orgs.). **#telejornalismo: nas ruas e nas telas**. Florianópolis: Insular, 2013, p. 45 – 63.

NATANSON, Maurice. Introducción. In: SCHUTZ, A. **El problema de la realidad social: escritos I**. 2 ed. 1 reimp. Buenos Aires: Amorrortu, 2003, p. 15 – 32.

NUNOMURA, Eduardo. Diferenças e aproximações dos leitores da imprensa nacional e regional. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 9, n. 3, p. 97 – 118, set – dez 2015.

OLIVEIRA, Fátima O. de; WERBA, Graziela C. Representações Sociais. In: JACQUES, M. da G. C. et. al. **Psicologia social contemporânea: livro-texto**. Petrópolis: Vozes, 2013. Edição digital.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2 ed., 2006.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia local, uma mídia de proximidade. In: FLORY, Suely Fadul (org.). **Comunicação: Veredas**. Revista do programa de Pós-Graduação em Comunicação. São Paulo. Ed: Unimar, Ano II, nº 02, nov. 2003.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom – Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. sem. 2005.

PORCELLO, Flávio; et. al. Apresentação: os desafios do telejornalismo nas ruas e nas telas. In: PORCELLO, F. et al. (orgs.). **#telejornalismo: nas ruas e nas telas**. Florianópolis: Insular, 2013, p. 13 – 24.

QUEIROZ, Ivan S. Região Metropolitana do Cariri Cearense: a metrópole fora do eixo. **Revista Mercator: Fortaleza**, v. 13, n. 3, p. 93 – 104, set – dez. 2014.

ROSE, Diana. Análise de imagens em movimentos. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 343 – 364.

SÁDABA, Teresa. Origen, aplicación y limites de la “teoría del encuadre” (*framing*) en comunicación. **Comunicación y sociedad**. v. XIV, n. 2, p. 143 – 175, Pamplona, 2001.

SÁDABA, Teresa. **Framing: el encuadre de las noticias**. El binômio terrorismo-medios. Buenos Aires: LaCrujia, 2007.

SCHUTZ, Alfred. **El problema de la realidad social: escritos I**. 2 ed. 1 reimp. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.

SERRANO, Estrela. Alguns pressupostos teóricos para uma análise do jornal televisivo. In: CUNHA, Isabel F. et. al. (orgs.). **Pesquisa em media e jornalismo: homenagem a Nelson Traquina**. Covilhã: LabCom, 2012, p. 215 – 230.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. UFSC, v. 2, n. 1, 1º semestre de 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830>>. Acesso em: 04 dez. 2016.

SIMÕES, Inimá. **A nossa TV brasileira: por um controle social da televisão**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

SOUSA, Li-Chang S. C. S. O mapa cultural do Brasil pelas lentes do Jornal Nacional: recortes da brasilidade. **Esferas: revista Interprogramas de Pós-Graduação em Comunicação do Centro-Oeste**. Ano III (jul./dez.2014). Brasília: UCB; UNB, 2014, p. 61 – 69.

SOUSA FILHO, Alípio. Cultura, ideologia e representações. In: Maria do Rosário de Carvalho; et. al. (orgs.). **Representações sociais: teoria e pesquisa**. 1 ed. Mossoró: Fundação Guimarães Duque/Fundação Vingt-un Rosado, 2003.

SPINK, Mary Jane. Desvendando as teorias implícitas: uma metodologia de análise das representações sociais. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra (orgs.). **Textos em representações sociais**. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 117 – 145.

STEFANO, F., CRUZ, P. O novo mapa do consumo. **Revista Exame**. Agosto. Edição 1022, Ano 2012. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1022/noticias/o-novo-mapa-do-consumo>>. Acesso em 11 jan. 2016.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Vol. I. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Vol. II. , 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad**. Barcelona: Gili, 1983.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. 4. ed. Porto Alegre: EdIPUCRS, 2005.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, A. (org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 11 – 28.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5. ed. Lisboa: Presença, 1999.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

## GLOSSÁRIO<sup>52</sup>

**Bloco:** as partes (segmentos) que dividem um telejornal ou um programa. Cada bloco, normalmente, fica entre dois intervalos comerciais.

**Boletim:** resumo de um fato gravado pelo próprio repórter no local do acontecimento, depois que ele checkou as primeiras informações. Deu origem ao *stand-up*.

**Cabeça de rede:** emissora principal que gera a programação para outras emissoras que compõem a rede.

**Cair matéria:** é a matéria que deixa de ir ao ar. Uma matéria pode cair porque o jornal está grande demais ou por não ter rendido o que o editor-chefe esperava.

**Cobertura:** os vários enfoques de um acontecimento importante. Exemplo: a reportagem sobre um fato, suas consequências e análises.

**Edição:** montagem do áudio e vídeo de uma reportagem. Produto final, o que vai ao ar.

**Editor-chefe:** jornalista responsável pelo telejornal.

**Escalada:** frases de impacto sobre os assuntos do telejornal que abrem o programa.

**Furo:** notícia transmitida em primeira mão, antes das outras emissoras.

**Gancho:** a atualidade de um assunto que justifica a reportagem.

**Ilha de edição:** sala onde estão os equipamentos para a edição de uma reportagem em VT.

**Link:** é a ligação abstrata entre dois ou mais pontos para transmissão de sinais de imagem e som.

---

<sup>52</sup> Fonte: PATERNOSTRO, Vera Íris. O texto na TV: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2 ed., 2006.

**Matéria:** o que é publicado ou se destina a ser publicado em qualquer veículo de informação. É usado como sinônimo de reportagem.

**Manchete:** uma frase de impacto, contém uma informação forte. É usada na escalada ou para identificar o assunto da reportagem.

**Nota coberta:** texto lido pelo apresentador do telejornal em off.

**Nota pelada:** notícia lida pelo apresentador do telejornal sem qualquer imagem de ilustração.

**Off:** é o texto gravado (pelo repórter ou apresentador) para ser editado junto com as imagens da reportagem.

**Passagem:** gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações, para ser usada no meio da matéria.

**Pauta:** previsão dos assuntos de interesse jornalístico. É o roteiro dos temas que vão ser cobertos pela reportagem.

**Produção:** organização e coordenação do trabalho prévio para uma reportagem. Desde pesquisa, imagens de arquivo, marcação de horários, levantamento de material etc.

**Produtor:** é o profissional responsável pelas tarefas de produção.

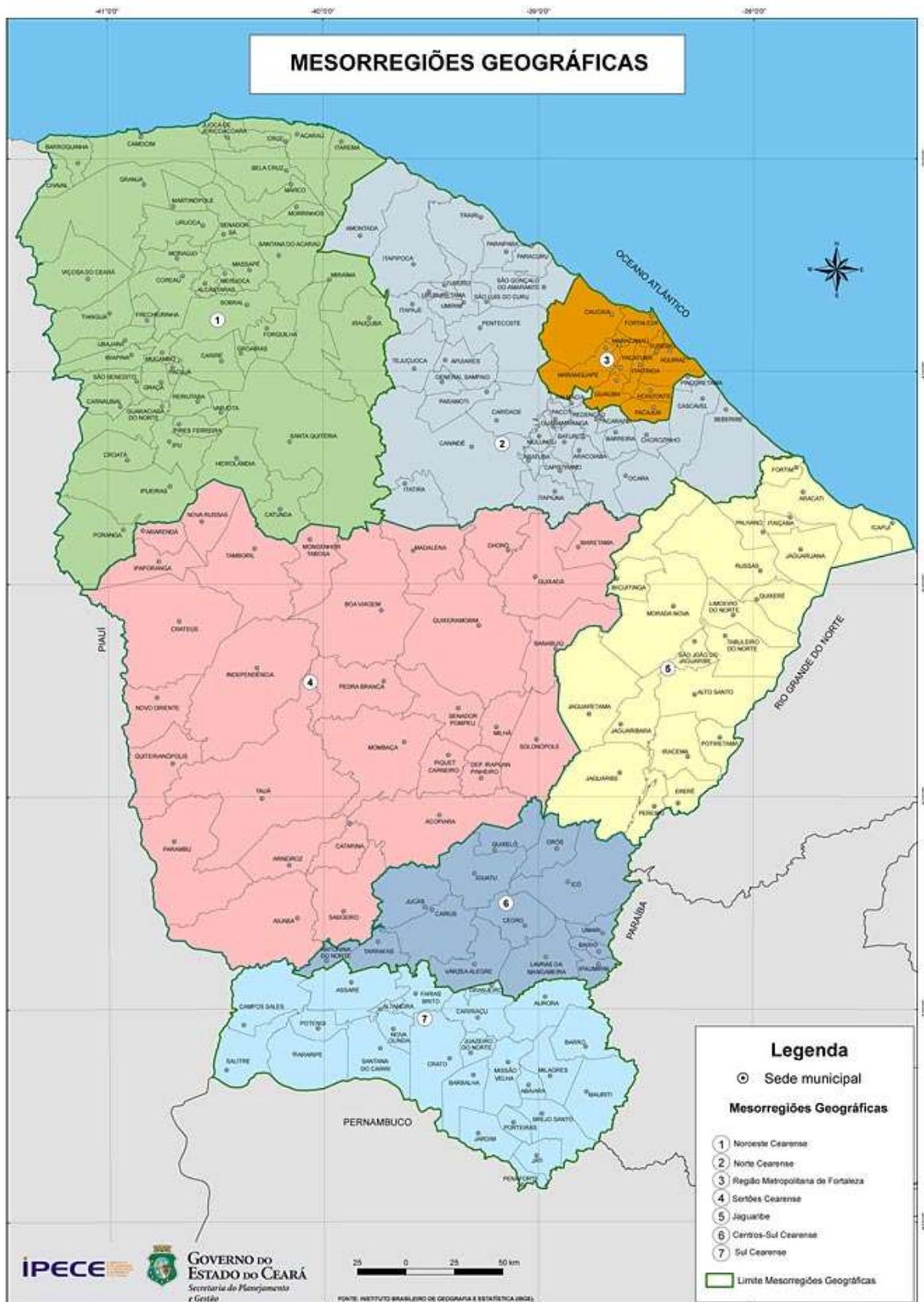
**Redação:** o local onde trabalham os jornalistas de um determinado telejornal.

**Sonora:** termo que se usa para designar uma fala da entrevista. Exemplo: cortar uma sonora é escolher uma determinada fala de uma entrevista de uma pessoa para colocar no trecho exato da matéria editada.

**Stand-up:** quando o repórter faz uma gravação no local do acontecimento para transmitir informações do fato. Normalmente, ele está de pé, em primeiro plano, e permanece no vídeo durante todo o boletim ou flash.

ANEXO

ANEXO A – Figura A1: Mapa das Mesorregiões Geográficas do Estado do Ceará



Fonte: Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE.