



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

RENATA ECHEVERRIA MARTINS

As Representações Sociais do Nordeste no Jornal Nacional

Recife

2017

RENATA ECHEVERRIA MARTINS

As Representações Sociais do Nordeste no Jornal Nacional

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como parte dos requisitos para obtenção do grau de Doutora em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior

Recife

2017

Catálogo na fonte
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

M386r Martins, Renata Echeverria
 As representações sociais do Nordeste no Jornal Nacional / Renata
 Echeverria Martins. – Recife, 2017.
 203 f.: il., fig.

 Orientador: Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior.
 Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de
 Artes e Comunicação. Comunicação, 2017.

 Inclui referências e apêndices.

 1. Televisão. 2. Telejornalismo. 3. Jornal Nacional. 4. Teoria das
 representações sociais. 5. Construção social da realidade. I. Pereira
 Júnior, Alfredo Eurico Vizeu (Orientador). II. Título.

302.23 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC 2017-111)

RENATA ECHEVERRIA MARTINS

As Representações Sociais do Nordeste no Jornal Nacional

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como parte dos requisitos para obtenção do grau de Doutora em Comunicação.

Data da aprovação: 15/03/2017

BANCA AVALIADORA

Prof. Dr. Alfredo Vizeu (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Paulo Carneiro da Cunha Filho (Examinador interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Heitor Costa Lima da Rocha, Dr. UFPE (Examinador interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Dra. Giovana Borges Mesquita, Dra. UFPE (Examinadora externo)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Pedrinho Arcides Guareschi, Dr. UFRGS (Examinador externo)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

DEDICATÓRIA

À minha mãe, que, no dia da defesa desta tese,
15 de março de 2017, completará 80 anos!

AGRADECIMENTOS

Especialmente ao meu pai, Jorge Martins, por ter me ensinado a cultivar o amor pelos livros, pela leitura, pelas palavras. Obrigada por ter sempre me apoiado nesta breve trajetória que é a vida.

Às minhas irmãs, Mônica, Andréa, Deborah e Daniela, por terem acreditado nas minhas ideias e me ajudado a realizar mais uma conquista.

Aos meus sobrinhos, Jorginho, Júlia, Daniel, Guilherme, Luíza e Otávio, que estiveram sempre presentes, ouvindo e acreditando nos meus sonhos.

A Dino, meu filho de quatro patas, companheiro inseparável nas longas horas de escrita.

Ao meu companheiro, Lúcio, obrigada pelo amor e pela paciência.

Aos meus enteados, Yago e Yan, por terem compreendido as minhas ausências.

Ao professor Vizeu, por topar mais uma vez ser o meu orientador. Obrigada por abrir as portas da sua casa e da sua incrível biblioteca, por encher a minha vida de conhecimentos, de princípios éticos e fraternos.

Aos meus colegas da Fundarpe, especialmente Celia, Flávio e Daniela. Obrigada pelo incentivo e auxílio em todas as etapas de uma jornada que começou em 2012, quando fui aprovada no mestrado do PPGCOM/UFPE. Obrigada também aos antigos colegas de trabalho Ericka e Eduardo, que, mesmo distantes, estarão sempre presentes na minha formação acadêmica e afetiva.

A Águeda Miranda, que nos deixou precocemente, cultivarei sempre uma eterna gratidão.

A Giovana Mesquita, pela companhia nos congressos, pelas linhas traçadas, pelas boas risadas.

Aos colegas do PPGCOM, que fizeram desta árdua travessia uma experiência inesquecível.

Aos funcionários e professores do PPGCOM/UFPE. A Paulo Cunha, pela sabedoria e maturidade de mestre; a Cristina Teixeira, pelas aulas instigantes; a Isaltina, pela força e apoio sempre prestados. A José Carlos e Cláudia, que sempre me atenderam na secretaria com gentileza e eficiência.

Aos colegas da TV Globo Nordeste: Francisco José, Jô Mazzarolo, Cláudia Prosini e Charles Tricot, pela colaboração e presteza nas informações; a Susy Costa e sua equipe, na TV Verdes Mares, em Fortaleza, pela acolhida simpática e afetuosa; e ao repórter José Raimundo, da TV Bahia, pela delicadeza e atenção de um bom anfitrião.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), cuja bolsa de estudos me permitiu maior tranquilidade para o desenvolvimento da pesquisa.

“Olhar para a televisão é observar toda a vida da sociedade, pois este é o seu campo. Ela engloba o modo de produção, o tipo de relação de poder (política), a ideologia dominante e permissível, o modo de vida da população; em paralelo, a televisão age sobre tudo isto, atua nos níveis mais profundos da vida social, cristaliza uma cultura, ajuda a manter uma produção e um sistema político. A televisão não é apenas um meio de comunicação; é o resumo de todas as comunicações possíveis.”
(João Rodolfo Prado)

“A produção de imagens jamais é gratuita, e, desde sempre, as imagens foram fabricadas para determinados usos. Sua vinculação com o domínio do simbólico faz com que ela esteja em situação de mediação entre o espectador e a realidade.” (Jacques Aumont)

“Membros da mesma cultura compartilham conjuntos de conceitos, imagens e ideias que lhes permitem sentir, refletir e, portanto, interpretar o mundo de forma semelhante.”
(Stuart Hall)

RESUMO

A ideia central desta tese é que o “Jornal Nacional” constrói uma imagem da Região Nordeste, por isso, o nosso objetivo é saber como são construídas as representações sociais do Nordeste no telejornal. Para isso, recorreremos à Teoria das Representações Sociais, mais especificamente aos processos de “ancoragem” e “objetivação”, bem como às teorias do jornalismo, para entender como são produzidas, selecionadas e enquadradas as notícias sobre os nove estados que compõem a Região. Além de analisar todas as notícias sobre o Nordeste exibidas no “Jornal Nacional” em 2015, investigamos o processo de produção e as rotinas dos profissionais envolvidos diretamente no telejornal. Para isso, visitamos as três redações que mais produziram reportagens sobre a Região: a Rede Globo Nordeste, em Pernambuco; a TV Bahia, em Salvador; e a TV Verdes Mares, em Fortaleza, no Ceará. A pesquisa identificou sete representações sociais nas 246 notícias analisadas, assim como os enquadramentos que os jornalistas dão aos acontecimentos. Ao final, desvendamos um Nordeste que se mostra ainda uma região de desigualdades e conflitos, carregado de referências a um passado latente, impregnado de crenças e tradições, muitas vezes representado no telejornal em formatos repetitivos e estereotipados. Mas, ao mesmo tempo, o estudo aponta possibilidades de novas representações sociais, que surgem como produto de uma prática jornalística/telejornalística, ao responder demandas contemporâneas de uma sociedade atenta às questões ligadas a democracia e diversidade cultural.

Palavras-chave: Televisão. Telejornalismo. Jornal Nacional. Teoria das Representações Sociais. Construção Social da Realidade.

ABSTRACT

This research aims to investigate how the social representations of the Northeast Region are built on “Jornal Nacional” from TV Globo. Our main objective is to suggest a categorization of the news about the region, exhibited on the news report, in order to seek to understand how the image of the Northeast Region is built, in the television news program with the highest audience in Brazil. To do this, we use Serge Moscovici's Theory of Social Representations (2009), more specifically in the concepts of "anchoring" and "objectification", as well as Journalism Theories, to understand how news about the media is produced, selected and framed. Nine states that make up the region. In order to investigate the news production process, we went to know, in loco, the routines and practices of the professionals directly involved in “Jornal Nacional”, in the three television newsrooms of the Northeast, which generated more reports about the region in 2015: Rede Globo Nordeste, in Pernambuco; TV Bahia in Salvador and TV Verdes Mares in Fortaleza, Ceará. The research points to the image of a Northeast that “passes” on the TV, impregnated with references, anchored in the idea of a latent past, loaded with beliefs and traditions, almost always stereotyped. However, at the same time, we identify the idea of a “Northeast” that appears on TV, still timidly represented by issues that respond to contemporary demands linked to democracy and cultural diversity.

Keywords: Television; News Broadcasting; Jornal Nacional; Social Representation Theory; Social Construction of Reality.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Imagens da nota coberta exibida no “JN” sobre o Carnaval nas capitais do Nordeste	107
Figura 2: Redação da TV Globo Nordeste em Olinda/PE.....	114
Figura 3: Redação da TV Bahia em Salvador/BA.....	117
Figura 4: Redação da TV Verdes Mares, em Fortaleza/CE	119
Figura 5: Imagem da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre a seca no Ceará	130
Figura 6: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre os hospitais do Ceará	135
Figura 7: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre carros abandonados em São Luís do Maranhão	137
Figura 8: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre microcefalia em Pernambuco	138
Figura 9: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre assaltos em Alagoas	140
Figura 10: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre rebelião numa penitenciária de Pernambuco.....	142
Figura 11: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre assalto numa escola da Paraíba	144
Figura 12: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre o Dia de Reis no Ceará	146
Figura 13: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre o Carnaval em Salvador/BA	147
Figura 14: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre o Carnaval de Pernambuco	149
Figura 15: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre a seca no Ceará.....	152
Figura 16: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre a seca em Pernambuco	155
Figura 17: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre a seca em Alagoas	157
Figura 18: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre um ataque de tubarão em Fernando de Noronha/PE.....	159
Figura 19: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre deslizamento de barreiras em Salvador/BA.....	162

Figura 20: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre deslizamentos provocados pelas fortes chuvas na Bahia	163
Figura 21: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre um ninho de beija-flor em João Pessoa/PB	165
Figura 22: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre os profetas da chuva no Ceará.....	167
Figura 23: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre ex-cortador de cana que virou professor e dono de escola em Pernambuco.....	169
Figura 24: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre usinas eólicas no Rio Grande do Norte	171
Figura 25: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre pipas gigantes em São Luís/MA	172
Figura 26: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre o espetáculo da Paixão de Cristo em Nova Jerusalém/PE	174

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Gráfico das seis categorias de representações sociais propostas e seus percentuais de inserção no “JN” em 2010 e 2011	15
Gráfico 2: Total de reportagens analisadas em 2010 e 2011	16
Gráfico 3: Universo das reportagens sobre o NE no "JN" em 2015.....	106
Gráfico 4: Percentual das matérias sobre o NE no "JN" em 2015	107
Gráfico 5: Quantidade de notícias exibidas por mês sobre o NE no “JN” em 2015	109
Gráfico 6: Número percentual por Estado das notícias exibidas sobre o NE no “JN” em 2015	110
Gráfico 7: Número de notícias exibidas no “JN” em 2015, de acordo com as sete representações sociais propostas.....	126
Gráfico 8: Número em percentual das notícias exibidas no “JN” em 2015 de acordo com as sete representações sociais propostas	127

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Objetivos	16
1.2 Métodos e justificativas	18
2 A SOCIEDADE E A MÍDIA	20
2.1 A Sociedade e a Televisão	20
2.2 As fases da TV no Brasil	31
2.3 Telejornalismo brasileiro	42
3 TELEJORNALISMO E REALIDADE	56
3.1 Construtivismo no jornalismo	56
3.2 Enquadramentos: a organização do conteúdo noticioso	63
3.3 A “fabricação do presente”	73
4 A TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS	81
4.1 Dimensões teóricas	81
4.2 Representações sociais e conhecimento	93
4.3 Processos Geradores das Representações Sociais: Ancoragem e Objetivação	100
5 OLHARES SOBRE O TELEJORNAL	105
5.1 A pesquisa	105
5.2 Imersão nas redações	111
5.2.1 <i>TV Globo Nordeste</i>	114
5.2.2 <i>TV Bahia</i>	117
5.2.3 <i>TV Verdes Mares</i>	119
5.3 O Nordeste da TV	123
6 ANÁLISES DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO NORDESTE NO JORNAL NACIONAL	134
6.1 Descaso com o bem público	134
6.1.1 <i>Reportagem 1</i>	134
6.1.2 <i>Reportagem 2</i>	135
6.1.3 <i>Reportagem 3</i>	137
6.2. Conflito	139
6.2.1 <i>Reportagem 1</i>	139
6.2.2 <i>Reportagem 2</i>	141
6.2.3 <i>Reportagem 3</i>	143
6.3 Manifestações Culturais	145
6.3.1 <i>Reportagem 1</i>	145

6.3.2 Reportagem 2	147
6.3.3 Reportagem 3	148
6.4 A seca	149
6.4.1 Reportagem 1	149
6.4.2 Reportagem 2	154
6.4.3 Reportagem 3	156
6.5 O inesperado	158
6.5.1 Reportagem 1	158
6.5.2 Reportagem 2	160
6.5.3 Nota coberta 3	163
6.6 Milagre Nordeste	164
6.6.1 Reportagem 1	164
6.6.2 Reportagem 2	166
6.6.3 Reportagem 3	168
6.7 Destino Nordeste	170
6.7.1 Reportagem 1	170
6.7.2 Reportagem 2	171
6.7.3 Reportagem 3	173
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	175
REFERÊNCIAS	183
APÊNDICE A – ENTREVISTA COM CHARLES TRICOT	190
APÊNDICE B – ENTREVISTA COM FRANCISCO JOSÉ	193
APÊNDICE C – ENTREVISTA COM SUSY COSTA	199
APÊNDICE D – ENTREVISTA COM JOSÉ RAIMUNDO	201

1 INTRODUÇÃO

Ao longo de 11 anos, vivemos a experiência de participar das rotinas produtivas de uma redação de televisão. Apresentar, editar e produzir um telejornal diário é também selecionar o que será noticiado todos os dias. É fazer parte de uma equipe que filtra e escolhe os fatos mais importantes para que sejam transformados em notícia¹. De certa forma, acreditamos que o telejornal², no Brasil, como um veículo de massa, pode nos ajudar a entender como funciona o mundo em que vivemos. Mundo este em que a circulação de formas simbólicas — discursos, gestos, ações e manifestações —, mediada pelos meios de comunicação, desempenha um papel fundamental na construção de nossa sociedade.

Participamos das principais fases da produção diária da informação: a captação, a seleção e a apresentação (WOLF, 2008) de telejornais locais³ e nacionais⁴, sugerindo pautas⁵ e discutindo o que deveria virar notícia. Um desafio diário de organizar o mundo, interpretando a realidade social construída pela mídia (VIZEU; CORREIA, 2008). “A referência do jornalismo é a realidade, o mundo da vida, o cotidiano de fatos, acontecimentos, de homens, de mulheres, de alegrias, de tristezas, de afetos, de tensões de conflito e de paz” (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 16).

Thompson (1995) defende que os meios técnicos: livros, jornais, rádio, cinema e televisão possibilitaram a produção, reprodução e circulação dessas formas simbólicas. Atualmente somos bombardeados de informações que nos chegam a todo o momento de uma forma cada vez mais acelerada. Vivemos em um ambiente de mídia, segundo Castells (1999), e a maior parte de nossos estímulos simbólicos vem dos meios de comunicação, sendo a televisão um dos mais poderosos, tornando-se palco para todos os processos que se pretenda comunicar à sociedade em geral, de política a negócios, inclusive esportes e arte: “A televisão modela a linguagem de comunicação societal”⁶ (CASTELLS, 1999, p. 421).

Segundo o relatório final da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira⁷ (PBM 2015), da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), a TV aberta está em 91% dos domicílios brasileiros, e

¹ Para Alsina (2009), a notícia é a narração de um fato.

² Os telejornais são integrantes dos subgêneros do hipergênero informativo (GORDILLO, 2009).

³ Noticiário televisivo regional, que atinge todo o Estado.

⁴ Noticiário televisivo transmitido em todo o território nacional.

⁵ A relação dos assuntos a serem cobertos pela reportagem durante o dia.

⁶ Para Castells, a construção do projeto societal está relacionado ao processo de formação da identidade na remodelação da sociedade atual, principalmente nos códigos culturais de liberdades individuais que se expandiram amplamente, transformando alguns domínios da experiência humana: a sociedade em rede.

⁷ A pesquisa pode ser acessada no endereço da internet: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf/view>.

79% dos entrevistados disseram que assistem à TV para se informar. Quando questionados sobre quais telejornais assistiam para se informar, o mais citado foi o “Jornal Nacional”⁸ (JN), da TV Globo, e, em segundo lugar, foi o “Jornal da Band”⁹, da Rede Bandeirantes de Televisão.

Por isso, diante da forte presença do noticiário televisivo no cotidiano da população brasileira e apostando que a TV tem uma forte influência na vida das pessoas, investimos em analisar as representações sociais do Nordeste no “JN”, telejornal de maior audiência do País. De acordo com a empresa Kantar Ibope¹⁰ Mídia, em março de 2015, o “JN” marcou, em média, 29 pontos de audiência na Região da Grande São Paulo, o equivalente a aproximadamente 6 milhões de telespectadores num só dia.

Nesta tese chegamos a investigar também o segundo telejornal mais visto, apontado pela PBM 2015, o “Jornal da Band”, produzido pela Rede Bandeirantes de Televisão, localizada em São Paulo, porém, durante os seis meses analisados, ao contrário do “Jornal Nacional”, que exibiu reportagens de todos os estados do Nordeste, o “Jornal da Band” só veiculou matérias¹¹ sobre o Estado da Bahia, mais especificamente da capital Salvador, deixando praticamente de fora todas as outras cidades da região. Em função disso, optamos por não incluir o telejornal da TV Bandeirantes nesta pesquisa.

Na tentativa de entender como o telejornal representa a segunda região mais populosa do Brasil, tomaremos como base a Teoria das Representações Sociais defendida por Moscovici (2009), quando diz que ela se constrói diante de nossos olhos, na mídia e nos lugares públicos e que a comunicação possibilita o compartilhamento dessas realidades do senso comum. Tal fenômeno mobiliza também diversos pesquisadores como (GUARESCHI; JOVCHELOVITCH, 2009; JOVCHELOVITCH, 2000, 2008; JODELET, 2005; SPINK, 2004; WAGNER; HAYES; PALACIOS, 2011), entre outros. Um dos pontos de partida de Moscovici (2009) foi articular crença e conhecimento para compreender como as representações científicas são transformadas em representações comuns.

Sustento, pois, 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 (MOSCOVICI, 2009, p. 208).

⁸ Telejornal da emissora Globo e primeiro telejornal de rede do país, inaugurado em 1969.

⁹ Telejornal produzido pela Rede Bandeirantes, no ar desde 1967.

¹⁰ A pesquisa pode ser acessada no endereço da internet: www.kantaribopemedia.com.

¹¹ Assunto desenvolvido pela reportagem; notícia (VIZEU, 2005).

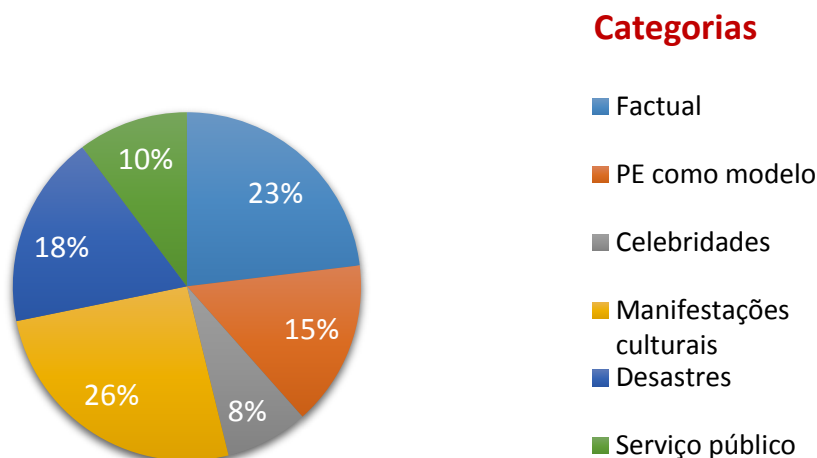
Corporificar ideias, compreender e comunicar o que já sabemos, tornar o desconhecido conhecido, tornar familiar algo não familiar são hipóteses defendidas pela Teoria das Representações Sociais que, em nosso entendimento, dialogam com a função do jornalismo. Por isso, propomos traçar um diálogo possível entre as teorias do jornalismo e a Teoria das Representações Sociais. Defendemos, como muitos pesquisadores, que a notícia, de alguma forma, constrói o presente social; que, na prática diária, os jornalistas criam representações da economia, da política e da cultura e contribuem fortemente para a construção do mundo pela sociedade. A ideia de uma agenda que defina os assuntos e conversas das pessoas em função do que a mídia veicula (MCCOMBS, 2009) é uma forma atual de contato com o mundo. A partir daí, propomos algumas reflexões sobre o jornalismo/telejornalismo, traçando e estabelecendo conexões entre o campo¹², suas práticas e teorias e as representações sociais.

Segundo Moscovici (2009), à medida que o processo de comunicação se acelera na nossa sociedade contemporânea por extensão da mídia (escrita, áudio e vídeo), duas consequências são observadas: de um lado, as representações sociais são obscurecidas, o desaparecimento das diferenças e limites as transforma mais e mais em representações das representações, fazendo com que se tornem mais e mais simbólicas. Por outro lado, as categorias e sentidos, que “escolhemos” conferir às pessoas ou objetos, se modificam. Para o autor, essas transformações das representações sociais das pessoas, objetos e fatos implicam na não existência de uma realidade dada. As representações sociais não são réplicas ou reflexos do mundo, assim como o jornalismo, elas não espelham a sociedade. Para a Teoria das Representações Sociais, como para o jornalismo, a realidade é uma construção social, e não um espelho ou reflexo dela.

Por isso, esta tese tentará mobilizar e articular possibilidades, pontes entre a Teoria das Representações Sociais e as teorias do jornalismo, defendidas por autores como Wolf (1994), Alsina (2009), Franciscato (2005), Traquina (2005), Schudson (2010), Hall (2016), entre outros, na tentativa de investigar como são construídas as representações do Nordeste brasileiro no “Jornal Nacional”. Entendo o conceito de representação quando “membros da mesma cultura compartilham conjuntos de conceitos, imagens e ideias que lhes permitem sentir, refletir e, portanto, interpretar o mundo de forma semelhante” (HALL, 2016, p. 23).

¹² Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças — há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdades que se exercem no interior desse espaço (BOURDIEU, 1997).

Gráfico 1: Gráfico das seis categorias de representações sociais propostas e seus percentuais de inserção no “JN” em 2010 e 2011

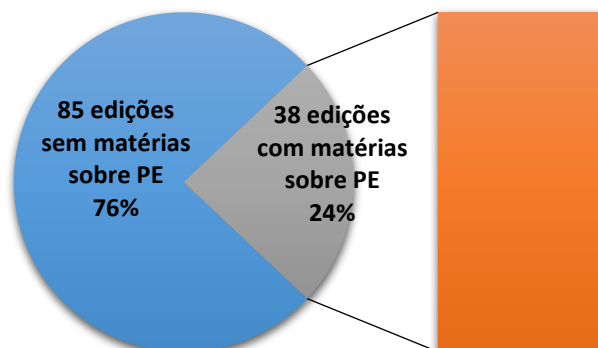


Fonte: Elaboração própria.

Na busca por entender como a mídia televisiva constrói representações sociais, pesquisamos, ainda no mestrado, “As representações sociais de Pernambuco no Jornal Nacional” (ECHEVERRIA, 2012). Analisamos as matérias exibidas no “JN” produzidas no Estado de Pernambuco, e, de acordo com a pesquisa, as reportagens veiculadas no telejornal mostraram uma gama variada de temas recorrentes que possibilitaram identificar seis categorias de representações sociais que ancoraram Pernambuco no telejornal (Gráfico 1): (1) factual; (2) Pernambuco como modelo de soluções de problemas; (3) Celebridades; (4) Manifestações culturais; (5) Desastres e (6) Serviço público.

No *corpus* pesquisado, de 123 edições do “Jornal Nacional” (Gráfico 2), referentes aos meses de agosto, outubro, novembro e dezembro de 2010; e fevereiro, março, maio e junho de 2011 — cobrindo, praticamente, todos os meses do ano, ficando de fora apenas os meses de janeiro, abril e setembro, opção feita por considerarmos que incluir todos os meses do ano tornaria a pesquisa excessivamente extensa e de difícil execução —, o Estado de Pernambuco apareceu em 38 reportagens. A pesquisa analisou 16 matérias, três de cada uma das seis categorias propostas.

Gráfico 2: Total de reportagens analisadas em 2010 e 2011

Universo de análise: 123 edições do JN

Fonte: Elaboração própria.

Nas nossas Considerações Finais (ECHEVERRIA, 2012), apontamos as mudanças na forma como o Estado aparecia inserido no contexto econômico e político nacional em comparação com anos anteriores, quando foi analisada a lista das reportagens exibidas no “Jornal Nacional” referentes às décadas de 1990 e 2000. As representações sociais de Pernambuco, podemos afirmar, já não são as mesmas, mas ainda assim, carregadas de referências que nos remetem à nossa Região, às nossas crenças e tradições. Assim, quando nos propomos conhecer como o telejornalismo constrói a imagem de Pernambuco através de suas representações exibidas na TV, concluímos que o “Jornal Nacional” não vende apenas uma imagem estereotipada e sempre igual do Estado, o telejornal da Globo, mesmo que timidamente, começa a reproduzir novos conceitos e referências que dizem respeito à diversidade e às tradições históricas do povo pernambucano.

1.1 Objetivos

Diante desse contexto, defendemos naquela época a importância de se estender a pesquisa às outras Regiões do País, por considerarmos urgente elaborar um mapa ou uma matriz representacional dos territórios brasileiros — no caso desta tese, da Região Nordeste —, dada a forte influência, como já destacamos aqui, que os telejornais exercem na população brasileira. Assim, o objetivo desta tese é identificar como a imagem do Nordeste é construída pelo telejornal da TV Globo e como a nossa análise das imagens e reportagens que vemos constantemente na mídia pode nos ajudar a entender como funciona o mundo em que

vivemos. Apoiando-nos no que diz Hall (2016): “[...] essas imagens apresentam realidades, valores, identidades, e o que podem acarretar, isto é, quem ganha e quem perde com elas, quem ascende, quem descende, quem é incluído e quem é excluído [...]” (HALL, 2016, p. 10).

Para enfrentarmos essas questões, decidimos também visitar as redações localizadas no Nordeste, para conferir e observar como se dão os processos de criação e produção dos responsáveis pela edição e reportagens exibidas no “Jornal Nacional”. Além de entrevistar repórteres com larga experiência nos telejornais veiculados em cadeia nacional, como o da TV Globo Nordeste Francisco José, e José Raimundo, da TV Bahia, afiliada¹³ da TV Globo em Salvador. Visitamos as três redações do Nordeste que mais produziram matérias sobre a região em 2015: a TV Globo Nordeste, em Pernambuco; a Rede Bahia de Televisão, em Salvador, e a TV Verdes Mares, também afiliada da Globo, em Fortaleza, para observar *in loco* as condições e práticas jornalísticas da rotina de trabalho dos profissionais envolvidos na produção do telejornal.

O nosso objetivo central é mapear “simbolicamente” a imagem do Nordeste construída no “Jornal Nacional” e criar categorias representacionais que possam contribuir para a produção de uma política pública voltada às questões da Região Nordeste. Destacamos a relevância da pesquisa por acreditar serem ainda tímidas as investigações que não tratam da ficção televisiva. Um dos nossos desafios é compreender as construções narrativas da “realidade”, como denominamos os programas telejornalísticos brasileiros, que em nossa opinião são ainda pouco estudadas. Entendemos que é preciso investigar mais a fundo a influência da televisão e, mais especificamente, do telejornalismo, na sociedade brasileira.

Em nossa opinião, a discussão sobre até onde a mídia pode influenciar a sociedade nunca esteve tão presente no Brasil. O contexto atual, especialmente os anos de 2015 e 2016, foi propício às reflexões sobre como os jornalistas interpretam os fatos, principalmente os dos campos político e econômico. Vivemos um momento de crise na imprensa brasileira: enquanto os jornalistas produzem narrativas e representações padronizadas pelas rotinas e métodos seguidos pelos manuais de redação, a população questiona a veracidade dessas interpretações dos fatos.

Será que este não é o momento de repensar o papel do jornalista como mediador de conflitos e tensões gerados por uma sociedade em transformação? Tempos difíceis são propícios a reflexões e novas interpretações. Apostamos que a reformulação de uma nova

¹³ O Grupo Globo possui 5 emissoras próprias e 119 afiliadas. Informações sobre o Grupo Globo podem ser acessadas no endereço eletrônico: http://grupoglobo.globo.com/tv_globo.php.

maneira de atuação dos jornalistas na interpretação dessas novas “realidades” passa por investigações mais profundas nos processos criadores das formas simbólicas. As crenças mais arcaicas podem coexistir com a modernidade, e geralmente são acionadas quando surge o medo, como uma espécie de garantia contra o desconhecido do futuro (JODELET, 2005).

1.2 Métodos e justificativas

A metodologia empregada foi baseada em análises qualitativas e quantitativas, por meio da Análise de Conteúdo (AC), que consiste em fazer inferências lógicas a partir de um volume de dados, de acordo com categorias previamente definidas. “Investigação que através de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, tem por finalidade a interpretação destas comunicações” (BARDIN, 2009). Consideramos todas as reportagens, notas simples ou peladas¹⁴ e/ou notas cobertas¹⁵ e transmissões ao vivo¹⁶ produzidas pelo telejornal no ano de 2015, nos nove estados que formam a Região Nordeste. O *corpus* coletado foi categorizado, como indica o método adotado.

Após esta **Introdução**, discutimos, no **Capítulo 2**, como a mídia influencia a vida em sociedade, mais especificamente como a televisão modificou as relações nas sociedades modernas, na perspectiva de diferentes autores que defendem que as inovações técnicas, associadas à invenção da impressão e, conseqüentemente, a codificação elétrica da informação, contribuíram para a difusão de crenças religiosas, produção e reprodução de formas simbólicas numa escala sem precedentes. Destacamos também as fases da televisão e a história do telejornalismo no Brasil.

O **Capítulo 3** tem como foco a identificação de um jornalismo que “fabrica” um tipo específico de “realidade”, abordando possibilidades e limitações na construção do mundo que “passa” na TV — ponto de vista defendido por diversos autores. Tratamos de telejornalismo e realidade discorrendo sobre um jornalismo “construtivista”, onde a notícia é uma construção social da realidade, inserida num processo quase sempre submetido a estratégias de enquadramento que organizam o conteúdo noticioso.

No **Capítulo 4**, mergulhamos na Teoria das Representações Sociais (MOSCOVICI, 1961; 2009), referencial teórico que norteia a nossa investigação, na busca de pontos de interseção entre a teoria do psicólogo social romeno e as teorias do jornalismo. Investimos na

¹⁴ Notícia sem imagem.

¹⁵ Notícia coberta com imagens.

¹⁶ Transmissão de um acontecimento no exato momento em que ele ocorre.

tentativa de traçar diálogos, para trazer à tona diversos exemplos em que a teoria defendida por Moscovici (2009) e outros autores já foi aplicada, como nas representações da psicanálise, da loucura, da Aids, da esfera pública, etc.

Para compreender como foi elaborada a pesquisa, traçamos, no **Capítulo 5**, o passo a passo de todo o nosso processo de investigação das representações sociais do Nordeste no “Jornal Nacional”: da observação participante¹⁷ às entrevistas em profundidade¹⁸, apresentando todos os detalhes de como foram coletados os dados. No **Capítulo 6**, trazemos a descrição literal dos textos das matérias e das cabeças¹⁹ das reportagens coletadas no portal G1²⁰ durante todos os meses do ano de 2015 para logo depois localizarmos as “âncoras” e as “objetivações”, mecanismos geradores das representações sociais (MOSCOVICI, 2009) sobre o Nordeste no “Jornal Nacional” descritos nos *off*²¹ dos repórteres.

Por fim, delineamos as **Considerações Finais** discutidas a partir dos resultados obtidos nesta tese, na tentativa de traçar um “mapa representacional” que sirva de modelo de análise para outras investigações e identificação das representações sociais das outras regiões do País: Norte, Sul, Sudeste e Centro-Oeste. Acreditamos que esta pesquisa despertará o interesse e abrirá novos caminhos para que outros pesquisadores investiguem como os telejornais constroem a imagem do povo brasileiro nos seus diversos territórios geográficos. Apostamos que será possível capturar uma imagem simbólica da ideia de Nordeste construída pela mídia, mais especificamente pelo telejornal de maior audiência do País, o “Jornal Nacional”, da TV Globo, e assim desvendar os enquadramentos acionados nesse processo de construção de uma representação e de um sentido de pertença transmitidos pela televisão.

¹⁷ Faz parte do método etnográfico: quando o pesquisador estabelece relações, seleciona informações, transcreve textos, mapeia campos e observa *in loco* o grupo pesquisado, não se deixando contaminar pela rotina do grupo por estar presente nele (TRAVANCAS, 2005).

¹⁸ Elas costumam ser longas, o pesquisador não inquirir seu entrevistado, não julga o seu discurso e tudo o que está sendo dito é importante, tendo a função de contar histórias de vida (TRAVANCAS, 2005).

¹⁹ Texto lido pelo apresentador para chamar a matéria.

²⁰ O G1 pode ser acessado no seguinte endereço na internet: <http://g1.globo.com/>.

²¹ Texto, escrito pelo repórter ou por um editor de texto, que será lido pelo repórter ou apresentador do telejornal.

2 A SOCIEDADE E A MÍDIA

2.1 A Sociedade e a Televisão

O desenvolvimento das sociedades modernas está intimamente ligado a uma série de inovações técnicas associadas à invenção da impressão, e, conseqüentemente a codificação elétrica da informação. A imprensa contribuiu para a difusão de crenças religiosas, produção e reprodução de formas simbólicas numa escala sem precedentes, tornando mais fácil acumular e difundir dados sobre os mundos natural e social e desenvolver sistemas padronizados de classificação, representação e prática (THOMPSON, 1995).

O advento do telégrafo no século XIX ligou ainda mais o jornalismo à atualidade, tornando possível noticiar de mais lugares e operar dentro de um novo tempo: o presente instantâneo (TRAQUINA, 2005). As linhas telegráficas juntaram países da Europa com os Estados Unidos nos anos 1950 e 1960 e ligaram também a Europa com a China, América do Sul e o Japão na década de 1970. As agências de notícias foram as primeiras empresas jornalísticas eletrônicas que funcionavam de forma global. Elas comercializavam as notícias numa escala massiva para diversas partes do mundo.

Durante a última década do século XIX, deu-se início à transmissão de sinais através de ondas eletromagnéticas, dispensando o uso de fios. A tecnologia de transmissão da fala foi desenvolvida durante a primeira década do século XX. As primeiras experiências com transmissão de mensagens por ondas eletromagnéticas e o subsequente desenvolvimento dos sistemas de transmissão radiofônica — o rádio a partir de 1920 e a televisão a partir dos anos 1940 — transformaram definitivamente o ambiente de mídia universal e substituíram, na maioria das vezes, as interações face a face pelas interações mediadas pelas novas tecnologias:

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, a interação se dissocia do ambiente físico, de tal maneira que os indivíduos podem interagir uns com os outros ainda que não partilhem do mesmo ambiente espaço-temporal (THOMPSON, 1998, p. 77).

O uso dos meios de comunicação cria também novas formas de “ação à distância”, que permitem aos indivíduos participar dos acontecimentos ocorridos em ambientes distantes, mediados pelas novas maneiras de interação diferentes da face a face, que acontece num contexto de copresença. Os participantes das interações “quase mediadas” de que fala Thompson (1998), pelos meios de comunicação, podem estar num contexto espacial distinto,

por isso, estas interações necessitam de suporte técnico para acontecer: como o papel, os fios elétricos, as ondas eletromagnéticas, etc., possibilitando a transmissão de informação e conteúdo simbólico.

Para esta pesquisa, abordaremos mais especificamente o meio televisivo. O advento da TV cria um certo tipo de situação social na qual os indivíduos se ligam uns aos outros num processo de comunicação e intercâmbio simbólico. As experiências com transmissão por televisão tiveram início na década de 1930, mas a difusão da TV na Inglaterra e nos Estados Unidos se deu de fato após a Segunda Guerra Mundial, criando uma nova “galáxia” de comunicação, usando a terminologia de McLuhan (1964). O impacto da televisão na sociedade foi tão grande que os outros meios de comunicação foram reestruturados e reorganizados para coexistirem com a atraente telinha. A chegada da televisão transformou os modos de experiência e os padrões de interação das sociedades modernas.

Para Castells (1999, p. 421), a mídia audiovisual representa o material básico dos processos de comunicação em nossa cultura. A difusão da televisão se deu num ambiente em que objetos e símbolos se voltam para a televisão: desde as formas dos eletrodomésticos até modos de agir e temas de conversas, o poder da televisão arma o palco para todos os processos que se pretendem comunicar à sociedade em geral. A existência de mensagens fora dela fica restrita a redes interpessoais, portanto desaparece do inconsciente coletivo, afirma Castells (1999).

É fato que a televisão provocou mudanças na interação entre as pessoas em todo o mundo, Thompson (1995, p. 297) apresenta quatro dimensões do impacto deste meio de comunicação: (1) ele facilita a interação através do tempo e do espaço, possibilitando às pessoas interagirem umas com as outras através das distâncias temporais e espaciais; (2) a TV modificou a maneira como as pessoas agem para com os outros, enquanto os outros para com os quais essas pessoas estão agindo se constituem numa audiência que é ampla, remota e dispersa no tempo e no espaço; (3) ele modificou a maneira como as pessoas agem em resposta aos outros, na medida em que podem agir em resposta a outros que estão localizados em contextos distantes; e (4) a influência da televisão também modificou a maneira como as pessoas agem e interagem no processo de recepção, atingindo a organização social da esfera da vida cotidiana em que a recepção das mensagens por ela mediada é uma atividade rotineira.

Na sociedade brasileira, o impacto da chegada da TV não foi diferente. Ela teve e ainda tem forte influência no cotidiano das famílias, servindo como um instrumento de integração nacional. No final dos anos 1960, a TV se concretiza como um veículo de massa

no Brasil. As transformações estruturais por que passa a sociedade brasileira têm como marco o Golpe Militar de 1964. Segundo Ortiz (2006), o advento do estado militar tem um duplo significado, por um lado se define por sua dimensão política; por outro aponta transformações que se realizam no nível da economia:

Certamente os militares não inventam o capitalismo, mas 64 é um momento de reorganização da economia brasileira que cada vez mais se insere no processo de internacionalização do capital [...]. Em termos culturais essa reorientação econômica traz consequências imediatas, pois, paralelamente ao crescimento do parque industrial e do mercado interno de bens materiais, fortalece-se o parque industrial de produção de cultura e o mercado de bens culturais (ORTIZ, 2006, p. 114).

A televisão surgiu no País sob um forte domínio empresarial, com a missão de incrementar o comércio de bens e serviços, de entreter e de emocionar o público, diz Jambeiro (2001). As primeiras emissoras foram inauguradas nos centros mais desenvolvidos do Brasil — São Paulo e Rio de Janeiro — e posteriormente chegaram às outras capitais. A primeira emissora brasileira foi a TV Tupi-Difusora, inaugurada no dia 18 de setembro de 1950, na cidade de São Paulo, pelo conglomerado dos Diários e Emissoras Associados, fundado por Assis Chateaubriand. A TV Tupi-Difusora começou transmitindo para apenas cerca de 500 aparelhos receptores na cidade de São Paulo, mas três meses depois já havia 12 mil aparelhos funcionando. Em 1951, a segunda emissora foi inaugurada, também por Assis Chateaubriand, no Rio de Janeiro, depois vieram a TV Itacolomi, em Belo Horizonte, e a Piratininga, em Porto Alegre. Por conta da precariedade técnica, os programas eram exibidos ao vivo, e a produção era apoiada basicamente no rádio, de onde a TV importou autores, diretores, elenco e ideias. Sérgio Mattos destaca:

A TV Tupi-Difusora surgiu numa época em que o rádio era o veículo de comunicação mais popular do país. Ao contrário da televisão norte-americana, que se desenvolveu apoiando-se na forte indústria cinematográfica, a brasileira teve de se submeter à influência do rádio, utilizando sua estrutura, formato, seus técnicos e artistas (MATTOS, 2010, p. 23).

Os programas seguiam a mesma lógica, eram adaptações de Shakespeare — “Hamlet”, “Macbeth” — e Dostoiévski — “Crime e castigo” —, entre outras obras-primas, além de balé e música clássica, segundo Jambeiro (2001). No final dos anos 1950, começaram a ser montados os programas de auditório. Aos poucos a programação, que visava à alta sociedade, começa a atingir a massa de consumidores, explorando a música popular e os grandes intérpretes.

Devido ao baixo poder aquisitivo de grande parte da população brasileira na época, era difícil comercializar os aparelhos de TV — que no início eram importados. O custo de uma TV preto e branca era três vezes maior que o preço da vitrola mais cara da época, um bem só acessível às classes de poder aquisitivo alto, esclarece Ortiz (2006). A partir de 1959, os aparelhos de TV começaram a ser fabricados no País e foram lançados no mercado produtos mais baratos, em consequência, cresceu muito o número de aparelhos vendidos, principalmente no Rio e em São Paulo.

Mesmo com a instalação, em meados dos anos 1950, de diversas emissoras no Brasil, não existia ainda a possibilidade de transmissão em rede. A produção e distribuição televisiva possuía um caráter basicamente regional. Os programas eram mostrados ao vivo e produzidos localmente. A programação só passou a ser integrada nacionalmente com o videoteipe²², introduzido em 1959, permitindo uma expansão para outras capitais do País. A primeira vez que isto aconteceu foi na inauguração de Brasília como capital do Brasil, em 21 de abril de 1960: “Uma nova era começou então para a TV brasileira, com a adoção de processos industriais de produção de programas” (JAMBEIRO, 2001, p. 20).

De acordo com Lins e Silva (1983), a primeira pesquisa de audiência foi realizada em abril de 1954, em São Paulo, pelo Ibope²³, junto a um universo de 18 mil endereços que possuíam aparelhos de televisão. Entre 1960 e 1969, a emissora localizada em São Paulo mostrou um crescimento constante no hábito de assistir televisão (64% em 1969 contra 51% em 1960); no início da década, a TV Record ultrapassa a TV Tupi (37% contra 35%), mantendo a liderança de audiência até 1963. No Rio de Janeiro, o hábito de assistir televisão também é crescente (66% em 1968 contra 34% em 1960); apenas em 1962 ultrapassa os 50% da população carioca. A partir de 1966, a Globo assume a liderança de audiência (com 45%) para não mais perdê-la, somente sofrendo pressão da TV Excelsior (com 33%), que nos anos seguintes começa a entrar em decadência.

A proliferação de estações de televisão começou antes do Golpe Militar de 1964, durante a administração do presidente Juscelino Kubitschek, diz Mattos (2010). O seu crescimento, a partir de 1950, pode ser atribuído ao favoritismo político, pois eram concedidas licenças para exploração de canais sem um plano pré-estabelecido, diz:

Entretanto, o favoritismo político nas concessões de canais de TV prolongou-se até o governo da Nova República, de José Sarney. [...] O capítulo da Comunicação Social da Constituição de 1988 estabeleceu novas normas e

²² Máquina usada para gravar, magneticamente, áudio e vídeo (VIZEU, 2005).

²³ Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.

diretrizes para concessão de emissoras de rádio e televisão, anulando os critérios casuísticos utilizados até então (MATTOS, 2010, p. 24).

Para Ortiz (2006), a televisão mudou o Brasil. Alterou valores sociais, impôs costumes e muitas vezes chegou a unificar uma nação em torno de suas informações e entretenimento. O Estado percebeu a importância de se atuar junto às esferas culturais, por isso incentivou a criação de novas instituições e deu início à gestação de uma política de cultura. A partir de 1964, várias entidades foram criadas: o Conselho Federal de Cultura, o Instituto Nacional de Cinema, a EMBRAFILME²⁴, a FUNARTE²⁵, o Pró-Memória²⁶, etc. Reconhece-se, ainda, a importância dos meios de comunicação de massa, sua capacidade de difundir ideias, de se comunicar diretamente com as pessoas e, sobretudo, a possibilidade que têm de criar estados emocionais coletivos.

Talvez o melhor exemplo da colaboração entre o regime militar e a expansão dos grupos privados seja o da televisão. Em 1965 é criada a EMBRATEL, que inicia toda uma política modernizadora para as telecomunicações. Neste mesmo ano o Brasil se associa ao sistema internacional de satélites (INTELSAT), e em 1967 é criado um Ministério da Comunicação (ORTIZ, 2006, pp. 117-118).

A construção de um sistema de micro-ondas, inaugurado em 1968, permite a interligação de todo o território nacional, significando que as dificuldades tecnológicas enfrentadas nos anos de 1950 tinham sido superadas e que o sistema de rede era a condição que faltava para instalação de uma indústria cultural patrocinada pelo Estado. “A ideia de ‘integração nacional’ é central para a realização desta ideologia que impulsiona os militares a promover toda uma transformação na esfera da comunicação” (ORTIZ, *op. cit.*, p. 118). A iniciativa criava uma ponte entre os interesses dos empresários e dos militares, mas, enquanto os empresários se preocupam com a integração do mercado, os militares propõem uma unificação política das consciências através da censura. O conflito se instaura quando ocorre o tratamento de cada produto pela censura, o que permite que a questão de fundo, a liberdade de expressão, ceda lugar a um outro tipo de reivindicação, diz Ortiz (2006). Para o autor, a preocupação dos empresários da cultura naquele momento era com a sobrevivência econômica das empresas artísticas, seja no teatro ou na televisão; o que eles propõem é uma reformulação dos critérios da censura, deslocando a questão política para o polo econômico. Segundo Ortiz (2006), A TV Globo e a TV Tupi assinaram um protocolo de autocensura em

²⁴ Empresa Brasileira de Filmes Sociedade Anônima, criada pelo Decreto-Lei nº 862 em 1969 e extinta em 1990.

²⁵ Fundação Nacional de Artes.

²⁶ Fundação Nacional Pró-Memória, criado pelo Decreto-Lei nº 900 em 1979.

1973, numa tentativa de conquistar o mercado a qualquer preço. A censura excessiva prejudicava o crescimento da indústria cultural, mas era o preço a ser pago pelo fato de serem os militares os incentivadores do desenvolvimento brasileiro.

O que caracterizava a situação cultural nos anos 60 e 70 é o volume e a dimensão do mercado de bens culturais. [...]. Durante o período que estamos considerando, ocorre uma formidável expansão, a nível de produção, de distribuição e de consumo da cultura; é nesta fase que se consolidam os grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação e da cultura popular de massa (ORTIZ, 2006, p. 121).

Hoje o Estado continua a exercer um forte controle sobre a indústria cultural brasileira, em grande parte pela dependência destes veículos de massa dos subsídios oficiais. O modelo brasileiro de televisão ainda é dependente do suporte publicitário, sua principal fonte de recursos. “A televisão segue, portanto, o modelo de desenvolvimento dependente. Ela é dependente cultural, econômica, política e tecnologicamente” (MATTOS, 2010, p. 25).

Curiosamente, durante as duas primeiras décadas de nossa televisão os programas eram identificados pelo nome do patrocinador. “Em 1952, e por vários anos subsequentes, os telejornais tinham denominações como: ‘Telenotícias Panair’, ‘Repórter Esso’, ‘Telejornal Bendix’, ‘Reportagem Ducal’ ou ‘Telejornal Pirelli’” (MATTOS, *op. cit.*, p. 25). Os anunciantes mais importantes eram formados por grupos multinacionais. As agências publicitárias estrangeiras que funcionavam no Brasil começaram a utilizar a televisão como veículo publicitário e passaram também a decidir o conteúdo dos programas: “Nos primeiros anos, os patrocinadores determinavam os programas que deveriam ser produzidos e veiculados, além de contratar diretamente os artistas e produtores” (MATTOS, *op. cit.*, p. 25). Segundo Borelli e Priolli (1985), eram do patrocinador todas as decisões, às emissoras restavam a tarefa de ceder os estúdios e os equipamentos e pôr o programa no ar. Para Bergamo (2010), a influência da TV foi tão grande que ela começou até a mudar a rotina de vida das pessoas:

A implicação mais importante relativa a esse aspecto da publicidade é que se firmou a ideia de uma televisão que se constitui como “parte integrante da rotina da família”. Uma imagem que remonta ao rádio e que a televisão vem para substituir. Em função disso, sua programação começa a ser pensada, nos anos 1960, a partir da sua gradativa adaptação à “rotina familiar” e, principalmente, a partir de uma divisão de “horários” que buscasse uma melhor articulação entre o trabalho e o lazer (BERGAMO, 2010, p. 62).

Aos poucos a televisão vai perdendo suas características de “lazer noturno familiar” que tinha no início, expandindo os seus horários de programação vespertina e matutina. Nos

anos 1960, a TV começa a se firmar como instrumento de lazer e informação, sendo pioneira a TV Excelsior, do Rio de Janeiro, que, já em 1963, passou a combinar uma programação vertical (diferentes programas em um mesmo dia) com uma horizontal (um mesmo programa exibido todos os dias no mesmo horário). Agora sim, a televisão começa a se ajustar aos horários de trabalho e lazer da família brasileira:

Quando a TV Globo, nos anos 1970, se consolida como a maior emissora no Brasil, graças ao projeto de integração nacional promovido pelo regime militar, ela estende a ideia de que a televisão é um “produto familiar” em nível nacional (BERGAMO, 2010, p. 64).

Mas, só a partir da década de 1960 é que a televisão começa a definir um “modelo” de fazer televisão. O surgimento da “grade”²⁷ e a definição de que a televisão é um veículo “popular” se constroem nesse período. Para Jambeiro (2001), nos anos de 1960 a televisão começou a procurar seu próprio caminho, a adquirir processos de produção mais adequados às suas características enquanto meio e transformou-se, assim, no poderoso veículo de transmissão de ideias e venda de produtos e serviços que é hoje.

De acordo com muitos depoimentos da época, as duas primeiras décadas da televisão no Brasil foram definidas como períodos de “experimentação” e de “improvisação”. Mas a aventura também dependia da iniciativa do público, pois, sem concorrência, a televisão ainda era uma aposta, o discurso da iniciativa de Chateaubriand era pedagógico e se fundamentava na necessidade de construção da modernização da sociedade brasileira, esclarece Ortiz (2006). “As ‘improvisações’ a que esses profissionais fazem referências dizem respeito a uma série de situações às quais eles ficavam submetidos em função das limitações técnicas do veículo” (BERGAMO, 2010, p. 66). Quanto ao termo “experimentação”, diz o autor, sugere muito mais um “olhar retrospectivo”:

O termo parece ser utilizado, nesses depoimentos, mais como um “demarcador entre dois períodos” muito distintos da história da televisão no Brasil: um primeiro período, quando a criação não era orientada segundo moldes rígidos, e um segundo período, este claramente dependente desses moldes rígidos para a produção. Indica também que aquela ideia de que a família era o público por excelência da televisão, com isso originando uma grade de programação ajustada à rotina de uma casa, passou a representar uma evidente limitação para a criação, uma vez que cobra dela uma adequação a essa rotina (BERGAMO, 2010, p. 67).

Com as transformações políticas, culturais e econômicas promovidas pelo governo Kubitscheck (1956-1961), a televisão começa a se consolidar impulsionada também pela

²⁷ Espécie de calendário com mês, dia e horários dos programas televisivos ou radiofônicos.

aprovação do Código de Telecomunicações (1962) e pelo Regulamento dos Serviços de Radiodifusão (1963), que construíram as bases legais para a concessão e exploração dos canais de TV. “[...] A partir de 1964 ela foi beneficiada pelo regime militar, que passou a vê-la como instrumento de integração cultural e política da nação brasileira” (JAMBEIRO, 2001, p. 52).

A TV Globo foi inaugurada no dia 26 de abril de 1965. Seu crescimento se deu em paralelo à ditadura militar instalada no Brasil de 1964 a 1984, e seu desenvolvimento se beneficiou com a expansão do capital internacional na economia brasileira e a introdução da alta tecnologia e modernização industrial no País. A emissora estabeleceu padrões de qualidade que eram empregados nos serviços prestados, através de um produto televisivo bem definido, combinando apelo de massa, charme artístico e impecável sofisticação técnica (JAMBEIRO, 2001). Um acordo assinado com o grupo americano Time-Life, que durou de 1962 a 1968, foi fundamental para a construção de seu patrimônio. De acordo com Jambeiro (*op. cit.*, pp. 95-96), apesar de a participação ter sido de assistência técnica, porque a legislação brasileira proibia a participação de empresa estrangeira na administração intelectual e administrativa de uma empresa licenciada para operar serviços de TV, a Globo foi beneficiada com apoio técnico na implantação de moderna administração; novos métodos e habilidades em programação; novos programas; atividades de interesse público; controle financeiro, orçamentário e contábil; desenvolvimento e especificação de equipamentos; engenharia, treinamento e dimensionamento de equipe; organização comercial; técnica.

Ela aprendeu cedo que devia manter fortes laços com a cultura brasileira e buscar expressar isso em sua programação. Através de um serviço sistemático de pesquisa de mercado, descobriu que a maior parte da audiência preferia musicais, comédias e telenovelas produzidos nacionalmente a programas importados. Ganhou força, então, a idéia de produzir domesticamente os programas voltados para as camadas mais baixas do público. Os conteúdos eram mais nacionais e populares; com a consequência de que o número de programas importados caiu rapidamente do topo da lista dos mais assistidos (JAMBEIRO, *op. cit.*, p. 97).

Na mesma época surgiram os polêmicos telejornais, como o Jornal de Vanguarda, e os grandes festivais de música popular brasileira, patrocinados pela televisão, iniciados na TV Excelsior e consolidados nas TVs Record e Globo. Segundo Amorim (2007), outro fenômeno típico da década de 1960 na televisão brasileira foi o surgimento do comunicador de massa:

Utilizando programas de variedades, dentro do horário nobre, com a presença de auditório e estruturados sobretudo no carisma pessoal do apresentador, foram amplamente explorados, nessa fase, os comunicadores

Chacrinha, Silvio Santos, Hebe Camargo e Flávio Cavalcanti (AMORIM, 2007, p. 27).

Nessa época observa-se um processo de perda de identidade regional. Os programas produzidos no eixo Rio-São Paulo eram transmitidos em todo o País. De acordo com Prado (1973), a televisão e sua programação nacional estavam servindo para desviar a atenção dos diversos públicos regionais de seus problemas específicos, fornecendo um universo cultural e ideológico que nem sempre lhe diz respeito ou está longe de sua realidade. A integração nacional via televisão assume, assim, um caráter de dominação do Rio de Janeiro e São Paulo sobre o resto do País. De acordo com nossas análises, a predominância de pautas oriundas da Região Sudeste nos telejornais da Globo permanece até hoje.

De qualquer maneira, fica a certeza de que a passagem para uma televisão que realmente atenda aos interesses de cada região implicará numa radical reformulação no próprio sistema em que a utilização deste meio de comunicação se apoia e articula (PRADO, 1973, p. 122).

A televisão, que no começo tinha sido vista como um brinquedo de aventura e experimentação das classes altas, com a função de entretenimento, a partir do final dos anos 1960 tornou-se um forte meio de divulgação de ideias, padrões de comportamento, valores morais, políticos e culturais e uma apoiadora do sistema produtivo através da publicidade. O Estado, ao mesmo tempo, consolida o seu papel de detentor único do poder de concessões de canais de TV tornando-se censor e principalmente anunciante.

Para Jambeiro (2001, p. 103), pelo menos três fatores foram essenciais para o desenvolvimento da indústria televisiva no Brasil durante a ditadura militar: (1) a necessidade de criação de um mercado nacional para bens industriais; (2) o objetivo do governo de controlar política e economicamente o País; e (3) o desejo dos militares de estabelecer uma uniformidade no gerenciamento de um país tão grande como o Brasil.

A televisão no Brasil se concretiza como veículo de massa em meados de 1960, com a consolidação de um capitalismo aprofundado por medidas econômicas, pós-Golpe Militar. O Estado autoritário, em termos culturais, traz consequências imediatas, fortalecendo o parque industrial de produção de cultura e o mercado de bens culturais. Mas, ao mesmo tempo que havia uma expansão das atividades culturais, ela estava associada a um controle imposto pela censura.

A ideia de “integração nacional” é central para a realização desta ideologia que impulsiona a promover toda uma transformação na esfera das comunicações. Porém, como simultaneamente este Estado atua e privilegia a

área econômica, os frutos deste investimento serão colhidos pelos grupos empresariais televisivos (ORTIZ, 2006, p. 118).

Para continuar produzindo, os empresários da cultura (teatro e cinema) fizeram um pacto com o Estado, procurando garantir o financiamento das obras. Com a televisão não foi diferente, diz Ortiz (2006), A TV Globo e a TV Tupi assinam um protocolo de autocensura em 1973 procurando controlar o conteúdo de suas programações, o que essas emissoras estavam fazendo era circunscrever a vontade de se conquistar o mercado a qualquer preço. E o desenvolvimento da televisão no período é significativo (ORTIZ, 2006), em 1970 existiam 4.259.000 domicílios com aparelhos de televisão, o que significava que 56% da população era atingida pelo veículo; em 1982 este número passa para 15.855.000, o que corresponde a 73% do total de domicílios existentes. Atualmente, de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), os brasileiros assistem à televisão, em média, 4h31min por dia, de segunda a sexta-feira, e 4h14min nos finais de semana, sendo que a maior parte deles o faz todos os dias da semana (73%), consolidando definitivamente a televisão como o meio de comunicação mais utilizado no País.

O processo de racionalização no gerenciamento das empresas de televisão busca fixar o telespectador. A programação passa a obedecer determinados horários, os programas são diários, como novelas e telejornais, e as emissoras criam até logotipos para promoverem a si mesmas. O mesmo tratamento é dado ao tempo dos comerciais, e a TV Globo aprofunda essas mudanças: “Os novos administradores são executivos provenientes das áreas de *marketing* e planejamento” (ORTIZ, 2006, p. 137).

A área jornalística também recebe influência dessa racionalidade (ORTIZ, 2006), os jornais impressos, que nasceram com espíritos aventureiros, profissionalizam-se e passam por uma série de reformas. Foram introduzidas novas normas de redação para torná-los mais eficientes e produtivos, como o *deadline*²⁸, que deu mais racionalidade ao trabalho jornalístico. Esse processo de racionalização da sociedade brasileira inaugura um novo tipo de relacionamento entre a empresa e o empregado. De acordo com Ortiz, isso ocorreu com a entrada da TV Excelsior no mercado: “Quando a TV Excelsior, em 1983, muda a orientação de sua política, buscando atingir uma audiência maior, ela se vê na necessidade de romper certos laços do passado, buscando nas emissoras concorrentes os talentos que não possuía” (ORTIZ, 2006, p. 142). A profissionalização e especialização também se intensificam. A

²⁸ Prazo para o repórter mandar para a redação as imagens, entrevistas e textos feitos na rua (BISTANE; BACELLAR, 2010).

divisão de trabalho na televisão envolve, além do setor de produção, artistas, diretores, escritores, editores, sonoplastas, etc.

Vale destacar também o papel que a telenovela diária desempenha no processo de industrialização da televisão no Brasil, demandando toda uma estrutura de produção até os dias atuais. A primeira, lançada experimentalmente em 1963, logo tornou-se um sucesso. Entre 1963 e 1969, são levadas ao ar 195 novelas (ORTIZ, 2006). A novela foi escolhida no Brasil como o principal produto televisivo, interesse comercial que vinha desde as radionovelas, um investimento seguro para atingir um público de massa.

A modernização dos programas de auditório e de variedades, assim como de jornalismo e da telenovela nos anos 1970, faz parte de um conjunto de transformações da televisão brasileira. A TV se consolida como um negócio bem-sucedido no campo da produção cultural e do entretenimento. As transformações foram também estéticas, na busca da implantação de um “padrão de qualidade” que se caracterizava por certa opulência das produções, pelo apuro visual e pelo cuidado técnico com as imagens que passaram a ser transmitidas em cores.

No caso das novelas, o desenvolvimento técnico, o apuro das imagens e o cuidado com a produção se aliavam a inovações de linguagem e das estruturas narrativas, numa tendência a aproximar as tramas da realidade brasileira da época (RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO, 2010, p. 133).

No jornalismo também ocorreu algo semelhante. A imprensa “mundo cão”, nos anos 1970, foi aos poucos sendo substituída e novos programas foram criados. Buscava-se explorar as novas tecnologias disponíveis, como câmeras leves, videoteipe, imprimindo-se mais dinamismo e agilidade, tanto na narração dos apresentadores como na performance dos repórteres e no trabalho de edição das imagens. Isto tudo aliado a um contexto de expansão das emissoras a partir dos sistemas de rede nacional de televisão. O projeto de integração nacional, aqui já mencionado, terá no jornalismo sua maior ênfase. A integração nacional por meio da televisão apontava perspectivas positivas e negativas. Praticamente, todas as regiões urbanizadas do Brasil estavam ao alcance dos sinais de TV, a novela atingia todas as classes econômicas, penetrando em todas as categorias sociais e espalhando-se pelo País transmitindo as mesmas mensagens.

A televisão é a ponta de lança desta nova sociedade. Favorecida pela cultura oral da maior parte de nossa população, a tevê investe contra padrões de um modo de produção agrária e ergue os princípios de uma sociedade industrial, capitalista e de consumo de massa. Sua principal tarefa é uniformizar, unificar, formar novas gerações dentro das normas e necessidades deste novo modo de produzir. Ela desorganiza, desestrutura um passado antagônico às

exigências da sociedade industrial e prega os valores dos centros mais desenvolvidos: Rio e São Paulo (PRADO, 1973, p. 132).

O universo do público atingido pela televisão nos anos 1970 no Brasil, ajudado pela tecnologia, aumenta assustadoramente. O impacto da TV foi tão grande na sociedade brasileira que chamou a atenção de vários pesquisadores: “No Brasil, as imagens de TV conseguiram penetrar nos mais distantes lugares, e suas mensagens e consequências começaram a ser objeto de estudo e controle [...]” (AMORIM, 2008, p. 42).

Nesta época, o jornalismo passou a ocupar mais espaço na TV brasileira, até então, o noticiário televisivo, que competia com o rádio, perdia em audiência por conta da instantaneidade. A transmissão nacional da TV no Brasil começou em 1969, com a inauguração, no Rio de Janeiro, do primeiro centro de TV pela Embratel²⁹, tornando possível a ligação das estações de TV com o sistema Nacional de Telecomunicações (JAMBEIRO, 2001).

Nos anos 1980 o Brasil já tinha mais de 100 emissoras em funcionamento e cerca de 20 milhões de aparelhos de TV. Nessa década tem início a falência do primeiro conglomerado de empresas de mídia no País, o império dos Diários Associados. A Rede Manchete iniciou suas atividades dois anos depois, com cinco canais próprios e quatro estações afiliadas. A Rede SBT — Sistema Brasileiro de Televisão — dirigida por Silvio Santos, começou a funcionar em 1981, com cinco emissoras próprias e 17 afiliadas (JAMBEIRO, 2001). A importância de se estudar a televisão para entender a sociedade brasileira, como afirmam os autores Prado (1973), Amorim (2008), Ortiz (2006) e Jambeiro (2001), nos direciona a conhecer mais detalhadamente as suas fases.

2.2 As fases da TV no Brasil

Depois de um pouco mais de seis décadas de existência, a televisão no Brasil continua entreterendo e informando milhares de brasileiros. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, realizada pela SECOM, a TV aberta está em 91% dos domicílios brasileiros. Um número tão expressivo que justificaria uma maior atenção dos pesquisadores quanto ao seu desenvolvimento histórico.

Aqui apresentaremos alguns estudos que consideramos relevantes quanto à história da televisão no Brasil e suas principais etapas. Ribeiro; Sacramento e |Roxo (2010) dividem a história da TV em seis décadas e em suas principais características: a primeira chamou de

²⁹ A Empresa Brasileira de Telecomunicações S.A. é uma das maiores operadoras de telecomunicações do País. Foi constituída como empresa pública em 16 de setembro de 1965.

“Anos 1950: a televisão em formação”; a segunda, “Anos 1960: a televisão em ritmo de popularização”; a terceira, “Anos 1970: a televisão em tempos de modernização”; a quarta, “Anos 1980: a televisão em transição democrática”; a quinta, “Anos 1990: a televisão em divergência”; e a sexta, “Anos 2000: a televisão em convergência”.

Para entender as fases da TV no Brasil, nos apoiaremos em seu desenvolvimento histórico, de um ponto de vista social, econômico e político proposto por Sérgio Mattos (2010). O autor apresenta sete fases, traçando uma trajetória que nos ajudará a compreender em que contextos a TV se desenvolveu para chegar ao que é hoje, pontuando e mobilizando a vida e as ações de milhares de indivíduos.

A primeira fase, Mattos (2010) intitulou de *Elitista* (1950-1964): nesta época, os televisores eram considerados produtos da elite brasileira, um luxo para poucos. A TV surge em 18 de setembro de 1950 como um novo e poderoso instrumento, que poucos possuíam. Por isso, na sua inauguração, Assis Chateaubriand ordena que 200 aparelhos de TV fossem contrabandeados dos Estados Unidos para que as pessoas pudessem assistir a sua primeira transmissão. A TV Tupi, em São Paulo, teve que instalar televisores em lojas e bares, além do saguão dos Diários Associados, para que a população pudesse conhecer a novidade. “A improvisação e o famoso ‘jeitinho brasileiro’ marcaram o início de nossa televisão” (MATTOS, 2010, p. 87).

Em 1951 foi iniciada a fabricação de televisores no Brasil, facilitando o seu acesso. A TV era saudada pela imprensa escrita da época como um novo e poderoso instrumento, mas nos primeiros anos não passou de um brinquedo de poderosos das elites. A indústria televisiva teve e ainda tem na publicidade a sua principal fonte de renda, apesar de no início, com recursos tecnológicos escassos, os comerciais serem basicamente apresentados pelas chamadas “garotas de reclame”.

Ao final da década de 1950, já existiam dez emissoras de televisão em funcionamento. As primeiras começaram precariamente e com muitas improvisações. Em 1962 foi promulgado, pela Lei nº 4.117, o Código Brasileiro de Telecomunicação, constituindo-se um grande avanço para o setor. Para Mattos (2010), o Código inovou na conceituação jurídica, mas pecou em continuar atribuindo ao Executivo o poder de decidir e julgar as aplicações de sanções e renovação de concessões.

Também em 1962 surgiram as primeiras experiências de TV Educativa, quando a TV Continental do Rio e a TV Tupi de São Paulo lançaram as aulas básicas de cursos pela televisão. A TV Cultura já transmitia, desde 1960, o primeiro telecurso, destinado a preparar candidatos ao exame de admissão ao ginásio. No início da década de 1960, com a chegada do

videoteipe, a televisão ganhou novo impulso, possibilitando a transmissão diária das telenovelas, como a implantação de uma estratégia de programação horizontal³⁰. A veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana consolida o hábito de assistir televisão rotineiramente.

Nesta época, os programas musicais e festivais de música vivem o seu período de ouro. Vários cantores e compositores foram revelados: Roberto Carlos, Chico Buarque, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Elis Regina, Rita Lee entre outros. A TV Record, fundada em 1953, chegou a ocupar o primeiro lugar entre as emissoras de maior audiência do País, até que, por conta de uma série de incêndios ocorridos entre 1968 e 1969, entrou em decadência e faliu. No final dos anos 1970, ela recupera-se financeiramente e hoje está entre as cinco redes de televisão com maior número de emissoras e afiliadas³¹.

Segundo Mattos (2010, p. 94), nessa primeira fase a televisão caracterizou-se, principalmente, pela formação do oligopólio dos Diários Associados e pelo fato de, até 1959, todos os programas veiculados serem produzidos nas regiões onde estavam instaladas as emissoras. Para Barbosa (2010, p. 33), a televisão é o brinquedo mais fascinante do século XX, pois transforma-se em lugar para a produção simbólica, para a realização do sonho, das utopias e torna possível o aprisionamento do tempo.

A segunda fase é a *Populista* (1964-1975): como já descrevemos anteriormente, o Golpe de 1964 afetou diretamente os meios de comunicação, porque o sistema político e a situação econômica foram totalmente modificados. A influência política sobre o desenvolvimento da televisão e a adoção de um modelo econômico para o desenvolvimento nacional foram determinantes para os veículos de comunicação de massa, principalmente para a TV, que passou a exercer o papel de difusora da ideologia do regime, como também da produção de bens duráveis e não duráveis. “A venda de televisores preto e branco aumentou 24,1% entre 1967 e 1979, e a venda de televisores coloridos, 1.479% entre 1972 e 1979 (MATTOS, 2002, p. 102). Segundo Mattos (2010), a política de crédito introduzida pelo governo também facilitou as vendas, permitindo adquirir-se um televisor em 12, 24 ou 36 meses.

A censura ideológica adotada pelos governantes pós-64 contribuiu, na opinião dos pesquisadores, para o baixo nível da produção local de programas de televisão durante os anos de 1960. Os programas “enlatados”, produzidos no exterior, chegavam a 50% da programação

³⁰ Quando a mesma atração ou programa de TV é exibido no mesmo horário todos os dias.

³¹ Estão instaladas nas capitais e cidades medianas onde não têm geradoras e repassam o sinal de uma emissora, por lei precisam preencher uma parte da sua programação com conteúdo regional.

nos primeiros seis anos do Golpe Militar. Os filmes estrangeiros não causavam transtornos para a censura da época.

No Brasil, durante os 21 anos de Regime Militar (1964-1985), o financiamento dos meios de comunicação de massa foi uma forma poderosa de controle estatal, uma vez que todos os bancos são dirigidos ou supervisionados diretamente pelo governo. A concessão de licenças para importação de materiais e equipamentos e o provisionamento, por parte do governo, de subsídios para cada importação favorecem aos veículos que apoiam as políticas governamentais. Aqueles que conservam boas relações com o governo sempre foram e continuam sendo beneficiados com empréstimos, subsídios, isenção de impostos e publicidade oficial (MATTOS, 2010, p. 97).

Os governos controlavam política e economicamente os meios de comunicação tanto na mídia impressa como na eletrônica. As estações de rádio e de televisão tinham o controle mais de perto, já que eram concessões políticas e poderiam se cassadas, enquanto os veículos da mídia impressa necessitavam apenas de um registro para funcionar. Entre 1968 e 1979, os veículos de comunicação funcionaram sob as restrições do Ato Institucional nº 5, o qual concedia ao Poder Executivo Federal o direito de censurar os veículos, além de estimular a prática da autocensura, evitando levá-los a ser enquadrados na Lei de Segurança Nacional e processados.

Apesar das restrições impostas, o desenvolvimento da televisão, e principalmente da TV Globo, aconteceu durante esse período. “As redes de televisão foram continuamente obrigadas a recordar suas responsabilidades para com o desenvolvimento e a cultura nacional” (MATTOS, 2010, p. 99). Muitas redes de TV foram obrigadas a reduzir a quantidade de programas importados, substituindo-os por programas locais, com financiamento direto dos bancos oficiais.

Essa segunda fase da televisão brasileira foi caracterizada pela profissionalização das emissoras, que passaram a adotar padrões norte-americanos de administração. A TV Globo teve no início o respaldo financeiro e técnico do grupo americano Time-Life, depois de usufruir das vantagens e experiências estrangeiras, o convênio entre os dois foi eliminado. O contrato permitia a participação da Time-Life com a proporção de 45% dos lucros, mas o convênio contradizia o espírito do Artigo 160 da Constituição de 1964, que vetava que companhias estrangeiras tivessem direito de propriedade sobre os meios de comunicação. “João Calmon, presidente da Associação Brasileira de Empresas de Rádio e Televisão – Abert, na época, disse que, devido ao contrato com a Time-Life, a TV Globo era a emissora de TV mais rica do Brasil” (MATTOS, *op. cit.*, p.102).

Foi nesta fase que a televisão consolidou o gênero da telenovela e o jornalismo passou a ocupar mais espaço na televisão brasileira. No final da década de 1960, o País pôde assistir, via televisão, à ida do homem à Lua. Graças à construção da Rede Nacional de Televisão, pela Embratel, os programas chegavam a grande parte do território nacional. Em 1972, a “Festa da Uva”, em Caxias do Sul, foi a primeira transmissão oficial a cores na televisão brasileira.

A terceira etapa é a *Fase do desenvolvimento tecnológico* (1975-1985): no Governo Emílio Médici (1969-1974), foi grande o combate através de multas e até suspensão de programas considerados grotescos e agressivos. A partir daí, a televisão começou a exibir uma programação de alta sofisticação técnica, em cores e que atendia ao que o governo queria: “uma televisão bonita e colorida, nos moldes do Fantástico – O Show da Vida” (MATTOS, 2010, p. 110).

Nos programas telejornalísticos, o controle também era uma tentativa de aliviar a situação real vivida no País, de greves, agitações, atentados, e conflitos em várias partes do mundo. O objetivo era mostrar um país em paz, rumo ao desenvolvimento.

Essa distorção era viabilizada pelos telejornais das emissoras estabelecidas em rede nacionais, o que, em 1974, com 43% dos domicílios existentes no país equipados com televisores, tornava a situação mais alienante (MATTOS, *op. cit.*, p. 110)

Os veículos de comunicação operaram sob censura de 1968 até 8 de junho de 1978. As proibições variavam de questões políticas a concursos de beleza. Alguns fatos políticos foram determinantes nesta fase: o fracasso eleitoral sofrido pela Arena³², partido político oficial nas eleições de 1974; o fechamento do Congresso Nacional; a promulgação de reformas jurídicas e políticas, em 1977; o início do processo de distensão e abertura política, cabendo ao Presidente João Baptista Figueiredo, sob a pressão da sociedade, assinar a anistia³³, promover eleições diretas e legalizar os partidos políticos clandestinos. A eleição indireta de seu sucessor foi transmitida ao vivo pelas redes de televisão de todo o País.

Com o investimento em uma produção local de alta qualidade, resultado das orientações governamentais, iniciadas no Governo Médici e continuadas no Governo Geisel, o número de programas importados diminui consideravelmente. As grandes redes, principalmente a Globo, começaram a competir no mercado internacional, exportando novelas

³² Aliança Renovadora Nacional, partido político que representava os militares durante o regime militar.

³³ Lei para reverter punições aos cidadãos brasileiros que, entre os anos de 1961 e 1979, foram considerados criminosos políticos pelo regime militar (<http://www.brasil.gov.br/>).

e musicais. Em 1979, a Globo exportava seus programas para mais de 90 países. As outras TVs também já estavam exportando, principalmente para países latino-americanos.

Nesta fase de seu desenvolvimento, a televisão brasileira começou a ficar menos dependente dos produtores americanos, tanto no aspecto econômico como no tecnológico, mas o suporte publicitário dos anunciantes estrangeiros permaneceu. Os equipamentos básicos usados nas emissoras brasileiras, em sua maioria, eram importados dos Estados Unidos ou do Japão. O crescimento da televisão nesta época também pode ser medido pelo número de residências que possuíam aparelhos de TV. “O censo nacional de 1980 constatou que 55% de um total de 26,4 milhões de residências já estavam equipadas com aparelhos de televisão, um crescimento de 1.272% entre 1960 e 1980” (MATTOS, 2010, p. 119).

Outras características da terceira fase são a padronização da programação televisiva em todo o País e a solidificação do conceito de rede. No final desta fase, destacamos a existência de quatro redes comerciais operando em escala nacional (Bandeirantes, Globo, Manchete e SBT), duas regionais (Record, em São Paulo, e Brasil Sul, no Rio Grande do Sul) e uma rede estatal (Educativa). Na época, a população vai às ruas com o movimento “Diretas Já”, com o objetivo de pressionar o governo pelo fim do regime de exceção e pela realização de eleições diretas.

A quarta fase é a da *Transição e a expansão internacional* (1985-1990): em 1988 foi promulgada a nova Constituição, que apresenta, no capítulo V, texto específico sobre comunicação social. O Artigo 220 diz que a manifestação do pensamento não sofrerá qualquer restrição e, nos parágrafos 1º e 2º, veda, totalmente, a censura, impedindo, inclusive, a existência de qualquer dispositivo legal que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social. No parágrafo 5º da Constituição de 1988, está a proibição de formação de monopólio ou oligopólio nos meios de comunicação social.

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição. § 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio (BRASIL, 1988).

A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão também estão na Carta³⁴, que fixou normas, como promover programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, procurando estimular a produção independente, com objetivo de

³⁴ A Constituição de 1988 é também chamada de Carta Constitucional.

promover a cultura nacional e regional. Com a Constituição de 1988, qualquer pessoa, brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos, podem ter o direito de assumir a responsabilidade pela administração e orientação intelectual de um veículo de comunicação.

Ainda nesta fase, Mattos (2010) destaca uma maior competitividade entre as grandes redes de televisão; um contínuo avanço em direção ao mercado internacional, principalmente pela Rede Globo; e uma maior maturidade técnica e empresarial. O potencial da influência da televisão brasileira se comprovou durante a campanha da primeira eleição presidencial pelo voto popular, que elegeu Fernando Collor de Mello. Os índices de audiência dos debates entre os candidatos na televisão eram altíssimos: “Pela primeira vez na história brasileira, foi possível acompanhar todo o processo eleitoral e os debates entre os candidatos, transmitidos ao vivo pela televisão (MATTOS, 2010, p. 129).

A quinta fase é a da *Globalização e TV paga* (1990-2000), que ficou marcada pela reconfiguração do mercado da televisão. Com a tendência de desenvolvimento global, na década de 1990 tem início a base estrutural para o surgimento da segmentação, dos canais pagos, do videocassete e das primeiras experiências de interatividade. Em 1992, o programa “Você Decide” — em que o público escolhia o desfecho das histórias encenadas votando por telefone ou falando em praça pública ao microfone da emissora —, da Rede Globo torna-se um sucesso. O programa foi vendido para 11 países.

O crescimento do setor de videocassetes estimulou o aumento das produtoras de televisão independentes, foi também nesta fase que se estabeleceram várias emissoras regionais. Em 1995, a Rede Globo inaugura o Projac, maior centro de produção televisiva da América Latina, construído no Rio de Janeiro. Um ano depois, o SBT, de Silvio Santos, inaugurou uma nova sede em São Paulo, o Complexo Anhanguera. Nesta fase de desenvolvimento da televisão, duas novas leis foram aprovadas: a Lei nº 8.389, de 30 de dezembro de 1991, que regulamenta o Conselho de Comunicação Social; e a Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, que regulamenta o serviço de TV a Cabo.

Para Mattos (2010), a aprovação da Lei da TV a Cabo prometia a abertura para o exercício da cidadania, além de gerar a expansão de mercado para os profissionais da área de comunicação social. Lamentavelmente, vários itens previstos na Lei nº 8.977 jamais saíram do papel, como a regionalização de parte da programação das TVs. Em 1998, funcionavam no Brasil seis operadoras de televisão por assinatura, mas o número de assinantes estabilizou-se.

Nos Estados Unidos, a TV por assinatura detém mais mercado do que a televisão aberta. No Brasil, os números são diferentes. De acordo com a Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA), em 2002 eram 3,5 milhões de assinantes; em 2015, esse

número chegou a 19,6 milhões; e, em 2016, o número caiu para 18,9 milhões. Tais números apontam que o mercado da TV paga no Brasil ainda é pequeno, correspondendo a menos de 10% da população brasileira.

Em 1998, com a perspectiva de queda da audiência na televisão aberta, observava-se uma tendência ao rebaixamento da qualidade da programação. O programa do apresentador Carlos Massa, o Ratinho, era um exemplo do mau gosto, e seguiam o mesmo estilo os programas de Gilberto Barros, o Leão, da TV Record, o “Domingão do Faustão”, da Globo, e o “Domingo Legal”, de Gugu Liberato, do SBT. Os limites do conteúdo explorado na TV em relação a sexo e violência, por exemplo, começaram a ser discutidos por diversos setores da sociedade e do poder público. Uma portaria contendo 18 artigos obrigando as televisões a respeitarem e informarem os limites classificatórios, por faixa etária adaptada a cada horário, foi publicada em 2000. Conselhos foram instalados; relatórios, realizados; publicações, assinadas para tentar barrar os programas de baixo nível que tinham como objetivo aumentar a audiência das redes de televisão.

Em 2000, foi iniciada uma discussão no Congresso Nacional visando permitir a participação de empresas estrangeiras em até 30% do capital de empresas brasileiras de rádio e televisão. A Proposta de Emenda Constitucional (PEC) só foi aprovada em dezembro de 2001, por 406 votos, sendo 23 contra e 2 abstenções, diz Mattos (2010). Com a entrada de novos capitais e o sucesso do Plano Real³⁵, as camadas mais pobres da população aumentaram seu poder aquisitivo, podendo adquirir novos televisores e fazendo crescer a audiência das classes C, D e E. Essa nova audiência acirrou a briga pela concorrência entre as TVs abertas, agravada ainda mais pela fuga das classes A e B, que migraram para os canais de TVs por assinatura.

A sexta fase é a da *Convergência e qualidade digital* (2000-2010): a convergência³⁶ entre a televisão e a internet altera, definitivamente, a vida das pessoas ao longo da primeira década do terceiro milênio. A criação da Web TV movimentou a indústria especializada na produção de televisores, prometendo ao usuário gravar em arquivo digital programas inteiros, associando imagens de TV e internet numa mesma tela. As TVs passaram a ter telas de plasma e podiam ser penduradas nas paredes como se fossem um quadro. Ao longo dessa primeira década, a promessa é que seriam inteiramente digitais e poderíamos escolher os

³⁵ Programa brasileiro de estabilização econômica que promoveu o fim da inflação elevada no Brasil, que já durava aproximadamente 30 anos.

³⁶ “Telefonia móvel e fixa, PC, internet, *broadcast*, TV digital e interativa formarão uma plataforma de comunicação única e integrada” (CANNITO, 2010, p. 84).

ângulos desejados, teriam programação cada vez mais segmentada, oferecendo programas voltados a grupos étnicos, associações, crianças, jovens, idosos, etc.

As previsões da televisão do futuro já eram apresentadas em 1999, no Canadá. Ela chegaria aos lares via internet, por cabo de fibra ótica ou através de sinal enviado diretamente por satélite. O desenvolvimento tecnológico, diziam, não impactaria as mídias tradicionais, com exceção da televisão. O Brasil deu os primeiros passos em direção à modernização de sua infraestrutura televisiva durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, ainda em 1999, quando foram autorizados estudos e testes para a mudança do sistema analógico para o digital.

O padrão escolhido foi anunciado pela Agência Nacional das Telecomunicações (Anatel) apenas em 2006, quando o Presidente Luiz Inácio Lula da Silva assinou o Decreto nº 4.901, que definia as bases do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD). A escolha da tecnologia japonesa foi decidida pelo Decreto nº 5.820/06, que estabeleceu as diretrizes do processo de transição, além da interatividade e da alta definição. A partir de 2007, os grupos de mídia começaram a produzir seus programas em HDTV³⁷. De acordo com as estratégias de transição, o sinal analógico seria desligado em 2016. Atualmente, a meta do Ministério das Comunicações é encerrar as transmissões analógicas em todo o Brasil até o fim de 2018.

Em 2009, a TV digital já tinha sido implantada em 23 capitais brasileiras; desde então, a televisão digital aberta vem convergindo com outras áreas digitais. O sinal digital pode ser recebido e editado num terminal de computador (PC) ou em *notebooks*, em minitelevisores móveis instalados em aviões, automóveis e ônibus ou em aparelho de telefone celular. O avanço da convergência entre as mídias, como TV, internet e telefonia, continua e por isso exigirá ajustes em todos os setores, incluído o da legislação específica, pois os setores de radiodifusão e telecomunicações são ainda regidos por legislações distintas.

Finalmente, a sétima fase é a da *Portabilidade, mobilidade e interatividade* (2010-): momento que teve início na primeira década do terceiro milênio, quando o cenário das comunicações sofreu profundas modificações estruturais devido ao desenvolvimento tecnológico, e que contribuiu para o surgimento de um ambiente de convergência midiática e para a produção de conteúdos multimídias que vivemos hoje. Tudo possível graças ao desenvolvimento da internet e da digitalização dos conteúdos de áudio, vídeo e texto.

Uma nova relação entre as tecnologias e a sociabilidade proporciona uma mudança no comportamento do telespectador/usuário, alterando os processos de comunicação, produção,

³⁷ Televisão de alta definição: *high definition television*. Sistema de transmissão televisiva com uma resolução de tela superior à dos formatos tradicionais, como NTSC, SECAM, PAL.

criação e circulação de bens e serviços. Segundo Lemos (2006), esse processo é caracterizado por três “leis” fundadoras: a liberação do polo de emissão, o princípio de conexão em rede e a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais. A convergência permitiu uma mudança na relação das redes de produtores e transmissores de conteúdo com os prestadores de serviço. Antes, uma rede atuava como suporte para a prestação de um único serviço.

Nesta fase de convergência digital, evidencia-se o uso do celular — para promover transmissão e recepção da voz, acessar a internet, verificar e-mails, fazer *download* de músicas, vídeos e filmes, fotografar, assistir a programas de televisão, ouvir rádio, além de armazenar conteúdos e dados. Acrescenta-se, ainda, que o usuário pode assumir o papel de receptor, transmissor e fonte de informação, rompendo alguns paradigmas da comunicação, realidade que estamos vivendo hoje:

A cibercultura instaura assim uma estrutura midiática ímpar (com funções massivas e pós-massivas) na história da humanidade onde, pela primeira vez, qualquer indivíduo pode produzir e publicar informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações, adicionar e colaborar em rede com outros, reconfigurando a indústria cultural (LEMOS, 2007, p. 39).

A convergência da televisão digital com o mundo do celular passa pela evolução deste último: “Como o padrão de TV digital brasileiro permite a transmissão de programação para celulares, o aparelho celular passa a integrar o grupo de dispositivos portáteis de recepção de TV digital” (MATTOS, 2010, p. 177). Em 2010, o crescimento do número de usuários de celulares já indicava a tendência de que o aparelho não seria apenas um provedor de música, mas um dos principais receptores de programas televisivos, adianta Mattos (2010). A produção de conteúdo específico para a telinha do celular ainda estava engatinhando, mas muitas pessoas já faziam uso dessa tecnologia para assistir a novelas ou jogos de futebol. A promessa de ver televisão em qualquer lugar, mesmo no trânsito, a caminho do trabalho, era apenas uma possibilidade em 2010, mas hoje já está concretizada.

A Rede Globo estreou na telinha do celular em 2008, antes mesmo da implantação da TV digital no Brasil, transmitindo simultaneamente para os assinantes das operadoras telefônicas Vivo e Claro. O primeiro conteúdo para telefones móveis da Rede Globo foi os gols do Campeonato Brasileiro, por meio de *download* de vídeo (MATTOS, 2010). A projeção da época era que, em 2013, mais de 50 milhões de usuários estariam assistindo a programas televisivos via celular. De acordo com estudo do IBOPE Media (2013), realizado em março de 2013, 134 milhões de pessoas, com 10 anos e mais, tinham um telefone móvel no Brasil, dessas, 44% usavam seus aparelhos para assistir vídeos. O relatório aponta ainda

que a posse do telefone celular entre os brasileiros das principais regiões metropolitanas alcançou 90% em 2013, um incremento relevante, comparado aos 78% em 2005. Outro destaque do estudo é que a penetração dos smartphones, atingiu 26% da população em 2012, ante aos 8% de 2005.

Segundo a PBM 2015, o uso de aparelhos celulares como forma de acesso à internet já compete com o uso por meio de computadores ou *notebooks*, 66% e 71%, respectivamente. Entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o Facebook (83%), o WhatsApp (58%) e o Youtube (17%). Os usuários das novas mídias ficam conectados em média 4h59min por dia durante a semana e 4h24min nos finais de semana — na PBM 2014, os números eram 3h39min e 3h43min —, valores superiores aos obtidos pela televisão, diz o relatório.

Em 2016, apesar de muitos avanços, o processo de convergência das mídias está em fase de desenvolvimento e muitas das experiências em relação à TV ainda estão sendo testadas. No dia 3 de novembro de 2015, a Rede Globo lançou a Globo Play, uma plataforma digital de vídeos que pode ser visitada via site ou aplicativos para Android (no Google Play) e para iOS (na Apple Store). Nela, é possível acessar toda a programação da emissora — jornalismo, esporte e entretenimento — em computadores, *smartphones* e *tablets*. A Globo Play permite aos usuários assistirem a trechos de sua programação, porém, para ter acesso ao conteúdo da TV aberta na íntegra, é necessário ser assinante. A programação ao vivo também está disponível, mas apenas as das Regiões Metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Acreditamos que o que começou em 2010 como uma promessa está cada dia se consolidando como uma nova forma de se assistir à televisão, aliada a interatividade e à mobilidade dos aparelhos. A audiência dos programas de TV em multitelas está estimulando a produção de conteúdo em novos formatos, sejam jornalísticos, de esportes ou de entretenimento, pelas principais emissoras de televisão do País, permitindo também a abertura de um novo mercado publicitário. A TV aberta digital no Brasil vive atualmente o desafio de manter e conquistar cada vez mais a audiência distribuída nas multiplataformas disponíveis num ambiente de convergência entre as mídias que está estabelecendo novas regras e novos marcos culturais e regulatórios.

A história da televisão brasileira também pode ser contada pelo desenvolvimento e pela importância dada ao seu telejornalismo, considerado como carro-chefe de muitas emissoras. O noticiário televisivo, nesses 67 anos, tem se consolidado como a maior fonte de informação de nossa população. Segundo o relatório da PBM 2015, sobre os hábitos de consumo de mídia pela

população brasileira, 79% das pessoas entrevistadas disseram que assistem à televisão principalmente para se informar.

2.3 Telejornalismo brasileiro

O telejornalismo brasileiro foi implantado dois dias depois da primeira transmissão de TV no Brasil. Sobre o primeiro telejornal, diz Mattos (2010): “Tinha horário para começar mais ou menos definido, mas só acabava quando não tinha mais imagem para ser exibida” (MATTOS, 2010, p. 90). Os telejornais, na década de 1950, eram produzidos precariamente e careciam de um nível mínimo de qualidade. As informações eram redigidas como textos telegráficos e apresentados por locutores que copiavam o jornalismo radiofônico. “Essa situação só se alterou com o ‘Repórter Esso’, em 1952, na TV Tupi do Rio, comandado pelo seu único apresentador, Gontijo Teodoro, e no ano seguinte, na TV Tupi de São Paulo” (REZENDE, 2010, p. 58).

O “Repórter Esso”, um marco do telejornalismo brasileiro, foi exibido pela primeira vez no dia 1º de abril de 1952; o noticiário televisivo era baseado em um programa que já era sucesso no rádio. Exemplo de telejornalismo, a experiência vitoriosa do “Repórter Esso”, foi repetida em todas as emissoras inauguradas por Assis Chateaubriand. O telejornal permaneceu no ar até o dia 31 de dezembro de 1970, época em que os anunciantes passaram a comprar espaços entre os programas em vez de patrocinar o noticiário como um todo. Outro marco do telejornalismo brasileiro foi o “Jornal de Vanguarda”, inaugurado em 1962, na TV Excelsior. Idealizado por Fernando Barbosa Lima, ficou marcado por ter instituído a participação de jornalistas, a exemplo de Villas-Bôas Corrêa, Newton Carlo e Cid Moreira, em programas televisivos:

Das novidades que o programa introduziu, a principal foi a participação de jornalistas como produtores, apresentadores e cronistas especializados: Newton Carlos, Villas-Bôas Corrêa, Millôr Fernandes, João Saldanha, Gilda Müller, Stanislaw Ponte Preta. Esses profissionais vinham do jornalismo impresso, para primeira experiência em um estúdio de TV (REZENDE, 2010, p. 59).

O “Jornal de Vanguarda” foi premiado na Espanha como um dos melhores jornais de informação do mundo. “A qualidade do noticiário causou impacto enorme pela originalidade de sua estrutura e forma de apresentação, distintas de todos os demais informativos” (REZENDE, *op. cit.*, p. 59). O telejornal resistiu por algum tempo depois do Golpe Militar de

1964, até que, após o Ato Institucional nº 5, em 1968, a equipe responsável pelo jornal resolveu extingui-lo para evitar que ele fosse morrendo aos poucos.

Logo depois do desaparecimento da TV Excelsior e do “Jornal de Vanguarda”, foi inaugurada a Rede Globo no Rio de Janeiro. Para Rezende (2010), a emissora estava alicerçada em uma nova mentalidade empresarial, traduzida em uma política de concentração de propriedade, produção e publicidade. A ideia era transformar a TV em um negócio bastante lucrativo e de abrangência nacional:

A prioridade governamental atribuída às telecomunicações viabilizou as ligações por microondas e as transmissões via satélite para integrar e aproximar o Brasil do resto do mundo. Tornava-se definitivamente exequível a formação de redes de televisão [...] (REZENDE, 2010, p. 60).

Nesses 67 anos de telejornalismo brasileiro, muitos noticiários surgiram e poucos sobreviveram. Para dar conta dessa trajetória de mais de seis décadas, o pesquisador Guilherme Jorge Rezende (2010) dividiu o período em sete fases que ajudam a sintetizar um pouco dessa história: Fase I (1950-1960) – “Influência radiofônica. Paradigma: ‘Repórter Esso’”; Fase II (1960-1969) – “Busca da linguagem própria. Paradigma: ‘Jornal de Vanguarda’”; Fase III (1969-1983) – “Telejornalismo em redes. Paradigma: ‘Jornal Nacional’”; Fase IV (1983-1990) – “Alternativa no horário nobre. Paradigma: ‘Jornal da Manchete’”; Fase V (1990-1997) – “Ancoragem à brasileira. Paradigma: ‘TJ Brasil’”; Fase VI (1997-2002) – “Canais segmentados. Paradigma: ‘Globo News’”; e Fase VII (2002-...) – “Novos modelos. Paradigmas: ‘Profissão Repórter’ e ‘CQC’”.

A proposta de Rezende (2010) procurou nortear cada momento em seu contexto histórico, destacando “os percalços e conquistas” do telejornalismo na TV brasileira, levando em conta diversos fatores — tecnológicos, culturais, políticos e econômicos. Na sistematização realizada pelo autor, percebe-se a “realidade brasileira” apresentada pelo telejornalismo.

Na primeira fase, fica evidente a precariedade de produção da época, em que se fazia um telejornalismo “ao vivo” e direto do estúdio, herança do rádio. Apesar da chegada do videoteipe, na segunda fase, de 1960 a 1969, o telejornalismo carecia ainda de uma linguagem própria, vista apenas nas novelas e em programas de shows. “Os telejornais usavam imagens apenas em mapas ou fotos e, mais raramente, o videoteipe” (REZENDE, 2010, p. 58). O “Jornal de Vanguarda” foi uma “exceção criativa”, confessa o pesquisador.

A terceira fase, de 1969 a 1983, marca o início do telejornalismo em rede, com o lançamento do “Jornal Nacional”, da TV Globo, em 1º de setembro de 1969. Em

contrapartida ao rigor técnico e estético da Globo, a TV Bandeirantes renova o seu telejornalismo com o “Titulares da Notícia”, que tinha como foco divulgar as informações do interior do Estado de São Paulo, privilegiando os depoimentos populares e valorizando a atuação do repórter. Dois anos depois, a Tupi inova com a “Rede Nacional de Notícias”, telejornal transmitido ao vivo para várias capitais do Brasil, em que os locutores apareciam em primeiro plano e, ao fundo, o ambiente era o de uma sala de redação, recurso muito utilizado nos telejornais de hoje. Apesar de tantas iniciativas criativas, nenhuma ameaçava a supremacia do “Jornal Nacional”, e a sua popularidade, segundo Rezende (2010), incentivava a expansão do telejornalismo no País. Na época, foram criados pela TV Globo o “Jornal Hoje”, exibido às tardes; no período da noite, no horário das 23h, outros telejornais foram lançados, entre eles: “Amanhã”, “Painel” e “Jornal da Globo”. Anos depois, a emissora Globo inaugurou o “Bom Dia São Paulo”.

Com o enfraquecimento da censura, no início da década de 1980, duas novas cadeias de TV se formaram: o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), do empresário Silvio Santos, e a Rede Manchete, do grupo Bloch. O aumento da competição entre as redes era visível. Uma alternativa ao horário nobre, dominado pelo “Jornal Nacional”, fez surgir o telejornal da TV Manchete. Inspirado em experiências da televisão norte-americana e europeia, a Manchete colocou duas horas de telejornalismo no ar, com uma programação voltada para o público das classes A e B, roubando pontos do Ibope da Globo. Segundo Boris Casoy (*apud* REZENDE, 2010, p. 66), a concorrência interessava ao governo militar e a muitos políticos para impedir que a Globo exercesse “um poder político muito grande”.

Na década de 1990, o destaque era a grande quantidade de programas telejornalísticos com forte apelo popular, como “O povo na TV”, do SBT. O “TJ Brasil”, ancorado por Boris Casoy, introduziu nos noticiários entrevistas e comentários pessoais sobre os fatos, e a resposta do público foi imediata: “[...] se refletiu no faturamento e o TJ Brasil veio a se transformar no segundo produto do SBT a atrair mais publicidade, superado apenas pelo programa de Silvio Santos” (REZENDE, 2010, p. 68). Os outros telejornais também pegaram a onda e apresentaram inovações, ao aliarem análises aos noticiários, incluindo a participação de comentaristas especializados. “O Jornal Nacional tinha Paulo Henrique Amorim, Joelmir Betting, Lillian Witte Fibe e Alexandre Garcia, que explicavam aos telespectadores as notícias políticas e econômicas” (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 186).

Outra tentativa emblemática de inovação do telejornalismo na época foi a substituição progressiva do “jornalismo de estúdio” por um “jornalismo de rua”, a ideia era ir aonde o povo está. A Globo entrava “ao vivo” em diversas partes do mundo. Essa performance

combatia o modelo de ancoragem proposto por Boris Casoy no “TJ Brasil”, e o SBT, preocupado em perder popularidade, lançou o programa “Aqui e Agora”, com influência da linguagem radiofônica, utilizando recurso do plano-sequência para dar mais realismo e suspense às histórias que narrava. O sucesso foi imediato, mas apenas em São Paulo.

A fase de 1997 a 2002 foi marcada pelas novidades da televisão por assinatura. No dia 15 de outubro de 1996, entrou no ar a Globo News, canal exclusivo de notícias 24 horas. A TV por assinatura provocou a queda de audiência do telejornalismo da TV aberta. “O cenário ficou ainda pior com o crescimento das TVs pagas. Segundo boletins do IBOPE, o JN perdeu, nesse período 23 pontos de audiência, caindo de 60 para 37 pontos (FOLHA DE S.PAULO, 1997, pp. 10-11)” (REZENDE, 2010, p. 73). A Rede Bandeirantes ingressa no jornalismo segmentado em 2001, com a transmissão do Band News. Seis anos depois foi a vez de a Rede Record lançar o seu canal de notícias 24h, o Record News, o primeiro entre as emissoras abertas do País. A TV Manchete tentava se sustentar, mas já estava em queda livre. O SBT lançou “O Jornal do SBT – Telenotícias CBS”, através de uma *joint venture*³⁸, transmitido diretamente de Miami, apresentado pelo casal Eliakin Araújo e Leila Cordeiro.

Na última fase da periodização criada por Rezende (2010), que inicia em 2002, os telejornais procuravam, cada vez mais, enfrentar a concorrência. A palavra de ordem era “reinvenção”. A ideia era fugir do padrão global e conquistar novos públicos, e as estratégias foram muitas: os apresentadores abandonaram a bancada³⁹, andaram pelo estúdio, recorreram à internet para dar informações em tempo real. O acirramento da audiência elevou a qualidade dos telejornais. Segundo Hoinéff (2005), pela primeira vez na história, as quatro grandes redes comerciais de televisão do País (SBT, Band, Globo e Record) ostentaram telejornais de grande qualidade no seu horário nobre.

Os recursos utilizados no telejornalismo para atrair o público foram excessivamente explorados, incluindo-se aí novos métodos de apuração⁴⁰ em busca de furos⁴¹ e notícias espetaculares. A câmera escondida, diz Rezende (2010), passou a ser “uma das estrelas do telejornalismo”. Nas bancadas, a mudança de apresentadores consolidava o desafio de enfrentar a concorrência. A dupla de ex-apresentadores da Rede Globo Adriana Araújo e Celso Freitas migrou para o “Jornal da Record”. Insatisfeito com a Globo, Franklin Martins

³⁸ Expressão inglesa que significa a união entre duas ou mais empresas, com o objetivo de realizar uma atividade econômica comum, por um período determinado de tempo.

³⁹ Espécie de mesa onde o apresentador se coloca dentro do estúdio. “[...] A bancada constitui a cabine de comando do programa, estabelece fisicamente e simbolicamente uma explícita fronteira entre aquele que fala e aquele que ouve e vê” (GUTMANN, 2012, p. 3).

⁴⁰ Método de checagem e busca das informações vindas de fontes oficiais, mídias (rádio, televisão e internet) e/ou denúncias.

⁴¹ Reportagem exclusiva, geralmente de origem investigativa.

mudou-se para a TV Bandeirantes. Carlos Nascimento também saiu da emissora para apresentar o “Jornal da Band”. Dois anos depois, em 2006, Nascimento foi para o SBT ancorar o “Jornal do SBT – Noite”. A jornalista Ana Paula Padrão, ex-Globo, que tinha migrado para o SBT, deixou a emissora de Silvio Santos em 2007, alegando que ia trabalhar como produtora independente. Em 2009, Padrão estreou no novo “Jornal da Record”, no lugar de Adriana Araújo. A “briga” pela audiência nos telejornais de TV aberta continua até hoje. Agora, além de concorrer entre eles, têm de enfrentar a qualidade informativa dos telejornais das emissoras segmentadas — “Globo News”, “Band News” e “Record Notícias”, entre outros.

O telejornal de maior audiência no País até hoje, o “Jornal Nacional” (JN), da TV Globo, e o primeiro em cadeia nacional, foi ao ar pela primeira vez em 1º de setembro de 1969, às 19h40.

O noticiário foi criado para competir com o Repórter Esso, da TV Tupi, e fazia parte da estratégia de um ambicioso projeto de Walter Clark e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, Boni, para transformar a Globo na primeira televisão do Brasil (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 28).

O “JN” era transmitido simultaneamente, ao vivo, para o Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre e Brasília. Um novo modelo de telejornalismo estava sendo implantado. Em matéria da revista “Veja”, pode-se ler:

Durante vinte minutos, diariamente, Brasília e oito Estados da região centro-sul (só Goiás não está no esquema) começam esta semana a assistir a um telejornal transmitido ao mesmo tempo por seis estações de TV e no qual os correspondentes falam diretamente das suas cidades. Quando aparecer no vídeo esse telejornal, quem estiver vendo televisão vai experimentar uma emoção nova: locutores, repórteres e comentaristas, distantes uns dos outros até 1500 quilômetros, vão dar e explicar as notícias como se estivessem todos sentados em volta de uma mesa, num estúdio (VEJA, 1969, p. 68).

Em depoimentos à reportagem da revista “Veja”, os profissionais da TV Globo alardeavam que o “Jornal Nacional” serviria para unir os brasileiros: “Vamos lançar um telejornal para que 56 milhões de brasileiros tenham mais coisas em comum. Além de um simples idioma” (VEJA, 1969, p. 68).

O jornalista Armando Nogueira, diretor de telejornalismo da Rede Globo, em depoimento à reportagem da *Veja*, declarou: “[...] as notícias chegarão a nordestinos e gaúchos através dos mesmos repórteres e na mesma hora em que são vistos no Rio e São Paulo” (VEJA, *op. cit.*, p. 68). A ideia era unir o País numa rede em cadeia nacional, conectar

o Brasil via televisão. De acordo com o livro “Jornal Nacional: a notícia faz história” (2005), a escolha do nome do novo telejornal surgiu da ideia de fazer um programa jornalístico que serviria para alcançar todo o País, apesar da polêmica em torno de que o nome “Jornal Nacional” teria surgido em função de ser patrocinado pelo Banco Nacional.

No ano seguinte, em 1970, a TV Bandeirantes de São Paulo também deu cara nova ao seu telejornalismo. No jornal “Titulares da Notícia”, a dupla sertaneja Tonico e Tinoco divulgava as notícias referentes ao interior do Estado de São Paulo. Era uma estratégia de informar o que se passava também fora da capital. Segundo Rezende (2000), o telejornal privilegiava o depoimento popular e valorizava o trabalho do repórter, não se importando com os requisitos de aparência e voz bonita, pois o que importava era divulgar a notícia. Já no segundo ano de existência, o telejornal da TV Bandeirantes entrou em decadência. A TV Tupi surgiu com novidades através do programa “Rede Nacional de Notícias”, transmitido ao vivo para várias capitais do País. Uma das inovações era os repórteres em primeiro plano e, ao fundo, a redação como cenário.

De acordo com Rezende (2000, p. 112), o sonho de um telejornalismo diário e dinâmico voltado para a realidade brasileira só se concretizou em 1970, com a “Hora da Notícia”, transmitido pela TV Cultura em São Paulo. A equipe era composta pelo diretor de jornalismo Fernando Pacheco Jordão, pelo editor Wladimir Herzog e pela dupla de apresentadores Fáblio Perez e Rubens Zaidan. Ao analisarmos algumas edições disponíveis no canal de vídeos do Youtube⁴², percebe-se pouca preocupação com a forma e nenhuma obediência a padrão específico. Por outro lado, fica evidente o vínculo com o telespectador, a presença da população no telejornal e principalmente a relação direta dos assuntos abordados com a vida da população brasileira. Entre os assuntos abordados, estão: o aumento do valor do combustível, as enchentes no Nordeste, os acidentes de trânsito, entre outros. Na verdade, a exibição de 1974 não difere muito das edições dos telejornais de rede exibidos atualmente, o que fica claro que muito pouco se inovou no formato ao longo dos anos. Em comparação aos telejornais de hoje, ficam evidentes as transformações e as possibilidades tecnológicas conquistadas ao longo dos anos.

O sucesso da “Hora da Notícia” se devia à prioridade que o telejornal dava ao depoimento popular, mas desagradava o governo. “[...] Wladimir Herzog praticou seus ideais de jornalismo por pouco tempo e teve que pagar com a própria vida, vítima da intolerância política” (REZENDE, 2010, p. 61). No fim dos anos 1970, a imprensa começa a se livrar das

⁴² Portal de compartilhamento de vídeos na internet (www.youtube.com). O telejornal está disponível no endereço: http://www.youtube.com/watch?v=m9R_rIrESNY.

mordaças da ditadura. O programa “Abertura”, da TV Tupi, teve um relativo sucesso, mas duração efêmera, apenas dois anos. Em agosto de 1980, a TV Cultura de São Paulo lançou o “Opinião Pública”, telejornal diário com muitas imagens e reportagens. Também na TV Cultura foi lançado o “Vox Populi”, que se destacou pela cobertura política.

O que caracterizou o telejornalismo brasileiro nos anos 1990 foi uma tendência à uniformização de conteúdos informativos. Todos os telejornais ficaram muito parecidos. Mas, segundo a avaliação de alguns autores, na segunda metade da década houve sinais de vitalidade tanto nas televisões segmentas quanto nas TVs abertas. Para Hoineff (1996), houve um salto qualitativo no telejornalismo brasileiro, pois ele se libertou das amarras oficiais, expandiu seu universo temático e ganhou novas formas de tratamento.

Os anos 2000 ficaram marcados pela forte concorrência entre os telejornais. A disputa pela audiência provocou mudanças de estratégias para conquistar cada vez mais telespectadores. Para enfrentar o “Jornal da Globo”, exibido no fim da noite, foram criados o “Jornal da Record – 2ª Edição” e o “Jornal da Noite”, da Band, em que o apresentador Roberto Cabrini aparecia de corpo inteiro e transmitia as notícias caminhando pelo estúdio. A mudança nos formatos era parte da estratégia das emissoras para fugir do padrão imposto pela TV Globo.

Outra tática utilizada na disputa pela audiência foi a incorporação de ex-jornalistas da Globo em telejornais de emissoras concorrentes. Em 2004, o apresentador Celso Freitas foi para a Rede Record. Em 2005, a apresentadora do “Jornal da Globo” Ana Paula Padrão assumiu o comando do “Jornal do SBT”. Algumas mudanças nas programações das emissoras na disputa da audiência começaram a surtir efeito. No início de 2006, a Rede Record conseguiu empatar com a Rede Globo no horário nobre, exibindo a telenovela “Prova de Amor”.

Mas a Record foi além na concorrência com o “Jornal Nacional”, contratou uma dupla de ex-profissionais da Rede Globo, Adriana Lopes e Celso Freitas. Os dois telejornais ficaram tão parecidos que chegavam a confundir os telespectadores. A semelhança era tanta que Laura Mattos (2006) escreveu na Folha de S.Paulo, artigo intitulado “Record estreia clone do Jornal Nacional”⁴³.

Em 2015, a Rede Globo investiu pesado num novo formato de apresentação do “Jornal Nacional”. O cenário foi reformado; utilizaram-se novos recursos tecnológicos, como telão

⁴³ Artigo publicado na “Folha de S.Paulo” no dia 1º de fevereiro de 2006. Disponível em: <<http://acervo.folha.uol.com.br/resultados/?q=Record+estreia+clone+do+Jornal+Nacional&site=fsf&periodo=acervo&x=13&y=11>>. Acesso em: 10 dez. 2014.

lateral de grande dimensão onde repórter e apresentador aparecem de corpo inteiro; e fora, usados movimentos de câmera até então inusitados no enquadramento dos apresentadores William Bonner e Renata Vasconcelos. Sobre as mudanças, relata Mauricio Stycer (2015) em seu blog:

Mais do que tudo isso, porém, o que chamou mesmo a atenção foi a informalidade de Bonner e Renata. Em diferentes momentos, eles caminharam pelo cenário, entrevistaram correspondentes e até deram notícias em pé. Estas novidades reforçam um movimento que já ocorre há alguns anos, no sentido de tornar o “Jornal Nacional” menos sisudo (sonolento?) e mais próximo do espectador.

Nesses 67 anos de telejornalismo brasileiro, as mudanças são significativas. Apostar na informalidade, na interação com os telespectadores e recorrer à internet para obter informações em tempo real são algumas das estratégias utilizadas nessa briga pela audiência. A concorrência com o telejornalismo das TVs segmentadas também fez com que as emissoras generalistas investissem em conteúdo e aprofundamento das informações. A concorrência com a informação que circula nas redes sociais também pode ajudar a melhorar o conteúdo das notícias exibidas nos telejornais. O potencial democrático das novas mídias digitais está diversificando e abrindo novos canais de informação, quebrando, de alguma forma, a hegemonia das grandes corporações que até hoje dominam o mercado da comunicação.

Em relação ao “Jornal Nacional”, que foi ao ar pela primeira vez com apenas 15 minutos de duração, podemos destacar que, no início, a proposta se mostrava bem diferente. As edições eram divididas em três partes: local, nacional e internacional. As dificuldades técnicas eram grandes — mesmo com a existência do videoteipe, essa tecnologia só era utilizada nos programas de dramaturgia e entretenimento. Nas reportagens jornalísticas, eram utilizados o suporte técnico do cinema, ou seja, filme em 16 milímetros. “Os equipamentos de gravação eram muito pesados, não permitindo a agilidade necessária à reportagem de rua” (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 29).

Com o *slogan* “A notícia unindo 6 milhões de brasileiros”, o noticiário exibia em sua abertura imagens de acontecimentos e personalidades importantes do País. Com a intenção de mostrar que o Brasil era um país de primeiro mundo, os militares montaram a Embratel. “Nós imaginamos que a primeira utilização óbvia dos enlaces de microondas seria o jornalismo, e começamos a pensar num programa nacional”, diz Boni (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 28).

Para Rezende (2010), na época mais dura da censura, o telejornalismo da Globo, líder de audiência, se afastava da realidade brasileira. “Despolitizada, a emissora encontrava no entretenimento o atalho para se aproximar afetivamente de sua audiência” (REZENDE, 2010,

p. 64). A diretriz editorial se baseava num estilo “manchetado”, proporcionando ao telespectador um panorama breve do que aconteceu de mais importante naquele dia, princípio editorial defendido pelos seus profissionais até hoje. De acordo com Bonner (2009), apresentador e editor-executivo do “JN”, o telejornal tem por objetivo mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, com isenção, pluralidade, clareza e correção. Mesmo com o fim da censura e a liberalização política, a Globo enfrentou outro obstáculo, a autocensura:

A TV Globo não conseguiu apagar o estigma de sua vinculação com o governo — ainda sob o controle dos militares. O noticiário passava uma imagem altamente positiva do regime e negativa das oposições (SILVA, 1981, p. 51).

No livro, “Jornal Nacional: a notícia faz história” (2005), fica claro que, à medida que a audiência do telejornal aumentava, ele era cada vez mais visado pela censura. Foram vários assuntos proibidos ao longo de 1970, como o discurso do papa Paulo VI sobre os 10 anos da encíclica *Popularum progressio* e a missa de sétimo dia do ex-presidente João Goulart. Também foram vetadas notícias sobre cassações de mandatos e suspensão de direitos políticos; a denúncia de acordos militares entre Brasil e EUA; a visita da Anistia Internacional; e o afastamento do general Silvío Frota do Ministério do Exército (2005). Sobre o período, diz Armando Nogueira, ex-diretor do “Jornal Nacional”, em depoimento ao livro:

A censura é dolorosa como uma doença, suporta-se porque há esperança e instinto de sobrevivência. Quem critica não imagina o duro corpo-a-corpo que tivemos aqui dentro com a Polícia Federal e o SNI. Uma luta desigual em que a arbitrariedade e a falta de senso eram a tônica (MEMÓRIA GLOBO, 2005, p. 53).

Já para Lins e Silva, em “Muito Além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre os trabalhadores” (1985), o “JN” inaugurava um novo estilo na televisão brasileira:

Os critérios de seleção e informação [...] aliados à identificação profunda existente entre a emissora e o regime militar, por certo foram os fatores decisivos para a linha editorial e triunfalista que marcaria o desempenho do Jornal Nacional durante a década de 70, tempos de “milagres econômicos”, ufanismo nacionalista e consolidação do império global (LINS DA SILVA, 1985, pp. 38-39).

Venício A. de Lima (2006), crítico veemente do poder exercido pela emissora Globo, afirma que é inquestionável o poder de que a televisão desfruta na sociedade brasileira e distingue o papel da Rede Globo em relação às outras redes privadas e comerciais: “[...] sob o comando de Roberto Marinho, ao longo dos anos da ditadura militar, ela se transformaria em uma das maiores, mais lucrativas e mais poderosas redes de televisão do planeta” (LIMA, 2006, p. 65). O autor aponta, no livro “Mídia: crise política e poder no Brasil” (2006, p. 80), quatro hipóteses sobre o poder exercido pela Globo: (1) a consciência sobre o seu próprio poder. Em 1968 as Organizações Globo detinham concessões nos três principais mercados do país: Rio de Janeiro (Canal 4), São Paulo (Canal 5) e Belo Horizonte (Canal 12). Quatro anos depois se instalaria em Brasília e no Recife. A partir daí, a Globo deu início a uma agressiva política de contratos de afiliação. Em 1982 eram 36 afiliadas e mais cinco estações repetidoras; (2) as condições institucionais favoráveis; (3) a falsa identidade entre o sentido privado de “missão” que Roberto Marinho atribuía a suas ações e seu papel como concessionário de um serviço público; e (4) no caso das Diretas Já, o tempo necessário para que a Rede Globo rearticulasse sua participação no novo quadro nacional que emergiria a partir da eleição indireta de Tancredo Neves no Colégio Eleitoral.

Apesar das inúmeras críticas aos telejornais da TV Globo, destacamos um depoimento de Décio Pignatari, no livro “Signagem da televisão” (1984), sobre o telejornalismo implantado pela emissora, que não deixa dúvida sobre a importância do modelo implantado por Roberto Marinho:

Claro que não foi a Globo que criou o telejornalismo, mas foi ela que eliminou o improviso, impôs uma duração rígida no noticiário, copidescou não só o texto como a entonação e o visual dos locutores, montou um cenário adequado, deu ritmo à notícia, articulando com excelente “timing” texto e imagem (pode ser que você não se lembre, mas com a Globo começamos a assistir a esta coisa quase impossível: os programas entrarem no ar na hora certa) (PIGNATARI, 1984, p. 14).

Lins da Silva (1985) também aponta algumas características inauguradas com o novo estilo do telejornal que consolidou um modelo que chamou de “*timing* da informação”, no qual a fragmentação dos fatos em espaços de tempo curtíssimos e a obsessão pelo que ocorre “agora” é tão grande que praticamente elimina a informação que dá origem à notícia, o que, segundo Silva, ajudaria o telespectador a localizar-se, numa espécie de contextualização do fato. Outro ponto levantado pelo jornalista é o estilo frio e requintado, pretensamente objetivo do “Jornal Nacional”, em que o apresentador se mostra formal e distante, e os efeitos

especiais têm importância decisiva na construção da notícia, como nunca antes no telejornalismo brasileiro.

Para Rezende (2010), nenhuma iniciativa ameaçava a supremacia do telejornal da Globo: “A popularidade do Jornal Nacional incentivava a expansão do telejornalismo” (REZENDE, 2010, p. 63). O primor e a preocupação excessiva da TV Globo com a forma a levaram a ser chamada da “Vênus Platinada”, numa referência às cores utilizadas pela emissora, platina e azul, bem distantes das cores quentes dos trópicos. Sobre o telejornal, diz Silva: “requintado e frio, pretensamente objetivo” (1983, p. 34). Para Rezende:

O modelo aplicava-se também aos repórteres, dos quais se requeria uma aparência de “neutralidade” e formalismo, essencial para uma imagem de isenção na abordagem dos fatos e credibilidade junto aos telespectadores. O mesmo nível de excelência não se via no conteúdo. A riqueza plástica não se refletia no trabalho jornalístico (REZENDE, 2010, p. 64).

Por ter sido o primeiro noticiário televisivo transmitido nacionalmente no Brasil, o “Jornal Nacional” teve como desafio construir um telejornal que atendesse a uma demanda ainda inexistente no País. Por isso, os profissionais da Globo criaram critérios com o objetivo de desenvolver o conceito de um telejornal transmitido em cadeia nacional, os quais estão apresentados no livro “Jornal Nacional a notícia faz história (2005, p. 39). Dentre esses critérios, consideramos relevante ressaltar nesta pesquisa: (1) as matérias deveriam ser de interesse geral, e não regionais ou particularistas; (2) os assuntos tinham de chamar a atenção tanto do telespectador de Manaus quanto do de Porto Alegre; (3) era necessário não superdimensionar uma região em detrimento de outra, pensar sempre em como determinada “nota” poderia repercutir em estados diferentes. Ao longo do livro, fica evidente, em alguns depoimentos, a dificuldade de cumprir todos os critérios estabelecidos devido às diferenças regionais de um país de dimensões continentais, e a equipe teve que ir aprendendo aos poucos. “Como havia diretores oriundos de várias regiões, a troca de ideias era sempre enriquecedora para todos” (JORNAL NACIONAL, 2005, p. 39).

A dificuldade de lidar com as diversidades, assumida desde o início da construção do “JN”, sempre foi um desafio e, em nossa opinião, o é até hoje. As nossas análises deixam evidentes, e demonstraremos mais adiante nesta tese, que as reportagens exibidas no “Jornal Nacional” são predominantemente produzidas nas Regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste do País. Dados levantados por esta pesquisadora mostram que as pautas, em sua maioria, relatam a realidade e os fatos dos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Distrito Federal e suas

respectivas capitais, contrariando os critérios impostos pelos próprios profissionais da TV Globo que inauguraram o telejornal.

Ao observarmos as regiões brasileiras, a sua divisão geográfica, vê-se que o Nordeste representa 18,3% do território nacional, com a segunda maior população, 53.078.137 pessoas de acordo com o Censo 2010 do IBGE, só perdendo para o Sudeste, e com o terceiro maior território. Também é a Região Nordeste que possui o maior número de estados, nove no total. Dividido entre o litoral e o sertão, o Nordeste tem 1.787 municípios e, segundo o Censo 2010, 34,15 habitantes por quilômetro quadrado, sendo 24,35 no semiárido e 46,36 fora do espaço do semiárido. Na Região Sudeste, são 86,3 habitantes por quilômetro quadrado.

Em relação às regiões do País, no que concerne à legislação brasileira de radiodifusão nacional, ao prever o alcance das ondas de TV, o Ministério das Comunicações, pelo Regulamento Geral da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações, publicando o Decreto nº 97.057, de 10 de novembro de 1988, que define, nos artigos 32, 33 e 34, respectivamente:

- a) Estação Radiodifusora Local: é a estação que, em função de suas características técnicas, destina-se a servir a uma única localidade, cidade, vila ou povoado.
- b) Estação Radiodifusora Nacional: é a estação que, em função de suas características técnicas, destina-se a servir áreas em mais de uma região.
- c) Estação Radiodifusora Regional: é a estação que, em função de suas características técnicas, destina-se a servir diversas localidades situadas em áreas que, a critério do Ministério das Comunicações, possam considerar-se integrantes de uma mesma região.

Para se ter uma ideia da influência que a TV exerce na população brasileira, basta checar as pesquisas. Segundo o IBGE, o Censo 2010 apontou que os domicílios brasileiros têm mais TVs que geladeiras. Os aparelhos de televisão estão em mais de 95% dos lares. Ainda segundo o levantamento, a televisão está presente em 95,1% das residências; as geladeiras subiram para 93,7%; e os rádios caíram para 81,4%.

O relatório final da Pesquisa Brasileira de Mídia 2014 sobre os hábitos de consumo de mídia pela população brasileira, realizado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e feito pelo Ibope, apontou que os telejornais mais citados pelos entrevistados exibidos nacionalmente, por ordem de preferência, foram: o “Jornal Nacional”, da Rede Globo; o “Jornal da Record”, da Rede Record; o “Jornal Hoje”, também da TV Globo; o “Jornal da Band”, da Rede Bandeirantes; o “Jornal da Globo” e o “Bom Dia Brasil”, ambos da emissora Globo; o “SBT Brasil”, do SBT; e o “Fala Brasil”, da Rede Record. A

coleta de dados da PBM 2014 ocorreu entre os dias 12 de outubro e 6 de novembro de 2013, por meio de entrevistas pessoais, face a face, com pessoas de 16 anos ou mais de idade, de todas as classes econômicas (ABCDE), residentes nas 27 unidades da Federação (interior e capital), numa amostra nacional de 18.312 entrevistas.

Os dados sugerem que a intensidade de assistir televisão é diretamente proporcional ao tamanho do município: quanto maior a cidade, mais intenso tende a ser o uso da TV. Já nos fins de semana, as pequenas cidades aumentam a intensidade, enquanto nas grandes metrópoles há uma redução. A partir da pesquisa é possível afirmar que a TV paga está em 31% dos lares brasileiros; a TV aberta, como já citamos acima, em 91% dos domicílios. Outra informação apontada pelo relatório é que a antena parabólica é mais comum no interior do País, 65% dos entrevistados residentes em municípios com até 20 mil habitantes disseram possuir o equipamento, contra 17% nos municípios com mais de 500 mil habitantes. Quando perguntados quantos dias por semana assistem à TV, de segunda a domingo, 65% dos entrevistados afirmaram ver todos os dias. Nos estados da Região Nordeste, recorte desta pesquisa, a frequência de uso da TV foi maior em Alagoas (72%), depois no Rio Grande do Norte (71%), Pernambuco (70%), Ceará (66%), Bahia (65%), Maranhão (63%), Sergipe (61%), Piauí (60%) e Paraíba (59%). Ainda de acordo com a pesquisa, a faixa etária que mais faz uso da TV em todo o País é a de pessoas a partir dos 65 anos de idade (73%). Outra indicação significativa é que a renda familiar dos que assistem à televisão todos os dias, de segunda a domingo, não variou muito. Os números apresentados são: quem recebe menos de um salário mínimo — 66%; de um salário até dois salários mínimos — também 66%, de dois salários até menos que cinco salários mínimos — 65%; e quem recebe mais que cinco salários mínimos — 61%. Eles consolidam o caráter democrático da TV aberta no Brasil e a sua quase unanimidade.

A conclusão do relatório da PBM 2014 é que: a televisão é o meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros, onde 9 em cada 10 pessoas utilizam a TV como veículo de comunicação de massa, e mais de $\frac{3}{4}$ da amostra faz uso da TV como principal meio de comunicação. Ainda segundo o levantamento, tal comportamento se repete quando os entrevistados foram questionados sobre os meios de comunicação utilizados como fonte de informação sobre o País. A televisão ocupa a liderança absoluta, depois vem o rádio e a internet. Em relação à confiança na mídia, a TV aparece em primeiro lugar, depois o rádio e o jornal impresso, apesar de a população se mostrar dividida entre a confiança e a não confiança nas notícias divulgadas nesses meios de comunicação de massa, assinala o relatório.

Já em 2015, a PBM apontou que 74% dos brasileiros vêm TV todos os dias. E a televisão continua sendo o meio de comunicação mais utilizado no País. Os telespectadores brasileiros passam em média 4h31min em frente à TV durante a semana e 4h14min nos finais de semana, como afirmamos antes. Os números são superiores aos encontrados na PBM 2014, que apontavam 3h29min e 3h32min, respectivamente. Segundo o levantamento, o período de maior exposição à TV é no chamado “horário nobre”, das 18h às 23h — horário em que é exibido o “Jornal Nacional”, objeto desta pesquisa —, embora nos dias de semana haja um pico de audiência na hora do almoço e, durante os finais de semana, no período da tarde. Realizada pelo Ibope, a PBM 2015 entrevistou mais de 18 mil pessoas em todo o País e confirmou a predominância dos meios eletrônicos nos hábitos de consumo da população brasileira. Informações bastante significativas para o desenvolvimento desta tese, em que temos como objetivo central identificar como são construídas as representações sociais do Nordeste veiculadas pela mídia no “Jornal Nacional”.

Diante dos dados apresentados pelas duas pesquisas, PBM 2014 e PBM 2015, fica evidente como a televisão, e mais especificamente o telejornal, contribui de forma significativa para a construção social da realidade da população brasileira e como é importante a interpretação desses fatos e acontecimentos pela mídia. As reportagens exibidas pela TV, defendemos aqui, funcionam, até certo ponto, como uma forma de conhecimento, tanto para o bem como para o mal (VIZEU, 2005).

Charaudeau (2016, p. 16), ao questionar se o papel da televisão seria informar, aponta quatro considerações relevantes para este trabalho e que abordaremos no próximo capítulo sobre jornalismo/telejornalismo e realidade: (1) a televisão, enquanto mídia de informação, é um instrumento (entre outros) de funcionamento da democracia, ela comunica fatos e eventos do mundo, circula explicações sobre o que é preciso pensar desses eventos e permite que isso seja debatido; (2) a televisão não é capaz de manipular as massas, porque ninguém é capaz de mensurar o que as massas representam exatamente; (3) nós, telespectadores, somos parte interessada no processo de espetacularização do mundo que nos propõe a televisão, pois aceitamos, em muitos casos, ocupar o lugar de um espectador-*voyeur* dos males do mundo; e (4) a imagem da televisão representa um papel particular, mesmo se for possível sustentar que não há significação sem linguagem verbal.

Nunca se enunciará suficientemente esse paradoxo da imagem audiovisual que, enquanto pretende ser fiel à realidade, só constrói um aspecto ilusório desta; que, produzindo a emoção, impede que a compreensão se exerça; e que, no entanto, nos oferece uma parte do mundo que não veríamos sem ela (CHARAUDEAU, 2016, p. 16).

3 TELEJORNALISMO E REALIDADE

3.1 Construtivismo no jornalismo

O conceito de construtivismo envolve muitas teorias, e algumas delas precisam ser abordadas se quisermos aproximá-las do jornalismo. A Teoria Construtivista surgiu no século XX, a partir das investigações do biólogo suíço Jean Piaget em busca de entender como se “constrói” o conhecimento no ser humano. No livro “O Nascimento da Inteligência na Criança” (2010), o autor descreve que as relações entre o sujeito e o seu meio consistem numa interação, de modo que a consciência não começa pelo conhecimento dos objetos nem pela atividade do sujeito, mas por um estado diferenciado que pressupõe dois movimentos: um de incorporação das coisas ao sujeito e outro de acomodação das próprias coisas. Em toda ação constitutiva do conhecimento, está implícita uma relação entre sujeito cognitivo e objeto de conhecimento, ou seja, uma relação dialética: à medida que se vai construindo o sujeito, constrói-se o objeto, através de um interminável processo de desenvolvimento cognitivo.

O Construtivismo, então, seria uma forma de conceber o conhecimento. A linha do Construtivismo Radical defende que as pessoas desenvolvem uma visão individual do mundo baseando-se num conhecimento que já possuem, vivendo isolados num mundo de suas próprias construções. A outra corrente, a do Construtivismo Social afirma que os indivíduos chegam ao conhecimento através do outro, lidando com os outros, através do discurso social. Muitos construtivistas apostam que existe uma realidade externa, mas negam que este mundo externo possa ser percebido como ele realmente é. Corcuff (2001), numa perspectiva construtivista, diz que as realidades sociais são apreendidas como construções históricas e cotidianas dos atores individuais e coletivos. Para o sociólogo, o construtivismo são novas formas de realismo, diferentemente das formas clássicas de positivismo: “Pois questionam o ‘dado’ e deixam lugar para a pluralidade de realidades cujas relações devem ser pensadas” (CORCUFF, 2001, p. 29).

O conceito de “construção social da realidade”, inspirado na fenomenologia social de Schultz (1972), foi apresentado por Berger e Luckmann (2009), inscrevendo-se dentro da Sociologia do Conhecimento. Esta discorda das perspectivas que veem os fatos sociais quase como fenômenos naturais, encarando-os como o resultado de um processo histórico de construção coletiva de conhecimento. A perspectiva central do conceito é a de que toda a realidade é socialmente construída, dia a dia, pelas práticas individuais e sociais. Dentro desse contexto, propomos pensar o que seria o construtivismo no jornalismo, corrente de

pensamento que tem mobilizado pesquisadores diante da hipótese de o jornalismo contribuir, de certa forma, para a construção social da realidade. Para discutirmos o assunto, precisamos entender, primeiro, o jornalismo como um campo, dentro da perspectiva apresentada por Bourdieu (1997, p. 57):

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças — há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdades que se exercem no interior desse espaço — que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse espaço de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros, a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência e estratégias.

Bourdieu (1997) também afirma que os jornalistas, em sua prática profissional, selecionam e enquadram as realidades do cotidiano em função de categorias que lhe são próprias, resultado de nosso conhecimento, cultura, educação, etc. Segundo ele, os jornalistas teriam uma forma específica de ver algumas coisas e não ver outras, sendo assim, a ideia de um construtivismo no jornalismo passa por essa seleção e construção do que é selecionado pelos jornalistas quando constroem a realidade social.

O jornalismo se envolve com a realidade, quando busca a verdade e a objetividade do fato, acionando elementos próprios da prática jornalística na verificação dos acontecimentos. “A notícia é uma representação social da realidade quotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (ALSINA, 2009, p. 299). Para entendermos a definição de notícia defendida por Alsina (2009), fazem-se necessárias algumas conceituações: (1) sobre as representações sociais: são processos cognitivos e emotivos que geram sentido, realidades simbólicas e dinâmicas, agindo como esquemas de realização da realidade. Outras definições e características das representações sociais serão aprofundadas mais adiante nesta tese, mais especificamente no Capítulo 4; (2) sobre a produção institucional da notícia, podemos afirmar que a notícia é concebida como um produto, resultado de organização complexa, que coordena muitos fatores que são condicionados reciprocamente, lembrando que a empresa comunicativa é uma instituição dentro da sociedade; e (3) a respeito da construção de um mundo possível, Alsina (2009) refere-se principalmente aos estados de coisas previstos pelo leitor: “De alguma forma, podemos cotejar o jornalista como uma espécie de leitor privilegiado dos acontecimentos, a partir dos quais ele vai construindo mundos possíveis que depois transmitirá ao público” (ALSINA, 2009, p. 303).

O mundo possível, então, é o mundo narrativo, construído pelo sujeito enunciador a partir do que o autor chama de mundo “real”, onde são produzidas as verificações dos fatos e do mundo de “referência”, nos quais podemos enquadrar o acontecimento do mundo “real”.

O construtivismo no jornalismo parte desse contexto que surge do jornalismo como uma prática social e cultural produzida institucionalmente. A realidade social é uma construção do ser humano que a constitui e é constituído por ela. Partimos daí para traçar um diálogo com a teoria construtivista, apoiando-nos em autores que concebem a notícia como construção da realidade (TUCHMAN, 1983; VIZEU, 2007; ALSINA, 2009).

A notícia não reflete a sociedade, mas ajuda a constituí-la como fenômeno social compartilhado, já que no processo da descoberta de um acontecimento, a notícia define e conforma esse acontecimento. [...] A notícia está definindo e redefinindo, constituindo e reconstituindo permanentemente fenômenos sociais (TUCHMAN, 1983, p. 197-198).

Nesse processo de constituição e reconstituição de que fala Tuchman (1983), no complexo processo de construção da notícia, os jornalistas vão trabalhar uma série de enquadramentos na narração do fato, dos acontecimentos, a partir de uma cultura profissional previamente estabelecida. Esse trabalho diário praticado nas redações, implicando uma série de procedimentos que deverão ser seguidos, como as características da língua, dos códigos do campo, das regras e manuais de redação, resulta em construções que Vizeu (2014) chama de “notícias”.

Na produção das notícias, temos, por um lado, a cultura profissional e, por outro, as restrições ligadas à organização do trabalho sobre as quais são criadas convenções profissionais que definem a notícia e legitimam o processo produtivo, desde a captação do acontecimento, passando pela produção, edição até a apresentação. Resultado: estabelece-se assim um conjunto de critérios de relevância que definem a noticiabilidade de cada acontecimento. Ou seja, a sua capacidade para ser transformado em notícia (VIZEU, 2014, p. 71).

Gomis (1991) também defende que o jornalismo é um método de interpretação sucessiva da realidade social, comportando hábitos, pressupostos, regras objetivas, convenções e impressões na interpretação dos fatos. “Interpretação é sempre algo que tem duas caras ou aspectos: compreender e expressar” (GOMIS, 1991, p. 36, tradução nossa). O autor defende que jornalismo é um processo de interpretação, primeiro porque escolhe entre o todo aquilo que considera interessante; segundo porque interpreta e traduz cada ação externa que decide destacar e ainda distingue nela o que é mais essencial e interessante e o que é menos. Em terceiro lugar, para comunicar a informação elaborada, trata de situá-la e

ambientá-la para que seja compreendida, quando reportagens, ou explicá-las e julgá-las, quando comentários ou editoriais. Sendo assim, o jornalismo estabelece a noticiabilidade dos fatos, um conjunto de critérios de relevância que vão definir se determinado acontecimento tem capacidade para ser transformado em notícia.

Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, cotidianamente, entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 2008, p. 196).

A noticiabilidade está estreitamente ligada ao processo de rotinização e estandardização do trabalho jornalístico, das práticas produtivas. Na informação televisiva, objeto desta pesquisa, a avaliação da noticiabilidade de um acontecimento diz também respeito à possibilidade de que ela forneça “bom” material visual, ou seja, imagens que não só correspondam aos *standards* técnicos normais, mas que sejam também significativas, que ilustrem os aspectos salientes do acontecimento noticiado.

A noticiabilidade também pode ser definida como um conjunto de elementos pelos quais as empresas jornalísticas controlam e administram a quantidade e o tipo de acontecimentos, dentre os quais vão selecionar as notícias. Os “valores-notícia”, denominados por Wolf (1999, p. 85), irão definir quais os acontecimentos que serão suficientemente interessantes, significativos e relevantes para se transformarem em notícias. Seriam critérios de relevância presentes na seleção das notícias, mas também nas operações anteriores, “funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público” (WOLF, 1999, p. 85).

Bonner (2009) destaca que o interesse pelas notícias no “Jornal Nacional” é dividido por dois tipos de critérios: os primários e os secundários. Os primários são: o de abrangência, quanto maior o número de pessoas atingidas por um fato, maior a probabilidade de a notícia ser publicada; o da gravidade das implicações, quanto maior a gravidade de um fato, maior a possibilidade de ser noticiado; o do caráter histórico, por exemplo: a morte de um papa, ataques terroristas, posses presidenciais, entre outros; o do peso do contexto, que é a importância relativa de uma notícia quando comparada às demais daquele dia e à importância do todo, que Bonner explica que seria apresentar notícias em seu contexto, organizadas numa sequência lógica que facilite a compreensão pelo maior número de pessoas possível. Já quanto aos critérios secundários, o autor aponta: a complexidade do assunto, quanto mais complexo,

maior a probabilidade de ser tratado numa reportagem maior e mais bem elaborada; e o fator tempo, pois, num dia repleto de temas factuais relevantes, o tempo disponível para a edição terá importância maior que o habitual na seleção dos assuntos e na forma como serão exibidos: “Teremos de ser ainda mais obsessivamente seletivos, portanto. E ainda mais rigorosos na busca da concisão (BONNER, 2009, p. 110).

Os valores-notícias, exemplificados acima, funcionam como referências que podem ser utilizadas para facilitar a complexa e rápida elaboração dos noticiários, sendo a principal consequência a rotinização da tarefa, tornando-a exequível. Eles servem também para auxiliar os jornalistas na hora de decidir como devem selecionar um novo fato ou acontecimento, que na maioria das vezes é um processo de decisão e escolha realizado rapidamente. Por isso, os valores-notícia seguem uma lógica de tipificação (TUCHMAN, 1983) que tem como objetivo atingir um fim prático, tornando possível a repetição de certos procedimentos.

Aplicar a perspectiva construtivista aos estudos sobre o jornalismo é partir de pressupostos que encaram o jornalismo como uma forma de conhecimento (MEDISTCH, 2007), como uma prática profissional, como um método de construção da realidade social (GOMIS, 1991; ALSINA, 2009), por isso, dependente de um conjunto de operações de coleta, redação e edição dos fatos. Sendo assim, podemos afirmar que a atividade jornalística é permanentemente construída e redefinida pelos indivíduos que a realizam nas escolhas do que será notícia: os profissionais, os donos de empresas de comunicação, as fontes de informação, o público, etc.

Ao esboçarmos a ideia de uma Teoria Construtivista do Jornalismo, não podemos deixar de abordar também a sua dimensão ética, que se constitui critério imprescindível para a qualidade e legitimidade profissional do jornalista na construção social da realidade. Como muitos pesquisadores da área, defendemos nesta tese um jornalismo preocupado com a verdade e a objetividade dos fatos, na busca constante de suas comprovações junto às fontes. Para isso, os profissionais estabelecem estratégias para garantir a objetividade da sua narração, como lista Alsina (2009): (1) mostrar claramente quem são as fontes; (2) apresentar provas adicionais e posteriores que comprovem o fato; (3) utilizar as aspas, para que o texto fique como se fosse dito por outra pessoa, pressupondo um distanciamento do jornalista; e (4) isolar a informação da opinião e os comentários dos fatos.

Para Tuchman (1983), a objetividade tem a ver com os procedimentos de rotina, que protegem os profissionais dos erros e das críticas. Mas a concepção de objetividade no jornalismo não abrange apenas os elementos envolvidos na organização da informação, não serve apenas para reafirmar o que já existe. “[...] precisamos distinguir entre objetividade e

neutralidade. Se a primeira é a que desejamos, a segunda não é nem sequer possível” (ALSINA, 2009, p. 251).

“Não devemos confundir veracidade com objetividade”, diz Chaparro (2007, p. 12). As notícias e reportagens não são relatos frios de coisas meramente materiais, elas estão sempre associadas às percepções, efeitos e significados dos acontecidos. Para muitos pesquisadores, a objetividade no jornalismo não existe porque a observação e o relato estão no espaço estético da intervenção individual, sob a perspectiva do sujeito narrador. “Não há como ser objetivo no exercício criativo de escolher ângulos, enfoques e relevâncias. [...] A objetividade pertence ao universo das atitudes mentais” (CHAPARRO, 2007, p. 13).

Para Sponholz (2003), a objetividade é uma discussão sobre a possibilidade de se conhecer a realidade, que estaria ligada ao processo de conhecimento. “O conhecimento da realidade é sempre seletivo, perspectivo e construtivo. Estes são aspectos constitutivos do processo de conhecimento” (SPONHOLZ, 2003, p. 112). Devido à limitada capacidade de se conhecer a totalidade da realidade, o homem escolhe o que quer saber, no jornalismo não seria diferente:

Quando se observa a realidade, o homem a realiza sempre de maneira seletiva. O mesmo acontece com a mídia e o jornalismo. Não é possível noticiar tudo. Portanto, existem aspectos da realidade que são deixados de lado. Isto significa que os critérios de seleção utilizados pelos jornais são passíveis de discussão, mas o fato de haver uma seleção não [...] (SPONHOLZ, 2003, p. 112).

Discussão pertinente quando analisamos as representações sociais do Nordeste no “Jornal Nacional”, já que o que será mostrado vai depender, sempre, dos critérios de seleção utilizados pelos profissionais responsáveis pelo telejornal. Defendemos também que a percepção da realidade é sempre perspectiva, depende de quem observa, de quando, de onde. Por isso, acreditamos serem tão ricas e diversas as possibilidades jornalísticas/telejornalísticas. Mas Sponholz (2003) faz um alerta para a necessidade de se discutir porque uns e não outros assuntos deixaram de receber a atenção da mídia, pois a lista de temas que a mídia não trata é grande. A problemática aponta muito mais questões de relevância da notícia do que especificamente de objetividade, tema que abordaremos mais detalhadamente no capítulo referente às análises das reportagens sobre o Nordeste no “Jornal Nacional”.

Retomando o paradigma da notícia como construção que surge nos anos 1970, numa perspectiva totalmente oposta da notícia como distorção, Traquina (2005) defende a ideia de que as notícias ajudam a construir a realidade e rejeita as notícias como espelho. Para o autor,

o avanço do estudo do jornalismo nessa década também estava relacionado com as inovações metodológicas, contribuindo, definitivamente, para a riqueza da investigação. Os acadêmicos, ao observarem os locais de produção jornalística conseguiram “entrar na pele” das pessoas observadas e entender as suas atitudes e procedimentos.

A abordagem etnometodológica permite ir além da análise apenas do produto jornalístico, possibilitando uma observação teoricamente mais informada sobre as ideologias e práticas profissionais dos produtores das notícias. Sobre a abordagem etnográfica, escreve Wolf (2008, p. 191) que os dados são recolhidos pelo pesquisador, presente no ambiente que serve de objeto de estudo, seja como observação sistemática do que ocorre nesse espaço, seja por meio de conversações mais ou menos informais e ocasionais ou verdadeiras entrevistas conduzidas com os que desenvolvem os processos de produção. Esse método foi adotado e adaptado nesta tese, quando entramos nas redações para acompanhar o processo de produção das notícias sobre o Nordeste no “Jornal Nacional”, permitindo ver *in loco* as relações entre os profissionais e a organização e entre o profissional e a sua comunidade profissional; e a postura dos jornalistas como participantes ativos na construção da realidade, ou melhor, na construção de um “Nordeste” no “Jornal Nacional”.

Na perspectiva construtivista, as notícias registram as narrativas utilizadas para enquadrar o acontecimento, a partir da necessidade de selecionar, excluir e acentuar diferentes aspectos do acontecimento — processo orientado pelo enquadramento escolhido — são alguns exemplos de como a notícia, dando vida ao acontecimento, constrói a realidade. E ainda na perspectiva construtivista, de acordo com Corcuff (2001), a notícia constrói a realidade abarcando desconstruções e reconstruções desta mesma realidade.

Diante da capacidade de “narrar a realidade”, assim como construir, reconstruir e interpretá-la, tendo como ponto de partida o acontecimento para a construção de enquadramentos mediáticos, creditamos ao jornalista um papel social de legitimação e compromisso com a verdade, com a ética e a diversidade, na inclusão dos diversos atores sociais e seus embates. Ainda que possa estar atrelado às convenções das instituições, em suas rotinas e constrangimentos, defendemos a ideia de um Construtivismo no Jornalismo que não abra mão do rigor do método de aferição da notícia, do compromisso com a verdade, garantindo sempre uma postura ética no enquadramento dos fatos diante da realidade dos acontecimentos.

3.2 Enquadramentos: a organização do conteúdo noticioso

Na busca de entender como o telejornal constrói a imagem da Região Nordeste, acionaremos um conceito-chave contemporâneo que consideramos fundamental em nossa pesquisa, o de *framing*, ou enquadramento das notícias. Para isso, tomaremos como base a teoria do enquadramento, defendida por pesquisadores da área de comunicação tais como McCombs e Shaw em 1972, responsáveis pelo seu estudo inaugural, sob inspiração de Lippmann (2008), cuja noção de estereótipo se encaixa muito bem nos estudos do enquadramento ao afirmar que ele é uma estrutura mental que nos predispõe a ver muito antes de olhar.

A maior parte dos fatos na consciência parece ser em parte feita. Um relato é um produto conjunto do conhecedor e do conhecido, no qual o papel do observador é sempre seletivo e usualmente criativo. Os fatos que vemos dependem de onde estamos posicionados e dos hábitos de nossos olhos (LIPMANN, 2008, p. 84).

Trataremos o conceito de *framing*, ou enquadramento, como uma ideia central que organiza o conteúdo noticioso, que fornece um contexto e sugere sobre o assunto um tratamento através do uso de seleção, ênfase, exclusão e elaboração dos fatos.

Enquadrar é selecionar algum aspecto de uma realidade percebida e torná-la mais saliente num texto comunicativo, de tal forma a promover uma definição de um problema particular, interpretação causal, avaliação moral e/ou recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN, 1994, p. 52, tradução nossa).

Diante do exposto, partimos do pressuposto de que o “mundo” construído no “Jornal Nacional”, especificamente no que se refere às reportagens sobre o Nordeste, com certeza será um mundo diferente do que é construído em outros telejornais de outras emissoras, que seguem estratégias diferentes em relação a suas orientações editoriais. Não podemos ser ingênuos em achar que todas as emissoras de televisão trabalhariam com os mesmos *frames*, ou enquadramentos.

Entendemos que, ao enquadrarem os assuntos, os jornalistas tentam organizar a realidade mostrada, ver por certo ângulo ou enfoque particular, selecionar alguns aspectos do acontecimento em detrimento de outros. A atividade faz parte da rotina profissional do jornalista, ao realizar seu trabalho apoiado em fontes de informação, meios técnicos e acesso aos acontecimentos cotidianos. Para dar conta da elaboração das mensagens informativas, os

profissionais utilizam o que os pesquisadores chamam de *frames*, para facilitar a tarefa de enquadrar a complexidade do mundo.

É importante destacar que a teoria do framing, ou enquadramento, não é exclusiva da comunicação de massas. O termo “*frame*” foi utilizado pelo sociólogo Erving Goffman (1986) no livro “*Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*”, quando o autor, ao recuperar o termo da psicologia, o transfere para a sociologia para explicar como se organizam os acontecimentos, não só na nossa mente, como no conjunto da sociedade. O autor indica que as definições de uma situação se constroem de acordo com princípios organizativos que governam os acontecimentos, pelo menos os sociais, e nossa implicação com eles: “*Frame* é a palavra que uso para me referir a esses elementos” (GOFFMAN, 1974, p. 10, tradução nossa).

Fazendo alusão ao cinema, Goffman (1974) introduz o conceito de *frame*, traduzido por “quadro” ou “esquema”, como uma forma de dar conta da relação entre a organização social e a experiência individual. *Frame* é uma representação mental ou simbólica de uma coisa material ou imaterial ou de um processo em que aparecem relacionadas de forma lógica suas linhas ou características essenciais. Ou seja, uma mesma realidade adquire significados particulares para quem observa, mas ao mesmo tempo também existe um significado comum sobre essa realidade. Apesar de reconhecer que as situações são vividas através de pontos de vista distintos, Goffman (1974) propõe identificar os quadros fundamentais que, em nossa sociedade, permitem compreender os acontecimentos.

No livro, “*Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*”, Sádaba (2007) apoia-se no conceito defendido por Goffman (1974) para afirmar que *frames* são marcos ou enquadramentos que constituem os modos através dos quais se cataloga e se vive a experiência da realidade, pois sempre que um indivíduo “enquadra” uma situação, o faz utilizando um esquema: “A organização da experiência passa por enquadramentos sociais e esquemas mentais, que são os *frames*” (SÁDABA, 2007, p. 33, tradução nossa).

Ao introduzir os processos sociais na compreensão dos *frames*, Goffman (1974) os define como um produto de interação, portanto de caráter dinâmico, por considerar que eles são formas transmitidas e compartilhadas pela sociedade através das quais se percebe a realidade. A partir da pesquisa dos movimentos sociais, segundo Sádaba (2007), ofereceu-se uma explicação sobre a construção social baseada em enquadramentos, que logo teve o apoio de muitos estudiosos da teoria do *framing* na comunicação.

A Teoria tem ocupado um lugar de destaque nos estudos dos meios de comunicação, pois tem sido muito utilizada para analisar o comportamento da imprensa, principalmente nos

tempos atuais. Os seus postulados estão sendo usados para abordar os mais variados temas, tais como corrupção política, imagem da mulher nos meios de comunicação, discursos políticos, conflitos sociais e campanhas eleitorais em todas as partes do mundo. Nesta tese, a teoria do *framing* pode servir para entender como o “Jornal Nacional” enquadra as representações sociais da Região Nordeste, como a representa, qual o enfoque, que ângulos ou ponto de vistas são utilizados, numa tentativa de buscar respostas ao modo como os homens conhecem o seu entorno social e lhe outorgam um significado.

Acreditamos que essa significação passe também, obrigatoriamente, por uma leitura do que acontece no mundo a partir dos meios de comunicação. Investigação que se anuncia urgente diante de um mundo cada vez mais acelerado e sujeito a influência midiática, que impõe e coloca em conflito a interpretação dos acontecimentos perante a sociedade. São os efeitos da mídia na opinião pública de que fala Sádaba (2007, pp. 55-56, tradução nossa):

A capacidade dos meios de comunicação de chegar ao público de massa é tão grande que se deve considerar prioritário o aprofundamento dos enquadramentos pelos quais é submetida a audiência. Os enquadramentos da mídia argumentam-se, geram significados com os quais os homens tratam e manipulam o mundo.

Quando os meios de comunicação começam a difundir um tema e denominá-lo — por exemplo, o tema do aborto como “interrupção voluntária da gravidez” — a mesma realidade se define de outro modo e se converte em um fenômeno diferente para o público, diz a autora. Portanto, os significados da realidade difundidos a partir dos meios de comunicação e sua repercussão nos sentidos dessa mesma realidade para as audiências se configuram também como objeto de nosso estudo.

A teoria do enquadramento começa a servir para responder, em certo sentido, à necessidade de se oferecer uma solução às práticas profissionais e às teorias do objetivismo informativo, que se demonstravam impraticáveis em determinado momento histórico. Neste sentido, a teoria do *framing* começa a se desenvolver dentro dos meios de comunicação, quando Gaye Tuchman (1983) entra nas organizações comunicativas para descobrir como os profissionais envolvidos nas redações desenvolvem o seu trabalho.

O desenvolvimento do *framing* nos estudos da comunicação é bastante significativo porque vai de encontro a um debate que parece não ter fim: o da possibilidade do jornalista de transmitir a realidade tal como ela é, ou seja, o grande impasse sobre a questão da objetividade, considerada como prática jornalística, atitude informativa ou referente ético. A objetividade responde a algumas premissas aceitas para e pelos jornalistas, defendidas até

hoje por uma corrente acadêmica. A ideia de *frame* se apresenta como contraponto ao objetivismo, por isso a sua grande receptividade entre os estudiosos da comunicação.

Em grande parte, a sua aceitação pelos pesquisadores ligados à área se dá pelo motivo de que esta teoria está vinculada a respostas às questões da objetividade informativa, mas ao mesmo tempo a sua formulação se encaixa adequadamente nas teorias subjetivistas do construtivismo, oferecendo uma contestação à objetividade jornalística. Em defesa de um pluralismo informativo, já que um acontecimento pode ser compreendido com base numa maior diversidade de visões, a teoria do *framing* dá suporte à ideia defendida por Goffman (1974) e Sádaba (2007) das distintas significações e perspectivas que adquirem os fatos nos meios de comunicação.

Deste modo, a resposta que a teoria do *framing* oferece ao objetivismo é negar seus postulados, já que argumenta que, quando se conta o que acontece, o jornalista enquadra a realidade e fornece o seu ponto de vista (SÁDABA, 2007, p. 68, tradução nossa).

Ao se fundamentar na tradição que atribui aos meios de comunicação um papel de mediador entre o homem e a sociedade, através do qual os fatos são noticiados, a teoria do enquadramento confirma também o caráter de que o produto informativo, que é a notícia, passa por uma série de filtros, sendo o jornalista um intérprete e o jornalismo, um método de interpretação da realidade.

Os meios de comunicação são considerados administradores de mediação que, tornando públicos alguns eventos, propõem certas estruturas para a interpretação destes, modulando e estruturando a nossa consciência política e socialmente (SÁDABA, 2007, p. 70, tradução nossa).

Ou seja, em seu papel de mediador, os jornalistas dão às notícias um enfoque ou enquadramento determinado (*frame*), entendendo por enquadramento uma ideia central que organiza o conteúdo noticioso, fornecendo um contexto mediante processo de seleção, ênfase, exclusão e elaboração, como afirmamos anteriormente. Ideia central que dá sentido ao acontecimento e sugere qual a questão tratada, o *framing* seria, portanto, o processo pelo qual uma empresa de comunicação define e constrói um assunto político ou um acontecimento público.

A definição desses fatos se articula também num processo de construção da Teoria da Agenda, ou *Agenda Setting*, que vai decidir que assuntos serão publicados e de que modo o devem fazer. A Teoria da Agenda surgiu como resposta a posturas que imperavam nos anos de 1950 e 1960 que caracterizavam como limitados os efeitos que os meios de comunicação

causam nas audiências. Partiu-se então para a observação da influência que a comunicação de massa exercia na opinião pública, sobre os temas selecionados diariamente pela mídia, investigando a contribuição que ela dá na criação da imagem de pessoas e temas públicos. É também interesse da teoria saber como a mídia e o público percebem e entendem os assuntos abordados, sendo, portanto, um primeiro passo para mapear as consequências do papel desempenhado pela mídia na definição das atitudes, opiniões e comportamentos.

[...] a Teoria da Agenda atribui um papel central aos veículos noticiosos por serem capazes de definir itens para agenda pública. Ou, parafraseando Lipmann, a informação fornecida pelos veículos noticiosos joga um papel central na constituição de nossas imagens da realidade. E, além disso, é o conjunto total da informação fornecida pelos veículos noticiosos que influencia estas imagens (McCOMBS, 2009, p. 24).

A primeira investigação sobre a agenda foi realizada por McCombs e Shaw, em 1972, quando se analisou a cobertura das eleições de 1968 na Carolina do Norte, nos Estados Unidos, em nove meios de comunicação. O estudo demonstrou a existência de uma importante correlação entre a relevância que os meios de comunicação davam a determinadas questões e o que a maioria da sociedade considerava como problemas mais importantes do país. Os autores chegaram à conclusão que os meios de comunicação estabelecem a agenda pública, ou seja, influenciam nas opiniões da sociedade mais do que as opiniões de um grupo interferem no conteúdo da mídia.

A partir de várias investigações, conferiu-se um segundo nível da Teoria da Agenda, indo mais além das meras definições temáticas, explorando juízos de valor e atributos específicos de um determinado tema. Os meios de comunicação ressaltam ou escondem aspectos e elementos particulares das questões levantadas, com o subsequente impacto na agenda pública, por isso é campo fértil em nos dizer não só o que pensar, mas como pensar sobre determinadas coisas, traçando, assim, uma relação entre a Teoria da Agenda e os estudos do *framing*, ou enquadramento. Ao afirmar que as duas teorias compartilham um mesmo campo, os pesquisadores defendem que tanto o *framing* como a *agenda-setting* têm a função de analisar como os meios de comunicação definem a realidade. “A *agenda-setting* está relacionada com a transferência e a acessibilidade; o *framing* com a interpretação do mundo” (SÁDABA, 2007, p. 79, tradução nossa).

Ao defendermos que o trabalho do jornalista é, de certa forma, “interpretar” a realidade, consideramos relevante a aplicação da teoria do enquadramento em nosso objeto de estudo, por acreditarmos na possibilidade dos diferentes enfoques que a informação pode conter. Para Sádaba (2007), a prática profissional se explica em contextos de pluralismo, onde

os diferentes enfoques da realidade geram uma riqueza cultural para sociedade. Dentro desse contexto, ao investigar como a Região Nordeste é representada no “Jornal Nacional”, não temos dúvidas de que o telejornal acaba nos dizendo o que pensar e como pensar sobre a região, deixando de fora muitos aspectos significativos que os próprios jornalistas não consideram relevantes, partindo do princípio de que o trabalho dos jornalistas envolvidos na elaboração do telejornal resulta de um valor político, social e cultural, componentes imprescindíveis à profissão.

Ao defendermos a tese de que o homem constrói os fenômenos sociais, ideia central da corrente construtivista, já abordada nesta pesquisa, destacamos a contribuição de Tuchman (1983) aos estudos do *framing* no processo de elaboração da notícia. Ela entra nas redações para investigar como agem os jornalistas, para saber qual a dinâmica de trabalho, como conversam e negociam com as suas fontes, como dialogam entre eles. Muito antes que os autores da ação coletiva investigassem os enquadramentos, Tuchman (1983) já introduzia a sua clássica metáfora da notícia como uma janela do mundo, onde se veem os acontecimentos:

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

Tal metáfora é bastante criticada pelo fato de que, enquanto a realidade vista pela janela é independente do observador, os meios de comunicação selecionam intencionalmente essa realidade; ou seja, a paisagem vista através da janela passa por filtros, por processos de exclusão e inclusão. Do mesmo modo que na metáfora da janela, a realidade depende do tamanho, da sua colocação ou sua forma, os *frames* ou enquadramentos da notícia produzem e limitam o significado das coisas. Segundo Sádaba (2007, p. 87, tradução nossa), “o enquadramento, ou o *frame*, gera diferentes formas de ver a realidade, assim como de constituí-la, situando-se à margem dos postulados objetivistas, afirmando a pluralidade de pontos de vista e a criação da realidade que gera a informação”.

Tuchman (1983) deixa claro que os elementos que determinam os *frames* nos meios de comunicação são as empresas comunicativas e as atitudes profissionais dos jornalistas. Ou melhor, os *frames* seriam as normas transmitidas e compartilhadas pelos membros de uma redação, através do qual se olha a realidade sobre o que se informa.

Ao buscar difundir a informação que querem as pessoas, que as pessoas necessitam e que elas deveriam conhecer, as empresas de comunicação fazem circular e ao mesmo tempo dão forma ao conhecimento” (TUCHMAN, 1983, p. 14, tradução nossa).

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

Ao aplicarmos os conceitos defendidos por Tuchman (1983) às análises das representações sociais do Nordeste no “Jornal Nacional”, começamos a entender como se dão os processos e pontos de vistas adotados pela emissora ao determinar o enfoque das notícias, observando desde o lugar onde se cobre o fato, passando pela editoria que determina o assunto, pelo repórter que irá a campo, pelos editores que escolherão as melhores imagens até por quem decide o que se vai cobrir ou não. Processos observados nesta pesquisa quando visitamos as redações de Pernambuco, da Bahia e do Ceará, onde os profissionais, na maioria das vezes, são submetidos aos enfoques e enquadramentos sugeridos pelos produtores e editores-executivos que ficam localizados na redação da emissora no Rio de Janeiro. A última palavra na hora de fechar um VT é do editor do “JN” que trabalha na redação no Rio, diz a editora do núcleo de rede da TV Verdes Mares, em Fortaleza: “Com o passar do tempo, a gente começa a conhecer os editores, sabe quem vai pegar o VT, quem vai editar a matéria. Tem editores no ‘JN’ que vira o texto de ponta a cabeça, mas o formato, o roteiro, é a gente que propõe” (APÊNDICE C).

Assim, podemos comprovar o que diz Sádaba (2007) ao afirmar que os meios de comunicação são vistos como uma organização em que está estabelecida uma série de modos de se trabalhar que influenciam diretamente o seu produto: a notícia. Sendo ela inevitavelmente um produto dos informadores que atuam dentro de processos institucionais e em conformidade com as práticas institucionais, destacando-se que a narração da notícia são relatos que serão julgados, comentados e lembrados como recursos públicos, estando disponíveis para todos e sendo também parte integrante de nossa bagagem cultural.

Outra contribuição importante de Tuchman (1983) para entender como os jornalistas constroem as notícias ao processarem as informações foi denominada por ela de “trama da facticidade”, ou seja, quem outorga a significação de um fato é o próprio jornalista, deixando

claro que o fato em si não tem significado. O fato precisa estar correlacionado adequadamente em uma cadeia de causas e efeitos que lhe confere sentido, explica:

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

A transformação dos fatos em acontecimentos informativos passa por processos ou filtros que estão relacionados também aos recursos sociais e culturais, limitando muitas vezes o seu significado. Tuchman (1993) aponta que a notícia não só redefine, constitui e reconstitui significados sociais, como também define, redefine, constitui e reconstitui maneiras de fazer as coisas. Sádaba (2007), em relação a Tuchman, destaca que foi a primeira vez que um teórico do *framing* observou os meios de comunicação não como agentes sociais com poder universal, mas em seu funcionamento interno, numa tentativa de compreender o trabalho da informação.

Do ponto de vista da comunicação, a teoria do *framing*, ou do enquadramento, ficou reconhecida como uma maneira de compreender o processo de definição e construção dos temas públicos através das organizações informativas. Enquadrar seria, em grande medida, selecionar informação. O *framing* também foi analisado por outros autores a partir de óticas como: a relação com o tempo ou espaço dedicado a determinada notícia, se a notícia tem prioridade sobre as outras, o destaque a um personagem, se o personagem se apresenta de forma simpática dentro da reportagem, enfoques que se apresentam apenas como componentes visuais e verbais da informação. Modos de entender o *framing* baseados apenas no conteúdo manifesto da mensagem, diz Sádaba (2007), mas que não captam as tensões entre os elementos apresentados e seus significados, entre o que se diz e o que se deixa de dizer:

No processo de elaboração da notícia, há muitas outras questões que não se expressam diretamente no produto noticioso, mas que resultam decisivas para compreender como e por que se redigem de uma determinada forma as informações, como, por exemplo, a relação do jornalista com suas fontes e com seus superiores, o mimetismo que exercem as notas de imprensa enviadas por gabinetes de relações públicas, o tempo que tem um redator para elaborar sua informação (SÁDABA, 2007, p. 94, tradução nossa).

Dito de outra forma, os *frames* não se reduzem aos textos nem aos elementos visuais, apesar de que determinadas palavras, conotações e formas de expressão poderiam ser indicadoras fidedignas do *frame*. A autora deixa claro que existe um conteúdo latente na

notícia, e para descobri-lo precisamos ir além da análise de conteúdo dos textos informativos, manchetes, *leads*⁴⁴ ou outro mecanismo. Se faz necessária uma leitura das notícias que remeta a contextos mais amplos. Desafio enfrentado nesta tese ao analisar as reportagens indo além do que está no texto e na imagem, propondo-nos a mergulhar no processo de elaboração das matérias, nas condições de produção, na observação *in loco* de sua construção. Processo de investigação que será detalhado no Capítulo 5, sobre a metodologia adotada nesta pesquisa.

Entman (1993) também defende que os *frames* não aparecem somente nos textos, pois as mensagens estabelecem significados que as audiências compreendem quando pertencem a um mesmo contexto cultural. O autor afirma que, na comunicação, o intercâmbio de conteúdos seria impossível sem significados compartilhados. Para reforçar essa afirmação, recorreremos mais uma vez ao que defende Alsina (2009) quando estabelece em sua teoria a existência de mundos do jornalismo, que seriam “o real”, o de “referência” e o “possível”.

O mundo real é o mundo dos fatos e acontecimentos. O jornalismo interpreta a realidade social para que as pessoas possam entendê-la, adaptar-se a ela e modificá-la. O jornalista adota um modelo de interpretação, tomando como base um mundo de referência. É através das fontes ou de nosso próprio testemunho que ficamos sabendo dos acontecimentos. Então, para o autor, é esse mundo de referência que vai nos permitir construir um mundo possível que será a sua versão da realidade: “Os jornalistas, para conferir sentido aos fatos, aos acontecimentos, realizam uma inferência lógica que é conhecida como abdução” (ALSINA, 2009, p. 304). Alguns autores chamam essa inferência lógica de “hipótese”, “presunção” ou até de “indução abdutiva”. Na definição do autor:

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

E o mundo “possível” seria aquele que o jornalista construirá levando em conta o mundo “real” e o mundo de referência escolhido:

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

⁴⁴ Texto que está invariavelmente na abertura da matéria ou cabeça da matéria lida pelo apresentador (Manual da Universidade Metodista de São Paulo).

Assim, os produtores da notícia que precisam transmitir rapidamente as informações a uma audiência heterogênea usam vocabulário acessível, por exemplo, descrições e analogias familiares ao espectador, representações sociais, saberes populares, termos do senso comum: “Os significados são apreendidos pela audiência de um modo natural, uma vez que os *frames* implícitos têm um sentido para eles” (SÁDABA, 2007, p. 95, tradução nossa).

Entman (1993) sugere que os *frames* estão localizados em pelo menos quatro lugares no processo de comunicação: (1) no emissor, (2) no texto, (3) na audiência e (4) na cultura. Nesses quatro locais, ele possui funções similares de seleção e destaque para construir argumentos sobre problemas e suas causas, avaliação e/ou solução delas, pois os jornalistas, consciente ou inconscientemente, fazem enquadramentos decidindo o que comunicar guiados pelos seus próprios esquemas de conhecimentos.

Os textos contêm *frames* que se manifestam na presença ou ausência de determinadas palavras-chave, fontes de informações ou imagens estereotipadas ou sentenças que fornecem temáticas reforçadas ou juízos de valor. Os receptores também têm seus próprios esquemas de conhecimento, que podem ou não refletir com os dos jornalistas e com seus textos. A cultura é um armazém de *frames* comumente invocada; na verdade, a cultura pode ser definida como um conjunto empiricamente demonstrável de *frames* expostos no discurso e no pensamento na maioria das pessoas de um grupo social (ENTMAN, 1993, p. 52, tradução nossa).

Podemos dizer que, essencialmente, enquadrar é selecionar alguns aspectos percebidos da realidade e torná-los mais salientes no texto comunicativo, de maneira que promovam definições particulares dos problemas, interpretações, valores morais e/ou recomendações para o tratamento de determinado assunto descrito. Entman (1993) salienta que, para uma comunicação eficaz, essa seleção feita por jornalistas requer a utilização de enquadramentos que favoreçam seus pontos de vista.

Essa visão de *framing* que concebe a definição da realidade como uma questão de seleção deve ser ampliada, diz Sádaba (2007), pois muitas vezes ou quase sempre as notícias definem a realidade, tanto pelo que mostram como pelo que não mostram ou deixam de selecionar. “Às vezes, deixar de dar uma notícia é um sinal de como o veículo de comunicação vê o mundo, ou também a ideia mais importante de uma notícia pode não aparecer textualmente, mas de modo insinuado” (SÁDABA, 2007, p. 98, tradução nossa).

Na tentativa de interpretar a “realidade”, ao insinuar uma construção de um “mundo” possível, os jornalistas tentam moldá-lo de acordo com as orientações que recebem dos veículos de comunicação e com seus próprios pontos de vista. Ao “fabricar o presente”, como defende Franciscato (2005, p. 20), o jornalismo não apenas produz relatos sobre eventos, mas

sua inserção social faz com que ele esteja imerso no processo de construção da experiência social do presente. Sua produção institucional de conteúdos de atualidade oferece à sociedade formas específicas pelas quais indivíduo e sociedade produzem a sua vivência social. É o que veremos a seguir.

3.3 A “fabricação do presente”

Nos tempos atuais seria praticamente impossível vivermos isolados das informações geradas pelos meios tradicionais ou não tradicionais de comunicação. A circulação de notícias é tão intensa, graças ao desenvolvimento econômico e tecnológico ao longo dos anos, que pensar o jornalismo como construção da realidade presente é reconhecer a sua parcela significativa de responsabilidade na fabricação de um mundo midiático. Para entender como o jornalismo reformulou essa experiência de presente, principalmente nas sociedades ocidentais, remeteremos aos seus primórdios.

De acordo com alguns pesquisadores, o jornalismo é uma invenção do século XIX. A partir dele se estabeleceram articulações econômicas, sociais e culturais que permitiram as condições do jornalismo enquanto profissão.

Progressivamente, o discurso jornalístico tornou-se uma distintiva classe de textos: agentes no campo jornalístico desenvolveram seus próprios valores e normas discursivas tais como objetividade e neutralidade. O modo jornalístico de escrever se caracterizou por práticas e estratégias discursivas particulares, nem literárias nem políticas (CHALABY, 1996, p. 304).

Com a transformação do jornalismo em profissão, no final do século XIX, diz Lima (2006), foi se construindo, tanto na Inglaterra como nos Estados Unidos, um *ethos* profissional que considerava os jornalistas com a “responsabilidade moral de erradicar o mal e mostrar as enfermidades sociais” (LIMA, 2006, p. 11). Sendo assim, esse *ethos* acabou por tornar o jornalista uma espécie de guardião do interesse público, diz ele.

Bourdieu (1997) também concorda que o campo jornalístico começou a ganhar forma nas sociedades ocidentais no século XIX. O motivo seria pela oposição de dois tipos de jornais que disputavam a preferência dos leitores: os das notícias do tipo “sensacionalistas” e os que ofereciam análises e “comentários”. Dado o embate de forças, surge, a partir daí, a importância de os jornais demarcarem posição e se distinguirem dos “sensacionalistas” afirmando valores de isenção e “objetividade”. Dessa forma, Bourdieu afirma:

Como o campo literário ou o campo artístico, o campo jornalístico é então o lugar de uma lógica específica, propriamente cultural, que se impõe aos

jornalistas através das restrições e dos controles cruzados que eles impõem uns aos outros e cujo respeito (por vezes designado como deontologia) funda as reputações de honorabilidade profissional (BOURDIEU, 1997, p. 105).

Vejamos a noção de campo jornalístico discutida por Bourdieu no livro “*Bourdieu and the journalist fields*” (2005):

Aqui está uma definição simples da noção de campo, uma definição conveniente, mas, como todas as definições, muito inadequada: um campo é um campo de forças dentro do qual os agentes ocupam posições que estatisticamente determinam a posição que eles têm em relação ao campo, essas posições-conquistadas, sendo destinadas a conservar ou transformar a estrutura das relações de forças constitutivas do campo. Em outras palavras, em certos aspectos, o campo (por exemplo, o campo literário, é um microcosmo que reúne os agentes e instituições que se dedicam à produção de obras literárias) é comparável a um campo de forças físicas; mas não é redutível a um campo físico — é o lugar de ações e reações realizadas por agentes sociais dotados de disposições permanentes, em parte adquiridas em sua experiência deste campo social. Os agentes reagem a essas relações de forças, a estas estruturas; eles as constroem, as percebem, formam uma ideia delas, representa-as para si mesmos, e assim por diante. E, ao mesmo tempo que, por conseguinte, limitados pelas forças inscritas nestes campos e sendo determinados por estas forças que respeitam as suas disposições permanentes, eles são capazes de atuar sobre estes campos, de maneira que são parcialmente constrangidos, mas com uma margem de liberdade (BOURDIEU, 2005, p. 30, tradução nossa).

A existência de um campo, segundo o autor, implica a existência de um prêmio “egeu”, que é disputado por agentes sociais diversos, e a existência de um grupo especializado, que afirma possuir um monopólio de conhecimentos ou saberes especializados. Para Traquina (2008) o “prêmio”, ou “egeu” de que fala Bourdieu (1997), são as notícias, e o grupo especializado, os “jornalistas”; aqueles que afirmam saber o que outros não sabem, notavelmente o que são as notícias e como produzi-las.

O campo jornalístico, assim como o campo político, o econômico, o jurídico e o científico, diz Bourdieu (1997, p. 106), está permanentemente sujeito: “à prova dos vereditos do mercado, através da sanção direta, da clientela, ou indireta, do índice de audiência”. Ele defende que a concorrência para conquistar a clientela, num campo orientado para a produção da notícia, acaba tomando a forma de uma concorrência pela prioridade da informação, pelas notícias mais frescas, mais novas, pelo furo, definindo assim a ideia de disputa:

Um campo é um campo de forças e um campo de lutas em que o jogo é o poder de transformar o campo de forças. Em outras palavras, dentro de um campo, há uma competição de apropriação legítima do que está em jogo na luta no campo. E, dentro do campo do jornalismo, há uma competição

permanente por apropriar-se do número de leitores, é claro, mas também por apropriar-se do que é pensado para garantir esses leitores, em outras palavras, o acesso mais rápido às notícias, o “furo”, as informações exclusivas e também o raro, o distinto, “nomes famosos”, e assim por diante (BOURDIEU, 2005, p. 44, tradução nossa).

Bourdieu (1992) destaca, ainda, dois polos dominantes no campo jornalístico: (1) o polo econômico (identificado com a ideia-chave de que o jornalismo é um negócio); (2) o polo ideológico (identificado com a ideia de que o jornalismo é um serviço público). Em sua crítica sobre a dominação do jornalismo pelos sistemas econômicos e ideológicos, o autor discute a autonomia, ou seja, como o campo deixa claro ou não o quê e quem está por trás do seu discurso:

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

Outra questão levantada pelo sociólogo é a da legitimidade. Para ele, o campo da política, o da ciência social e o do jornalismo têm em comum um mesmo interesse: impor ao mundo social um caráter de legitimidade. Os três atuam de formas diferentes, e o campo jornalístico, na maioria das vezes, tem mais força nessa imposição dominante. O campo jornalístico, como os outros campos, afirma Bourdieu (1997), está submetido a um conjunto de pressupostos e crenças partilhadas a partir dos qual os jornalistas fazem uma seleção do que deve e do que não deve ser divulgado pelos meios de comunicação, operando, assim, na realidade social e também no conjunto das produções simbólicas. Questões que consideramos bastante pertinentes a esta pesquisa, ao analisarmos o que os editores do “JN” selecionam sobre os assuntos mais relevantes acerca do Nordeste e o que deve ou não se transformar em notícia.

São as regras ou pressupostos a que as notícias e até os jornalistas são submetidos que estarão sempre presentes na construção dessas representações, na forma como as pessoas pensam e até nas imagens que construímos sobre determinados fatos e acontecimentos. Bourdieu (1997) alerta também para os mecanismos de censura que estão por trás de tais pressupostos:

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

Segundo Lima (2006), esse poder simbólico de que fala Bourdieu, dentro do contexto do campo jornalístico, seria a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos; de influenciar nas ações e crenças de outros e também criar acontecimentos mediante a produção e a transmissão de formas simbólicas. E, para exercer esse poder, é necessário utilizar vários tipos de recursos, mas basicamente usar a mídia, que produz e transmite capital simbólico. Lima (2006) defende que a mídia se tornou uma arena decisiva em que as relações do campo político são criadas, sustentadas e, em algumas ocasiões, destruídas pela própria mídia. “O que está em jogo, portanto, num escândalo político midiático, é o capital simbólico do político, sobretudo sua reputação” (LIMA, 2006, p. 12).

Bourdieu (1997) destaca que o jornalista, ao dominar os instrumentos de comunicação de massa, adquire poderes sobre toda a espécie de capital simbólico — o poder de fazer ou desfazer reputações. Crítico dos mecanismos de censura que estão por trás do campo jornalístico, principalmente da televisão, alerta para a capacidade da TV de ocultar mostrando:

Desejaria dirigir-me para coisas ligeiramente menos visíveis mostrando como a televisão pode, paradoxalmente, ocultar mostrando, mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso se fizesse o que supostamente se faz, isto é, informar; ou ainda mostrando o que é preciso mostrar, mas de tal maneira que não é mostrado ou se torna insignificante, ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não corresponde absolutamente à realidade (BOURDIEU, 1997, p. 24).

A discussão sobre o campo jornalístico se faz bastante pertinente nesta pesquisa, numa tentativa de desvendar como são construídas as imagens e discursos exibidos na TV e como os jornalistas selecionam o que será mostrado a respeito dessas populações que vivem numa das regiões mais carentes do País. Para o sociólogo francês, a melhor metáfora para explicar essa categoria de percepção da realidade pelos jornalistas é a dos “óculos”: “Os jornalistas têm “óculos” especiais a partir dos quais veem certas coisas e não outras; e veem de certa maneira as coisas que veem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é

selecionado” (BOURDIEU, 1997, p. 25). Ao selecionar o que será mostrado e como será mostrado, o jornalista, de certa forma, está “construindo o presente”, ou como diz Franciscato (2005), “fabricando-o”:

O cotidiano e o jornalismo são dois modos particulares (e muitas vezes complementares) de vivenciar um tipo de experiência humana que nos é próxima tanto no espaço das nossas relações comuns quanto no tempo em que fazemos as ações. Ambos são modos de experimentar relações no tempo presente (FRANCISCATO, 2005, p. 152).

Um dos papéis fundamentais do jornalismo é fornecer indicadores que possibilitem à sociedade a apreensão de um sentido de tempo presente. A própria veiculação pública dos acontecimentos jornalísticos, sejam eles referidos a fatos presentes ou revelados publicamente, desencadeia ações num tempo presente. “O tempo da notícia é o tempo presente” (FRANCISCATO, 2005, p. 159).

Ao presenciar um fato, o jornalista toma uma série de decisões — desde as palavras a empregar até aspectos a destacar de um conjunto de acontecimentos. Sendo assim, as notícias são criadas a partir de infinitas seleções e escolhas feitas pelos profissionais. “A partir do momento em que alguns detalhes são acentuados e outros não, a notícia se torna o veículo de uma representação específica da realidade — não uma distorção, mas uma necessidade prática” (MARTINO, 2009, p. 21).

Para compreender como o campo jornalístico opera na construção de “realidades”, Franciscato (2005) aponta oito postulados que podem contribuir muito a entender como são construídas, de certa forma, as representações do Nordeste no “Jornal Nacional”: (1) a atividade jornalística opera com base em determinados princípios que singularizam e dão especificidade à sua prática e ao seu produto, ao adotar como pressuposto a existência de uma ideia de verdade do real que pode ser apreendida por meio de técnicas jornalísticas e de compromissos normativos na tarefa de fidelidade ao real; e ao produzir conteúdo que ofereça a uma coletividade modos específicos de vivenciar situações num tempo presente; (2) como instituição social, o jornalismo cumpre um papel social específico, conquistando uma legitimidade para produzir, para um público amplo, disperso e diferenciado, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre o relato e as ocorrências cotidianas; (3) situada em contextos espaço-temporais concretos, a instituição jornalística está entranhada no ambiente em que atua, o qual limita certas possibilidades de produção; é um ambiente que configura relações e práticas sociais de produção tanto externas quanto internas a ela, tais como regras, metas, conflitos, pressões, imposições, disputas; (4) estar imerso em

um contexto espaço-temporal concreto significa um vínculo do jornalismo com processos sociais amplos e históricos que atravessam formas específicas de instituições e que constituem os princípios organizativos de uma sociedade, tais como a construção e transmissão da cultura, as relações econômicas, as formas de ação política e as transformações tecnológicas; esse ambiente social direciona certas possibilidades de formatos discursivos, tanto em relação a gêneros especificamente jornalísticos quanto a gêneros midiáticos de modo geral; (5) o produto jornalístico, o “texto”, não é sintético no sentido da “síntese” executada pelas ciências, mas plural. Embora o jornalismo resuma situações, citações e opiniões utilizando processos de seleção, hierarquização e interpretação, não podemos considerar esse procedimento semelhante ao científico. A efemeridade do conteúdo jornalístico leva o profissional a adotar um método de trabalho baseado em técnicas simplificadas para coletas de informações e construção de relatos se comparado ao rigor científico. O texto jornalístico admite a pluralidade de pontos de vista e mesmo de informações conflitantes, contanto que contextualizadas num relato coerente. Seu texto é um recorte, uma “colagem” ou “combinação” de observação, descrição e interpretação tanto do jornalista quanto da equipe de produção e das fontes de informação; (6) o produto jornalístico é um permanente diálogo entre os diferentes interlocutores envolvidos na sua produção ou na sua recepção. Este diálogo não significa apenas o momento da fala, mas também da troca de experiências e intenções entre interlocutores. A atividade jornalística produz expectativas e intenções para um público e, ao mesmo tempo, deixa-se influenciar por ele para se adequar a seus interesses; (7) o produto jornalístico oscila entre um trabalho mais marcadamente individual (quase autoral) e um trabalho coletivo, o que afeta os modos de sua produção, os valores aplicados a ele e as formas que ele assume socialmente. No primeiro caso, o produto jornalístico está entranhado pela subjetividade do autor, carrega os valores e a sua postura diante do mundo e da vida; subjetividade que se revela também na forma como o autor investe emoções, afetividade e paixão na sua produção. No segundo caso, o trabalho de equipe significa a partilha de normas e valores, acarreta a divisão da produção e das decisões entre vários profissionais e gera uma diferença de hierarquias no processo de decisão; e (8) o produto jornalístico funciona como um “documento público”. Seu conteúdo rompe a esfera dos laços de intimidade da vida privada e se torna passível de circular socialmente com base num “uso público” desse conteúdo pela sociedade.

A partir das características apontadas acima, fica mais fácil traçar uma delimitação das possíveis manifestações sócio-históricas do jornalismo, o que pode, muitas vezes, elucidar os vários entendimentos quanto à definição do seu principal objeto: a notícia. Essa discussão

mobiliza uma gama enorme de pesquisadores (SCHUDSON, 2010; TRAQUINA, 2005; ALSINA, 2009, entre outros).

Sabemos que as notícias nasceram a partir de uma predisposição narrativa de eventos e da forma como essa predisposição alcança uma materialidade discursiva, seja este discurso oral ou escrito (FRANCISCATO, 2005, p. 171).

É certo que a produção da notícia é um processo complexo que se inicia com um acontecimento, por isso não devemos entender esse acontecimento como algo alheio à construção social da realidade por parte do sujeito, pois não existe a leitura da realidade que seja descontextualizada e que não esteja objetivada. O sujeito observador é o que confere sentido ao acontecimento.

Alsina (2009, p. 212) defende que o profissionalismo jornalístico se caracteriza pelo papel social da competência comunicativa na geração de imagens da realidade coletiva e apresenta três razões que sustentam essa postura: (1) partindo da análise dos efeitos da mídia, constata-se que sua eficiência se concentra mais na dimensão cognitiva, na construção de uma “visão de mundo” do que na mudança de atitudes; (2) cada dia surge com mais clareza a dimensão emblemática da atividade jornalística da mídia. São os acontecimentos que se tornam notícia por causa da mídia, que nada mais são do que segmentos da realidade, que se caracterizam pelo fato de assumirem uma dimensão de referência e de simbolismo coletivos, em virtude da presença da mídia e do tratamento jornalístico; e (3) a aproximação metodológica da “construção social da realidade” tornou-se o jeito mais convincente de resolver o velho problema da relação entre a realidade e o jornalismo.

Dessa forma, fica fácil concluir que trabalhamos num campo fértil de interpretações que mobilizam questões semelhantes às da ciência no que concerne à verificação da verdade. Poderíamos, assim, ver semelhanças entre o jornalismo e os métodos científicos, pois os dois pretendem descrever a realidade partindo de uma base empírica e manifestam professar uma atitude de objetividade.

Defender a atualidade jornalística como uma construção social, institucional e coletiva implica em afirmar que: “O jornalismo não só produz o relato sobre os eventos, mas a sua inserção social faz com que ele esteja imerso no processo da construção da experiência social do presente” (FRANCISCATO, 2005, p. 20).

Ao levantar questões fundamentais sobre a atuação do jornalismo na construção da experiência social do presente e como ele pode contribuir para a discussão, formulação e execução das ações sociais, tentaremos traçar, no próximo capítulo, a maneira como o

jornalismo cria as representações sociais. Ao jogar luz sobre os problemas da verdade jornalística, os enquadramentos dos fatos ou das notícias, na concepção de alguns autores, tentaremos construir pontes para dialogar com o principal objetivo e referencial teórico desta pesquisa: analisar como o jornalismo pode ser fonte de representações sociais, do ponto de vista defendido por Moscovici (2009).

4 A TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

4.1 Dimensões teóricas

O psicólogo social romeno Serge Moscovici elaborou pela primeira vez o conceito de “Representações Sociais” em sua obra seminal, *“La psychanalyse, son image et son public”* (1961), sobre a representação social da psicanálise entre os parisienses no final dos anos 1950. Moscovici pesquisava a maneira como a psicanálise penetrava no pensamento popular na França, como grupos e pessoas compreendiam e interpretavam o termo psicanalítico. O capítulo inicial, que Moscovici intitula de “Representação social: um conceito perdido”, ele afirma:

As representações sociais são entidades quase tangíveis. Elas circulam, se entrecruzam e se cristalizam continuamente, através duma palavra, dum gesto ou duma reunião, em nosso mundo cotidiano. Elas impregnam a maioria de nossas relações estabelecidas, os objetos que nós produzimos ou consumimos e as comunicações que estabelecemos. Nós sabemos que elas correspondem, dum lado, à substância simbólica que entra na sua elaboração e, por outro lado, à prática específica que produz essa substância, do mesmo modo como a ciência ou o mito correspondem a uma prática ou mítica. Mas se a realidade das representações é fácil de ser compreendida, o conceito não o é. Há muitas boas razões pelas quais isso é assim. Na sua maioria, elas são históricas e é por isso que nós devemos encarregar os historiadores da tarefa de descobri-las. As razões não-históricas podem todas ser reduzidas a uma única: sua posição “mista”, no cruzamento entre uma série de conceitos sociológicos e uma série de conceitos psicológicos. É nessa encruzilhada que nós temos de nos situar. O caminho, certamente, pode representar algo pedante quanto a isso, mas nós não podemos ver outra maneira de libertar tal conceito de seu glorioso passado, de revitalizá-lo e de compreender sua especificidade (MOSCOVICI, 2009, p. 10).

Na introdução do livro “Representações Sociais: investigações em psicologia social”, de Serge Moscovici (2009, pp. 7-28), Gerard Duveen aponta como ponto de partida fundamental da obra a insistência do psicólogo no reconhecimento da existência de representações sociais como uma forma característica de conhecimento em nossa era. A afirmação de Duveen (2009), comprova que estamos apostando numa teoria que dialoga com a ideia de muitos pesquisadores, quando afirmam que o jornalismo também é uma forma de conhecimento.

Diz o autor: “O senso comum é a forma de compreensão que cria o substrato das imagens e sentidos, sem o qual nenhuma coletividade pode operar” (MOSCOVICI, 2009, p. 48). Fenômeno que dialoga diretamente, em nosso entendimento, com o que faz o jornalismo:

transformar de certa forma o conhecimento “científico” em conhecimento do senso comum — relação que será aprofundada ainda neste capítulo. A teoria das representações sociais está preocupada com a maneira como se dá o processo de construção do conhecimento, ao mesmo tempo individual e coletivo.

A origem da expressão “representação social” remete ao conceito de “representação coletiva” criado por Durkheim (2001), numa comparação com as “representações individuais”, quando afirmava que os fatos sociais não poderiam ser reduzidos a fatos psicológicos.

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

No livro “As regras do método sociológico”, Durkheim (2001) institui a primeira regra e a mais fundamental de sua teoria, a de “considerar os fatos sociais como coisas”. “Não é possível o homem viver no meio das coisas sem fazer delas ideias segundo as quais o seu comportamento é regulado” (DURKHEIM, 2001, p. 42). Moscovici (2009, pp.283-303), faz uma adaptação do conceito de Durkheim a fim de torná-lo mais dinâmico e aplicável às sociedades modernas, mas a obra de outros autores, como Lévy-Bruhl, Piaget, Vygotsky e Freud, também serviram de inspiração para a construção de sua teoria.

Segundo Duveen (2009), enquanto Durkheim (2001) via as “representações coletivas” como formas estáveis de compreensão coletiva, Moscovici (2009) estava mais interessado em explorar a variação e a diversidade das ideias coletivas nas sociedades. E essa diversidade, para Duveen, estava na falta de homogeneidade das sociedades modernas. Para ele, as diferenças acabam por provocar uma distribuição desigual de poder, gerando uma heterogeneidade de representações: “Dentro de qualquer cultura há pontos de tensão, mesmo de fratura, e é ao redor desses pontos de clivagem no sistema representacional duma cultura que novas representações emergem” (DUVEEN, 2009, p. 16). Para Moscovici (2009), o “não familiar” é um ponto-chave da sua teoria e fonte de representações sociais. Quando o não familiar, o desconhecido, aparece, a cultura logo coloca em ação algum tipo de trabalho representacional para dar sentido, para familiarizar o não familiar.

Apesar das críticas e da adaptação do conceito ao mundo moderno, as contribuições de Durkheim na obra do psicólogo social romeno foram determinantes para a construção da

teoria das representações sociais. Durkheim (2001) fazia questão de defender uma separação radical entre representações individuais e coletivas, sugerindo que as primeiras deveriam ser do campo da psicologia, enquanto as últimas formariam o objeto da sociologia.

Para Moscovici (2009), a sociologia vê as representações sociais como artifícios explanatórios irredutíveis a qualquer análise posterior. Sabia-se que as representações sociais existiam nas sociedades, mas ninguém se preocupava com a estrutura ou com a sua dinâmica, então ele resolveu considerar as representações sociais como um fenômeno, o que era antes visto como um conceito.

O conceito de representações sociais é uma transformação do conceito durkheimiano de “representações coletivas”, que abrangiam uma cadeia completa de formas intelectuais: ciência, religião, mito, qualquer tipo de ideia, emoção ou crença que ocorresse dentro de uma comunidade. Durkheim (1996), com sua ênfase na matriz social, tentava compreender a formação das crenças e dos rituais e o papel destes na sustentação da ordem social.

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

O raio de conhecimento abordado pelo sociólogo francês era demasiado amplo e heterogêneo. Sobre o assunto, diz Moscovici (2009, p. 46): “Isso representa um problema sério, pois pelo fato de querer incluir demais, inclui-se muito pouco: querer compreender tudo é perder tudo”. Para ele, conhecimento e crença não poderiam ser definidos por algumas poucas características. Especialista na obra de Moscovici, a diretora do Instituto de Psicologia Social da London School of Economics (LSE), no Reino Unido, Sandra Jovchelovitch (2008) afirma que as representações coletivas se referem precisamente a crenças, sentimentos e ideias habituais, dados e homogeneamente compartilhados, de uma comunidade. Segundo a autora, foi a partir do conceito de representações coletivas que Moscovici formulou as características fundamentais das representações sociais, como a ideia de uma “consciência coletiva” da sociedade, ou representações coletivas de uma comunidade, aspecto crucial tanto na obra de Durkheim como mais tarde na de Moscovici.

Jovchelovitch (2008) aponta que o conceito ajuda na definição da solidariedade social que torna um agrupamento de pessoas uma comunidade. Segundo ela, Durkheim concebeu as

representações coletivas como externas e coercitivas, para ele elas tinha uma existência objetiva e autônoma, pois eram produzidas e reproduzidas pela ação coletiva, que lhes conferia estabilidade ao longo do tempo, e estavam inseridas em instituições como a igreja, a família e o sistema social.

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

Uma das críticas de Moscovici ao conceito de Durkheim era a concepção bastante estática das “representações coletivas”. Moscovici (2009) diz que as “representações coletivas” agem como suportes para muitas palavras ou ideias, são como o adensamento da neblina, como camadas de um ar estagnado na atmosfera da sociedade do qual se diz que pode ser cortado com uma faca. Embora o psicólogo social romeno não considere completamente falso o que diz Durkheim, o que chama a atenção dele é o caráter móvel e circulante das representações, que, segundo ele, são estruturas dinâmicas que operam em um conjunto de relações e de comportamentos que surgem e desaparecem:

As representações sociais que me interessam não são nem as das sociedades primitivas, nem as suas sobreviventes [...]. Elas são as de nossa sociedade atual, de nosso solo político, científico, que nem sempre tem tempo suficiente para se sedimentar completamente para se tornarem traduções imutáveis (MOSCOVICI, 2009, p. 48).

Outro ponto relevante das contribuições de Durkheim (1996) para a construção da teoria das representações sociais é a abordagem que ele faz da linguagem, quando diz que essa força pode ligar-se às palavras pronunciadas, aos gestos efetuados, tanto quanto a substâncias corporais; a voz e os movimentos podem servir-lhe de veículo e, por intermediário deles, ela pode produzir os efeitos de que é capaz, sem que nenhum deus colabore. A linguagem e o sistema de conceitos que ela produz são produto de uma elaboração coletiva. Sendo assim, o “conceito” é uma representação essencialmente impessoal; é através dele que as inteligências humanas se comunicam:

O que ela exprime é a maneira como a sociedade em seu conjunto representa os objetos da experiência. As noções que correspondem aos diversos elementos da língua são, portanto, representações coletivas (DURKHEIM, 1996, p. 482).

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

Segundo Moscovici (2009, pp. 283-303), o trabalho intelectual de Lucien Lévy-Bruhl, Piaget, Vygotsky e Freud também foi determinante na elaboração da teoria das representações sociais, por isso não poderíamos deixar de abordar, mesmo que de forma breve, alguns conceitos que influenciaram na construção da teoria defendida pelo psicólogo romeno. Para isso, recorreremos ao trabalho de pesquisa realizado por Sandra Jovchelovitch (2008) publicado no livro “Os contextos do saber: representações, comunidade e cultura”.

Lévy-Bruhl (1925/1926), dando continuidade às investigações dos problemas levantados por Durkheim (2001), inicia um estudo na tentativa de desvendar como pensam os povos “primitivos”. O pensamento primitivo, diz, não é um estágio primário de pensamento científico, é uma forma de pensar que necessita ser entendida. Na opinião de Jovchelovitch (2008), ao contrário de Durkheim, Lévy-Bruhl não viu a evolução da classificação primitiva para a científica como uma função da modernização das sociedades e do enfraquecimento dos laços sociais emocionais. Para Lévy-Bruhl, as sociedades nunca descartam os laços sociais e emocionais que constituem o pensamento social. Ele propôs que existem diferentes modalidades de pensar e que todas as comunidades humanas, sejam elas “primitivas” ou “modernas”, apresentam diferenças nessas modalidades.

Abandonemos a tentativa de nos referirmos a sua (dos primitivos) atividade mental como uma variação inferior da nossa. Ao contrário, consideremos estas conexões nelas mesmas e vejamos se não dependem de uma lei geral, um fundamento comum... Ora, há um elemento que nunca deixa de estar presente em tais relações. Sob várias formas e graus, elas implicam uma “participação” entre pessoas ou objetos que formam parte de uma representação coletiva. Por esta razão chamaria, na falta de um termo melhor, este princípio que é peculiar à mentalidade “primitiva”... a lei da participação (LÉVY-BRUHL, 1925/1926, pp. 76-78).

A obra de Piaget (2006), transformou a maneira de Moscovici (2009), pensar. Dela, retirou definições centrais de sua psicologia social: a conceituação de representação, a investigação do senso comum, a preocupação com mudança e o desenvolvimento:

Foi tentador considerar o primeiro trabalho de Piaget como uma exploração de nossa cultura através do discurso das crianças e o material coletado como expressando seu folclore, senso comum e conhecimento, tudo isso no pensamento de uma única criança. Isso me levou a considerar, sob uma nova luz, o que se poderia tornar uma psicologia social como uma importante disciplina científica: um tipo de conhecimento sobre antropologia de nossa cultura, do mesmo modo como a antropologia é, muitas vezes, a psicologia social de outras culturas, assim chamadas “primitivas” (MOSCOVICI, 2009, pp. 283-284).

A influência de Vygotsky se deu depois que a teoria das representações sociais já estava pronta. Segundo Jovchelovitch (2008, p. 112), a obra de Vygotsky produziu um impacto imediato em Moscovici:

A psicologia de Vygotsky sobre o desenvolvimento sociocultural oferece à teoria das representações sociais elementos para teorizar a mudança sem necessitar recorrer ao evolucionismo linear presente em Durkheim e Piaget. Como em Lévy-Bruhl, a teoria de Vygotsky da transformação entre modalidades de saber é descontínua e pressupõe coexistência em vez de substituição (JOVCHELOVITCH, 2008, p. 112).

Com Freud (1908), diz Jovchelovitch (*op. cit.*, p. 115), Moscovici encontrou o caminho para entender os processos inconscientes que configuram a produção dos saberes sociais e uma visão de conhecimento que não tem medo de se engajar com o psicológico propriamente dito:

A vida psíquica é feita de camadas e assim permanece, sem jamais apagar completamente aquilo que um dia fez sentido na trajetória de uma pessoa. Nossa história permanece conosco, de maneira sublimada ou disfarçada, fazendo sua aparição sempre que a psique percebe que é necessário recuperar algumas das “tropas” que ela deixou de prontidão durante a caminhada (JOVCHELOVITCH, 2008, p. 117).

As relações sociais que estabelecemos em nosso cotidiano, diz Moscovici (2009, p. 41) são fruto de representações que são facilmente apreendidas. As representações sociais devem ser vistas como uma maneira específica de compreender e comunicar o que nós já sabemos, processos de uma atividade mental individual ou coletiva que reconstitui o real. Aqui, claramente, encontramos outro ponto em comum entre a teoria de Moscovici e o jornalismo. Defendemos que é função do jornalismo uma maneira específica de explicar a realidade, de simplificar temas e assuntos complexos e acontecimentos sociais. De certa forma, o jornalista está sempre interpretando uma determinada realidade, sendo assim, podemos afirmar que o jornalismo, ao interpretar os fatos, permite aos sujeitos interpretarem o mundo e se orientarem nele.

As representações sociais ocupam uma posição em algum ponto entre conceitos que têm como objetivo abstrair sentido do mundo de uma forma significativa. Para Moscovici (2009), as representações sociais possuem duas faces independentes, a face icônica e a face simbólica: “Nós sabemos que: representação = imagem/significação; em outras palavras, a representação iguala toda imagem a uma ideia e toda ideia a uma imagem” (MOSCOVICI, 2009, p. 46). Elas sofrem modificações para fazerem parte da vida cotidiana e se tornarem uma realidade compartilhada, comum a todos. E destaca-se o papel da comunicação:

Os meios de comunicação de massa aceleraram essa tendência, multiplicaram tais mudanças e aumentaram a necessidade de um elo entre, de uma parte, nossas ciências e crenças gerais puramente abstratas, e, de outra parte, nossas atividades concretas como indivíduos sociais (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 48).

É que existe uma necessidade contínua de reconstituir o “senso comum”, declara Moscovici (2009). Nossa coletividade hoje não poderia funcionar se não se criassem representações sociais: “As representações sociais corporificam ideias em experiências coletivas e interações em comportamento. E as ideias disseminadas entre as massas, são e se comportam como forças materiais” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 48).

Um dos enigmas que ocupou séculos de estudos e o verdadeiro objeto da psicologia social está em como transformar conceitos em objetos ou em pessoas. “Se a psicologia social não tentar transpor esse valor, ela fracassará, cessará de existir” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 49). As representações sociais são fenômenos que precisam ser descritos e explicados, dito de outra forma: “São fenômenos específicos que estão relacionados com um modo particular de compreender e de se comunicar — um modo que cria tanto a realidade como o senso comum, por isso ‘social’ em vez de ‘coletivo’” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 49).

Para Moscovici (2009), as representações sociais possuem basicamente duas funções: (1) convencionalizar os objetos, as pessoas ou os acontecimentos, dando forma e os localizando em determinada categoria, produzindo e sintetizando um modelo que será compartilhado por um grupo de pessoas, através de convenções que nos possibilitam conhecer o que cada coisa representa, ajudando a saber interpretar determinada mensagem; e (2) a capacidade de serem prescritivas, impondo-se sobre os indivíduos com uma força irresistível, através de uma combinação de uma estrutura que está presente mesmo antes que nós comecemos a pensar.

A teoria ressalta que as ideias e memórias passadas continuam ativas, mudando e se infiltrando nas nossas ideias atuais. “Sob muitos aspectos, o passado é mais real que o

presente” (MOSCOVICI, 2009, p. 38), característica bastante presente nas reportagens analisadas nesta tese: a idealização de um Nordeste que ficou no passado, na saudade, na “tradição”, de que falam Hobsbawn e Ranger (1997) e Albuquerque Jr. (2011) e que aprofundaremos mais adiante. Logo, as representações sociais são “criaturas do pensamento”, ideias, construções que o sujeito faz para entender o mundo e para se comunicar, que terminam por se constituir em um ambiente real e concreto.

Wagner, Hayes e Palacios (2011) consideram como um ponto importante na teoria das representações sociais a relação íntima entre o sujeito e o objeto. Para eles, os indivíduos precisam se apoiar no objeto da natureza para tornar real a sua experiência subjetiva e individual. A percepção individual se torna para eles a percepção da verdade, por isso objetiva.

A experiência interna de uma pessoa se chama subjetiva porque pode ser uma representação verídica ou equivocada do mundo exterior. De fato, o subjetivo se utiliza frequentemente como sinônimo de uma crença equivocada. Ao manipular os objetos físicos, as investigações sobre a cognição social afirmam que as pessoas podem validar suas representações subjetivas (WAGNER; HAYES; PALACIOS, 2011, p. 68, tradução nossa).

Para os autores, a teoria das representações sociais reconhece o fato de que o conhecimento é social em sua origem e não é um produto da cognição individual: “A relação epistêmica da pessoa com um objeto é definida e é mediada por outros que são mais relevantes para a pessoa” (WAGNER; HAYES; PALACIOS, *op. cit.*, p. 68, tradução nossa). A relação indivíduo-sociedade é um antigo problema das ciências sociais, explica Jovchelovitch (2008); em todas estas respostas, com mais ou menos intensidade, esteve presente a tendência de separar demais sujeito e objeto, tendência que carrega o perigo de se construir uma dicotomia completa entre sujeito e o objeto-mundo. A teoria da representação social tratou de encontrar uma alternativa entre o homem sujeito como medida de todas as coisas e, por outro lado, o entendimento de que o mundo seja compreendido como um conjunto de regularidades empíricas que existe independentemente da ação humana.

Esta é uma situação que desafia a psicologia social das representações, pois esta tenta precisamente introduzir fundações alternativas para entender a representação como processo dinâmico centrado não apenas no sujeito, nem só no objeto, mas exatamente nos espaços de mediação que jazem no entre das relações intersubjetivas e interobjetivas (JOVCHELOVITCH, 2008, p. 41).

Ela define a representação como uma estrutura mediadora e comunicativa entre sujeito-outro-objeto, que liga sujeitos a outros sujeitos e ao mundo. Segundo a autora, o trabalho comunicativo da representação produz símbolos cuja força reside em sua capacidade de produzir sentido, de significar.

A representação coloca algo, ou alguém, no lugar de outra coisa, ou de algum outro: este deslocamento e condensação de objetos e pessoas que dá a cada um e a todos uma nova configuração e sentido constitui a essência da ordem simbólica (JOVCHELOVITCH, *op. cit.*, p. 71).

Moscovici (2009) deixa claro em sua teoria o interesse em saber o lugar que as representações ocupam em uma sociedade pensante. Anteriormente, diz ele, este lugar seria determinado pela distinção entre uma esfera sagrada e uma esfera profana.

São esses mundos separados e opostos que, em diferentes graus, determinam, dentro de cada cultura e de cada indivíduo, as esferas de suas forças próprias e alheias; o que nós podemos mudar e o que nos muda; o que é obra nossa (*opus proprium*) e o que é obra alheia (*opus alienum*) (MOSCOVICI, 2009, p. 49).

Para Moscovici (2009), com o passar dos anos, essa distinção foi abandonada e substituída por outra, mais básica, entre universos consensuais e reificados. No universo consensual, a sociedade é uma criação visível, contínua, permeada com sentido e finalidade, possuindo uma voz humana. No universo reificado, a sociedade é transformada num sistema de entidades sólidas, básicas, invariáveis, que são indiferentes à individualidade e não possuem identidade. Dito de outra forma, no mundo consensual o homem é a medida de todas as coisas, no reificado são as coisas que são as medidas dos seres humanos. “Esta sociedade ignora a si mesma e as suas criações, que ela vê somente como objetos isolados, tais como pessoas, ideias, ambientes e atividades” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 50). Ou seja, é a imposição da ciência no pensamento e na experiência de cada indivíduo que decide o que é verdadeiro e o que não é. Num diálogo possível com as teorias do jornalismo, defendemos justamente o oposto: os jornalistas, assim como as representações sociais, criam novas realidades, novas formas e possibilidades de representar o mundo.

No universo consensual, o mundo é institucionalizado. A sociedade é vista como um grupo de pessoas que são livres e iguais, cada um com possibilidade de falar em nome do grupo e sob seu auspício (MOSCOVICI, 2009). O autor destaca que, dessa maneira, presume-se que cada um tem competência para expressar suas opiniões, revelar seus pontos de vista e construir as leis: “Sob esse aspecto, cada um age como um ‘amador’ responsável, como um

‘observador curioso’ nas frases feitas e chavões do último século” (MOSCOVICI, 2009, p. 50). De acordo com o autor, são políticos amadores, doutores, educadores, sociólogos, astrônomos, etc. que atuam com certa cumplicidade e convenções linguísticas. “Esses mundos são institucionalizados nos clubes, associações e bares de hoje, como eles foram nos “salões e academias do passado” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 51).

Essas regras e convenções tornam possível as pessoas compartilharem um estoque de imagens e de ideias consideradas certas e mutuamente aceitas. É o pensar em voz alta que satisfaz a necessidade de comunicação entre as pessoas e consolida o grupo.

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

Na tentativa de traçarmos um diálogo entre a teoria das representações sociais e o jornalismo, apostamos que os meios de comunicação cumprem, de certa forma, função semelhante, ou seja, de tornar públicos os assuntos que elegem como importantes para uma sociedade. O principal objetivo da notícia, além de informar, é introduzir o assunto nas rodas de conversa, é provocar discussões para manter circulando a conversação e os comentários dos acontecimentos no mundo. Vizeu e Correia (2008) defendem a tese de que os telejornais no Brasil se converteram na “nova praça pública” do mundo contemporâneo, semelhante ao coro grego de que fala Moscovici (2009). Muda-se o cenário, mas o objetivo de manter circulando a comunicação entre as pessoas permanece.

Já num universo reificado, diz Moscovici (2009), a sociedade é vista como um sistema de diferentes papéis e classes, cujos membros são desiguais. Nesta concepção de mundo, a participação das pessoas é determinada de acordo com o mérito, com a função, com o trabalho que exerce. Cada um com suas regras e seus regulamentos, independentemente das próprias vontades. “Existe um comportamento adequado para cada circunstância, uma forma linguística para cada confrontação e, nem é necessário dizer, a informação apropriada para um contexto determinado” (MOSCOVICI, 2009, p. 52).

A diferença entre os dois universos mostra-se evidente. Os limites entre eles dividem a realidade coletiva e, de fato, a realidade física em duas. As ciências sendo os meios pelos quais entendemos o universo reificado, enquanto as representações sociais, o universo

consensual. No universo reificado, a finalidade é estabelecer um mapa dos objetos e acontecimentos que são independentes de nossos desejos e aos quais devemos reagir de modo imparcial e submisso, onde não há espaço para contestação.

As representações sociais fazem parte do mundo consensual, pois elas restabelecem a consciência coletiva, dando-lhe forma e explicando os objetos e acontecimentos de modo que eles se tornam mais acessíveis.

O uso de uma linguagem de imagens e de palavras que se tornaram propriedade comum através da difusão de ideias existentes dá vida e fecunda aqueles aspectos da sociedade e da natureza com os quais estamos interessados. Sem dúvida — e isso é o que eu decidi mostrar — a natureza específica do universo consensual, produto do qual elas são e ao qual elas pertencem exclusivamente (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 53).

Na tentativa de explicar que o conhecimento é uma elaboração coletiva ou social, Wagner, Hayes e Palacios (2011) deixam claro que o grupo ou a comunidade, através do seu sistema de representação, elaborado em seus discursos e em seus atos de comunicação, possibilitam ao indivíduo compreender e interagir com o mundo. Pensamento confirmado por Moscovici (2009, p. 49) quando diz que: “a representação social é uma modalidade de conhecimento particular que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos e que ela é uma preparação para a ação”. Essas representações partiriam da observação da realidade pelo indivíduo e depois por ele relatada.

Defendemos que o jornalismo também é uma modalidade de conhecimento e que a prática desses profissionais é uma tentativa cotidiana de interpretação da realidade. Assim, a partir de procedimentos e técnicas específicas, os jornalistas fazem a interpretação dos fatos. Para Traquina (2005, p. 26), os jornalistas são participantes ativos na definição e na construção das notícias e, por consequência, na construção da realidade; de forma criativa e periódica, eles inventam novas palavras para construir o mundo através das notícias. E, por meio desses relatos e observações, surge um tipo de conhecimento que se origina do diálogo, da troca de ideias e de impressões, da transmissão de informação (MOSCOVICI, 2009). Destacamos o que diz a professora Nilma Crusoé (2004, p. 109):

O diálogo permite que determinados conceitos ganhem competência e passem, muitas vezes, a ter um formato enciclopédico. Esse conhecimento exprime algumas das “ideias que pairam no ar”, que são capazes de revelar o que um determinado grupo pensa sobre alguma situação determinada.

As representações sociais devem ser vistas como uma maneira específica de compreender e comunicar o que nós já sabemos, diz Moscovici (2009, p. 46), que tem como

objetivo entender e introduzir uma certa ordem e percepções que reproduzam o mundo de uma forma significativa. Para Jovchelovitch (2008), representar seria tornar presente o que de fato está ausente por meio do uso de símbolos. A autora ainda observa que essa função está na base da construção da linguagem para o estabelecimento de inter-relações que constituem a ordem social e é o material que forma e transforma as culturas no tempo e no espaço.

As representações não são um espelho do mundo “lá fora” e não são unicamente construções mentais de sujeitos individuais. Elas implicam um trabalho simbólico que emerge das inter-relações Eu, Outro e objeto-mundo e, como tal, têm o poder de significar, de construir sentido, de criar realidade (JOVCHELOVITCH, 2008, p. 35).

Como as representações sociais, o jornalismo ou a função do jornalismo não é ser o espelho do mundo, pois ele não é a “realidade” em si, o jornalismo pressupõe interpretações condicionadas ao seu contexto e constrangimentos. A prática jornalística, de certa forma, tenta construir uma nova realidade. Por isso, acreditamos que as representações sociais podem contribuir para um entendimento maior, para um desvelamento das questões pertinentes ao processo de construção da notícia e seu campo, fornecendo uma compreensão teórica do jornalismo em acordo com os conceitos defendidos por Moscovici (2009).

Jovchelovitch (2008) também deixa clara a relação da representação nos campos sociais como uma construção de visões de mundo, estabelecendo uma ligação direta com sistemas de conhecimento cotidiano que não buscam apenas um referencial para guiar a comunicação, a coordenação da ação, mas também expressam de forma efetiva os projetos e as identidades de atores sociais e as inter-relações que eles constroem. A representação é social, diz a autora, e a formação da representação é uma tarefa pública, pois usa símbolos para significar, tornando possível compreender o seu poder de construir a realidade.

É a função simbólica das representações que permite o abandono da ideia do conhecimento como correspondência plena entre representação e o mundo “lá fora” e é ela que desestabiliza a velha ideia de representação como cópia do mundo exterior (JOVCHELOVITCH, *op. cit.*, p. 38).

Através da representação, os sujeitos e a comunidade interpretam um determinado objeto e um estado de coisas no mundo, mas eles também têm a capacidade de fazer emergir o que elegeram importante, relevante na natureza dos mundos sociais que habitam. Segundo Jovchelovitch (2008), ao considerar a significação e o contexto social como parâmetros fundamentais desses fenômenos representacionais, as representações sociais tentam responder teoricamente questões relacionadas à produção e à transformação do saber; a contextos sociais

e culturais e numa diversidade de forma que assumem em esferas públicas contemporâneas. As representações sociais também oferecem enquadramentos para entender velhos e novos problemas ligados à construção do conhecimento, assim como a questões relacionadas à sociologia social dos saberes, ao não familiar, ao desconhecido, assunto que abordaremos mais profundamente no próximo item sobre as representações sociais e o conhecimento.

4.2 Representações sociais e conhecimento

Em suas investigações filosóficas acerca da linguagem, Wittgenstein (1999) esclarece:

Quando os filósofos usam uma palavra — “saber”, “ser”, “objeto”, “eu”, “proposição”, “nome” — e procuram apreender a essência da coisa, deve-se perguntar: essa palavra é usada de fato desse modo na língua em que ela existe? — Nós reconduzimos as palavras do seu emprego metafísico para seu emprego cotidiano (WITTGENSTEIN, 1999, p. 66).

Berger e Luckmann (2009), a respeito da linguagem, afirmam ser o mais importante sistema de sinais da sociedade humana. “A vida cotidiana é sobretudo a vida com a linguagem, é por meio dela que participo com os meus semelhantes” (BERGER; LUCKMANN, 2009, p. 57). A linguagem é a capacidade de comunicar significados, e por meio dela um mundo inteiro pode ser atualizado a qualquer momento. Ela também tipifica as experiências e, podendo ser agrupada em categorias, passa a fazer sentido não somente para o próprio indivíduo que fala, como também para os seus semelhantes: “A linguagem constrói, então, imensos edifícios de representação simbólica que parecem elevar-se sobre a realidade da vida cotidiana como gigantescas presenças de um outro mundo” (BERGER; LUCKMANN, *op. cit.*, p. 61). Sendo assim, a linguagem simbólica torna-se componente essencial da realidade da vida cotidiana e da apreensão pelo senso comum desta realidade, pois vivemos num mundo de símbolos:

Vivo no mundo do senso comum da vida cotidiana equipado com corpos específicos de conhecimento. Mais ainda, sei que outros partilham, ao menos em parte, deste conhecimento, e eles sabem que eu sei disso. Minha interação com os outros na vida cotidiana é, por conseguinte constantemente afetada por nossa participação comum no acervo social disponível do conhecimento (BERGER; LUCKMANN, *op. cit.*, p. 62).

Para Wagner, Hayes e Palacios (2011), o conhecimento cotidiano compreende o conhecimento apreendido de nossos pais e os valores culturais que nos foram incutidos durante a socialização primária. Para eles, a vida social das pessoas em todas as partes do mundo, sejam em regiões economicamente desenvolvidas ou em desenvolvimento, tem

experimentado mudanças e reconstruções permanentes, mas raramente o conhecimento mais moderno nos confronta com nossa herança histórico-cultural de uma forma realmente nova e clara. “Em vez disso, todos os conhecimentos adquiridos desta forma são um conjunto de elementos tradicionais e recentes que é difícil de separar” (WAGNER; HAYES; PALACIOS, 2011, p. 78, tradução nossa).

O acervo social do conhecimento de que falam Berger e Luckmann (2009) permite uma localização dos indivíduos na sociedade e pode ser acumulado, sendo essa acumulação seletiva, determinando aquilo que será retido e o que será esquecido:

Em virtude desta acumulação constitui-se um acervo social do conhecimento que é transmitido de uma geração a outra e utilizável pelo indivíduo na vida cotidiana (BERGER; LUCKMANN, 2009, p. 62).

Para os autores, embora o estoque social do conhecimento represente o mundo cotidiano de maneira integrada, diferenciado de acordo com zonas de familiaridade e afastamento, deixa opaca a totalidade desse mundo, pois tudo nunca pode ser apreendido em sua totalidade, sempre haverá áreas de sombra e obscuridade.

Sobre a falta de totalidade do conhecimento em relação aos meios de comunicação, dizem Wagner, Hayes e Palacios:

Aceitamos e empregamos a informação que nos é oferecida pelos meios de comunicação de massa e conversamos com nossos amigos e conhecidos no caso de querer saber mais acerca de algum tema. Em parte, esse conhecimento e esses valores estão sofrendo um grande desenvolvimento histórico, a fim de tornarem-se um segmento de nossa cultura (WAGNER; HAYES; PALACIOS, 2011, p. 78, tradução nossa).

Para os autores, ao longo da história as religiões e seus sistemas de valores conduziram e formaram a sociedade de maneira tão determinante que seria impossível separar sua influência prática ou teoricamente de uma cultura particular. A cultura forma as instituições e os modos de organização das sociedades. Tudo isso são armazéns de conhecimento e formas de experiência integrantes da identidade humana. No livro “*El discurso de lo cotidiano y el sentido común: La teoría de las representaciones sociales*”, Wagner, Hayes e Palacios destacam que, nos últimos 100 a 200 anos, um novo campo de conhecimento tem se desenvolvido, o campo científico, substituindo fontes clássicas de conhecimento no passado, como as religiões e as instituições. Mas esse campo das ciências, devido a sua estrutura lógica, só pode produzir um conhecimento proposicional e

instrumental, isto é, um conhecimento que exclui vários componentes formadores de juízo de valor, como os discursos políticos e ideológicos que fazem parte de uma sociedade real:

Observamos muitas conversas de homem ou mulher da rua, que se referem — implícita ou explicitamente, mas sempre de forma resumida — a supostas descobertas da ciência. Impresso e especialmente popularizado, o conhecimento científico penetra nos discursos cotidianos formando pontos de vista, estratégias de argumentação e formas de atribuir culpas (WAGNER; HAYES; PALACIOS, 2011, p. 79, tradução nossa).

Resumindo, ao se apropriar dos elementos do conhecimento científico e de suas práticas, o senso comum adapta os conceitos da ciência para empregá-la na vida cotidiana. Essa adaptação segue alguns critérios nas práticas cotidianas das representações sociais e também nos meios de comunicação; dessa forma, a teoria das representações sociais se ajusta ao senso comum, marcando as diferenças e semelhanças com o entendimento científico. Todas essas possibilidades são sujeitos potenciais de investigação das representações sociais. Um bom exemplo para ilustrar o que Wagner, Hayes e Palacios (2011) chamam de “popularização da ciência” aconteceu com a doença da Aids, que adquiriu uma repercussão repentina e que se estende até hoje. Para os autores, o debate em torno da Aids serviu para reconstruir os primeiros passos da origem temática de uma representação social.

O debate nos meios massivos de comunicação tem semelhança com as discussões públicas sobre a sífilis durante a segunda metade do século XIX. Desde o início do debate sobre a Aids, ele adquiriu um tom marcado pela relação de ameaça incontrolável, o que levou a um debate moral (WAGNER; HAYES; PALACIOS, *op. cit.*, pp. 87-88, tradução nossa).

A Aids, segundo os autores, não era vista como uma doença contagiosa contraída de maneira individual, mas sob um estigma e como um “castigo divino” às minorias que mantinham práticas sexuais desviadas. Em lugar de tentar descobrir de onde surgiu a doença, a maioria da população estava preocupada em fazer julgamentos morais como uma forma de defesa, para se proteger da ameaça.

Foram necessários muitos anos de discussão nos meios de comunicação de massa antes que os fatos sustentados pelo conhecimento científico comessem a estruturar a consciência pública (WAGNER; HAYES; PALACIOS, 2011, p. 88, tradução nossa).

Só agora podemos enfrentar de maneira pragmática o fenômeno da Aids, dizem os autores, pois sabemos que a doença não perdoa mulheres e que nem está limitada a certas práticas sexuais: “No entanto, o conhecimento generalizado não impede que a doença seja

usada como uma forte metáfora social, por trás da qual se escondem medos, conflitos, tabus e projeções” (WAGNER; HAYES; PALACIOS, *op. cit.*, p. 88, tradução nossa).

Para explicar esses novos tipos de dinâmicas e autonomia das sociedades modernas, para saber por que criamos as representações, Moscovici (2009, p. 54) recorre a três hipóteses tradicionais: (1) a hipótese da desiderabilidade, quando uma pessoa ou um grupo procura criar imagens, construir sentenças que irão tanto revelar como ocultar a sua ou as suas intenções, sendo essas imagens e sentenças distorções subjetivas de uma realidade objetiva; (2) a hipótese do desequilíbrio, isto é, aqui todas as ideologias, todas as concepções de mundo são meios para solucionar tensões psíquicas ou emocionais, motivadas por um fracasso ou uma falta de integração social, são, portanto, compensações imaginárias, com a finalidade de restaurar um grau de estabilidade interna; (3) a hipótese do controle, em que os grupos criam representações pra filtrar a informação que provém do meio ambiente e dessa forma controlar o comportamento individual, funcionando como uma espécie de manipulação do pensamento e da estrutura da realidade, semelhante aos métodos de controle “comportamental” e de propaganda, que exercem uma coerção forçada em todos aqueles a quem são dirigidos. Porém, o próprio Moscovici afirma que as três hipóteses ao mesmo tempo que são verdadeiras, pois as representações sociais podem aparecer em qualquer um dos três casos, são também demasiadamente gerais: “Elas não explicam por que tais funções devem ser satisfeitas por esse método de compreender e comunicar e não por algum outro, como pela ciência ou a religião, por exemplo” (MOSCOVICI, 2009, p. 54).

Numa tentativa de responder à questão, mesmo de uma forma intuitiva, Moscovici aposta na afirmação de que a finalidade de todas as representações é tornar familiar algo não familiar, ou a própria não familiaridade: “O que quero dizer é que os universos consensuais são locais onde todos querem sentir-se em casa, a salvo de qualquer risco, atrito ou conflito” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 54). A familiaridade confirma tudo o que é dito, as crenças, as interpretações adquiridas, a expectativa de que aconteçam, sempre de novo, as mesmas situações, gestos e ideias. Para ele, a dinâmica das relações é uma dinâmica de familiarização, em que objetos, pessoas e acontecimentos são percebidos e compreendidos em relação a prévios encontros e paradigmas. E a memória, destaca o autor, prevalece sobre a dedução, o passado sobre o presente, a resposta sobre o estímulo e as imagens sobre a “realidade”:

Aceitar e compreender o que é familiar, crescer acostumado a isso e construir um hábito a partir disso é uma coisa; mas é outra coisa completamente diferente preferir isso como um padrão de referência e medir tudo o que acontece e tudo o que é percebido em relação a isso. Pois, nesse caso, nós simplesmente não registramos o que tipifica um parisiense, uma

pessoa “respeitável”, uma mãe, um Complexo de Édipo etc., mas essa consciência é usada também como um critério para avaliar o que é incomum, anormal e assim por diante. Ou, em outras palavras, o que é não-familiar (MOSCOVICI, 2009, p. 55).

Quando as informações e opiniões partem da ciência, da arte e da economia, que se referem a universos reificados, elas diferem de muitas maneiras das opiniões familiares, das práticas que construímos a partir do que coletamos das tradições científicas, artísticas e econômicas, e também se diferenciam da experiência pessoal e dos boatos. E porque são diferentes tendemos a pensar neles como fatos irrealis, invisíveis, pois o mundo da realidade é aquele resultado das limitações e/ou de convenções. O sentimento de não familiaridade surge quando as fronteiras e/ou convenções desaparecem; quando as diferenças entre abstrato e concreto ficam confusas. “Ele não encontra o que esperava encontrar e é deixado com a sensação de incompletude e aleatoriedade” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 55).

Um bom exemplo dessa sensação de incompletude e estranhamento pode ser encontrado na pesquisa em representações sociais sobre os doentes mentais, realizada por Jodelet (2005) na França. A pesquisadora fez um estudo sociopsicológico sobre a colaboração das famílias de uma comunidade francesa para auxiliar na terapia dos doentes mentais. Durante o trabalho, foi percebido que a relação que as pessoas estabelecem com os doentes mentais é semelhante à relação entre pessoas de culturas diferentes. Na maioria das vezes, o outro diferente incomoda, porque o outro não é como nós: “A população, para proteger-se contra aquilo que ela constrói como uma ameaça, inventa uma ordem que ela defende por meios materiais e simbólicos” (JODELET, 2005, p. 378).

Para Moscovici (2009), todas as coisas, tópicos ou pessoas banidas ou remotas, todos os que foram exilados das fronteiras concretas de nosso universo possuem sempre características imaginárias, e essas coisas ou pessoas nos incomodam porque existem e são percebidos sem ser percebidos; sua irrealidade se torna aparente quando sua realidade é imposta sobre nós. E é essa presença real de algo ausente que Moscovici caracteriza como a não familiaridade. O não familiar atrai e intriga pessoas e comunidades, enquanto ao mesmo tempo as deixam alarmadas, obrigam a tornar explícitos os pressupostos implícitos que são básicos ao consenso. O medo do que é estranho é profundamente arraigado em todos nós:

Isso se deve ao fato de que a ameaça de perder os marcos referenciais, de perder contato com o que propicia um sentido de continuidade, de compreensão mútua, é uma ameaça insuportável. E quando a alteridade é jogada sobre nós na forma de algo que “não é exatamente” como deveria ser, nós instintivamente a rejeitamos, porque ela ameaça a ordem estabelecida (MOSCOVICI, 2009, p. 56).

Para Jovchelovitch (1998), uma tentativa de entender esses “saberes sociais” em sua diversidade de atitudes e reações implica numa série de categorias, sem as quais não poderemos entender o sentido das representações sociais. Para isso, a autora estabelece questionamentos que podem nos ajudar metodologicamente em nossa investigação: (1) quem é o sujeito do trabalho representacional? Ou seja, a identidade de quem sabe; (2) quando o sujeito sabe?, ou seja, o momento histórico dos saberes; (3) a partir de que lugar o sujeito sabe?, ou seja, o contexto social dos saberes; (4) qual o objetivo do sujeito que sabe?, qual a função e a consequência social dos saberes.

Segundo Jovchelovitch (1998), para que possamos explorar as implicações plenas das representações sociais na vida social, precisamos entender o sistema de diferenças que dão conta dos significados que elas têm na vida social: “Representações expressam identidades e afetos, interesses e projetos diferenciados, referindo-se assim à complexidade das relações que definem a vida social” (JOVCHELOVITCH, 1998, p. 81).

De certa forma Bauer (2009) dialoga com a citação acima quando diz que as representações sociais são representações de alguma coisa sustentada por alguém, sendo, por isso, essencial identificar o grupo que as vincula, situar seu conteúdo simbólico no espaço e no tempo e relacioná-lo funcionalmente a um contexto intergrupal específico.

Em seu artigo “A popularização da ciência como ‘imunização cultural’: a função da resistência das representações sociais”, Bauer (2009) afirma que as representações sociais pertencem a uma tradição que pesquisa a popularização da ciência desde os anos 1960. Ele defende que a fronteira inovadora desse estudo é o reconhecimento de que o conhecimento se transforma quando circula para além do seu próprio contexto de produção: “[...] as RS [representações sociais] são a produção cultural de uma comunidade, que tem como um de seus objetivos resistir a conceitos, conhecimentos e atividades que ameaçam destruir sua identidade” (BAUER, 2009, p. 229). Quando os pesquisadores definem as representações sociais, muitas vezes se referem às suas consequências quanto à cognição e à ação, isto é, às suas funções simbólicas e pragmáticas:

A função simbólica se refere ao fato de que em RS lidamos com as imagens variáveis da realidade, através das quais as pessoas estabelecem um sentido de ordem, transformam o não-familiar em familiar através da ancoragem de novos conhecimentos em antigos esquemas, criam uma estabilidade temporária através da objetivação e localizam a si próprias entre os demais através de um senso de identidade social (BAUER, 2009, p. 231).

Quanto à função pragmática das representações sociais, Bauer (2009) afirma que elas se referem ao fato de que nossas ações são motivadas, guiadas, planejadas e justificadas em prejuízo de nossas estruturas simbólicas, para ele as representações sociais se constituem tanto em percepção como em ação.

Segundo Moscovici (2009), o ato de re-apresentação é uma forma de transferir o que nos perturba, o que ameaça o nosso mundo, do exterior para o interior, do longínquo para o próximo, e essa transferência é feita pela separação de conceitos e percepções, colocando-os em um contexto onde o incomum se torna comum, onde o desconhecido pode ser incluído em alguma categoria conhecida. Ele dá o exemplo da psicanálise, quando as pessoas a comparam a uma confissão, na tentativa de definir e tornar mais acessíveis as práticas utilizadas pelos psicanalistas.

Nesse caso, como também em outros que nós observamos, as imagens, ideias e a linguagem compartilhadas por um determinado grupo sempre parecem ditar a direção e o expediente iniciais, com os quais o grupo tenta acertar com o não-familiar. O pensamento social deve mais à convenção e à memória do que à razão; deve mais às estruturas tradicionais do que às estruturas intelectuais ou perspectivas correntes (MOSCOVICI, 2009, p. 57).

Concluindo, as representações sociais, em contraste com a ciência, que torna o simples complexo, são resultado de um esforço constante de tornar comum e real algo que é incomum (não familiar) ou complexo, que nos dá um sentimento de não familiaridade. A ciência faz exatamente o oposto, pois o seu objetivo é tornar o familiar não familiar em suas equações matemáticas, como em seus laboratórios. A ciência prega o não envolvimento, a repetição de experimentos, distância do objeto, independência da autoridade e tradição (MOSCOVICI, 2009). Já as representações sociais ajudam a superarmos o problema e o integrarmos ao nosso mundo mental e físico, que é, com isso, enriquecido e transformado. “Ciência e representações sociais são tão diferentes entre si e ao mesmo tempo tão complementares que nós temos de pensar e falar em ambos os registros” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 60).

Para Moscovici (2009), as representações sociais, como a ciência, reduzem, em suas devidas proporções, a complexidade do mundo, da mesma forma que, em nossa opinião, faz o jornalismo, operando dentro de um processo de produção que simplifica as complexidades do mundo contemporâneo, que enquadra os problemas dentro de padrões convencionais e facilmente assimiláveis pelo senso comum. A informação fornecida pelos veículos noticiosos possui um papel central na constituição de nossas imagens da realidade, diz McCombs (2009) ao defender a Teoria da Agenda. Da mesma forma, agem as representações sociais quando ajudam a nos orientarmos no mundo, esclarece Bauer (2009).

Pensando as representações sociais enquanto uma forma de conhecimento, como também pensamos o jornalismo, recorremos a Spink (2004), que diz que a psicologia social, ao focar as representações, busca entender as marcas sociais do cognitivo e as condições cognitivas do funcionamento ideológico, “[...] entender seu papel na instituição de uma realidade consensual e sua função sociocognitiva de integração da novidade e de orientação das comunicações e das condutas” (SPINK, 2004, p. 86). Um consenso entre os pesquisadores da área é que as representações sociais são produtos sociais, por isso têm de ser sempre referidas as condições de sua produção (SPINK, 2004). O autor recomenda que, para examinar os mecanismos sociais que intervêm na elaboração cognitiva, devemos acionar dois processos constitutivos enunciados por Moscovici (2009): a ancoragem e a objetivação, as quais veremos a seguir.

4.3 Processos Geradores das Representações Sociais: Ancoragem e Objetivação

Celso Pereira de Sá (1998), em seu livro “A construção do objeto de pesquisa em representações sociais”, orienta como balizamento obrigatório na investigação em representações sociais o princípio da “transformação do não-familiar em familiar” através dos seus processos formadores: a ancoragem e a objetivação.

Embora proposto originalmente para dar conta de fenômenos em que algo de realmente novo — uma teoria, como a psicanálise, ou um fato, como a Aids — surge em um cenário social mais amplo, o princípio pode se aplicar a qualquer coisa que seja — ou em alguma ocasião tenha sido — nova ou estranha para conjuntos sociais específicos (SÁ, 1998, pp. 68-69).

Não é fácil transformar palavras não familiares, ideias ou seres em palavras usuais, próximas e atuais, diz Moscovici (2009). “Para dar-lhes uma feição familiar é necessário pôr em funcionamento mecanismos de um processo de pensamento baseado na memória e em conclusões passadas” (MOSCOVICI, 2009, p. 60). O primeiro mecanismo, segundo o autor, seria o de “ancorar” ideias estranhas, reduzi-las a categorias e a imagem comuns; o segundo, a “objetivação”, quando se materializa uma abstração, se reproduz um conceito em uma imagem.

A ancoragem é 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 apropriadas. Podemos usar como exemplo a tentativa dos cientistas de explicar a origem e as consequências do vírus Zika, enquadrando-o numa categoria de padrões convencionais e já conhecidos, como as doenças transmitidas pelo

mosquito *Aedes aegypti* — analogias também utilizadas pelos jornalistas quando tentam explicar o vírus e a doença.

A ancoragem seria como tentar parar um bote perdido em um dos pontos sinalizadores de nosso espaço social (MOSCOVICI, 2009). Então, em nosso entendimento, é também um dos recursos utilizados pelos profissionais do jornalismo quando fazem uso de metáforas para encaixar assuntos estranhos, ou não familiares, numa categoria que será aceita pelo “senso comum”. Ainda sobre o processo de ancoragem:

O assunto muda quando as ideias científicas são assimiladas por leigos. [...] No entanto, esta diferença entre o conhecimento vulgar e o científico não implica que o conhecimento popular não seja perfeitamente válido para o seu propósito: como um meio de entender e comunicar-se na vida cotidiana (WAGNER; HAYES; PALACIOS, 2011, p. 160, tradução nossa).

Os autores destacam a importância dessa “popularização da ciência” como um processo de assimilação que acomoda o novo segundo velhas características. Eles defendem que, de certa forma, as ideias são utilizadas na emancipação de novas tendências: “A cultura de uma pessoa lhe dá recursos simbólicos usados como núcleos no processo de construção de novos significados e representações” (WAGNER; HAYES; PALACIOS, *op. cit.*, pp. 156-157, tradução nossa).

Quando não somos capazes de avaliar algo, de descrevê-lo para nós mesmos ou para outras pessoas, experimentamos uma certa resistência ou um distanciamento em relação ao fato ou coisa. Para quebrar essa resistência, Moscovici (2009) aponta como o primeiro passo colocar esse objeto ou essa pessoa em uma determinada categoria, rotulá-la com um nome conhecido, o que os jornalistas fazem todos os dias para explicar fenômenos meteorológicos, desastres naturais, catástrofes, descobertas científicas, oscilações econômicas, etc. Para o psicólogo social, a representação é, fundamentalmente, um sistema de classificação e de denotação de categorias e nomes:

Categorizar alguém ou alguma coisa significa escolher um dos paradigmas estocados em nossa memória e estabelecer uma relação positiva ou negativa com ele. Quando nós sintonizamos o rádio no meio de um programa, sem conhecer que programa é, nós supomos que é uma “novela” se é suficientemente parecido com P. quando P. corresponde ao paradigma de uma novela, isto é, onde há diálogo, enredo, etc. (MOSCOVICI, 2009, p. 63).

Classificar e dar nomes são dois aspectos da ancoragem: “O resultado é sempre arbitrário, mas, desde que um consenso seja estabelecido, a associação da palavra com a coisa se torna comum e necessária” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 67).

Segundo este autor, a teoria das representações sociais traz duas consequências: exclui a ideia de pensamento ou percepção que não possua ancoragem, pois seria impossível ter um sistema geral, sem vieses caracterizando diferenças normais de perspectivas entre indivíduos ou grupos heterogêneos dentro de uma sociedade; e os sistemas de classificação e de nomeação não são, simplesmente, meios de graduar e rotular pessoas ou objetos. “Seu objetivo principal é facilitar a interpretação de características, a compreensão de intenções e motivos subjacentes às ações das pessoas, na realidade, formar opiniões” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 70).

Mais uma vez sentimos a necessidade de relacionar a teoria das representações sociais com as teorias do jornalismo. Para isso, recorreremos a Martino (2009) quando discorre sobre o *framing effect* ou o efeito de enquadramento, assunto abordado anteriormente:

Quando se está diante de uma informação, ela é enquadrada nos esquemas prévios de percepção do leitor. Esses esquemas, em uma definição simples, são o conhecimento das pessoas. Essas referências vêm de algum lugar, e essa é uma das premissas mais importantes do modelo do Efeito de Enquadramento: os esquemas de recepção da informação são igualmente construídos pela mídia (MARTINO, 2009, p. 42).

A mídia pode levar o leitor ou telespectador a associar as palavras a partir dos quadros de referência utilizados pelo senso comum. Para que o leitor ou telespectador entenda a notícia e forme sua opinião, é necessário que a informação nova esteja ligada a outras já conhecidas do leitor ou telespectador — isto é, deve ser enquadrada (*framed*) na moldura de referências anteriores, a um contexto (MARTINO, 2009).

Já objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma ideia, é reproduzir um conceito em uma imagem. A cultura — mas não a ciência — nos incita, hoje, a construir realidades a partir de ideias geralmente significantes (MOSCOVICI, 2009). Uma maneira mais clara de compreender a nossa tendência de objetivação seria analisar os fenômenos sociais como a adoração de um herói, a personificação das nações, raças, classes, etc. “Cada caso implica uma representação social que transforma palavras em carne, ideias em poderes naturais, nações ou linguagens humanas em uma linguagem de coisas” (MOSCOVICI, 2009, p. 78).

As representações têm a capacidade de tornarem o não familiar em algo familiar, sendo esta capacidade dependente da memória. Assim, quando a memória é acionada, ela impede que as representações sofram modificações súbitas, é como uma riqueza acumulada que nos protege e nos dá certa independência dos acontecimentos atuais.

Wagner, Hayes e Palacios (2011) dizem que a objetivação é uma subteoria sobre as convicções das pessoas acerca da relação entre suas crenças e um suposto mundo exterior. “O

imperativo pragmático do concreto na vida cotidiana é o que motiva essa metamorfose e faz com que uma idéia abstrata prévia faça parte dos objectos que povoam o mundo e os discursos cotidianos” (WAGNER; HAYES; PALACIOS, 2011, p. 161, tradução nossa).

Para Oliveira e Werba (2009), a objetivação é um processo pelo qual procuramos tornar concreta, visível, uma realidade. A imagem deixa de ser um signo e passa a ser uma cópia da realidade. Jodelet (2001) compreende que a representação social preenche certas funções na manutenção da identidade social, mas, quando a novidade põe em risco valores e modelos de pensamento, torna-se necessário recorrer a um trabalho de ancoragem e objetivação:

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

Para Moscovici (2009), a ancoragem e a objetivação são 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, 2009, p. 78).

De certa forma, a ancoragem e a objetivação também são utilizadas pelos jornalistas para tentar explicar ao público os fenômenos estranhos e até inusitados que acontecem no dia a dia. Quando o telejornalismo funciona hoje, de certa forma, como a grande “praça pública” da sociedade (VIZEU, 2007) e o espaço onde se fortalecem as ideias de “laço social” e de poderoso fator de integração social (WOLTON, 1996), o telejornal passa a constituir uma forte representação de nossa população.

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

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

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

De acordo com Sá (1998), no que se refere à objetivação, talvez seja mais viável tentar evidenciá-la nos meios de comunicação de massa. Além de constituírem importantes fontes de formação das representações no mundo contemporâneo, é neles — na televisão, em especial — que melhor se configura a tendência à concretização das ideias em imagens. Essa afirmação só confirma o nosso desafio de entender como são construídas as representações sociais do Nordeste no “Jornal Nacional”. Apostamos que o telejornal da Rede Globo é fonte geradora de representações sociais, por isso campo fértil de investigação e significação simbólica para se entender como são construídas as imagens da Região no noticiário televisivo de maior audiência do País.

Sobre a imagem do Nordeste construída pela mídia, afirma Albuquerque Jr. (2013, p. 20): “A sensação que se tem quando deparamos com o que é mostrado na mídia, ou mesmo fora dela, como sendo a cultura nordestina, é de que o tempo parou para esta região [...]”. Nos capítulos a seguir, detalharemos a representação social do Nordeste apresentada nas reportagens produzidas pelo telejornal da Globo, mas antes faz-se necessário entender como aplicamos a metodologia para chegar às nossas análises.

5 OLHARES SOBRE O TELEJORNAL

5.1 A pesquisa

A metodologia de análise de conteúdo (AC) aplicada (CASSETTI; DI CHIO, 1999; BARDIN, 2009; TRAVANCAS, 2005) correlaciona-se com a realidade a qual planejamos examinar; foi preciso uma adequação dos procedimentos, levando em conta a sua real correspondência com o objeto investigado. A opção de dizer não à simples leitura do “real” apresentada nas reportagens sobre o Nordeste no Jornal Nacional foi o caminho que trilhamos. Ao lidar com o campo da comunicação, compreendemos ir além dos seus significados imediatos, da leitura fácil, da ilusão da transparência dos fatos sociais.

Esta atitude de “vigilância crítica” exige o desvio metodológico e o emprego de “técnicas de ruptura” e afigura-se tanto mais útil para o especialista das ciências humanas, quanto mais ele tenha sempre uma impressão de familiaridade face ao seu objeto de análise (BARDIN, 2009, p. 30).

Com o objetivo de analisar como são construídas as representações sociais do Nordeste no Jornal Nacional, adotamos como *corpus* todas as reportagens exibidas sobre a Região no ano de 2015. Trata-se da análise da informação contida nas mensagens, em nosso caso, mais especificamente, a análise dos “significados”, ou melhor, a análise dos enquadramentos que os jornalistas dão aos acontecimentos. Segundo Bardin (2009), a análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça. Uma busca de outras realidades através das mensagens.

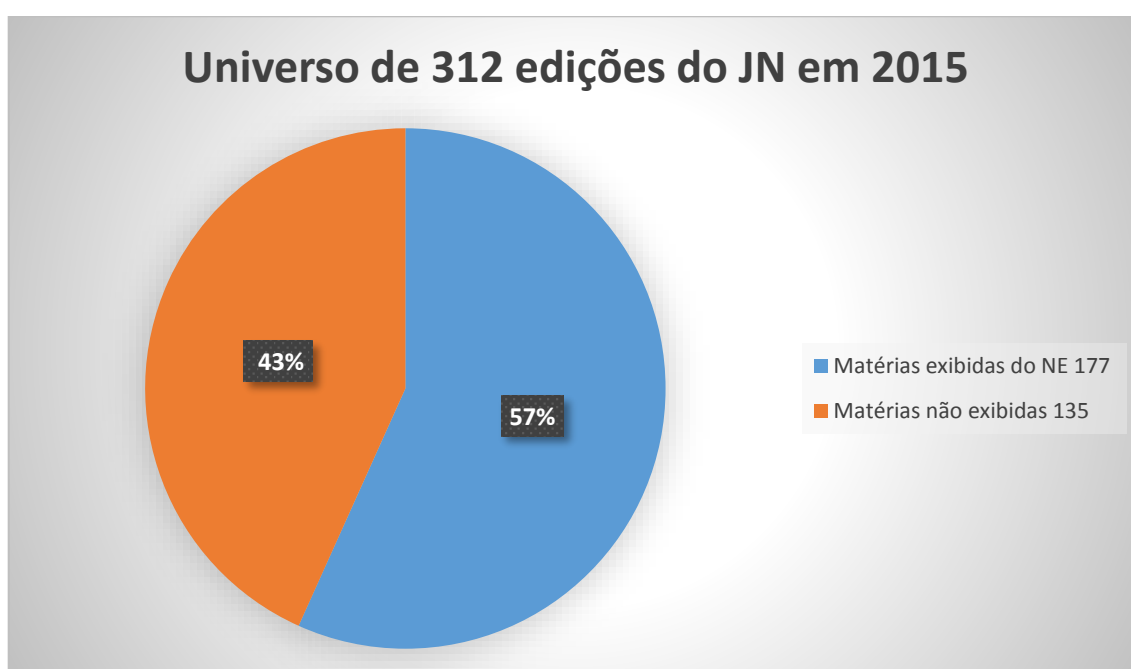
A análise de conteúdo, por seu lado, visa o conhecimento de variáveis de ordem psicológica, sociológica, histórica, etc., por meio de um mecanismo de dedução com base em indicadores reconstruídos a partir de uma amostra de mensagens particulares (BARDIN, *op. cit.*, p.46).

Na análise de conteúdo, há algo a descobrir, tomando-se partido do tratamento das mensagens: “A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)” (BARDIN, *op. cit.*, p.40). Sendo assim, a análise dos temas ou dos enquadramentos de um acontecimento é possível através de um ou vários itens de significação, numa unidade de codificação previamente determinada. A ideia é procurar multiplicar os desmembramentos temáticos, classificando e dividindo as significações do discurso em categorias. A categorização, na AC, tem como objetivo primeiro fornecer, por

condensação, uma representação simplificada dos dados brutos. Bardin (2009) estruturou o método em cinco etapas: (1) organização da análise; (2) codificação; (3) categorização; (4) inferência; e (5) tratamento informático.

Na etapa 1, determinamos que o nosso universo de análise seria todas as reportagens, notas simples e/ou notas cobertas e transmissões “ao vivo” sobre os nove estados que compõem a Região Nordeste do País veiculadas no “Jornal Nacional” durante todo o ano de 2015.

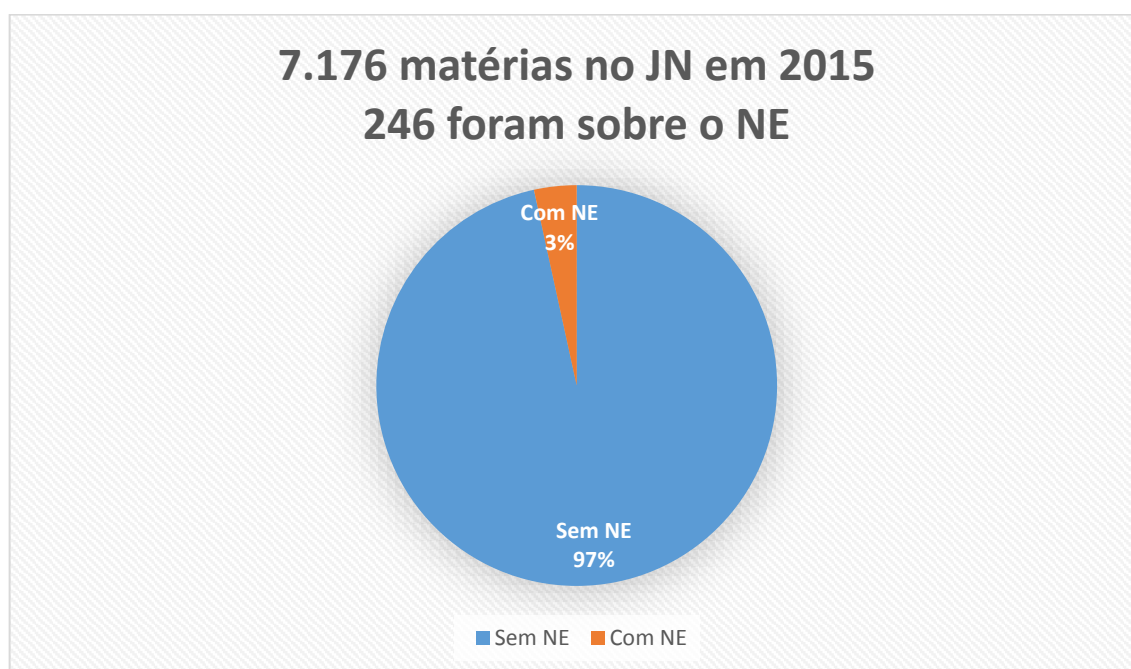
Gráfico 3: Universo das reportagens sobre o NE no "JN" em 2015



Fonte: Elaboração própria.

Nos 12 meses de coleta, cada mês com 26 dias úteis, pois o telejornal não é exibido aos domingos, deu-se um total de 312 edições. Deste universo, 177 programas mostraram alguma reportagem, nota ou “ao vivo” sobre o Nordeste, o equivalente a aproximadamente 57% de todas as edições exibidas (Gráfico 3).

Gráfico 4: Percentual das matérias sobre o NE no "JN" em 2015



Fonte: Elaboração própria.

O “JN” tem aproximadamente 35 minutos de duração, o tempo pode variar conforme os dias da semana, assim, estipulando que cada reportagem tenha em média 1 minuto e 50 segundos, temos uma média diária de 23 reportagens, notas ou “ao vivo” exibidas por telejornal, resultando num total 7.176 notícias exibidas em 2015. Dessas 7.176 notícias exibidas, 246 foram sobre o Nordeste, correspondendo a 3,42% de todas as notícias veiculadas no telejornal em 2015 (Gráfico 4). Percentual considerado baixo se levarmos em conta que a Região Nordeste representa 33% do total dos 26 estados mais o Distrito Federal que compõem a Federação.

Figura 1: Imagens da nota coberta exibida no “JN” sobre o Carnaval nas capitais do Nordeste



Fonte: G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/02/blocos-arrastam-multidoes-em-diversas-cidades-do-pais.html>>. Acesso em: 3 abr. de 2015.

NOTA COBERTA

CABEÇA: OS BLOCOS ARRASTARAM FOLIÕES EM DIVERSAS CIDADES DO PAÍS.

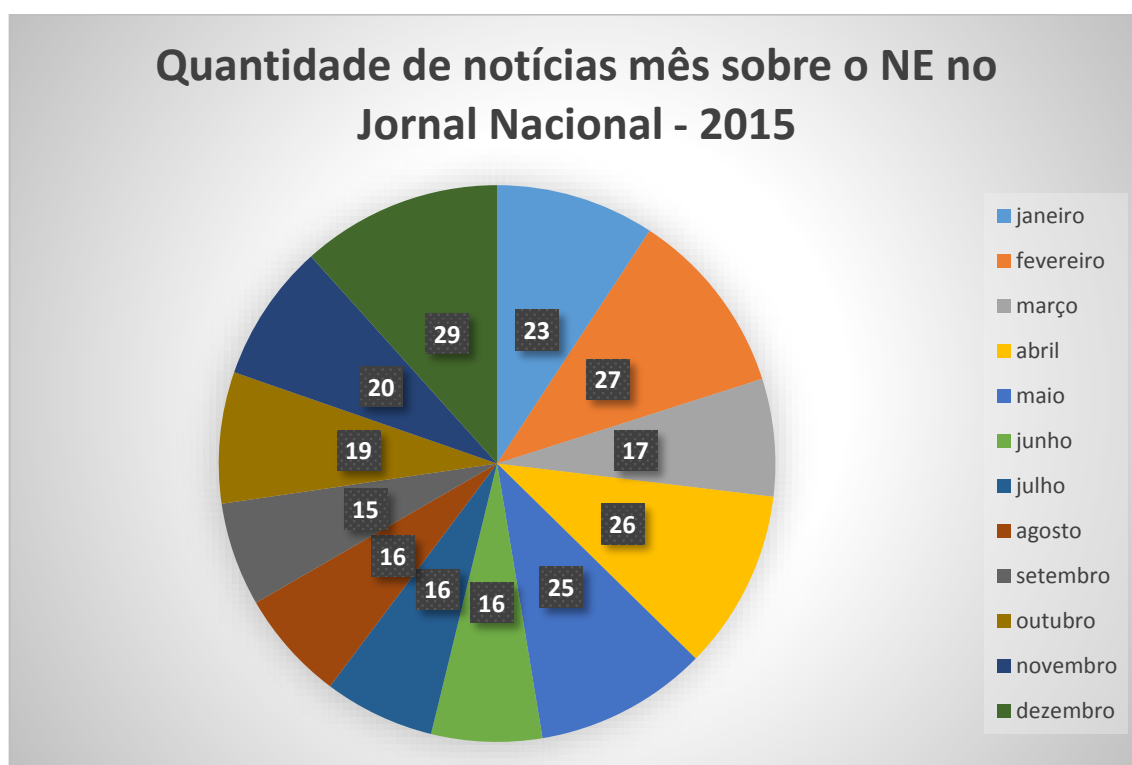
OFF: EM NATAL, UMA MULTIDÃO SE FANTASIOU COM LAMA PARA BRINCAR NO BLOCO DOS CÃO, QUE FOI CRIADO POR PESCADORES QUE NÃO TINHAM DINHEIRO PARA COMPRAR FANTASIA. O BLOCO DA RUA DO PERDÃO LEVOU MUITA GENTE PARA AS RUAS DE PORTO ALEGRE. ELE FOI CRIADO NOS ANOS 80 E É UM DOS MAIS TRADICIONAIS DA CIDADE. A TERÇA-FEIRA DE CARNAVAL TEVE ENCONTRO DE BLOCOS EM BRASÍLIA. O PACOTÃO TROUXE O SAMBA. E OS RAPARIGUEIROS, MÚSICA ELETRÔNICA. EM SÃO LUIZ DO PARAITINGA, NO INTERIOR PAULISTA, A ATRAÇÃO FOI O BLOCO DO BARBOSA. MAIS DE 20 MIL PESSOAS SE DIVERTIRAM. O RAGASDINHO, MAIOR BLOCO DE ARACAJU, ATRAIU MILHARES DE PESSOAS, AO SOM DE ORQUESTRAS DE FREVO. A ANIMAÇÃO FICOU POR CONTA DA BANDA PATUSCO, QUE VEIO DO RECIFE.

NO RIO, TEVE FOLIA PARA TODOS OS GOSTOS. O IRREVERENTE BLOCO DAS CARMELITAS, A ORQUESTRA VOADORA, COM SUA MISTURA DE RITMOS, E, NO FIM DA TARDE, A FESTA FOI DA TRADICIONAL BANDA DE IPANEMA.

TEMPO: 1:18

A constituição do *corpus* foi pensada atendendo às regras de exaustividade, como indica Bardin (2009), não deixando de fora qualquer um dos elementos ligados diretamente às representações sociais do Nordeste no telejornal, como, por exemplo, uma nota coberta sobre a festa de Carnaval em estados do Nordeste, do Sul e do Centro-Oeste (Figura 1). Considera-se a amostragem rigorosa, pois é parte representativa, tratando-se de um universo heterogêneo, o qual requer uma amostra maior que um universo homogêneo.

Gráfico 5: Quantidade de notícias exibidas por mês sobre o NE no “JN” em 2015

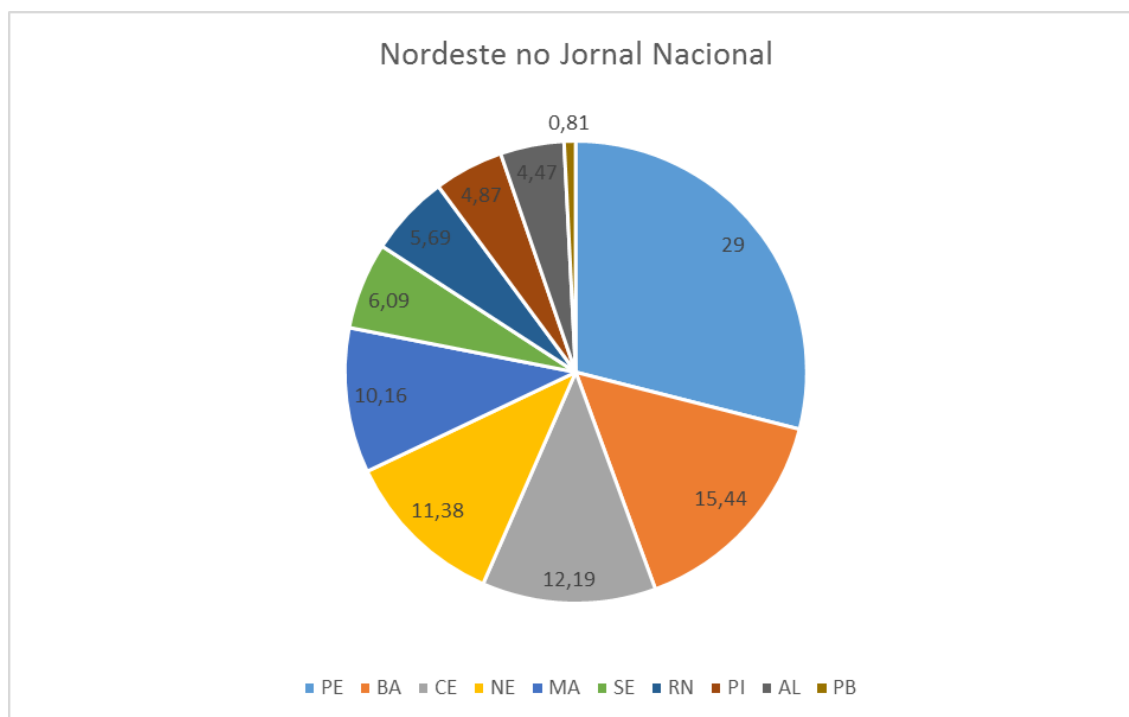


Fonte: Elaboração própria.

Das 246 notícias sobre o Nordeste exibidas no “Jornal Nacional” em 2015, 171 foram reportagens: formato mais completo de notícia, composta pelo *off*, passagem do repórter (não obrigatória) e sonoras (entrevista gravada); 60 notas simples ou cobertas; e 11 transmissões “ao vivo”. Em janeiro, foram exibidas 23 notícias sobre o NE no “Jornal Nacional”; em fevereiro, 27; em março, 17; em abril, 26; em maio, 25; nos meses de junho, julho e agosto, 16; em setembro, 15; em outubro, 19; em novembro, 20; e em dezembro, 29 (Gráfico 5).

O estado que mais produziu matérias sobre o Nordeste no “Jornal Nacional” em 2015 foi Pernambuco, com 53 reportagens, 13 notas e 5 “entradas ao vivo”, totalizando 71 notícias; em segundo lugar, ficou a Bahia, com 24 reportagens, 9 notas e também 5 entradas “ao vivo”, 38 no total; em terceiro, Ceará, com 23 reportagens, 6 notas e 1 entrada “ao vivo”, totalizando 30 exibições; em quarto, São Luís do Maranhão, com 19 reportagens e 6 notas, produzindo 25 notícias no telejornal em 2015; em quinto, Sergipe, com 8 reportagens e 7 notas, num total de 15 inserções; em sexto lugar, ficou o Rio Grande do Norte, com 9 reportagens e 5 notas, num total de 14 exibições; em sétimo, Piauí, com 8 reportagens e 4 notas, totalizando 12 notícias; em oitavo, Alagoas, com 10 reportagens e 1 nota, com um total de 11 notícias, e, por último, a Paraíba, com 2 reportagens exibidas durante todo o ano de 2015.

Gráfico 6: Número percentual por Estado das notícias exibidas sobre o NE no “JN” em 2015



Fonte: Elaboração própria.

Percentualmente, Pernambuco ficou com 29% do total das matérias produzidas no Nordeste; Bahia, com 15,44%; Ceará, 12,19%; Maranhão, 10,16%; Sergipe, 6,09%; Rio Grande do Norte, 5,69%; Piauí, 4,87%; Alagoas, 4,47%; e Paraíba, 0,81% (Gráfico 6). No decorrer das análises, constatamos que algumas reportagens e notas concentravam informações de mais de um Estado. Por exemplo, uma matéria sobre a posse dos governadores do Nordeste, exibida no dia 1º de janeiro de 2015, incluía a eleição em várias capitais nordestinas. Outro formato de notícia apresentado também com informações de vários estados do NE num só VT, mas com características de nota coberta, denominado no jargão telejornalístico de “lapada” ou “lapadão”, permitiu que criássemos um novo item de classificação, que denominamos “Nordeste”. Nesses exemplos, contabilizamos 19 reportagens e 9 “lapadas”, num total de 28 matérias, correspondendo a 11,38% do total das produções sobre o NE no “Jornal Nacional” (destacadas em amarelo no gráfico acima).

Apesar da análise de conteúdo ser tributária do positivismo, corrente de pensamento desenvolvida por Augusto Comte, cuja principal característica é a valorização das ciências exatas como paradigma de cientificidade, entendemos que a ênfase no aspecto quantitativo deva ser complementada com outras ferramentas de análise já expostas aqui, como a observação participante (PERUZZO, 2005), que consiste na inserção do pesquisador

no ambiente de ocorrência do fenômeno, ou seja, nas redações de TV onde se produz a notícia veiculada no telejornal.

Além da observação participante, descrita a seguir, quando a pesquisadora se inseriu no grupo pesquisado — no caso as três redações que mais geraram notícias sobre o Nordeste no Jornal Nacional em 2015: a TV Globo Nordeste, em Pernambuco; a TV Bahia, em Salvador; e a TV Verdes Mares, em Fortaleza, no Ceará —, optamos ainda por adotar entrevistas abertas semiestruturadas e em profundidade (DUARTE, 2005) como técnicas clássicas de obtenção de informações com larga utilização em diversas áreas, entre elas a comunicação:

A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer (DUARTE, 2005, p. 62).

5.2 Imersão nas redações

A abordagem etnográfica permite uma observação coerente das práticas sociais de um grupo, indo além de uma descrição superficial dos fatos em busca de compreender como são produzidas, percebidas e interpretadas pelos membros de uma sociedade. Ela exige um “mergulho” do pesquisador, não sendo um tipo de pesquisa que pode ser realizada em um período muito curto (TRAVANCAS, 2005).

Para Casetti e Di Chio (1999), a etnografia, na análise da televisão, é vista sob um ponto de vista do consumo e da recepção:

O enfoque etnográfico do consumo televisivo tem como objetivo captar o específico de cada ato de recepção, restabelecendo-lhe a variedade de conotações que o acompanham. A principal preocupação das etnografias não reside em facilitar um quadro complexo dos modos em que se usa a televisão, tampouco elaborar regras gerais, senão em examinar em detalhe como se desenvolve cada ato de recepção, como ele evolui, como se caracterizam respectivamente as diferentes situações sociais que lhe cabem. A respeito, pode-se dizer que o método etnográfico implica a passagem de um nível de análise macrosociológico, que lê e interpreta o consumo televisivo em um contexto de fenômenos sociais mais amplos (pensemos, por exemplo, nas investigações sobre estilos de vida), a um nível microsociológico, que estuda as manifestações específicas da recepção (CASSETTI; DI CHIO, 1999, p. 219, tradução nossa).

A nossa perspectiva difere da dos autores citados acima e também da definição clássica do conceito, que tem como objetivo principal o estudo descritivo de um ou de vários aspectos sociais ou culturais de um povo ou grupo social: “O mergulho na cultura do outro —

será a única maneira de o antropólogo conhecer profundamente uma cultura específica e entender o significado de suas lógicas muitas vezes particulares” (TRAVANCAS, 2005, p. 99). Para Edgar e Sedgwick (2003), o etnógrafo não está preocupado em descrever o comportamento do grupo, mas em entender a cultura desse grupo.

Ao propormos como objeto de estudo a análise das representações sociais do Nordeste no “Jornal Nacional”, assim como as práticas de produção das notícias exibidas no telejornal da Globo, entendemos que a abordagem etnográfica não se adequa ao objetivo pesquisado, já que ela se interessa pela cultura dos profissionais envolvidos, e a nossa pesquisa investiga os processos de trabalho e as rotinas produtivas adotadas nas redações. Por isso, adotamos a hipótese de investigação sugerida por (Costa; Vizeu, 2015), denominada de “etnojornalismo”, ou seja, o da observação participante das práticas e rotinas jornalísticas que resultam num produto chamado notícia.

A etnometodologia, termo cunhado por Harold Garfinkel nos anos de 1960, se preocupa com a forma como membros da sociedade criam o mundo social ordenado em que vivem.

As atividades práticas dos membros, em suas atividades concretas, revelam as regras e os procedimentos. Dito de outro modo, a atenta observação e análise dos processos levados a cabo nas ações permitem pôr em dia os procedimentos empregados pelos atores para interpretar constantemente a realidade social, para inventar a vida numa bricolagem permanente (COULON, 1998, p. 34, tradução nossa).

Segundo Coulon (1998), a etnometodologia permite às pessoas perceber, descrever e propor juntas uma definição de determinada situação, numa busca empírica dos métodos empregados pelos indivíduos, para dar sentido e, ao mesmo tempo, realizar suas ações de todos os dias: comunicar-se, tomar decisões, raciocinar. Sendo assim, acreditamos que observar as atividades práticas, a produção criativa e a rotina dos jornalistas dentro das redações de TV ajudaria a entender como se dá o processo de elaboração das notícias e suas representações. E ainda, na tentativa de aperfeiçoar e enriquecer os dados obtidos, investimos também em outras ferramentas qualitativas de investigação: as entrevistas abertas, semiestruturadas (que partem de um roteiro-base, permitindo a condução da entrevista com auxílio de questões-chave) e em profundidade (DUARTE; PERUZZO, 2005; BARDIN, 2009), realizadas a partir de um tema central. Apoiamo-nos também em Bardin (2009) quando afirma que, para tirar partido de um material dito “qualitativo”, a entrevista é indispensável, pois fornece material rico e complexo:

Lidamos então com uma fala relativamente espontânea, com um discurso falado, que uma pessoa — o entrevistado — orchestra mais ou menos à sua vontade. Encenação livre daquilo que esta pessoa viveu, sentiu e pensou a propósito de alguma coisa (BARDIN, 2009, p. 89).

Em relação à observação participante, o êxito da investigação depende, em boa parte, da habilidade do investigador: “Cada observação segue o seu próprio caminho, e a capacidade do investigador reside em adaptar-se às peculiaridades de qualquer situação” (CASETTI; DI CHIO, 1999, p. 225, tradução nossa).

Vale destacar que, em nosso caso, o ambiente pesquisado é bastante familiar, pois durante 11 anos esta pesquisadora integrou a equipe da TV Globo Nordeste, convivendo com repórteres, produtores e editores ligados aos diversos telejornais da casa e também, eventualmente, cobrindo as férias dos profissionais responsáveis pela produção e edição do “Jornal Nacional”, por isso, não houve necessidade de adaptação para compreensão da linguagem e termos utilizados pelos jornalistas em suas rotinas de trabalho dentro das redações.

Guiados por esse espírito, de buscar como enfrentam os desafios diários de representar a Região Nordeste no principal telejornal da Globo, nos colocamos ao lado dos profissionais fazendo um esforço para não naturalizar os processos produtivos empregados no cotidiano das emissoras visitadas. Topamos observar o local de produção para entender os hábitos e o dia a dia das redações, como profissionais que fazem parte de uma “tribo”, que têm uma maneira própria de viver o tempo, de agir, de falar e de ver o mundo (TRAQUINA, 2008):

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

A observação participante, ou participativa, foi possível com a permissão dos responsáveis pelas três emissoras de televisão que mais produziram matérias sobre o Nordeste no “Jornal Nacional” em 2015. Assim, fomos conhecer os profissionais responsáveis pela reportagem, produção e edição do “JN” para saber como as rotinas produtivas impactam no processo de elaboração, criação e seleção das notícias sobre o Nordeste no telejornal.

5.2.1 TV Globo Nordeste

A observação participante foi realizada na redação da TV Globo Nordeste, localizada no Morro do Peludo, em Ouro Preto, Olinda. Durante 20 dias, observamos a rotina dos profissionais envolvidos na produção, edição e reportagem do “Jornal Nacional” (Figura 2). Muitas vezes, a observação se deu de maneira intermitente, outras em dias consecutivos. Entrevistamos o editor de texto⁴⁵ responsável pelo “Jornal Nacional”, o jornalista Charles Tricot (Apêndice A), e o repórter Francisco José (Apêndice B), o profissional mais antigo a cobrir o “Jornal Nacional” na Região Nordeste.

A equipe local do “Jornal Nacional” da TV Globo Nordeste é formada por um editor de texto, que também é o produtor do telejornal, e por três repórteres. Na TV Globo Nordeste, não existe editor de imagem (profissional que trabalha na ilha de edição, onde são montadas as reportagens) nem cinegrafista (profissional que capta as imagens) exclusivos do “JN”. Já com os repórteres é diferente: hoje em dia, pelo menos três são oficialmente autorizados a aparecerem no “Jornal Nacional”. Mas a regra pode ser quebrada se os repórteres dos telejornais locais estiverem fazendo uma matéria que interessa ao “Jornal Nacional” e por algum motivo não puderem ser substituídos, provavelmente eles entrarão no telejornal em cadeia nacional.

Figura 2: Redação da TV Globo Nordeste em Olinda/PE



Fonte: Elaboração própria.

Concentramo-nos nas tarefas exercidas pelo editor do “Jornal Nacional”, Charles Tricot, na função há 12 anos. O expediente de trabalho do editor do “JN” na TV Globo Nordeste começa às 15h e termina às 22h. Aos sábados, o plantão é de 12 horas, e os editores de outros telejornais se revezam, cumprindo um plantão a cada 15 dias. A rotina do

⁴⁵ Jornalista encarregado da edição/montagens das partes que interessam à veiculação da notícia, Vizeu (2005).

profissional responsável pelo “JN” em Pernambuco não é muito dinâmica, ela praticamente se repete sem alterações no dia a dia, pois depende basicamente dos assuntos factuais.

Tricot chega à redação por volta das 14h30. Segundo Traquina (2008), apesar do ineditismo do jornalismo, as empresas têm os seus próprios ritmos. Segundo Tricot (APÊNDICE A), o trabalho começa ainda em casa, quando faz a leitura de todos os jornais impressos do estado e outros de edições nacionais. Em seu relato, destaca a importância de ficar atento aos factuais, às notícias do dia, por ser a matéria-prima do “JN”:

Gosto de organização. Fazemos, então, o contato com o Rio, passamos o dia para a “Mesa Rede” do “JN”. Depois, tocamos as edições de texto, a edição de imagens na ilha, e acompanho ainda a geração de todo o material e confirmo o recebimento do Rio. Daí partimos para o fechamento e encaminhamento da página, fazemos a cabeça da matéria e enviamos os créditos e ainda produzimos as pautas. Lembrando que, ao contrário das outras Globos, onde existem só editores ou produtores, na Globo Recife temos um profissional para fazer as duas funções (APÊNDICE A).

Diferentemente dos outros telejornais da casa, exibidos em cadeia nacional, o “Jornal Nacional” não faz reunião de pauta com as emissoras localizadas em todos os estados do País. A chamada “mesa de Rede”, reunião com os editores de algumas emissoras e correspondentes internacionais, é feita via teleconferência. Todos os contatos, pedidos e solicitações de matérias feitas pela produção do “JN” no Rio de Janeiro são realizados por e-mail, por telefone ou pelo programa de computação interno, instalado para uso exclusivo dos profissionais da emissora. Participam da “mesa de Rede” as praças Globo Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Recife e Minas Gerais, e ainda as redações de Nova York e Londres.

Entre as atividades habituais de um produtor da mesa de Rede, está a de apresentar as sugestões ao editor-chefe. As reuniões de pauta são sempre feitas com esses personagens. Outros poderão participar, para colaborar com sugestões, para simplesmente assistir ao processo de seleção. Mas o editor-chefe e os produtores têm esse encontro diário — não sem algum sofrimento. A reunião de pauta me parece ser o momento mais “esquizofrênico” de todo o processo de elaboração de um telejornal (BONNER, p. 118).

Uma outra prática que faz parte da rotina de todos os editores do “JN” nas três redações pesquisadas é a conversa informal com o editor do telejornal local, que vai ao ar antes do “Jornal Nacional” — no caso de Pernambuco, o “NETV 2ª Edição”, exibido por volta das 19h15 —, para saber quais as reportagens locais produzidas naquele dia.

No meio da tarde, o editor de texto do “JN” confere no espelho (*script* onde estão organizadas, por ordem de entrada, tempo e blocos, todas as matérias que serão exibidas no telejornal do dia) do “Jornal Nacional”. Num dia fraco de factuais, Tricot aproveita para tocar

as matérias frias ou de gaveta⁴⁶ que estão em produção ou edição. As checagens do espelho do “JN” são necessárias, pois, segundo o editor, sempre existe a possibilidade de a TV Globo Nordeste contribuir com alguma informação relevante para as matérias ou notas que serão exibidas naquela noite. Para Tricot, o número reduzido de profissionais responsáveis pelo “JN” na TV Globo Nordeste limita as possibilidades de uma maior participação de Pernambuco no “Jornal Nacional”. Mesmo assim, o Estado, de acordo com os dados levantados, foi o telejornal que mais produziu VTs⁴⁷ sobre o Nordeste em 2015. “O grande problema é que eu tenho que cuidar de toda a produção e a edição sozinho, não tenho muito tempo livre para pensar, ir atrás das pautas” (APÊNDICE A).

Como o “Jornal Nacional” é um noticiário televisivo voltado quase que exclusivamente para os fatos do dia a dia, os profissionais ficam, na maioria das vezes, na expectativa de que algum factual relevante aconteça. Observamos que o mesmo ocorre nas redações da Rede Bahia e da Verdes Mares, no Ceará. Para a diretora de Jornalismo da TV Globo Nordeste, não existe uma equipe ideal, em qualquer lugar, quanto maior o número de pessoas trabalhando, melhor para o departamento. Em relação ao pequeno número de repórteres e equipes responsáveis pelo “Jornal Nacional” em Pernambuco, diz a repórter de rede, que denominaremos aqui de Repórter 1:

A equipe é mínima. Falta gente para pensar a rede. Nós não temos uma meta para cumprir, Fortaleza e Belo Horizonte têm. Eles têm que emplacar um número mínimo de matérias por mês no “Jornal Nacional”. Nós somos referência de rede em todo o Nordeste, somos respeitados pela qualidade de nosso trabalho, mas precisamos investir mais nas produções do “Jornal Nacional” (REPÓRTER 1, 2012, informação verbal).

Em relação à representação do Nordeste no telejornal, segundo Tricot, a visão do nordestino como um homem sofrido, vítima da seca e do flagelo ficou para trás:

É importante mostrar a identidade regional. Sempre fiz questão de não encorajar o “coitadismo” do nordestino que era muitas vezes forçado em matérias nacionais. Fiz questão de mostrar nesses meus 12 anos à frente do “JN” no Recife a riqueza cultural, econômica, a importância da Região. A valorização do homem do Nordeste. E aboli de vez as sonoras que acabavam com: se Deus quer, se Deus quiser, se Deus prover. É a forma fácil de se fazer jornalismo. É a pergunta fácil do repórter. É a edição fácil para o editor de uma fórmula gasta, mas que ainda funcionava no vídeo. Sempre afirmei que o homem do Nordeste, o homem da seca, tem muito mais a dizer que isso. Tentamos trabalhar esse lado com as equipes e conseguimos mostrar um lado bem mais interessante e humano desse povo tão guerreiro. Tão genuinamente brasileiro (APÊNDICE A).

⁴⁶ Jargão utilizado para denominar as reportagens ou VTs que podem ficar aguardando serem exibidas.

⁴⁷ O mesmo que matérias ou reportagens.

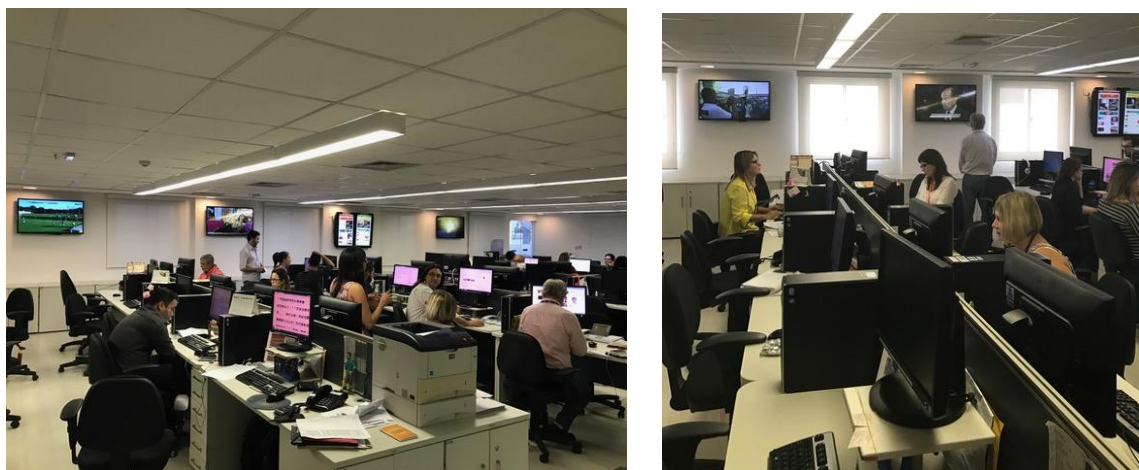
5.2.2 TV Bahia

A visita à redação da TV Bahia, em Salvador, se deu entre os dias 5 e 7 de dezembro de 2016 (Figura 3). A Rede Bahia é um grupo empresarial que atua dentro e fora da Bahia, nos segmentos de mídia, conteúdo e entretenimento, composta por 14 empresas, entre jornal impresso, portais, rádios e televisões. São seis emissoras de TV aberta afiliadas à Rede Globo: TV Bahia, em Salvador; TV Oeste, em Barreiras; TV Sudoeste, em Vitória da Conquista; TV São Francisco, em Juazeiro; TV Santa Cruz, em Itabuna; e TV Subaé, em Feira de Santana, sendo o maior grupo de comunicação do Norte e Nordeste.

A equipe responsável pelo “Jornal Nacional” na redação da TV Bahia em Salvador é formada por uma editora-chefe do núcleo de rede, que denominaremos Editora 1; três produtoras, que são também editoras de texto; três repórteres; e uma equipe de externa, composta por um cinegrafista e um motorista. A Editora 1 coordena toda a comunicação com as cinco emissoras distribuídas no interior do Estado.

Tudo que vem de lá tem que passar por aqui para a gente mandar para a rede. Ou também a gente pede contribuição para eles, quando a gente precisa achar um personagem, um bom exemplo, eu sempre peço que eles me ofereçam matérias, o que está acontecendo lá, para depois eu oferecer para o “JN” (EDITORA 1, 2016, informação verbal).

Figura 3: Redação da TV Bahia em Salvador/BA



Fonte: Elaboração própria.

A Editora 1 chega à redação por volta das 11h30 da manhã e começa a checar os e-mails enviados pela equipe do “JN” no Rio de Janeiro, para saber se tem algum pedido mais urgente, mas, segundo ela, o trabalho começa bem antes desse horário:

Normalmente eu já começo a ver os e-mails lá de casa, na verdade no dia anterior, já tem alguns pedidos do “Jornal Nacional”, aí eu deixo recado para as meninas fazerem, porque tem uma que entra cedo e outra às 9h. E elas têm liberdade de oferecer as pautas (EDITORA 1, 2016, informação verbal).

O contato da coordenadora do núcleo de rede com os profissionais na redação do Rio de Janeiro é sempre por e-mail: “Eu vendo as matérias tentando convencê-los da importância dos assuntos, da relevância da pauta. Eu estou mostrando exemplos de quem faz a diferença” (EDITORA 1, 2016, informação verbal). Para ela, a oferta de assunto sobre o Estado é bem diversificada:

A minha visão é que a gente não tem que oferecer apenas o que é a cara da Bahia, para não ficar só no folclórico. A gente pode oferecer também matérias de economia, por exemplo, mudança de salário mínimo, porque tem que ser só por São Paulo? Na Bahia, 80% da população ganha salário mínimo, então é muito mais forte fechar por aqui. Até porque São Paulo está nas novelas, está nas propagandas, na maior parte das matérias, então, mesmo que seja outro sotaque, outro cenário de fundo das sonoras de “O Povo Fala”, já dá outro ar ao telejornal, isso é o que eu defendo lá, esse é o meu argumento. Isso dá uma cara de jornal nacional (EDITORA 1, 2016, informação verbal).

Para o repórter de rede José Raimundo, há 28 anos na emissora, os temas das pautas sobre a Região no “Jornal Nacional” foram mudando ao longo do tempo:

Já teve um período em que as matérias eram relacionadas a seca e a corrupção nas prefeituras do interior do Nordeste. Isso, durante muito tempo era um tema que invariavelmente tinha uma aprovação. De uns tempos para cá, eu acho que isso mudou um pouco porque o Nordeste tem muitas coisas que são interessantes. [...] O olhar da Globo para o Nordeste não é aquele apenas dos problemas da seca e da corrupção. Acho que os bons exemplos já fazem parte hoje do cardápio que o “Jornal Nacional” tenta oferecer para os telespectadores (APÊNDICE D).

Quando questionado se ainda existem muitos clichês sobre a Região, Zé Raimundo, como é mais conhecido, confessa que evita cair no “lugar comum”:

Eu sou muito exigente comigo mesmo. Eu não me permito fazer isso, não, eu não gosto desses clichês, eu tento fugir deles o máximo. Não sei se eu consigo, mas eu tento muito fugir deles. Eu acho que o texto de televisão, ele tem que facilitar o entendimento, ele não pode ser descritivo, até porque as imagens já estão ali contando tudo, né? O desafio é você interpretar aquilo que a imagem está mostrando que as pessoas às vezes não estão enxergando. O repórter é aquele que vai ali contando uma historinha, as estrelas são os personagens, são as pessoas que estão fazendo parte daquela história (APÊNDICE D).

Em relação ao sotaque nordestino, diz que pode até ajudar:

Eu nunca sofri a menor restrição em alguma matéria por causa do sotaque. Meu sotaque baiano, ninguém nunca reclamou disso. Eu acho que isso ajuda a identificar os repórteres. Quando entra a matéria do Chico José, todo mundo já sabe que é o Chico José, quando entra o José Raimundo, todo mundo já sabe também, porque é um sotaque bem característico (APÊNDICE D).

Segundo o outro repórter de rede, há 13 anos na TV Bahia, que denominamos aqui Repórter 2, no início, a política da Globo era contratar profissionais de outros estados e relocar para onde ela achava interessante e necessário:

Foi o meu caso. Eu sou paraense, de Belém, mas comecei minha carreira na EPTV de Ribeirão Preto, São Paulo. Fui para Alagoas e depois eu vim para a Bahia. Outros repórteres foram de São Paulo para Fortaleza. Eu acho que isso deu uma parada agora (REPÓRTER 2, 2016, informação verbal).

Quanto às pautas sobre a Bahia, o Repórter 2 diz que a variedade de assuntos é muito grande e que o Carnaval é inevitável:

O “JN” gosta muito do olhar diferenciado dentro de um fato que já é conhecido. O Carnaval já é uma coisa batida, então os caras querem alguma coisa diferente. Uma vez sugeri um Carnaval visto do alto do trio. Ficamos o tempo inteiro em cima do trio e gravamos só as coisas que a gente via curiosas lá de cima, também ficou muito legal. Eu faço também o varejo, digamos, do jornalismo do Estado, a seca por exemplo. Tive agora em Sobradinho. Como o “JN” é um jornal que abre espaço para diversas vertentes de pautas, acho que a gente pode trabalhar com uma variedade muito grande (REPÓRTER 2, 2016, informação verbal).

5.2.3 TV Verdes Mares

Figura 4: Redação da TV Verdes Mares, em Fortaleza/CE



Fonte: Elaboração própria.

A visita à TV Verdes Mares, em Fortaleza, no Ceará, aconteceu entre os dias 13 e 17 de junho de 2016 (Figura 4). A emissora é uma das 117 afiliadas da TV Globo e pertence ao Sistema Verdes Mares, o maior grupo de comunicação do Estado do Ceará, do qual também fazem parte o jornal impresso “Diário do Nordeste” e a “TV Diário”. A sede administrativa da TV Verdes Mares fica na capital. A emissora segue a programação da Rede Globo gerada do Rio de Janeiro e de São Paulo. A Verdes Mares cobre todo o Norte do Ceará, enquanto a Região Sul é coberta pela TV Verdes Mares Cariri, em Juazeiro do Norte.

A redação da Verdes Mares em Fortaleza tem um “núcleo de rede”, como eles denominam a equipe de profissionais responsáveis por todos os telejornais transmitidos em cadeia nacional: “Bom Dia Brasil”, “Jornal Hoje”, “Jornal Nacional” e “Jornal da Globo”.

Aqui a gente se divide por turnos. Quem está pela manhã cuida das demandas dos telejornais da manhã, mas sempre pensando no dia seguinte, nos outros telejornais também. À tarde, que é o meu caso, entro às 13h e saio às 21h, quando acaba o “Jornal Nacional”, fico responsável pelas edições e produções que surgiram nesse turno (APÊNDICE C).

A chefe do núcleo de rede é responsável pela edição de texto do “Jornal Nacional”, além dela, outra editora de texto também compõe o núcleo. O trabalho da editora-chefe começa às 13h, com a leitura de um relatório escrito pela outra editora, que chega às 7h da manhã. A partir da leitura do relatório, a editora do “JN” dá início às produções e demandas do dia.

Além das duas editoras, o núcleo de rede é formado por dois repórteres, um exclusivo do “JN”; uma produtora; e um estagiário de produção. Duas equipes de reportagem dividem o turno da manhã, e outra o da tarde, cobrindo todas as demandas dos telejornais veiculados nacionalmente, atendendo também pedidos de programas como: “Fantástico”, “Mais Você”, “Encontro com Fátima Bernardes”, “Globo Rural”.

A equipe do núcleo de rede convive em um mesmo espaço com as equipes dos telejornais locais, assim também são nas outras duas redações visitadas. Logo na entrada, numa espécie de aquário, numa sala isolada por paredes de vidro, fica o diretor de Jornalismo, que está no cargo há 18 anos. A mesa do diretor fica voltada para a redação, de onde pode se ver toda a movimentação das equipes.

A TV Verdes Mares tem profissionais em Juazeiro do Norte, Sobral e Fortaleza, num total de 25 equipes de reportagem para cobrir todo o Estado do Ceará. A equipe exclusiva para cobrir o “Jornal Nacional” é formada por um repórter, um produtor, um estagiário de produção e um editor de imagem. De acordo com a editora-chefe do “JN”, são oferecidas,

diariamente, pelos menos duas pautas aos produtores do telejornal no Rio de Janeiro: “Mesmo se for para ouvir um não, esse exercício semanal de oferecer pautas a gente tem que fazer” (APÊNDICE C). Segundo ela, o primeiro contato com a praça Rio é feito pela outra editora do núcleo de rede que trabalha no horário da manhã, quando se oferecem os factuais. Para a editora da manhã, denominada de Editora 2, quando o factual ajuda, o dia começa produtivo:

Já mandamos para o “JN” algumas imagens de uma festa dentro de um presídio local, consumindo bebidas e drogas, enviadas para nossa redação por grupos de WhatsApp. Os produtores aqui estão dentro de grupos estratégicos. Já mandei para o coordenador da Mesa Rede, já falei com ele sobre o contexto e ele ficou de avaliar na reunião da manhã, apesar de que, pela avaliação dele de antemão é algo que a gente ainda precisa um pouco mais de tempo para ver se realmente vale um “JN” (EDITORA 2, 2016, informação verbal).

Segundo a Editora 2, a resposta se a sugestão do factual entrará ou não no “JN” só será dada pelos profissionais sediados no Rio de Janeiro no final da manhã: “Depois da reunião da manhã, em que eles fazem o pré-desenho do espelho, é que dizem se vai ser um VT ou uma nota, ou então vão dizer que não precisa” (EDITORA 2, 2016, informação verbal). As afiliadas não participam da Mesa Rede, realizada via videoconferência. Na opinião da editora-chefe da Verdes Mares, a ausência das emissoras afiliadas na reunião de pauta dificulta o trabalho:

O que eu acho ruim nessa metodologia deles é que eles fazem a reunião lá, só com algumas praças. E a gente, as afiliadas, é via e-mail, então a gente tem que seduzir o produtor, negociar, ver se é um dia bom para vender a pauta. Acho muito importante a gente conhecer quem está do outro lado (APÊNDICE C).

Já para a Editora 2, o mais importante é que eles saibam a informação sobre o Estado do Ceará pela equipe da afiliada, e não por outras fontes. “Nós somos o olhar da rede no local. A experiência exige que a gente tenha esse olhar de rede. Eu sempre gosto de compartilhar com eles a informação para ficar tranquila” (EDITORA 2, 2016, informação verbal). Para enfrentar a concorrência com os factuais oferecidos pelas outras emissoras, a editora-chefe do “JN” em Fortaleza monta algumas estratégias:

A gente oferece o factual, mas está sempre em busca de pautas frias, porque, como a gente não está nem no centro econômico, que é São Paulo, nem no centro político, que é Brasília, a gente tem que pensar outras pegadas, outras abordagens, um bom personagem, que possa render uma boa matéria. A gente não descansa, porque factual a gente não tem todos dias, então é o momento de a gente parar e buscar algo que de repente possa interessar aos editores de lá (APÊNDICE C).

Quando questionada sobre o que interessa ao “JN” além dos factuais, a editora-chefe responde:

A gente oferece muita matéria de seca, por mais que eles perguntem: mas o que tem de novo? Muita gente acha que o Nordeste é uma coisa só e não é. Eles exigem um olhar da gente, um olhar diferente de um mesmo fato, e a gente tenta pegar um olhar diferente daquela mesma coisa. Isso é o que a gente tenta exercitar (APÊNDICE C).

Para o repórter exclusivo do “JN”, identificado como Repórter 3, o importante é ir ao ar alguma coisa que tenha repercussão, que cause impacto, interesse à população do Sul, do Sudeste, do Norte e do Centro-Oeste, explica:

Tanto algo positivo como negativo, uma denúncia ou um exemplo positivo, uma coisa edificante, mas que tenha um impacto grande em qualquer pessoa, que não vá interessar só ao cearense, que vá interessar ao gaúcho, ao catarinense, amazonense, enfim (REPÓRTER 3, 2016, informação verbal).

Mas as dificuldades de emplacar matérias no “JN” são muitas, confessa:

É o principal telejornal da casa, está no horário nobre, tem a maior audiência, por isso ele é muito mais seletivo. Ele tem um tempo curto em relação aos outros telejornais, então tem que ser alguma coisa de muito mais peso. A gente tem que ter muito cuidado com a informação, porque é um telejornal assistido pelo presidente da República, pelos ministros, pelas grandes cabeças, por isso a informação tem que ser extremamente precisa, porque se não não vai haver perdão por parte dos telespectadores, né? (REPÓRTER 3, 2016, informação verbal).

Há 10 anos cobrindo o “Jornal Nacional” no Ceará, o Repórter 3 diz que, com o tempo, foi ganhando experiência, e os editores do “JN” no Rio foram confiando mais no trabalho realizado:

Eu tento nas entrelinhas colocar uma linguagem mais leve, talvez não arriscar tanto, não fazer um trocadilho, um duplo sentido, uma gíria, mas deixar uma coisa mais coloquial. Às vezes, aproveitar um pouquinho do regionalismo aqui, colocar expressões locais, por exemplo, sangrar não é uma coisa boa, mas o açude sangrando aqui é uma alegria para o sertanejo. Você vai incorporando essa coisa mais cearense e sempre explicando também. Eu posso colocar um jargão daqui, por exemplo: o cearense costuma dizer que vai rebolar no mato, quando ele vai jogar alguma coisa no lixo, e assim você vai colocando essa coisa mais cearense (REPÓRTER 3, 2016, informação verbal).

Sobre os temas que mais interessam aos editores do “JN”, o Repórter 3 destaca a falta de chuva na Região Nordeste e as grandes denúncias de corrupção com o dinheiro público.

“Em 2015 teve uma semana que eu cheguei a emplacar três matérias consecutivas sobre problemas nos hospitais públicos do Estado, os pacientes estavam sendo atendidos nos corredores” (REPÓRTER 3, 2016, informação verbal).

Depois de colher informações durante a observação participante e as entrevistas em profundidade com os profissionais responsáveis pela produção e edição do “JN” nas três redações visitadas, partimos para a categorização do material coletado. Apoiamo-nos na afirmação de Casetti e Di Chio (1999) de que a análise de conteúdo de textos televisivos pode abordar diferentes pontos de vista e ser estudada mediante diferentes instrumentos, sendo o texto considerado essencialmente um suporte onde se inserem uma série de elementos:

La operación del análisis de contenido se parece, en cierto modo, a la operación de quien, frente a un mosaico, se preocupa por determinar los trocitos de cada color que componen la obra, en vez de concentrarse en el diseño global. Esta idea de texto se refleja en la estructura de la investigación, pues el texto no es, en efecto, un objeto en sí mismo, sino un instrumento para reflexionar sobre el contexto social donde se produce o se recibe (CASSETTI; DI CHIO, 1999, pp. 235-236).

Assim, partimos para o que os autores chamam de “definição das unidades de classificação”, identificadas por temas: o que linguisticamente corresponde a uma afirmação, uma valoração ou um argumento e que o analista reduz a uma proposição mais simples. Para Fonseca Júnior (2005, p. 298), a categorização 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. Para nós, uma categorização temática das representações sociais do Nordeste no telejornal.

5.3 O Nordeste da TV

Na análise que realizamos do “Jornal Nacional” no ano de 2015, identificamos sete temas ou enquadramentos que apareceram frequentemente nas reportagens. Esses temas contribuem para a construção das representações sociais no telejornal. Para Alsina (2009), a tematização pressupõe a seleção de um tema e sua colocação no centro da atenção pública. Ele afirma que a notícia de TV é basicamente uma escolha dos jornalistas, que decidem o que será noticiado, e é na redação que os assuntos são filtrados e negociados.

É consenso que a matéria-prima de um telejornal é o factual. O jornalismo pode ser explicado pela resposta à pergunta que fazemos todos os dias: o que aconteceu? O que está acontecendo no mundo? “Pode-se dizer que o jornalismo é um conjunto de ‘estórias’,

‘estórias’ de vida, ‘estórias’ das estrelas, ‘estórias’ de triunfo e tragédia” (TRAQUINA, 2005, p. 21). Os livros e manuais de jornalismo definem as notícias como tudo o que é importante e/ou interessante na vida: “O principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia, não é ficção, isso é, os acontecimentos ou personagens das notícias não são invenções dos jornalistas” (TRAQUINA, *op. cit.*, p. 20).

Para Bonner (2009), apresentador e editor-chefe do “Jornal Nacional”, o produto jornalístico se apoia sobre duas pernas: a dos temas factuais, que têm necessidade urgente de publicação, e a dos temas ditos “de atualidade”, que podem ser publicados hoje, como poderiam ter sido publicados ontem, porque são atuais, mas não urgentes. “Os temas factuais representam a ‘perna’ mais forte do JN. Os temas de atualidade são um apoio muito bem-vindo [...]” (BONNER, 2009, p. 19).

Mas, temas factuais e de atualidade seguem critérios de noticiabilidade, e alguns desses critérios são operados simultaneamente pelos jornalistas na escolha dos fatos que noticiam. Os critérios podem ser de maior abrangência do interesse público, do inesperado, da novidade, das celebridades, dos conflitos, de morte, de proximidade geográfica, catástrofe, entre muitos outros. Por isso, as categorias aqui propostas foram baseadas na recorrência também desses critérios e parâmetros de classificação.

A análise temática das 246 reportagens consistiu em descobrir os “núcleos de sentido” que compõem essa comunicação e cuja frequência de aparição pode significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido:

O tema, enquanto unidade de registro, corresponde a uma regra de recorte (do sentido e não da forma) que não é fornecida uma vez por todas, visto que o recorte depende do nível de análise e não de manifestações formais reguladas. Não é possível existir uma definição de análise temática, da mesma maneira que existe uma definição de unidade linguísticas (BARDIN, 2009, p. 131).

Optamos por trabalhar com “temas-eixo”, ou seja, desmembramento do texto em unidades, em categorias, segundo agrupamentos analógicos. Entre as diferentes possibilidades, encontra-se a “análise temática” (FONSECA JÚNIOR, 2005). Assim, partimos para categorizar as “unidades de informação” selecionadas, numa operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, com critérios previamente definidos.

Para Bardin (2009), as categorias são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos sob um título genérico, agrupamento este efetuado em razão das características comuns desses elementos. O método de análise de conteúdo adotado comportou duas etapas:

(1) o inventário: quando isolamos os elementos; e (2) a classificação: quando foram repartidos os elementos procurando impor uma certa organização das mensagens.

Bardin (2009) afirma que existem boas e más categorias, e um conjunto de categorias boas deve possuir qualidades, que procuramos atender em nossa pesquisa, como: (1) de exclusão mútua, estipulando que cada elemento não pode existir em mais de uma divisão; (2) a homogeneidade, quando um único princípio de classificação deve governar a sua organização; (3) a pertinência, quando há ideia de adequação, quando o sistema de categorias reflete as intenções da investigação; (4) a objetividade e a fidelidade, quando as diferentes partes de um mesmo material devem ser codificadas da mesma maneira, mesmo quando submetidas a várias análises; e (5) a produtividade, quando um conjunto de categorias fornece resultados férteis, em índices de inferências, em hipóteses novas e em dados exatos. Sob o ponto de vista técnico, as análises foram basicamente temáticas, mas sempre afinadas por precauções como a ponderação dos temas e a abordagem avaliativa (texto favorável, texto desfavorável, texto neutro).

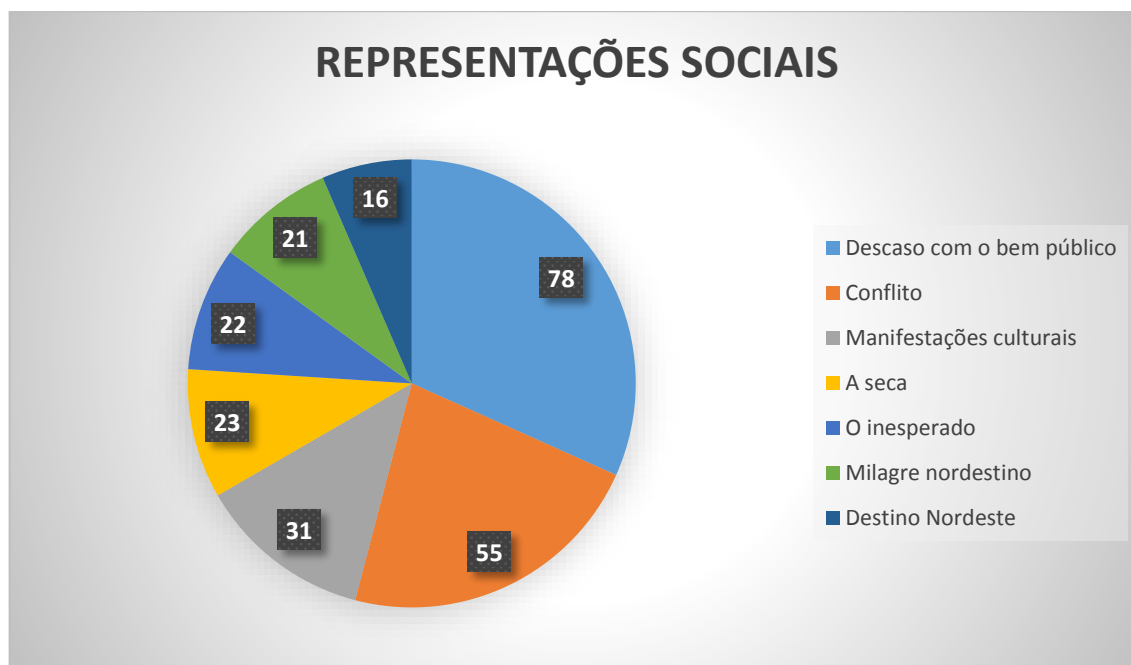
Entendemos que esses temas são representações sociais da Região Nordeste, geradas nos processos de ancoragem e objetivação. Para Moscovici (1981), as representações sociais são um conjunto de conceitos, proposições e explicações originado na vida cotidiana no curso de comunicações interpessoais: “Elas são o equivalente, em nossa sociedade, aos mitos e sistemas de crença das sociedades tradicionais: podem também ser vistas como a versão contemporânea do senso comum” (MOSCOVICI, 1981, p. 181). A ancoragem é um processo que transforma algo estranho em nosso sistema particular de categorias e o compara com um paradigma que pensamos ser apropriado. É como ancorar um bote perdido, num ponto sinalizador de nosso espaço social, ou seja, é classificar e dar nome a alguma coisa. Já a objetivação é a materialização de uma abstração, é a reprodução de um conceito em uma imagem: “Ancoragem e objetivação são, pois, maneiras de lidar com a memória” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 78).

A teoria das representações sociais, por outro lado, toma, como ponto de partida, a diversidade dos indivíduos, atitudes e fenômenos, em toda a sua estranheza e imprevisibilidade. Seu objetivo é descobrir como os indivíduos e grupos podem construir um mundo estável, previsível, a partir de tal diversidade (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 79).

Na tentativa de classificar as representações sociais do Nordeste, alertamos para o caráter tênue dessa classificação, ou seja, elas não carregam conceitos fixos, não são uma regra definitiva, por isso, é necessário esclarecer que, em alguns casos, as representações se

relacionam entre si, tornando difícil a definição de suas fronteiras, pois algumas delas apresentam características bastante semelhantes.

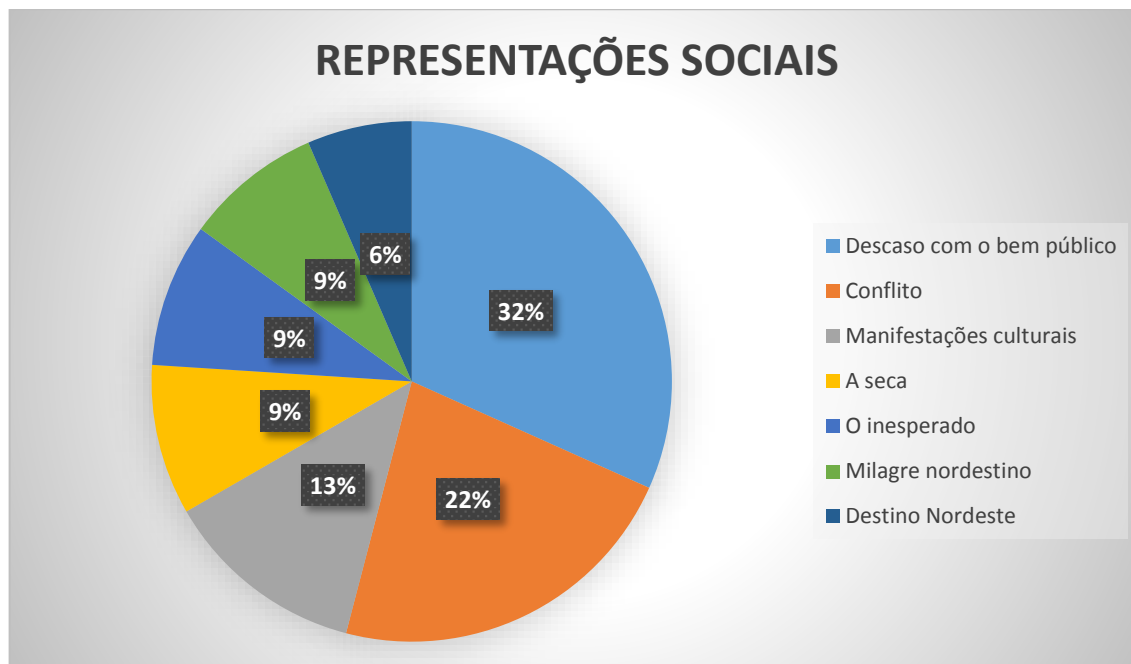
Gráfico 7: Número de notícias exibidas no “JN” em 2015, de acordo com as sete representações sociais propostas



Fonte: Elaboração própria.

Dentro desse contexto, após a análise das 246 reportagens, chegamos a sete representações sociais que são uma mostra do universo pesquisado: (1) Descaso com o bem público; (2) Conflito; (3) Manifestações culturais; (4) A seca; (5) O inesperado; (6) Milagre nordestino; e (7) Destino Nordeste (Gráfico 7).

Gráfico 8: Número em percentual das notícias exibidas no “JN” em 2015 de acordo com as sete representações sociais propostas



Fonte: Elaboração própria.

A representação social denominada de **Descaso com o bem público** ficou em 1º lugar, com 78 matérias, totalizando 32% das reportagens analisadas; **Conflito** ficou com a 2ª colocação, contabilizando 55 matérias, o que equivale a 22% do total de reportagens; **Manifestações Culturais** ficou em 3º, com 31 reportagens, totalizando 13%; em 4º lugar, identificamos as representações sociais que denominamos **A seca**, com 23 notícias, totalizando aproximadamente 9%; em 5º, **O inesperado**, com 22 notícias, contabilizando também aproximadamente 9%; o 6º lugar ficou com a representação intitulada **Milagre nordestino**, com 21 notícias, o equivalente também a 9%; em 7º, **Destino Nordeste**, com 16 reportagens, correspondendo percentualmente a 6% (Gráficos 7 e 8).

Ao propormos as sete representações sociais das notícias sobre o Nordeste exibidas no “Jornal Nacional”, apostamos na tentativa de compreender como o telejornal constrói a imagem da região que “passa” na TV, neste sentido, dialogamos com o que defende Ituassu (2016) quando diz que as imagens que vemos constantemente à nossa volta nos ajudam a entender como funciona o mundo em que vivemos, como essas imagens apresentam realidades, valores, identidades e o que isso pode acarretar, quem é incluído e quem é excluído.

Afinal, um dos efeitos claros dos aparatos midiáticos é constituir um espaço autônomo (em boa parte imagético), de visibilidade pública, onde políticos, atores, jogadores, celebridades e até mesmo instituições ascendem e

descendem, nascem e morrem, muitas de maneira bastante veloz (ITUASSU, 2016, p. 10).

Sobre a representação social com o maior número de ocorrências no “Jornal” Nacional, 78 notícias, denominada **Descaso com o bem público**, as pautas deixaram claro o caráter de denúncia tão caro ao jornalismo quando muitos pesquisadores defendem a vocação de serviço público da profissão. Silva (2006) ao discutir sobre os conceitos de jornalismo e interesse público, afirma que os dois são, ao mesmo tempo, difusos e correlacionados. Segundo ele, o conceito mais enxuto de jornalismo seria o de denúncia: “[...] A tarefa primordial do jornalista seria a de denunciar, embora ele possa também, de acordo com as naturais funções do “aparelho formal da enunciação”, construir outros relatos que não o da denúncia” (SILVA, 2006, p. 11). Para o autor, nada menos noticiável do que um bom atendimento hospitalar; do que repartições sem filas; do que os órgãos burocráticos funcionando dentro da rotina esperada:

Ao contrário, no entanto, quando as filas se tornam escandalosas, o jeito é chamar a imprensa; quando o atendimento hospitalar materializa cenários dantescos, é melhor que a imprensa venha mostrar tal descabro. Quando o dinheiro público escorre pelo ralo do desperdício, ou quando alguém indevidamente bota a mão nele, é claro que não será o boletim da casa que irá publicar a melhor “nota” sobre o assunto (SILVA, *op. cit.*, p. 11).

As reportagens desta representação destacam os hospitais com pacientes atendidos nos corredores; irregularidades e rebeliões em presídios; falta de água em cidades e escolas públicas; buracos nas estradas; mau uso dos equipamentos adquiridos com dinheiro público, carros oficiais abandonados nos pátios, cisternas para armazenamento de água há anos esperando para serem instaladas, entre outros assuntos. Como dissemos, é da própria natureza do jornalismo apontar o que está errado para que seja corrigido. É preciso mostrar o que está ruim para que seja melhorado. Denunciar os que se corrompem para que sejam punidos:

Expor os que estão em dificuldades para que possam ser ajudados. A utilidade social do jornalismo é exatamente a de proporcionar que tudo isso aconteça — e que os cidadãos tenham instrumentos para exercer seus direitos plenamente. Informação é um instrumento valiosíssimo nesse processo (BONNER, 2009, p. 96).

Na tentativa de apontar as representações sociais dessa categoria, destacamos em negrito, no capítulo a seguir, as ancoragens e objetivações presentes nas reportagens analisadas, por exemplo: na reportagem exibida no dia 12 de maio de 2015, sobre a superlotação dos hospitais públicos no Estado do Ceará, as representações sociais foram

objetivadas da seguinte forma: “[...] **os médicos criaram um medidor do número de pacientes atendidos nos corredores**”; “A situação levou os médicos a criarem o que chamaram de **‘corredômetro’**”.

Na representação social intitulada **Conflito**, a segunda do *ranking*, com 55 reportagens, o Estado de Pernambuco foi o que produziu mais matérias, seguido da Bahia, depois vieram Ceará, Maranhão, Rio Grande do Norte, Sergipe e Piauí. Dentre os assuntos, destacamos protestos, greves, apreensão de drogas, aumento de gasolina e julgamentos em tribunais. No jornalismo, essas reportagens são identificadas como notícias “duras” ou “perecíveis”, sujeitas a exigência do tempo e urgentes de serem divulgadas: “Dizem que a notícia dura se refere à informação que todas as pessoas devem ter para serem cidadãos informados [...]” (TUCHMAN, 1983, p. 60, tradução nossa).

Para ilustrarmos as representações sociais do tema **Conflito**, selecionamos as ancoragens utilizadas na reportagem sobre o grande número de assaltos a uma mesma comunidade em Maceió, no Estado de Alagoas: “Em Maceió, o medo de assaltos **provocou uma reação de defesa entre os comerciantes**”; “**Olhar a rua por trás das grades é a rotina de comerciantes, reféns do medo**”.

A representação social sobre as **Manifestações culturais**, composta por 31 reportagens ao longo de 2015, ficou na 3ª colocação. Pernambuco, mais uma vez, foi o estado que mais gerou notícias sobre o tema; em 2º ficou a Bahia; em 3º, o Ceará; depois vieram Maranhão e Sergipe. Nesta categoria, contabilizamos cinco reportagens ou notas que incluíram numa mesma pauta, mais de um estado. Destacamos a forte incidência de temas relacionados às manifestações simbólicas ou culturais (THOMPSON, 1995) rotineiramente interpretadas pelos atores no curso de suas vidas diárias realizadas na Região Nordeste. Cultura aqui interpretada no sentido de tudo aquilo que é construído por um povo, desde seus artefatos e objetos até suas ideias e crenças. Além disso, podemos incluir também todo comportamento apreendido pelos indivíduos, a forma como o homem vive e modifica o mundo em seu entorno, criando e recriando formas de viver e conviver com os seus semelhantes. Para Guareschi (2009), o que a teoria das RS faz é colocar na pauta também o conhecimento popular, as maneiras de pensar e agir na vida cotidiana, o senso comum. Sendo o conceito de cultura bastante amplo, deixamos claro que as matérias selecionadas nesta pesquisa e analisadas aqui retratam na sua maioria, as festas, as celebrações, as tradições e os rituais característicos da Região.

A reportagem publicada no dia 6 de janeiro de 2015 sobre o “Dia de Reis” em Fortaleza, no Ceará, de certa forma, confirma o que diz Albuquerque Jr. (2013) quando

declara que a mídia, na maioria das vezes, não traz novas representações ao ancorar as festas realizadas no Nordeste como manifestações quase sempre paradas no tempo. Um exemplo de ancoragem da representação **Manifestações culturais** pode ser visto no texto em negrito: “Em Fortaleza, o Dia de Reis é **marcado pela tradição e por muita festa. Um colorido animado surge por toda parte. Os reis estão nas praças. No meio da rua**”.

As representações do tema **A seca** foram identificadas em 23 notícias durante o ano de 2015, sendo o quarto tema mais abordado identificado em nossas análises. Os estados que mais geraram reportagens sobre o assunto foram Pernambuco, Ceará e Alagoas. As representações sociais da seca, de acordo com os profissionais responsáveis pela produção do telejornal, não se esgotam com o passar do tempo, passando a ser recriadas e revisitadas a cada ano. Em entrevista, o repórter Francisco José destaca o interesse do telejornal pelo assunto:

E eu passei a entrar muito no “Jornal Nacional” porque era o período da maior seca de todos os tempos, aquela seca de 1978, que começou no início de 1977, e que as pessoas morriam, porque não havia cisternas, não havia as barragens, não havia providências, nem os programas assistenciais que ajudavam os sertanejos a sobreviver. E aquelas matérias tiveram um impacto muito grande. A partir daí tudo o que acontecia no Nordeste entrava no “Jornal Nacional” (APÊNDICE B).

Na maior parte das reportagens analisadas, as representações da seca e da vida dura do sertanejo são ancoradas na ideia de que o Nordeste é uma região condicionada pela força da natureza:

[...] vamos encontrar um novo tipo de fome, inteiramente diferente. Não mais a fome atuando de maneira permanente, condicionada pelos hábitos de vida cotidiana, mas apresentando-se episodicamente em surtos epidêmicos. Surtos agudos de fome que surgem com as secas, intercaladas ciclicamente com os períodos de relativa abundância que caracterizam a vida do sertanejo nas épocas de normalidade (CASTRO, 2008, p. 157).

Figura 5: Imagem da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre a seca no Ceará



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/12/um-seculo-depois-o-drama-da-seca-retratado-no-livro-o-quinze-se-repete.html>. Acesso em: 10 jan. 2015.

O assunto mereceu destaque no mês de dezembro, com a série “O Quinze: Travessia” (Figura 5). As reportagens, inspiradas no livro “O Quinze”, de Rachel de Queiroz (1930), mostrou o sertão do Ceará um século depois da seca de 1915. Para Albuquerque Jr., uma representação do Nordeste como um “Espaço da Saudade”:

Essa idealização da sociedade sertaneja, da qual Rachel é originária, vai encontrar somente na seca o grande espetáculo para atingir a sua perfeição. Em “O Quinze”, sua obra de maior repercussão, Rachel fala do drama pessoal e coletivo vivido pelos cearenses com a seca de 1915. Ela aparece como uma fatalidade que desorganiza toda a rotina da sociedade sertaneja, que leva ao dilaceramento das relações tradicionais de produção e de poder, bem como dos códigos sociais e morais. A seca substitui, como causa explicativa, em grande parte, todo o processo de decadência das relações tradicionais a que se assistia (ALBUQUERQUE JR., 2001, pp. 161-162).

Representações ancoradas e romanceadas⁴⁸, que aparecem nos textos como no exemplo destacado em negrito: “A água dos riachos **afina, afina, até se transformar num fio gotejante e transparente**. Hoje, nem mais **um fio transparente passa pelo rio**, e ele já fica na chegada da serra, um pouco antes de Capistrano, no Ceará”.

Nos dados levantados, a representação social denominada **O inesperado** gerou 22 notícias no telejornal em 2015. O imprevisto, ou inesperado, é tipificado por Tuchman (1983) como uma notícia dura que deve ter a sua divulgação urgente. Para Alsina: “Uma notícia de última hora, que seria um tipo de notícia dura no grau de obsolescência, tem como principal característica a de ser imprevista. Uma notícia de última hora seria um incêndio” (ALSINA, 2009, p.180).

Tuchman (1983) afirma que a tipificação se refere à classificação, em que características relevantes são básicas para a solução das tarefas práticas na atividade diária dos jornalistas. Podemos elencar alguns assuntos que renderam pautas nessa categoria: deslizamentos de barreira, temporais, queda de avião, incêndios, ataques de tubarão, desabamentos, apagão, explosões, entre outros. A Categoria **O inesperado** abarcou representações de grandes tragédias, ocorrências ou acontecimentos que despertaram piedade, horror e comoção. Foram catástrofes, infortúnios, grandes incidentes, representações muitas vezes motivadas pelo desejo de defini-las como normal ou aberrante:

⁴⁸ De acordo com o Dicionário Houaiss, *romancear* é contar ou descrever em forma de romance, no sentido de prosa; dar forma agradável e pitoresca.

[...] qualquer pessoa que tenha sido jornalista, sociólogo ou psicólogo clínico sabe como a representação de tal ou qual gesto, ocorrência ou palavra, pode confirmar uma notícia ou um diagnóstico. A ascendência do caso teste deve-se, penso eu, a sua concretude, a uma espécie de vitalidade que deixa uma marca tão profunda em nossa memória, que somos capazes de usá-los após isso como referencial contra o qual nós medimos casos individuais e qualquer imagem que se pareça com ele, mesmo de longe (MOSCOVICI, 2009, p. 64).

Um exemplo dessas representações são os frequentes ataques de tubarão no litoral de Pernambuco. Nas reportagens, o assunto é ancorado quase sempre como um acontecimento inusitado e instigante, muitas vezes até inexplicável: **“Pesquisadores estão intrigados com o ataque de um tubarão a um banhista em Fernando de Noronha. Em 20 anos de monitoramento foi o primeiro naquela área”**. É o não familiar que, através da ancoragem, torna-se familiar (MOSCOVICI, 2009).

Na representação social **Milagre nordestino**, penúltima no *ranking*, com 21 matérias exibidas no “Jornal Nacional” em 2015, o enquadramento da reportagem, tipificada no jornalismo como notícia leve, aquela não programada e não urgente na sua divulgação (TUCHMAN, 1983). Incluímos nestas representações reportagens ancoradas na ideia de que o homem nordestino “é antes de tudo um forte”, como disse Euclides da Cunha em “Os Sertões” (1906):

O sertanejo é, antes de tudo, um forte. Não tem o raquitismo exaustivo dos mestiços neurastênicos do litoral. [...] A sua aparência, entretanto, ao primeiro lance de vista, revela o contrário. [...] É o homem permanentemente fatigado. Reflete a preguiça invencível, a atonia perene, em tudo: na palavra remorada, no gesto contrafeito, no andar desaprumado, na cadência langorosa das modinhas, na tendência constante à imobilidade e à quietude. Entretanto, toda esta aparência de cansaço ilude. Nada é mais surpreendedor do que vê-la desaparecer de improviso. Naquela organização combatida operam-se, em segundos, transmutações completas. Basta o aparecimento de qualquer incidente exigindo-lhe o desencadear das energias adormidas. O homem transfigura-se. Empertiga-se, estadeando novos relevos, novas linhas na estatura e no gesto; e a cabeça firma-se-lhe alta, sobre os ombros possantes, aclarada pelo olhar desassombrado e forte [...], o aspecto dominador de um titã acobreado e potente, num desdobramento surpreendente de força e agilidade extraordinárias (CUNHA, 1979, p. 81).

As notícias analisadas enquadram os acontecimentos de um ângulo sempre otimista, positivo, investindo em representações que elevam a autoestima da população nordestina, apresentando iniciativas inovadoras e soluções que possam servir de exemplo positivo para as outras regiões do País, em diálogo com a teoria das representações sociais: “Categorizar alguém ou alguma coisa significa escolher um dos paradigmas estocados em nossa memória e

estabelecer uma relação positiva ou negativa dele” (MOSCOVICI, 2009, p. 63). Na reportagem exibida no dia 1º de outubro de 2015, sobre o ninho de beija-flores protegido pela população de João Pessoa, na Paraíba, ficam claras as ancoragens da natureza como uma coisa bela, inexplicável, capaz de modificar as atitudes humanas e transformar o comportamento de uma população inteira: “O Jornal Nacional mostra o telefone público **mais protegido e bem cuidado do Brasil**. Ele fica em João Pessoa. Em tempo de celulares cada vez mais modernos, ele andava esquecido, ultrapassado. Mas de uns dias para cá, **virou o centro das atenções, ponto turístico. Não exatamente o orelhão, mas os novos moradores dele: uma família de beija-flores**”.

A representação social denominada **Destino Nordeste**, com 16 inserções no “JN” em 2015, também faz parte das notícias consideradas leves na classificação de Tuchman (1983). As representações dessas reportagens são objetivadas na ideia de que a Região Nordeste é um lugar mágico, paradisíaco, um espaço de lazer, propício a investimentos e a grandes oportunidades. O enquadramento das reportagens dessa representação social deixa clara a intenção de mostrar uma região livre dos problemas recorrentes da seca e da falta de estrutura. Ao enquadrar os fatos de um ponto de vista positivo, o repórter, como um primeiro espectador, organiza a realidade, enfocando um Nordeste próspero que será mostrado ao público. “Ser um primeiro espectador supõe ter um papel ativo ante a realidade que se filma, já que há de tomar decisões de onde e como focar o que se deseja” (SÁDABA, 2007, p. 19, tradução nossa).

As ancoragens e objetivações dessas representações enquadram os estados do Nordeste como espaços potencialmente ricos e prósperos, destino de oportunidades, tanto de entretenimento como de negócios. Destacamos em negrito alguns exemplos dessas objetivações analisadas nas reportagens exibidas no “Jornal Nacional”: “O Jornal Nacional foi visitar um lugar do Rio Grande do Norte **onde a geração de energia não depende nem dos rios nem das usinas térmicas**”; “As dez usinas eólicas instaladas no município compraram e arrendaram **cada pedacinho de chão que pudesse ser aproveitado na transformação do vento em energia elétrica**”; “No deserto mais úmido do planeta, há um oásis atrás de **cada duna...**”.

No próximo capítulo, vamos analisar e identificar nos textos das reportagens cada uma das sete representações sociais do Nordeste propostas nesta pesquisa, na tentativa de extrair as mensagens e proposições que revelam como o “Jornal Nacional” constrói a imagem da Região Nordeste no telejornal.

6 ANÁLISES DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO NORDESTE NO JORNAL NACIONAL

Ao analisarmos 21 notícias sobre o Nordeste no “Jornal Nacional” exibidas em 2015, escolhemos três reportagens de cada uma das sete representações sociais propostas, considerando ser uma mostra suficiente para entendermos como é construída a imagem da Região no telejornal da Globo. Destacamos em negrito as ancoragens e objetivações que aparecem nos textos dos repórteres, pois acreditamos que eles podem ajudar a entender como funcionam os mecanismos geradores das representações sociais:

Não é fácil transformar palavras não-familiares, ideias ou seres, em palavras usuais, próximas e atuais. “É necessário, para dar-lhes uma feição familiar, pôr em funcionamento os dois mecanismos de um processo de pensamento baseado na memória e em conclusões passadas (MOSCOVICI, 2009, p. 60).

6.1 Descaso com o bem público

6.1.1 Reportagem 1

HOSPITAIS/CORREDÔMETRO - CE

CABEÇA: EM FORTALEZA OS HOSPITAIS PÚBLICOS ANDAM TÃO CHEIOS QUE OS MÉDICOS CRIARAM **UM MEDIDOR DO NÚMERO DE PACIENTES ATENDIDOS NOS CORREDORES.**

OFF: É TANTA MACA PELOS CORREDORES DO MAIOR HOSPITAL PÚBLICO DO CEARÁ QUE **OS MÉDICOS TIVERAM QUE CRIAR UMA ESPÉCIE DE MAPA PARA SABER ONDE ESTÃO OS PACIENTES. AS INDICAÇÕES MOSTRAM QUEM ESTÁ PERTO DO REFEITÓRIO, DAS JANELAS OU ATÉ MESMO PRÓXIMO AO SAGUÃO.** ESTAS FOTOS REVELAM QUE NO HOSPITAL MUNICIPAL HÁ PACIENTES NO CHÃO DOS CORREDORES. A SITUAÇÃO LEVOU OS MÉDICOS A CRIAREM O QUE CHAMARAM DE **CORREDÔMETRO: UMA CONTAGEM DIÁRIA PUBLICADA NA INTERNET DE QUEM ESTÁ SENDO ATENDIDO NOS CORREDORES.** HOJE, NOS CINCO MAIORES HOSPITAIS DE EMERGÊNCIA E NAS NOVE UNIDADES DE PRONTO ATENDIMENTO DE FORTALEZA, QUASE 400 ESTÃO NOS CORREDORES.

PASSAGEM: A SITUAÇÃO SE REFLETE AQUI, NAS PESSOAS QUE PRECISAM DE ATENDIMENTO DE EMERGÊNCIA, E MUITAS VEZES ACABAM DESISTINDO, **DEPOIS DE HORAS DE ESPERA.** E QUEM PRECISA DE EXAMES, INTERNAÇÕES E CIRURGIAS **ESBARRA NA FALTA DE MATERIAIS**

BÁSICOS. (SONORA), ESTA MULHER ESPERA POR UM RAIOS X PARA SABER SE QUEBROU A PERNA (SONORA). O PREFEITO DE FORTALEZA DIZ QUE O HOSPITAL MUNICIPAL, AQUELE QUE OS PACIENTES ESTÃO NO CHÃO DOS CORREDORES ESTÁ SOBRECARGADO PORQUE RECEBE PACIENTES DE OUTRAS CIDADES (SONORA). A PRESIDENTE DO SINDICATO DOS MÉDICOS CRITICOU DECLARAÇÃO DO PREFEITO (SONORA). ONTEM O GOVERNO ANUNCIOU A EXONERAÇÃO DO SECRETÁRIO ESTADUAL HOJE DE SAÚDE, O INTERINO DISSE QUE A SITUAÇÃO ESTÁ SE NORMALIZANDO. (SONORA).

TEMPO: 2:21

Figura 6: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre os hospitais do Ceará



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/edicoes/2015/05/12.html>. Acesso em: 27 ago. 2016.

Na reportagem (Figura 6), as representações sociais do **Descaso com o bem público** são objetivadas pelas expressões em negrito: “Os médicos tiveram que criar uma **espécie de mapa para saber onde estão os pacientes**” e ainda: “A situação levou os médicos a criarem o que chamaram de **corredômetro: uma contagem diária publicada na internet de quem está sendo atendido nos corredores**”. Dessa forma, a reportagem vai mostrando a gravidade da situação ao enquadrar a ideia do “corredômetro”, que fica visível nas imagens que enquadram os pacientes em macas distribuídas pelos corredores do hospital ou até mesmo espalhados pelo chão. Outras expressões como, “**depois de horas de espera**” e “**esbarra na falta de materiais**” são termos utilizadas para representar o descaso do serviço prestado à população.

6.1.2 Reportagem 2

CARROS/ABANDONADOS – MA

CABEÇA: EM SÃO LUÍS, CARROS OFICIAIS, COMPRADOS COM DINHEIRO PÚBLICO, **ESTÃO AGORA ABANDONADOS E APODRECENDO**. VEJA NA REPORTAGEM DE ALEX BARBOSA.

OFF: O JORNAL NACIONAL FOI AO PÁTIO DA BLITZ URBANA, O DEPARTAMENTO DA PREFEITURA DE SÃO LUÍS QUE FISCALIZA O CUMPRIMENTO DE LEIS MUNICIPAIS. ALGUNS CARROS USADOS NA FISCALIZAÇÃO FORAM COMPRADOS HÁ MENOS DE CINCO ANOS. **DEZ DELES ESTÃO ABANDONADOS, SEM RODA, QUEBRADOS. O MATO TOMOU CONTA DA CARROCERIA DO CAMINHÃO** QUE RECOLHE O MATERIAL APREENDIDO NAS FISCALIZAÇÕES.

A SITUAÇÃO SE REPETE EM OUTROS ÓRGÃOS PÚBLICOS. EM MUITOS CASOS, CARROS NOVOS SÃO COMPRADOS E A FROTA ANTIGA SIMPLEMENTE É DESCARTADA. ENQUANTO AGUARDA DESTINAÇÃO, SOFRE OS EFEITOS DO TEMPO. AÍ OS CARROS VÃO FICANDO... VÃO FICANDO... ATÉ VIRAREM SUCATA. É QUANDO O DINHEIRO PÚBLICO SE TRANSFORMA EM LIXO. NO PÁTIO DO INCRA, EM SÃO LUÍS, MAIS UM EXEMPLO DE DINHEIRO PÚBLICO JOGADO FORA. DEZENAS DE VEÍCULOS DA FROTA ANTIGA NUNCA FORAM NEGOCIADOS, E HOJE **ESTÃO TODOS ESTRAGADOS, TOMADOS PELA FERRUGEM.** NO PÁTIO DA SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO PENITENCIÁRIA, CARROS COMPRADOS COM DINHEIRO DO GOVERNO FEDERAL HÁ MENOS DE 10 ANOS TAMBÉM **ESTÃO DETERIORADOS OU DEPENDADOS.** TEM VIATURAS E ATÉ UMA AMBULÂNCIA. EM UM PÁTIO ALUGADO PELA AGÊNCIA ESTADUAL DE DEFESA AGROPECUÁRIA, **MAIS UM CEMITÉRIO DE CARROS EM BOAS CONDIÇÕES.** CARROS POPULARES E PICK-UPS DE LUXO. UMA DELAS CUSTA MAIS DE R\$ 50 MIL. DE ACORDO COM O MINISTÉRIO PÚBLICO, CABE AO ADMINISTRADOR **DAR DESTINO CORRETO AOS VEÍCULOS.** FAZER MANUTENÇÃO SE ESTIVEREM QUEBRADOS OU LEILOAR O MAIS RÁPIDO POSSÍVEL ANTES QUE SE ESTRAGUEM, SE NÃO TIVEREM MAIS CONDIÇÕES DE USO. E EM PLENO PERÍODO DE VACINAÇÃO DO GADO CONTRA A FEBRE AFTOSA NAS FAZENDAS DO INTERIOR, CARROS QUE PODERIAM REFORÇAR AS EQUIPES ESTÃO **COBERTOS PELO MATO E ATOLADOS NO ABANDONO.** O MINISTÉRIO PÚBLICO DO MARANHÃO DECLAROU QUE VAI INVESTIGAR ESSAS DENÚNCIAS. O JORNAL NACIONAL TENTOU OUVIR OS RESPONSÁVEIS PELOS PÁTIOS MOSTRADOS NA REPORTAGEM, MAS NENHUM DELES QUIS GRAVAR ENTREVISTA. O INCRA AFIRMOU QUE JÁ FORMALIZOU O PROCESSO PARA LEILOAR OS CARROS. A PREFEITURA DE SÃO LUÍS E A AGÊNCIA ESTADUAL DE DEFESA AGROPECUÁRIA INFORMARAM QUE AGUARDAM O FIM DE ALGUNS PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA COMEÇAR O LEILÃO. A SECRETARIA ESTADUAL DE ADMINISTRAÇÃO PENITENCIÁRIA AFIRMOU QUE ESTÁ APURANDO A ORIGEM DOS CARROS.

TEMPO: 2:18

Figura 7: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre carros abandonados em São Luís do Maranhão



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/edicoes/2015/05/16.html>. Acesso em: 20 nov. 2015.

O descaso com o bem público (Figura 7) é ancorado logo na cabeça da reportagem pelas expressões: **“abandonados e apodrecendo”**. **“O mato tomou conta da carroceria do caminhão”**. A representação sobre o abandono dos automóveis, comprados com dinheiro público, vai sendo enquadrada e objetivada ao longo do texto: **“Um cemitério de carros em boas condições”**, **“lixo”**, **“carros depenados”**, reforçando a ideia de destruição pelo efeito do tempo e do descaso do homem, transformando os automóveis que acabam virando sucata. As objetivações vão transformando a ideia do descaso numa imagem de abandono: **“É quando o dinheiro público se transforma em lixo”**, **“Mais um cemitério de carros em boas condições”**, **“No pátio do Incra, em São Luís, mais um exemplo de dinheiro público jogado fora”** ou ainda **“E em pleno período de vacinação do gado contra a febre aftosa nas fazendas do interior, carros que poderiam reforçar as equipes estão cobertos pelo mato e atolados no abandono”**.

6.1.3 Reportagem 3

MICROCEFALIA/AUMENTO - PE

CABEÇA: PERNAMBUCO CONCENTRA O MAIOR NÚMERO DE CASOS DE MICROCEFALIA. ALÉM DO ZIKA VÍRUS, O MOSQUITO AEDES AEGYPTI TRANSMITE OUTRAS DOENÇAS, COMO DENGUE E CHIKUNGUNYA. E O RECIFE FEZ NESTE SÁBADO (28) UM MUTIRÃO PARA COMBATÊ-LO.

OFF: NAS EMERGÊNCIAS LOTADAS NO RECIFE, PACIENTES COM SINTOMAS SEMELHANTES.

“MUITAS DORES, PRINCIPALMENTE NAS JUNTAS”, QUEIXA-SE UM PACIENTE.

PODER DE FOGO DO MOSQUITO ESTÁ DANDO MUITO TRABALHO PARA OS O MÉDICOS.

“O AEDES AEGYPTI ESTÁ LEVANDO TRÊS TIPOS DE VÍRUS, DENGUE, CHIKUNGUNYA E ZIKA. HOJE, DAS CONSULTAS QUE NÓS ESTAMOS FAZENDO, 40% A 60% DE AUMENTO”, DIZ O MÉDICO HONÓRIO JUSTINO JUNIOR. O MOVIMENTO NOS HOSPITAIS **NÃO PARA DE CRESCER**. SÓ EM 2015, NO RECIFE, FORAM REGISTRADOS 15.168 CASOS DE DENGUE. O NÚMERO É 20 VEZES MAIOR DO QUE EM 2014.

UM MUTIRÃO ENVOLVENDO VÁRIAS AUTORIDADES E 600 AGENTES DE SAÚDE AMBIENTAL **REFORÇOU O COMBATE AO AEDES AEGYPTI. A ESTRATÉGIA AGORA É IR ATÉ ONDE MORA O PERIGO. E ELE ESTÁ MAIS PERTO DO QUE MUITA GENTE IMAGINA**. NO RECIFE, 80% DOS FOCOS DO AEDES AEGYPTI **ESTÃO DENTRO DAS CASAS DO CIDADÃO COMUM. E MESMO SEM QUERER, SÃO OS MORADORES QUE ESTÃO ATRAINDO OS MOSQUITOS**. COM A FALTA D'ÁGUA, É COMUM ENCHER DEPÓSITOS QUE ATRAEM OS MOSQUITOS. OS TÉCNICOS DIZEM QUE **UMA FAXINA DE DEZ MINUTOS UMA VEZ POR SEMANA NOS LOCAIS QUE JUNTAM ÁGUA É ESSENCIAL**. NÃO SE ESQUECENDO DAS CAIXAS D'ÁGUA, VASOS E GARRAFAS E ATÉ DE POTES DE ÁGUA PARA OS ANIMAIS DOMÉSTICOS. “O CICLO DE REPRODUÇÃO DO MOSQUITO É ALGO EM TORNO DE NOVE A 12 DIAS. ENTÃO DEZ MINUTOS DE DEDICAÇÃO A IDENTIFICAÇÃO DOS FOCOS, NÓS TEREAMOS A INTERRUPÇÃO DO CICLO”, DIZ JURANDIR ALMEIDA, GERENTE DA VIGILÂNCIA AMBIENTAL E CONTROLE DE ZOONOSES. SIMONE JÁ COMEÇOU A LIMPEZA. “A PREGUIÇA FICA LÁ ATRÁS, VAMOS COMBATER A DENGUE”, AFIRMA.

TEMPO: 1:57

Figura 8: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre microcefalia em Pernambuco



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/11/forca-tarefa-combate-mosquito-transmissor-da-dengue-no-recife.html>. Acesso em: 5 fev.2015.

As representações sociais das doenças provocadas pelo mosquito *Aedes aegypti*, como a microcefalia, a dengue e a chikungunya, são ancoradas como uma luta que deve ser combatida. As expressões que ancoram o problema são: “**um mutirão para combatê-lo**”, “**O poder de fogo do**

mosquito”, “O movimento nos hospitais não para de crescer” e ainda “A estratégia agora é ir até onde mora o perigo. E ele está mais perto do que muita gente imagina”. A representação do inimigo como um hóspede não desejado está presente em toda a construção da narrativa: “No Recife, 80% dos focos do *Aedes aegypti* estão **dentro das casas do cidadão comum**. E mesmo sem querer, **são os moradores que estão atraindo os mosquitos**”. Também fica claro nas reportagens um outro tipo de enquadramento dado ao problema. Algumas reportagens creditam a culpa pela epidemia e proliferação do mosquito à falta de esforço dos moradores no combate ao *Aedes aegypti*, reduzindo, de certa forma, a complexidade do fato e isentando a responsabilidade do Poder Público: “Os técnicos dizem que **uma faxina de dez minutos uma vez por semana nos locais que juntam água é essencial**”.

6.2. Conflito

6.2.1 Reportagem 1

VIOLÊNCIA/GRADES - AL

CABEÇA: EM MACEIÓ, O MEDO DE ASSALTOS **PROVOCOU UMA REAÇÃO DE DEFESA ENTRE OS COMERCIANTES**. OLHAR A RUA POR TRÁS DAS GRADES É A ROTINA DE **COMERCIANTES, REFÊNS DO MEDO**.

OFF: DONA EDNA TRABALHA ASSIM HÁ 15 ANOS. "É MEDO DE ASSALTO", DIZ. **CADEADO NO PORTÃO DA ESCOLA. GRADES POR TODOS OS LUGARES. OS ASSALTOS OCORREM A QUALQUER HORA MESMO NAS AVENIDAS MAIS MOVIMENTADAS**. NUMA É SEMPRE ASSIM: MUITA GENTE, MUITOS CARROS E MUITO MOVIMENTO. MAS A **PAISAGEM REVELA O MEDO DOS COMERCIANTES. A MAIORIA DAS LOJAS ESTÁ PROTEGIDA POR GRADES**.

NUM BAIRRO A MENOS DE TRÊS QUILOMETROS DO CENTRO DA CAPITAL, **HOUE UM AUMENTO DAS ENCOMENDAS NAS SERRALHERIAS. DE UMA DELAS SAEM PELO MENOS DEZ GRADES POR SEMANA**. "SE NÃO FOR ESSAS GRANDES AS PESSOAS NÃO SE SENTEM PROTEGIDAS", DIZ PRISCILA APARECIDA PEREIRA, GERENTE E METALÚRGICA. **A VIOLÊNCIA DEIXA TRAUMAS, E LEVA AS VÍTIMAS A ESCONDER O ROSTO**. "EU ESTOU PRESA AQUI ENQUANTO O BANDIDO TÁ SOLTO. ATÉ PARA FECHAR O SALÃO EU TENHO QUE CHAMAR ALGUMA PESSOA PARA FECHAR COMIGO, PORQUE EU FIQUEI COM MEDO DELE CHEGAR E BOTAR A ARMA EM CIMA DE MIM DE NOVO", DIZ UMA VÍTIMA QUE NÃO QUIS SE IDENTIFICAR. A SECRETARIA DE DEFESA SOCIAL DE ALAGOAS REGISTROU, NOS DOIS PRIMEIROS

MESES DESTE ANO, 49 ASSALTOS A LOJAS E RESIDÊNCIAS. HOVE UMA REDUÇÃO EM RELAÇÃO AO MESMO PERÍODO DO ANO PASSADO. PARA A SECRETARIA, FOI REFLEXO DO AUMENTO DE POLICIAMENTO NA REGIÃO. MAS OS MORADORES AINDA ESTÃO ASSUSTADOS. ESSA COSTUREIRA **NÃO ABRE O PORTÃO NEM PARA FALAR COM A NOSSA EQUIPE DE REPORTAGEM**. RIVANEIDE SOARES, COSTUREIRA – “TODO MUNDO AQUI, QUASE TODO MUNDO JÁ FOI ASSALTADO. VOCÊ PODE OLHAR TODO MUNDO É NA GRADE”. JORNAL NACIONAL - QUAL É A SENSÇÃO DE TRABALHAR ASSIM? RIVANEIDE – “HORRÍVEL. TODA A HORA EU TENHO QUE ME LEVANTAR E ABRIR A PORTA”.

TEMPO: 1:41

Figura 9: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre assaltos em Alagoas



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/04/comerciantes-instalam-grades-em-lojas-por-medo-de-assaltos-em-maceio.html>. Acesso em: 27 abr. 2015.

O enquadramento dado à representação **Conflito** é ancorado pela ideia de uma população refém dos assaltantes: “O medo de assaltos **provocou uma reação de defesa entre os comerciantes**. Olhar a rua por trás das grades **é a rotina de comerciantes, reféns do medo**”. O clima de violência na comunidade também é objetivado pela imagem de uma paisagem ilustrada por cadeados, grades, portões de ferro. “**A paisagem revela o medo dos comerciantes. A maioria das lojas está protegida por grades**”; “**Houve um aumento das encomendas nas serralherias. De uma delas saem pelo menos dez grades por semana**”.

O comportamento das pessoas em relação ao medo é classificado num sistema de denotação, de alocação de categorias e nomes. “No momento em que nós podemos falar sobre algo, avaliá-lo e então comunicá-lo [...], então nós podemos representar o não usual em nosso mundo familiar” (MOSCOVICI, 2009, p. 62).

6.2.2 Reportagem 2

FARRA/PRESÍDIO - PE

CABEÇA: NOVAS IMAGENS, OBTIDAS COM EXCLUSIVIDADE PELO JORNAL NACIONAL, REVELAM DIVERSAS IRREGULARIDADES NO MAIOR COMPLEXO PENITENCIÁRIO DE PERNAMBUCO. **AS CENAS DESSA FARRA DOS PRESOS** ESTÃO NA REPORTAGEM DE ÉDISON SILVA E BEATRIZ CASTRO.

OFF: **FESTA COM JOGO DE LUZES E MÚSICA ELETRÔNICA. OS PRESOS SE DIVERTEM DENTRO DE UMA CELA DO PRESÍDIO** ANTÔNIO LUIZ LINS DE BARROS, NO RECIFE. **UM OUTRO GRUPO PREFERE O VIDEOGAME. ALGUMAS CELAS TÊM APARELHOS DE TV, VENTILADORES, FRIGOBAR E ATÉ FREEZER. COM A FACA NA MÃO, O PRESO PREPARA A COMIDA.**

EM UMA CELA FOI INSTALADA UMA FÁBRICA DE CACHAÇA ARTESANAL. A PRODUÇÃO É FARTA, O COMÉRCIO SE MULTIPLICA. SÃO DEZENAS DE PEQUENAS VENDAS COM COMIDA E MATERIAL DE LIMPEZA. A PROFISSÃO MAIS COMUM É A DE BARBEIRO, MAS TEM TAMBÉM QUEM CONSERTE RELÓGIOS. AS BRIGAS SÃO FREQUENTES. AS IMAGENS TAMBÉM MOSTRAM O CONSUMO DE MACONHA. UM EX-DETENTO, QUE CUMPRIU PENA POR ASSALTO ATÉ O ANO PASSADO, CONTA O QUE ACONTECE DENTRO DO PRESÍDIO.

JORNAL NACIONAL: QUE DROGA VOCÊ CHEGOU A CONSUMIR DENTRO DO PRESÍDIO? EX-PRESIDIÁRIO: CACHAÇA, MACONHA, CRACK. JORNAL NACIONAL: COM DINHEIRO VOCÊ COMPRA QUALQUER TIPO DE DROGA ALI DENTRO? EX-PRESIDIÁRIO: QUALQUER TIPO DE DROGA. JORNAL NACIONAL: TEM MUITO FORNECEDOR LÁ DENTRO? EX-PRESIDIÁRIO: TEM, TEM. TODO PAVILHÃO TEM. JORNAL NACIONAL: E QUANDO ELE NÃO CONSEGUE PAGAR, O QUE QUE ACONTECE? EX-PRESIDIÁRIO: MUITAS VEZES ELE MORRE. FICA ALEIJADO, PERDE UM BRAÇO OU A VIDA. DENTRO DA UNIDADE, **ELES PREPARAM O CIMENTO PARA CONSTRUIR QUARTOS SOBRE AS CELAS. O PUXADINHO É CHAMADO DE “BARRACO” PELOS PRESOS.** DEZENAS DE ESCADAS SÃO USADAS POR QUEM MORA NA PARTE DE CIMA. **ALGUMAS CELAS SÃO BEM EQUIPADAS E CUSTAM CARO.** “NO MÍNIMO MIL REAIS. CHEGA ATÉ A 20, MAIS OU MENOS ISSO”, DIZ UM PRESO. NO CONJUNTO DE TRÊS PRESÍDIOS, COM CAPACIDADE PARA 1.800 PRESOS, ESTÃO 7 MIL. NESTA TERÇA-FEIRA (6) O JORNAL NACIONAL MOSTROU QUE **ELES CARREGAVAM FACÕES TRANQUILAMENTE. O**

MURO NÃO TEM SIDO SUFICIENTE PARA EVITAR A ENTRADA DE DROGAS, ARMAS E CELULARES NOS PRESÍDIOS. APESAR DA COLOCAÇÃO DAQUELA TELA PARA AUMENTAR A DIFICULDADE, SÃO COMUNS OS ARREMESSOS DE PACOTES POR CIMA DO MURO. É O QUE OS PRESOS CHAMAM DE MALOTE. EM UMA REVISTA FEITA NESTA QUARTA-FEIRA (7), TODO O MATERIAL FOI RECOLHIDO EM UM ÚNICO PAVILHÃO: 58 FACÕES, 56 FACAS, 14 CELULARES, ALÉM DE COLA DE SAPATEIRO, MACONHA E CRACK. “ESSA QUANTIDADE DE MATERIAL MOSTRA QUE NÓS PRECISAMOS TER UM EFETIVO AINDA MAIOR, PRECISAMOS TER UM CONTROLE AINDA MAIOR E PRECISAMOS TER UMA EFICÁCIA MAIOR NO TRABALHO”, AFIRMA O JUIZ CORREGEDOR DOS PRESÍDIOS LUIZ ROCHA. NESTA QUARTA DE MANHÃ, O SECRETÁRIO DE RESSOCIALIZAÇÃO DE PERNAMBUCO, HUMBERTO INOJOSA, RESPONSÁVEL PELOS PRESÍDIOS DO ESTADO, PEDIU DEMISSÃO DO CARGO. O SECRETÁRIO DE JUSTIÇA E DIREITOS HUMANOS DE PERNAMBUCO, PEDRO EURICO, AFIRMOU QUE NOVOS PRESÍDIOS VÃO SER CONSTRUÍDOS PARA REDUZIR A SUPERLOTAÇÃO. ELE TAMBÉM DISSE QUE AS REVISTAS SERÃO PERIÓDICAS, E QUE NÃO VAI ADMITIR A CIRCULAÇÃO DE PRESOS COM ARMAS.

TEMPO: 3:12

Figura 10: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre rebelião numa penitenciária de Pernambuco



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/01/imagens-mostram-farra-de-presos-em-complexo-penitenciario-de-pe.html>. Acesso em: 9 mar. 2015.

As representações do conflito provocado pela rebelião no maior complexo penitenciário do Estado de Pernambuco são objetivadas nas imagens de que a cadeia é um ambiente de festas, jogos e dança: **“Festa com jogo de luzes e música eletrônica. Os presos se divertem dentro de uma cela do presídio [...] Um outro grupo prefere o videogame. Algumas celas têm aparelhos de TV, ventiladores, frigobar e até freezer. Com a faca na**

mão, o preso prepara a comida”. Em toda a narrativa, a falta de disciplina e anarquia, num lugar onde deveriam existir regras rigorosas de comportamento e conduta, são ancoradas pela tentativa de explicar o inexplicável. “Em uma cela foi instalada **uma fábrica de cachaça artesanal. A produção é farta, o comércio se multiplica. São dezenas de pequenas vendas com comida e material de limpeza. A profissão mais comum é a de barbeiro, mas tem também quem conserte relógios**”.

De acordo com Moscovici (2009), a generalização ou a particularização para classificar o objeto é um desejo de defini-lo como normal ou aberrante. “É isso que está em jogo em todas as classificações de coisas não-familiares — a necessidade de defini-las como conformes, ou divergentes, da norma” (MOSCOVICI, 2009, p. 65). A representação social do **Conflito** é enquadrada numa tentativa de mostrar como a cena é aberrante: “[...] **eles carregavam facões tranquilamente. O muro não tem sido suficiente para evitar a entrada de drogas, armas e celulares nos presídios. [...] são comuns os arremessos de pacotes por cima do muro. É o que os presos chamam de malote**”.

6.2.3 Reportagem 3

ESCOLA/TERROR – PB

CABEÇA - OS ALUNOS E OS PROFESSORES DE UMA ESCOLA PÚBLICA DA PERIFERIA DE JOÃO PESSOA **PASSARAM POR MOMENTOS DE TERROR** NESTA SEGUNDA-FEIRA (1). **ASSALTANTES FIZERAM UM ARRASTÃO.**

OFF - EM 15 ANOS DE PROFISSÃO, A PROFESSORA NÃO IMAGINOU QUE **VIVERIA 15 MINUTOS DE TANTO DESESPERO.** "FORAM 15 MINUTOS DE MEDO, DE PÂNICO, DE TERROR. NÓS SOMOS UMA ESCOLA, A GENTE SÓ QUER ENSINAR E QUE OS MENINOS TENHAM DIREITO DE APRENDER. A GENTE SÓ QUER ISSO", AFIRMA A DIRETORA ANA KARLA. OS BANDIDOS CHEGARAM POR UM DESCAMPADO NOS FUNDOS DA ESCOLA E **NÃO TIVERAM DIFICULDADE PARA PASSAR PELO PORTÃO**, QUE JÁ ESTAVA DESTRANCADO, E ENCONTRAR ALGUMA JANELA ABERTA. NO MEIO DA AULA DE INGLÊS, ELES INVADIRAM A SALA E **COMEÇARAM O ARRASTÃO.** ARMADOS COM REVÓLVERES, OS CRIMINOSOS ROUBARAM A PROFESSORA E OS ESTUDANTES. EM SEGUIDA, FORAM EM OUTRAS SETE SALAS DE AULA. SEGUNDO A POLÍCIA, OS BANDIDOS LEVARAM PELO MENOS 80 CELULARES. “ELE PULOU PELA JANELA E ME PEGOU PELOS CABELOS. ASSALTOU NAS SALAS, EU SAÍ CORRENDO GRITANDO”, RELEMBRA UMA PROFESSORA. NO DESESPERO, OS ESTUDANTES

ARROMBARAM JANELAS PARA FUGIR. ALGUMAS TINHAM SIDO TRANCADAS COM PREGOS, JUSTAMENTE PARA EVITAR ASSALTOS. **TRÊS ALUNAS PASSARAM MAL E PRECISARAM SER SOCORRIDAS. DUAS DELAS ESTÃO GRÁVIDAS.** A ESCOLA FOI FECHADA E SÓ DEVE VOLTAR A FUNCIONAR APÓS UMA REUNIÃO COM PROFESSORES, PAIS E ALUNOS. NO LOCAL, NÃO HÁ CÂMERAS DE SEGURANÇA. AS POLÍCIAS CIVIL E MILITAR ESTÃO TENTANDO IDENTIFICAR OS ASSALTANTES. “OS DEPOIMENTOS JÁ ESTÃO SENDO TOMADOS TANTO DAS VÍTIMAS QUANTO POSSÍVEIS TESTEMUNHAS”, DIZ O DELEGADO ISAÍAS GUALBERTO “ME SENTI INCAPAZ. SOU PROFESSORA, ESTOU DIRETORA, MAS ME SENTI UM SER HUMANO INCAPAZ DE AJUDAR O PRÓXIMO, INCAPAZ DE SALVAR MEUS ALUNOS”, LAMENTA ANA KARLA.

TEMPO: 1:49

Figura 11: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre assalto numa escola da Paraíba



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/edicoes/2015/06/01.html>. Acesso em: 30 mar. 2016.

O terror dos alunos assaltados dentro de uma escola é ancorado na reportagem por expressões como: “ [...] **15 minutos de tanto desespero**”, “[...] **Passaram por momentos de terror**”. A palavra “arrastão”, expressão que já entrou na categoria das representações sobre a violência no País, serviu para unir a ideia de não-familiaridade com a de realidade, num processo de representação que Moscovici (2009) chama de “objetivação”, para dar sentido à impotência sofrida pelos professores e alunos durante o assalto: “**Assaltantes fizeram um arrastão**”. Para o autor, a objetivação é percebida primeiramente como um universo puramente intelectual e remoto, aparecendo diante dos olhos, física e acessível, sendo a materialização de uma abstração: “[...] é a arte de transformar uma representação na realidade da representação: transformar a palavra que substitui a coisa, na coisa que substitui a palavra” (MOSCOVICI, 2009, p. 71).

6.3 Manifestações Culturais

6.3.1 Reportagem 1

DIA DE REIS/CEARÁ - CE

CABEÇA: HOJE É SEIS DE JANEIRO. EM FORTALEZA, O DIA DE REIS É MARCADO PELA TRADIÇÃO E POR MUITA FESTA.

OFF: UM COLORIDO ANIMADO SURGE POR TODA PARTE. OS REIS ESTÃO NAS PRAÇAS. NO MEIO DA RUA. UM GRUPO DE ESTUDANTES, SERVIDORES E EX-ALUNOS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ SE REÚNE TODOS OS ANOS EM FORTALEZA PARA MANTER A TRADIÇÃO CRISTÃ QUE CHEGOU COM OS PORTUGUESES. "PENSANDO NO REISADO COMO UMA BRINCADEIRA POPULAR TRADICIONAL, QUE LEVA O ENCANTAMENTO, DIVERSOS PERSONAGENS", AFIRMA O MESTRE DO REISADO PAULO HENRIQUE LEITÃO DOS SANTOS. "DESDE QUANDO EU ERA PEQUENA, EU SEMPRE VIA ELES SE APRESENTANDO, DANÇANDO, ENSAIANDO, AÍ EU TIVE VONTADE DE VIM", CONTA A RAINHA DO REISADO KAREN BRAZ LIMA DE PAULA. VONTADE ESTIMULADA LOGO NO PRIMEIRO ANO DE VIDA. É ASSIM QUE O REISADO ATRAVESSA GERAÇÕES. E JÁ QUE A RAZÃO PRINCIPAL DO REISADO É RELEMBRAR A VISITA DOS REIS MAGOS AO MENINO JESUS, O PONTO ALTO DA TRADIÇÃO É A VISITA AOS MORADORES, QUE SÃO PRESENTEADOS COM CANTORIA, LOUVOR E ALEGRIA. DONA ALICE ESPERA O ANO TODO PARA RECEBER OS BRINCANTES.

A RETRIBUIÇÃO A ESTA BRINCADEIRA DE FÉ E ALEGRIA É ALGUM CHOCOLATE, VINHO, DINHEIRO PARA O GRUPO. MAS O QUE O REISADO DEIXA EM CADA CASA POR ONDE PASSA É UMA VONTADE AINDA MAIOR DE MANTER ESTA TRADIÇÃO. "É UMA MANEIRA DA GENTE LOUVAR E AGRADECER A DEUS PELO FINAL DO ANO E INÍCIO DO ANO COM OS PRESENTES QUE OS REIS TRAZEM: ALEGRIA, SAÚDE, PAZ, AMIZADE E UNIÃO", AFIRMA A PROFESSORA GRACIA MARIA LOPES COELHO.

TEMPO: 1:33

Figura 12: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre o Dia de Reis no Ceará



Fonte: Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/01/dia-de-reis-e-marcado-pela-tradicao-e-por-muita-festa-em-fortaleza.html>. Acesso em: 25 maio 2016.

As representações sociais das **Manifestações culturais** nas reportagens analisadas são carregadas da ideia de um “Nordeste” povoado de tradição e histórias populares. Segundo Moscovici (2009), para transformar palavras não familiares, ideias ou seres em palavras usuais, próximas e atuais, é necessário dar-lhes uma feição familiar, pondo em funcionamento dois mecanismos de um processo de pensamento baseado na memória e em conclusões passadas, que são a ancoragem e a objetivação, já conceituadas aqui.

Na reportagem, o Dia de Reis é objetivado numa celebração que modifica a paisagem da comunidade no dia de festa: **“O Dia de Reis é marcado pela tradição e por muita festa. Um colorido animado surge por toda parte. Os reis estão nas praças”**. No exemplo acima, fica fácil observar a materialização de uma abstração de que fala Moscovici (2009).

Para o psicólogo social, um enorme estoque de palavras que se referem a objetos específicos está em circulação em toda sociedade, e nós estamos sempre sob constante pressão para provê-lo com sentidos concretos equivalentes. Por isso, na tentativa da sociedade em aceitar determinados paradigmas ou núcleos figurativos, surgem fórmulas e clichês que os sintetizam em imagens. A afirmação do autor fica clara no exemplo a seguir: **“Vontade estimulada logo no primeiro ano de vida. É assim que o reisado atravessa gerações. E já que a razão principal do reisado é relembrar a visita dos reis magos ao Menino Jesus, o ponto alto da tradição é a visita aos moradores, que são presenteados com cantoria, louvor e alegria. Dona Alice espera o ano todo para receber os brincantes. A retribuição a esta brincadeira de fé e alegria é algum chocolate, vinho, dinheiro para o grupo. Mas, o que o reisado deixa em cada casa por onde passa é uma vontade ainda maior de manter esta tradição”**.

6.3.2 Reportagem 2

CARNAVAL/SEM ABADÁ - BA

CABEÇA- ESTE FOI O CARNAVAL DA LIBERDADE NA BAHIA. MUITOS FOLIÕES PUDEAM SEGUIR OS BLOCOS SEM TER DE VESTIR O ABADÁ, AQUELA CAMISETA DO GRUPO.

OFF: **BELL MARQUES PUXOU A MULTIDÃO SEM AS CORDAS QUE SEPARAM QUEM VESTE ABADÁ DO FOLIÃO PIPOCA, AQUELE QUE NÃO TEM BLOCO FIXO. JÁ ESSA MULTIDÃO SEGUIU O PISSIRICO, QUE TAMBÉM ABAIXOU AS CORDAS NUMA NOITE PARA PUXAR A TURMA DA PIPOCA. (SONORA). O CARNAVAL DE SALVADOR, COM BLOCOS ACOSTUMADOS A EXIGIR OS ABADÁS, ESTÁ ABRINDO CADA VEZ MAIS ESPAÇO PARA O FOLIÃO QUE SEGUE O TRIO SEM PAGAR. O CANTOR SAULO FOI PARA A AVENIDA DOIS DIAS SEGUIDOS EM CIMA DE UM TRIO SEM CORDAS. (SONORA). PASSAGEM (PATRÍCIA NOBRE) SALVADOR – NESTA TERÇA-FEIRA DE CARNAVAL, DEPOIS DE 20 ANOS, DANIELA MERCURY VOLTOU A DESFILAR AQUI NO CIRCUITO OFICIAL DA FOLIA, E A RAINHA DO AXÉ NÃO PUXOU BLOCO, E SIM O FOLIÃO PIPOCA.**

OFF: **E FORAM MUITOS SEGUINDO O TRIO. DANÇANDO, PULANDO, AGRADECENDO POR CURTIR A FESTA ASSIM, DE GRAÇA. (SONORAS).**

TEMPO: 1:40

Figura 13: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre o Carnaval em Salvador/BA



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/02/carnaval-de-salvador-abre-espaco-para-foliiao-que-segue-trio-sem-pagar.html>. Acesso em: 15 maio 2016.

Na segunda reportagem, agora sobre o Carnaval da Bahia, a objetivação é identificada logo na cabeça da matéria: “Este foi o carnaval da liberdade na Bahia. Muitos foliões puderam seguir os blocos sem ter de vestir o abadá, aquela camiseta do grupo”, “[...] sem as cordas

que separam quem veste abadá do folião pipoca, aquele que não tem bloco fixo”, “O Carnaval de Salvador, com blocos acostumados a exigir os abadá, **está abrindo cada vez mais espaço para o folião que segue o trio sem pagar**”. Fica evidente a representação de uma festa democrática, sem a segregação dos cordões de isolamento. O carnaval simboliza a mistura de raças, de costumes, de tradições.

Inseridas na história e na cultura, as representações sociais se manifestam nos discursos públicos e no pensar social sobre fenômenos, que tocam de maneiras fundamentais as realidades sociais, como a realidade política, ecológica ou ligada à saúde (GUARESCHI, 2007, p. 12).

6.3.3 Reportagem 3

CARNAVAL OLINDA/QUATRO CANTOS - PE

CABEÇA: EM OLINDA EXISTE UM PONTO DE ENCONTRO OBRIGATÓRIO PARA QUEM ACOMPANHA OS BLOCOS DE CARNAVAL DA CIDADE. QUEM CONTA A HISTÓRIA DESSE LUGAR É A REPÓRTER BEATRIZ CASTRO.

OFF: OS 4 CANTOS EM OLINDA SÃO TÃO FAMOSOS QUE VIRARAM FREVO. ALCEU VALENÇA, QUE MORA PERTO, CANTOU A MAGIA DO LUGAR (SONORA). PASSAGEM: NO DIA A DIA ESSE É UM LUGAR TRANQUILO NA PARTE HISTÓRICA DE OLINDA, O CRUZAMENTO DE QUATRO RUAS CERCADAS POR CASARÕES CENTENÁRIOS. MAS NO CARNAVAL, TUDO MUDA AQUI NOS QUATRO CANTOS, QUANTA DIFERENÇA, MAL DÁ PARA CAMINHAR. É NESSE ENDEREÇO QUE PULSA MAIS FORTE O CORAÇÃO DA FOLIA EM OLINDA. OFF: OS QUATRO CANTOS ESTÃO SEMPRE LOTADOS É PASSAGEM OBRIGATÓRIA ONDE TUDO ACONTECE. OLHA SÓ UMA APRESENTAÇÃO DE BALÉ CLÁSSICO, NUMA COREOGRAFIA ATRAPALHADA. (SONORA). TODOS OS RITMOS ECOAM NOS QUATRO CANTOS. TEM FREVO, SAMBA, MARACATU. TEM ENGARRAFAMENTO NAS LADEIRAS. É TANTA ENERGIA QUE ESSES FOLIÕES PASSAM CORRENDO QUERENDO MAIS FESTA. NESTE REDUTO DESFILAM AS MAIS DIFERENTES FANTASIAS. LUXUOSAS, CRIATIVAS E GIGANTES. HOJE MAIS DE 100 BONECOS INVADIRAM OS QUATRO CANTOS E SEGUIRAM PELAS LADEIRAS CONTAGIANDO MAIS DE 500 MIL FOLIÕES.

TEMPO: 1:50

Figura 14: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre o Carnaval de Pernambuco



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/02/quatro-cantos-e-ponto-de-encontro-obrigatorio-na-folia-em-olinda.html>. Acesso em: 23 jun. 2016.

Já na reportagem sobre o Carnaval de Olinda, em Pernambuco, a representação da folia está objetivada em duas imagens: a de um lugar de encontros e de magia: **“Um ponto de encontro obrigatório** para quem acompanha os blocos de carnaval da cidade”, “Os 4 Cantos em Olinda são tão famosos **que viraram frevo**. Alceu Valença, que mora perto, **cantou a magia do lugar**”. Na passagem⁴⁹ da repórter, o enquadramento da rua vazia (**Figura 14**) reforça o contraste do lugar nos dias de folia: “Mas no Carnaval, **tudo muda aqui nos Quatro Cantos, quanta diferença, mal dá para caminhar. É nesse endereço que pulsa mais forte o coração da folia em Olinda**”.

Expressões como: **“É passagem obrigatória** onde tudo acontece”, **“Todos os ritmos ecoam”**, **“Tem engarrafamento nas ladeiras”** são bastante utilizadas para tornar familiar o objeto representado. “Essa domesticação é o resultado da objetivação, que é um processo muito mais atuante que a ancoragem [...]” (MOSCOVICI, 2009, p. 71).

6.4 A seca

6.4.1 Reportagem 1

SÉRIE SECA/O QUINZE - CE

CABEÇA: O JORNAL NACIONAL COMEÇA A APRESENTAR NESTA SEGUNDA (28) UMA SÉRIE DE TRÊS REPORTAGENS SOBRE UM DOS ASSUNTOS QUE DOMINARAM AS CONVERSAS E AS PREOCUPAÇÕES DOS BRASILEIROS AO LONGO DESTA ANO: A SECA.

OFF: AS PAREDES DE UMA CASA GUARDAM UMA HISTÓRIA QUE COMEÇOU A SER IMAGINADA HÁ

⁴⁹ Momento em que o repórter aparece na matéria (BISTANE; BACELAR, 2010).

EXATOS 100 ANOS. FOI O BARULHO DO SERTÃO QUE ALIMENTOU A IMAGINAÇÃO DE UMA MENINA CHAMADA RACHEL. ELA TINHA CINCO ANOS DE IDADE, E O CEARÁ PASSAVA POR UMA DAS PIORES SECAS DA SUA HISTÓRIA. TÃO TRÁGICA QUE 1915 PASSOU A SER CONHECIDO APENAS POR **O QUINZE**. E NAQUELA ÉPOCA A **MENINA TINHA DOIS OLHOS, UM CORAÇÃO E JANELAS**. COM O QUE VIU, ANOS DEPOIS ELA ESCREVEU UMA FICÇÃO MUITO PRÓXIMA DA REALIDADE. UM DOS PERSONAGENS ERA UM HOMEM CHAMADO CHICO BENTO. SEM CHANCES DE SOBREVIVER ALI, ELE PEGA UMA MULA, A FAMÍLIA E RESOLVE RETIRAR--SE. UMA VIAGEM DE 200 QUILOMETROS A PÉ, DE QUIXADÁ ATÉ FORTALEZA.

A SAGA DO RETIRANTE E O LIVRO “O QUINZE” SÃO HOJE **UM PATRIMÔNIO. E FORAM IMAGINADOS DENTRO DE UMA CASA**. CEM ANOS DEPOIS, QUE SEGREDOS AINDA EXISTEM NESSE CAMINHO? A PARTIR DE AGORA, A REPORTAGEM **PISA NAS PEGADAS DE UM PERSONAGEM IMAGINÁRIO** NUMA BUSCA PELA SALVAÇÃO, **O MAIOR IMPULSO DE VIDA**. NADA FOI COMBINADO, **TUDO ACONTECE AO ACASO**. QUANTO DE 1915 AINDA EXISTE EM 2015? PARA RESPONDER ESSAS PERGUNTAS, COMEÇA AGORA “O QUINZE: TRAVESSIA”. RACHEL DE QUEIROZ DESCREVEU O INÍCIO DO CAMINHO ASSIM: “O CHÃO, QUE EM OUTRO TEMPO A SOMBRA COBRIA, ERA UMA CONFUSÃO DESOLADA DE GALHOS SECOS, CUJA AGRESSIVIDADE SE ACENTUAVA AINDA MAIS PELOS ESPINHOS”. HOJE, A PAISAGEM SÓ MUDA QUANDO SE ENCONTRA UM DESCAMPADO QUE NUM PRÓXIMO OLHAR SE REVELA UMA LAGOA GIGANTE SEM GOTA D'ÁGUA. POR CAUSA DELA, ACONTECE O PRIMEIRO ENCONTRO DA REPORTAGEM. “TEM HORA QUE A GENTE NUM SABE MAIS O QUE FAZ DA VIDA. PORQUE A GENTE É PAI DE FAMÍLIA, E VOCÊ SABE, NÉ? A GENTE SENDO PAI DE FAMÍLIA QUE CADA DIA QUE SE PASSA A GENTE TEM QUE ARRUMAR O PÃO DOS FILHOS, NÉ? SE NÃO ARRUMAR AÍ O NEGÓCIO FICA FEIO”, CONTA O AGRICULTOR IDELFONSO CAVALCANTI. ÚLTIMO RECURSO: IDELFONSO PÕE ABAIXO A CAATINGA SECA PARA PLANTAR QUANDO CHOVER. MAS QUEM DISSE QUE CHOVE? “ESSA LAGOA NO ANO

PASSADO NÃO PEGOU UMA GOTA D'ÁGUA. NÃO TEM MELHORA AQUI, NÃO. A MELHORA É ESSA AQUI. A GENTE DE SOL A SOL PELEJANDO PRA SOBREVIVER E VÊ SE A GENTE APRONTA UM PEDAÇO DE CHÃO PRA PODER NO PRÓXIMO ANO DEUS MANDAR UM BOM INVERNO E A GENTE TÁ AQUI DENTRO, NÉ?”, DIZ O AGRICULTOR. **O SUOR É SÓ ESPERANÇA**, QUEM SABE ANO QUE VEM. “TEM O SOL QUENTE, TEM A LAPADA DO CIPÓ, DESCE NA CARA O DIA TODINHO QUE VOCÊ VAI LEVANDO, DE VEZ EM QUANDO, VEM UMA LAPADA DE UM CIPÓ DESSE. MUITA GENTE QUE A CORAGEM É POUCA DEMAIS SE ABORRECE, VAI EMBORA. E NÃO ENFRENTA UM NEGÓCIO DESSE. A GENTE ENFRENTA PORQUE, GRAÇAS A DEUS, A GENTE NASCE COM UMA PONTA DE CORAGEM PORQUE, SE NÃO FOR, NÃO ENFRENTA, NÃO”, DESABAFA IDELFONSO CAVALCANTI. SE ANDA POUCO HOJE PARA ENCONTRAR O ASFALTO. SENDO ASSIM TÃO FÁCIL, POR QUE RESISTIR E FICAR? “TÔ COM 65 ANOS. FOI A PIOR SECA QUE PASSEI NA MINHA VIDA. FOI DEUS QUE MANDOU MESMO PRA PESSOA SABER QUEM TEM CORAGEM DE TRABALHAR”, DIZ FRANCISCO. JN: POR QUÊ? FRANCISCO: SÓ TRABALHA QUEM TEM CORAGEM, PATRÃO. TODOS OS DIAS FRANCISCO LEVA E TRAZ ÁGUA PARA O GADO, QUE NÃO SOBREVIVERIA DE OUTRO JEITO. “NA IDADE QUE EU TÔ, NÃO É TODO MUNDO QUE SE ATREVE A TRABALHAR, NÃO. EU TRABALHO PORQUE ACHO BOM. MEUS FILHOS BRIGAM COMIGO, MAS EU ACHO BOM TRABALHAR”, AFIRMA FRANCISCO. **ELA NÃO SABE QUANTOS ANOS TEM, QUANTAS SECAS JÁ PASSOU**. PARA IZABEL TAMBÉM TEM ASFALTO, **MAS É COMO SE ELE NÃO TIVESSE ALI**. “DEUS NÃO MANDOU CHUVA PRA GENTE”, LAMENTA A AGRICULTORA MARIA IZABEL BARBOSA. O AÇUDE DE ONDE ELA PEGAVA ÁGUA SECOU. TUDO EM VOLTA SECOU. **A BATALHA DIÁRIA É PARA SABER DE ONDE VAI TIRAR A ÁGUA PARA BEBER**. ARROZ E FEIJÃO TODO DIA, SÓ POR CAUSA DA APOSENTADORIA RURAL, PORQUE **A TERRA DO QUINTAL VIROU POEIRA**. “NÃO FOI AINDA ESTE ANO QUE A GENTE PLANTOU E NÃO DEU NADA. A PESSOA QUANDO TEM RAIVA NÃO SOBE O SANGUE NA CABEÇA? POIS É, É ISSO”, DIZ A AGRICULTORA. FICAR E

LIDAR COM A TERRA **VIRA UMA BATALHA**. “ISSO AQUI NO ANO PASSADO, NUM TEMPO DESSE, ERA TUDO VERDINHO, TUDO VERDINHO. ESTE ANO POR CAUSA DA SECA QUE É GRANDE, TÁ TUDO SECO E SEM NADA. NÃO TEM NADA. NESSAS ÁREAS DE CHÃO NÃO TEM NADA. TUDO SE ACABANDO SEM NADA, MAS TUDO MESMO SE ACABANDO SEM NADA. NINGUÉM VÊ NADA”, CONTA O AGRICULTOR FRANCISCO JOSÉ DE DEUS. FRANCISCO ROÇOU, CAVOU, SEMEIOU, CUIDOU, MAS NA HORA DE COLHER: NADA. “A COISA MAIS DIFÍCIL QUE EU JÁ VI NA VIDA? VOU JÁ LHE FALAR, SÉRIO. FOI ESSA SECA QUE NÓS ESTAMOS NELA. NUNCA NA MINHA VIDA EU VI PASSAGEM RUIM COMO ESSA”, LEMBRA FRANCISCO. **PARECE DIFÍCIL IMAGINAR O QUE FAZ O FRANCISCO CONTINUAR E FICAR**. NUMA PAISAGEM COMO A QUE IMPRESSIONOU RACHEL DE QUEIROZ HÁ 100 ANOS. ELA DISSE: “AS POBRES ÁRVORES APARECIAM LAMENTÁVEIS, MOSTRANDO OS COTOS DOS GALHOS COMO MEMBROS AMPUTADOS E A CASCA TODA RASPADA EM GRANDES ZONAS BRANCAS”. QUEM NÃO PEGA A ESTRADA AINDA LUTA COM A TERRA. **É UM ATO DE RESISTÊNCIA. SÓ QUEM É FORTE E TEM CORAGEM CONSEGUE FICAR**. “VIVER É MUITO BOM, RAPAZ. VIVER É MUITO BOM, É? É BOM DEMAIS. NÃO TEM COISA MELHOR NO MUNDO DO QUE O CABRA VIVER. VIVER É MUITO BOM”, AFIRMOU FRANCISCO.

TEMPO: 9:51

Figura 15: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre a seca no Ceará



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/12/um-seculo-depois-o-drama-da-seca-retratado-no-livro-o-quinze-se-repete.html>. Acesso em: 24 mar. 2016.

As representações da seca no Nordeste, em todas as reportagens exibidas no “Jornal Nacional” em 2015, reforçam a imagem de uma terra desolada, esquecida pelo Poder Público, mas onde também habita um povo forte, sempre disposto a resistir. O exemplo acima (Figura 15) resume, de certa forma, todas as 22 matérias sobre a seca veiculadas no telejornal. Por isso, a primeira das três reportagens da série “O Quinze: travessia”, inspirada no livro “O Quinze”, de Rachel de Queiroz, permite-nos dialogar com o que diz Albuquerque Jr. (2011), a respeito de reportagens exibidas pela mídia, inspiradas na obra da escritora cearense:

Mudemos de canal, à procura do noticiário. Está havendo seca no Nordeste. Que bom, temos a terra gretada para mostrar, a caatinga seca com seus espinhos e crianças brincando com ossinhos, como se fossem bois, chorando de fome, dá até para o repórter chorar também e quem sabe promover mais uma campanha eletrônica de solidariedade. É, parece que a nossa escritora, defensora da “nordestinidade”, Rachel de Queiroz, tem razão: a mídia tem o olho torto quando se trata de mostrar o “Nordeste”, pois eles só querem miséria. Mas será que nossa escritora tem mesmo razão? (ALBUQUERQUE JR., 2011, p. 30).

Instigados pelas provocações do autor, quando diz que o que podemos encontrar em comum entre todos os discursos, vozes e imagens exibidas nas reportagens sobre o assunto é uma estratégia da estereotipização, do discurso assertivo, repetitivo, de uma fala arrogante, fruto de uma voz autossuficiente que se arroga o direito de dizer o que é o outro em poucas palavras, identificamos, no material analisado, como, de fato, essas representações se assemelham ao que afirma o historiador.

Logo na cabeça, o texto deixa claro que o tema continua sendo um assunto atual e predominante em 2015: “[...] um dos assuntos que **dominaram as conversas e as preocupações dos brasileiros ao longo deste ano: a seca**”. A ideia de um problema que já dura séculos é representada também nas primeiras frases do *off*: “**As paredes de uma casa guardam uma história que começou a ser imaginada há exatos 100 anos**”. A partir daí a história contada é ancorada na ideia de que o fato narrado é uma lenda: “**A saga do retirante e o livro “O Quinze” são hoje um patrimônio**”, “A partir de agora, a reportagem **pisa nas pegadas de um personagem imaginário numa busca pela salvação, o maior impulso de vida**. Nada foi combinado, tudo acontece ao acaso”, “**A batalha diária é para saber de onde vai tirar a água para beber**”.

As representações sociais vão sendo construídas baseadas numa imagem fantasiosa da seca, muito mais do que real: “**O suor é só esperança, quem sabe ano que vem**”; “**Ela não sabe quantos anos tem, quantas secas já passou**. Para Izabel também tem asfalto, **mas é**

como se ele não tivesse ali” e “A terra do quintal virou poeira”. Nas representações, também ficam evidentes as objetivações de que o homem nordestino, o sertanejo, é ainda aquele de que fala Euclides da Cunha (1979, p. 81): “antes de tudo, um forte”. “Quem não pega a estrada **ainda luta com a terra. É um ato de resistência. Só quem é forte e tem coragem consegue ficar.**”

6.4.2 Reportagem 2

SECA/CASTIGO - PE

CABEÇA - O JORNAL NACIONAL MOSTRA UM PROBLEMA JÁ BEM CONHECIDO DOS BRASILEIROS, MAS QUE TEM SE AGRAVADO ESTE ANO. É A SECA PROLONGADA, QUE CASTIGA OS MORADORES DO INTERIOR DE PERNAMBUCO. QUASE 70% DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO ESTÃO EM SITUAÇÃO DE EMERGÊNCIA. E O PERÍODO DE CHUVAS JÁ PASSOU EM ALGUMAS ÁREAS.

OFF: UM RIO DESAPARECEU. FICOU O LEITO DO RIACHO QUE EXISTE SÓ NA LEMBRANÇA. O SACRIFÍCIO DE BUSCAR ÁGUA LONGE DE CASA ESTÁ DE VOLTA PARA MUITAS FAMÍLIAS. A DONA DE CASA MARIA JOSÉ PEREIRA DA SILVA E A FILHA JOSIANE, DE 15 ANOS, ENFRENTAM MEIA HORA DE CAMINHADA PARA GARANTIR ÁGUA PARA A FAMÍLIA.

JN: “QUANTAS PESSOAS VÃO USAR ESTA ÁGUA?”
MARIA JOSÉ: “OITO FILHOS, EU, O MARIDO, UMA NETA... ONZE.” JN: “QUANTAS VIAGENS A SENHORA FAZ POR DIA?”
MARIA JOSÉ: “NÓS DÁ 5, 6”.

QUANDO A ÁGUA CHEGA AO SÍTIO, OS ANIMAIS CORREM PARA MATAR A SEDE. PARA RECEBER O CAMINHÃO-PIPA, ELA TEM QUE PAGAR: “TEM QUE TER R\$ 100 OU R\$ 120 PARA COMPRAR UM CAMINHÃO-PIPA PARA BEBER E COZINHAR”, CONTA DONA MARIA JOSÉ. DOS 185 MUNICÍPIOS DE PERNAMBUCO, 126, QUASE 70%, ESTÃO EM SITUAÇÃO DE EMERGÊNCIA POR CAUSA DA ESTIAGEM SEVERA. O VOLUME DE ÁGUA NOS RESERVATÓRIOS DO ESTADO É CRÍTICO: ELES ACUMULAM APENAS 15% DA CAPACIDADE. NA BARRAGEM DE IPANEMINHA, QUE ABASTECE DUAS CIDADES E QUATRO POVOADOS DO AGRESTE, O NÍVEL DA ÁGUA BAIXOU MAIS DE 10 METROS. NÃO DÁ MAIS PARA CAPTAR E LEVAR A ÁGUA PARA AS CIDADES. ALÉM DE ALAGOINHA, OUTROS 16 MUNICÍPIOS DO AGRESTE E DO SERTÃO DE PERNAMBUCO ENFRENTAM O COLAPSO NO ABASTECIMENTO. MAIS DE 370 MIL PESSOAS ESTÃO SEM ÁGUA NAS TORNEIRAS. ALÉM DE TRANSFORMAR A ROTINA DOS MORADORES, ESTA LONGA ESTIAGEM LEVOU UMA NOVIDADE PARA AS CALÇADAS E PARA AS RUAS.

TAMBORES, BACIAS, BALDES, PANELAS... OS MORADORES TENTAM ARMAZENAR A ÁGUA DE TODO JEITO. A ROTINA DELES É ESPERAR PELO CAMINHÃO-PIPA, QUE SÓ PASSA UMA VEZ POR MÊS EM CADA RUA. “QUE É DIFÍCIL, É. NÃO SÓ PARA A GENTE, COMO PARA TODO MUNDO”, DIZ UMA MULHER. EM ALAGOINHA, JÁ SÃO DOIS ANOS E MEIO SEM TER ÁGUA NAS TORNEIRAS. NO SERTÃO, A ÉPOCA DAS CHUVAS JÁ TERMINOU, E CHOVEU APENAS A METADE DA MÉDIA HISTÓRICA, COMPLETANDO QUATRO ANOS DE ESCASSEZ. NO AGRESTE, O PERÍODO CHUVOSO COMEÇA AGORA E NUNCA FOI TÃO ESPERADO. “COMO É QUE A GENTE FAZ SEM ÁGUA? A GENTE NÃO FAZ COMIDA, NÃO FAZ LIMPEZA, A GENTE NÃO TEM VIDA. ÁGUA É VIDA, NÃO É? ”, COMENTA UMA MULHER.

TEMPO: 2:45

Figura 16: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre a seca em Pernambuco



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/05/seca-deixa-quase-70-das-cidades-de-pernambuco-em-emergencia.html>. Acesso em: 26 abr. 2016.

Na segunda reportagem analisada, a representação da seca é ancorada como um movimento já de rotina na região: **“Um problema já bem conhecido dos brasileiros, mas que tem se agravado este ano. É a seca prolongada, que castiga os moradores do interior de Pernambuco”**. As representações criam a ideia de um passado onde os dias já foram melhores, são as lembranças que alimentam as memórias de uma “terra” que já deu frutos, mas que agora o momento é só de luta e sacrifícios: **“Um rio desapareceu. Ficou o leito do riacho que existe só na lembrança. O sacrifício de buscar água longe de casa está de volta para muitas famílias”**. Novamente, o texto ancora a ideia da saga sertaneja: **“A dona de casa Maria José Pereira da Silva e a filha Josiane, de 15 anos, enfrentam meia hora de caminhada para garantir água para a família”**, **“Quando a água chega ao sítio, os animais correm para matar a sede”**.

Segundo Moscovici (2009, p. 66): **“Ao nomear algo, nós o libertamos de um anonimato perturbador, para dotá-lo de uma genealogia e para incluí-lo em um complexo de palavras específicas, para localizá-lo, de fato, na matriz de identidade de nossa cultura”**. Para o autor,

descobrir a qualidade icônica de uma ideia, produzir um conceito em uma imagem, é um mecanismo dessa ancoragem e objetivação que geram as representações sociais, encontrado nos exemplos aqui destacados. Destacamos outras ancoragens presentes no texto: **“Além de transformar a rotina dos moradores**, esta longa estiagem levou uma novidade para as calçadas e para as ruas. **Tambores, bacias, baldes, painéis... os moradores tentam armazenar a água de todo jeito. A rotina deles é esperar** pelo caminhão-pipa” e ainda “No agreste, o período chuvoso começa agora e **nunca foi tão esperado”**”.

6.4.3 Reportagem 3

ESTIAGEM/SECA – AL

CABEÇA: TRINTA E OITO MUNICÍPIOS DE ALAGOAS ESTÃO EM SITUAÇÃO DE EMERGÊNCIA POR CAUSA DA ESTIAGEM. **E SEM PREVISÃO DE MELHORA.**

OFF: SÃO CINCO ANOS ENFRENTANDO UMA SECA QUE **TORRA TUDO**. “DE 2010 PRA CÁ, O MEU GADO ACABOU. EU TINHA MAIS DE 40, E HOJE TEM 10 VAQUINHAS E ESSE BEZERRINHO QUE VOCÊ TÁ VENDENDO AÍ”, LAMENTOU JOSÉ SOUTO FERRO, AGRICULTOR.

E, PARA BEBER ÁGUA, TEM QUE TER DISPOSIÇÃO. SÃO TRÊS HORAS POR DIA PARA ESPERAR O CARRO-PIPA ENCHER AS VASILHAS. “É SEMPRE ASSIM, SEMPRE, SEMPRE, TODO DIA NESSE ROJÃO”, CONTOU EDILENE SILVA LIMA, AGRICULTORA. **O TEMPO PASSA, A CHUVA NÃO VEM E O CÉU AZUL, COM QUASE 40 °C DE TEMPERATURA SOBRE A TERRA TÃO CASTIGADA, É DESESPERADOR.** TODOS OS RESERVATÓRIOS ESTÃO SECANDO. NO FIM DE 2014, **A REPRESA CHEGOU AO VOLUME MORTO** - E ELA NÃO É PEQUENA. TEM CAPACIDADE PARA ARMAZENAR ATÉ 15 MILHÕES DE METROS CÚBICOS. ERA A ÁGUA QUE OS CAMINHÕES-PIPA LEVAVAM DALI PARA MAIS DE 8 MIL FAMÍLIAS DE SETE MUNICÍPIOS. SECOU DEPRESSA. EM ABRIL DE 2015, NÃO TINHA MAIS UMA GOTA D'ÁGUA. ESSA É A MESMA SITUAÇÃO DE MUITAS BARRAGENS DE MÉDIO E GRANDE PORTES NO SERTÃO DE ALAGOAS. **“SÓ DEUS QUEM VAI SALVAR A VIDA NOSSA. A NOSSA E DOS BICHINHOS”**, LAMENTOU CÍCERO CARVALHO VILAR, AGRICULTOR. SEM

AS FONTES DE ÁGUA, OS MUNICÍPIOS NÃO SABEM MAIS O QUE FAZER. “POR INCRÍVEL QUE PAREÇA, JÁ SECARAM TODAS, TODAS AS RESERVAS DE ÁGUA”, CONTOU GERALDO REIS GUERRA, SECRETÁRIO DE AGRICULTURA DE INHAPI/AL. É QUE MESMO COM O EXÉRCITO E A DEFESA CIVIL ESTADUAL ABASTECENDO OS SERTANEJOS COM CAMINHÃO-PIPA, **NÃO HÁ COMO ATENDER TODA A NECESSIDADE, PRINCIPALMENTE PRA MATAR A SEDE DOS ANIMAIS. E OS ESPECIALISTAS EM CLIMA DIZEM QUE 2016 SERÁ MAIS UM ANO DE SECA. RESTA APELAR PARA QUE VENHAM AS TROVOADAS. AS NUVENS CARREGADAS, QUE PODEM SURGIR A QUALQUER MOMENTO, NO VERÃO E NO INVERNO.**

TEMPO: 1:58

Figura 17: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre a seca em Alagoas



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/11/seca-deixa-38-municipios-em-situacao-de-emergencia-em-alagoas.html>. Acesso em: 7 fev. 2016.

Na representação acima (Figura 17), novos personagens entram na representação da luta para vencer os desafios impostos pela falta d’água no sertão: os animais. Os enquadramentos das carcaças dos animais espalhadas nas terras esturricadas do sertão nordestino fazem parte do imaginário da Região. “Não há como atender toda a necessidade, **principalmente para matar a sede dos animais**”. Os esqueletos ancoram e até explicam a paisagem de uma região devastada, desolada, esquecida pelo Poder Público: “**E sem previsão de melhora**”, ou ainda, “São cinco anos enfrentando **uma seca que torra tudo**”.

A ideia de fatalidade provocada pelo destino, que sujeita os homens e os animais a morrerem de sede, permeia toda a representação social da seca nas reportagens analisadas. As ancoragens confirmam a afirmação acima: “**O tempo passa, a chuva não vem e o céu azul, com quase 40 °C de temperatura sobre a terra tão castigada, é desesperador**”, “**Resta apelar para**

que venham as trovoadas [...]”. Mais uma vez, as representações sociais da seca na Região Nordeste se mostram carregadas de significados e simbolismos, temas que se impõem como verdades pela repetição de que alertava Albuquerque Jr. (2011), estereótipos que nascem de uma caracterização grosseira, em que as multiplicidades e as diferenças individuais são apagadas em nome de semelhanças superficiais do grupo. Nas **Considerações Finais** abordaremos o assunto com mais profundidade.

6.5 O inesperado

6.5.1 Reportagem 1

ATAQUE TUBARÃO/PE

CABEÇA: PESQUISADORES ESTÃO INTRIGADOS COM O ATAQUE DE UM TUBARÃO A UM BANHISTA EM FERNANDO DE NORONHA. EM 20 ANOS DE MONITORAMENTO, FOI O PRIMEIRO NAQUELA ÁREA.

OFF - O ATAQUE FOI NA PRAIA DO SUESTE, UMA DAS MAIS BONITAS E FREQUENTADAS DE FERNANDO DE NORONHA. O TURISTA, DE 33 ANOS, É DO PARANÁ E VISITAVA O ARQUIPÉLAGO COM A MULHER E O IRMÃO. NA TARDE DE SEGUNDA-FEIRA (21) ELE ESTAVA BOIANDO NA ÁGUA QUANDO FOI MORDIDO PELO TUBARÃO. A MÃO E PARTE DO ANTEBRAÇO DIREITO FORAM ARRANCADAS. NA MANHÃ DESTA TERÇA (22) ELE FOI TRAZIDO DE AVIÃO PARA O RECIFE, ONDE FOI ATENDIDO NO HOSPITAL DA RESTAURAÇÃO - REFERÊNCIA PARA O TRATAMENTO DESSE TIPO DE TRAUMA. O NOME DELE NÃO FOI DIVULGADO A PEDIDO DA FAMÍLIA. “NÃO TEM PREVISÃO DE ALTA. POR CONTA DA MORDEDURA DO ANIMAL, ELA É INFECTADA, ENTÃO HÁ NECESSIDADE DE FAZER O ANTIBIÓTICO E CUMPRIR O SEU CICLO DE ANTIBIÓTICO PRA VER A EVOLUÇÃO DO PACIENTE”, EXPLICA O MÉDICO ROGÉRIO EHRARDT. O COMITÊ QUE REGISTRA E INVESTIGA OS INCIDENTES COM TUBARÕES EM PERNAMBUCO AINDA NÃO SABE O QUE ACONTECEU. EM MAIS DE 20 ANOS DE MONITORAMENTO, ESSE É O PRIMEIRO ATAQUE DE TUBARÃO REGISTRADO EM FERNANDO DE NORONHA. “A EQUIPE DO IBAMA, JUNTO COM OUTROS ÓRGÃOS LÁ ESTÃO FAZENDO TODO O LEVANTAMENTO, JUNTO COM A NOSSA EQUIPE TAMBÉM, QUE ESTÁ LÁ EM NORONHA PARA QUE A GENTE CONSIGA FAZER O DIAGNÓSTICO DESSE CASO QUE É INÉDITO, NÉ? NUNCA ANTES TEVE UM INCIDENTE LÁ EM NORONHA. A ÁGUA ESTAVA TURVA, E ISSO FAVORECE ESSA APROXIMAÇÃO”, CONTA O CORONEL CLÓVIS RAMALHO, PRESIDENTE DA CEMIT. NA

REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE, JÁ FORAM REGISTRADOS 60 ATAQUES DE TUBARÃO DESDE 1992, MAS OS ESPECIALISTAS AFIRMAM QUE AS CONDIÇÕES DO MAR EM NORONHA SÃO MUITO DIFERENTES. O ARQUIPÉLAGO É FAMOSO PELO EQUILÍBRIO NATURAL E PELO CONTROLE DA INTERAÇÃO ENTRE OS VISITANTES E OS ANIMAIS MARINHOS. NESTA TERÇA-FEIRA (22), PESQUISADORES MERGULHARAM NO LOCAL PARA TENTAR DESCOBRIR AS CAUSAS E QUAL A ESPÉCIE DO TUBARÃO QUE MORDEU O TURISTA. A MAIORIA DOS TUBARÕES DA ILHA É DA ESPÉCIE LIMÃO, MAS PELO TAMANHO DO FERIMENTO DO TURISTA, ELES ACREDITAM QUE PODE TER SIDO UM TUBARÃO TIGRE, QUE É MAIS AGRESSIVO E TEM UMA MORDIDA MAIS FORTE, CAPAZ DE PARTIR ATÉ CASCOS DE TARTARUGAS.

TEMPO: 2:11

Figura 18: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre um ataque de tubarão em Fernando de Noronha/PE



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/12/banhista-atacado-por-tubarao-em-fernando-de-noronha-perde-um-braco.html>. Acesso em: 3 abr. 2016.

A tentativa de reconhecer um fato estranho e descobrir como ele aconteceu e a que categoria a que pertence é uma forma de representação, diz Moscovici (2009): “Generalizando, nós reduzimos as distâncias. Nós selecionamos uma característica aleatória e a usamos como uma categoria [...]” (MOSCOVICI, 2009, p. 65).

Na reportagem sobre o ataque de tubarão a um banhista na praia de Fernando de Noronha, em Pernambuco (Figura 18), o incidente é ancorado, logo no início do texto, por algumas frases como: “Pesquisadores **estão intrigados com o ataque de um tubarão**”, “**Em 20 anos de monitoramento, foi o primeiro naquela área**”. Ao tentar explicar o inexplicável, dito de outra forma, tornar familiar o não familiar (MOSCOVICI, 2009), ancora-se o fato com paradigmas que pensamos ser apropriados, fazendo surgirem as representações, como nos exemplos em negrito a seguir: “O ataque foi na Praia do Sueste, **uma das mais bonitas e**

frequentadas de Fernando de Noronha”, “Ele estava boiando na água quando foi mordido pelo tubarão”, “O comitê que registra e investiga os incidentes com tubarões em Pernambuco ainda não sabe o que aconteceu. Esse é o primeiro ataque de tubarão registrado em Fernando de Noronha”.

Ao longo da narrativa, vai-se tentando dar nome ao inominável, e as representações sociais vão surgindo na tentativa de explicar o ataque. As ancoragens são tentativas de explicar mais um ataque: “Na Região Metropolitana do Recife, já foram registrados 60 ataques de tubarão desde 1992, mas os especialistas afirmam que as condições do mar em Noronha são muito diferentes. O arquipélago é famoso pelo equilíbrio natural e pelo controle da interação entre os visitantes e os animais marinhos. Nesta terça-feira (22), pesquisadores mergulharam no local para tentar descobrir as causas e qual a espécie do tubarão que mordeu o turista. A maioria dos tubarões da ilha é da espécie Limão, mas pelo tamanho do ferimento do turista, eles acreditam que pode ter sido um tubarão Tigre, que é mais agressivo e tem uma mordida mais forte, capaz de partir até cascos de tartarugas”.

6.5.2 Reportagem 2

SOTERRAMENTO/CHUVAS - BA

CABEÇA: SUBIU PARA 15 O NÚMERO DE MORTOS POR CAUSA DA CHUVA FORTE EM SALVADOR.

OFF: AINDA HÁ MUITA LAMA NO LOCAL ONDE 11 DAS 15 PESSOAS MORRERAM SOTERRADAS. EQUIPES DA DEFESA CIVIL FIZERAM UM LEVANTAMENTO DETALHADO PARA IDENTIFICAR AS ÁREAS DE ALTÍSSIMO RISCO. FORAM MAPEADAS 16 ÁREAS NA CIDADE. COM BASE NESSE LEVANTAMENTO, O PREFEITO ASSINOU UM DECRETO PARA RECONHECER A SITUAÇÃO DE EMERGÊNCIA NESSAS ÁREAS, PARA FACILITAR A LIBERAÇÃO DE DINHEIRO. AS 300 CASAS QUE ESTÃO NAS ÁREAS DE RISCO TERÃO QUE SER DESOCUPADAS IMEDIATAMENTE. AS FAMÍLIAS DESALOJADAS TÊM A OPÇÃO DE IR PARA ABRIGOS TEMPORÁRIOS OU DE RECEBER O CHAMADO ALUGUEL SOCIAL. O GRANDE PROBLEMA É QUE AS PESSOAS RESISTEM EM SAIR DAS CASAS COM MEDO DE INVASÕES E ROUBOS. A PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF GARANTIU O APOIO DO EXÉRCITO PARA PROTEGER O PATRIMÔNIO DESSAS PESSOAS. FOI MAIS UM DIA DE DOR PARA OS MORADORES DA COMUNIDADE DO BARRO BRANCO, ONDE O DESLIZAMENTO DE UM BARRANCO NA MADRUGADA DESTA SEGUNDA-FEIRA (27) SOTERROU SEIS CASAS. NESTA TERÇA-FEIRA (28) CEDO OS BOMBEIROS

ENCONTRARAM O CORPO DE SIVALDO SILVA FILHO, QUE **FARIA ANIVERSÁRIO NESTA TERÇA-FEIRA (28)**. À TARDE, OUTROS DOIS CORPOS FORAM ENCONTRADOS: **O DA MÃE DE SIVALDO, UMA SENHORA DE 55 ANOS, E O DE UMA ADOLESCENTE**. UMA BUSCA COMO ESSA SEMPRE É MUITO DIFÍCIL POR CAUSA DOS ESCOMBROS E PRINCIPALMENTE PELA GRANDE QUANTIDADE DE TERRA QUE DESCE DO BARRANCO. OS TRATORES E CAÇAMBAS, QUE TRABALHAM 24 HORAS POR DIA, JÁ RETIRARAM DE LÁ MAIS DE 300 TONELADAS DE BARRO E **AINDA FALTA MUITO**. A EMPRESA RESPONSÁVEL CALCULA QUE VAI LEVAR PELO MENOS DUAS SEMANAS PARA LIMPAR TUDO ISSO. FORAM 11 MORTES EM BARRO BRANCO. SAMUEL, DE 12 ANOS, **ERA O ÚNICO FILHO DE SANDRO. O PORTEIRO ESCAPOU E CONSEGUIU SALVAR A MULHER, MAS NÃO TEVE TEMPO DE RESGATAR O MENINO**. “UMA EXPERIÊNCIA QUE NINGUÉM GOSTARIA DE PASSAR. É ALGO QUE DÓI NA ALMA”, LAMENTA O PORTEIRO SANDRO OLIVEIRA. A TERRA TAMBÉM DESLIZOU NO BAIRRO DE BOM JUÁ. QUATRO PESSOAS DE UMA MESMA FAMÍLIA MORRERAM, **ENTRE ELAS DOIS ADOLESCENTES**. MINUTOS DEPOIS DO DESLIZAMENTO QUE CAUSOU AS MORTES, UM MORADOR CONSEGUIU GRAVAR O MOMENTO EM QUE A TERRA DESCEU OUTRA VEZ. EM OUTRO BAIRRO POPULAR DE SALVADOR UM PRÉDIO DE CINCO ANDARES DESABOU. **POR SORTE, SÓ UM RAPAZ TEVE FERIMENTOS LEVES**. NO BAIRRO DO LOBATO, DEZ CASAS FORAM SOTERRADAS, MAS TAMBÉM **SÓ UMA PESSOA SE FERIU**. A PREFEITURA CALCULA QUE A CHUVA DEIXOU MAIS DE 500 DESABRIGADOS. **MUITOS PERDERAM AS CASAS**, MAS HÁ FAMÍLIAS QUE TIVERAM QUE SAIR PORQUE **OS IMÓVEIS FORAM CONDENADOS** PELA DEFESA CIVIL. EM UMA ESCOLA MUNICIPAL ESTÃO 20 FAMÍLIAS E **TUDO O QUE ELAS CONSEGUIRAM SALVAR. NO CASO DE TATIANA, ALGUMAS ROUPAS**. “A METADE ALI EU DEI PARA BOTAR DENTRO DE UMA SACOLA, ENROLAR E TRAZER. SÓ. O RESTO PERDI TUDO”, CONTA TATIANA.

TEMPO: 4:00

Figura 19: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre deslizamento de barreiras em Salvador/BA



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/04/sobe-para-15-o-numero-de-mortos-pela-chuva-em-salvador.html>. Acesso em: 10 mar. 2016.

Na reportagem sobre o soterramento de casas provocado pelas fortes chuvas em Salvador, na Bahia (Figura 19), a gravidade do problema é ancorada ao correlacionar o fato ao número de mortos no acidente: “Ainda há muita lama no local **onde 11 das 15 pessoas morreram soterradas**. Equipes da defesa civil **fizeram um levantamento detalhado para identificar as áreas de altíssimo risco** [...]”. Outras ancoragens vão surgindo ao longo do texto: “O prefeito **assinou um decreto para reconhecer a situação de emergência nessas áreas, para facilitar a liberação de dinheiro**. As 300 casas que estão nas áreas de risco terão que ser **desocupadas imediatamente**”.

O medo, a insegurança das vítimas e do Poder Público, impotentes diante da violência das chuvas e dos soterramentos, vão sendo ancorados por expressões de consolo, encorajamento e desolação, que ajudam a aceitar a fatalidade ou até mesmo o descaso com a vida da população que é obrigada a viver em locais de risco: “As famílias desalojadas **têm a opção de ir para abrigos temporários** ou de receber **o chamado aluguel social**. O grande problema é que **as pessoas resistem em sair das casas** com medo de invasões e roubos. **Foi mais um dia de dor** para os moradores”, “Em uma escola municipal estão 20 famílias **e tudo o que elas conseguiram salvar. No caso de Tatiana, algumas roupas**”. As ancoragens se apoiam também nas perdas humanas, na fatalidade das mortes: “Nesta terça-feira (28) cedo os bombeiros encontraram o corpo de Sivaldo Silva Filho, **que faria aniversário nesta terça-feira (28)**. À tarde, outros dois corpos foram encontrados: **o da mãe de Sivaldo, uma senhora de 55 anos, e o de uma adolescente**”, “**Samuel, de 12 anos, era o único filho de Sandro**. O porteiro escapou **e conseguiu salvar a mulher, mas não teve tempo de resgatar o menino**”, “Quatro pessoas de uma mesma família morreram, **entre elas dois adolescentes**”.

6.5.3 Nota coberta 3

TEMPORAL/MORTES - BA

CABEÇA: UM TEMPORAL ALAGOU RUAS E PROVOCOU DESLIZAMENTOS DE TERRA EM SALVADOR. QUATORZE PESSOAS MORRERAM.

OFF: A CHUVA COMEÇOU DE MADRUGADA. SALVADOR **PARECIA UMA CIDADE CORTADA POR RIOS**. AS MORTES FORAM NAS ÁREAS PERTO DE ENCOSTAS. NO BAIRRO BOM JUÁ, NA PERIFERIA, A TERRA DESLIZOU E ATINGIU DUAS CASAS. CINCO PESSOAS MORRERAM. EM OUTRA REGIÃO, O MURO DE CONTENÇÃO DESABOU E FEZ A TERRA DA ENCOSTA DESLIZAR. SEIS CASAS **DESAPARECERAM DEBAIXO DA LAMA**. LOGO APÓS O SOTERRAMENTO, TRÊS PESSOAS FORAM RESGATADAS. OS BOMBEIROS RECEBERAM INFORMAÇÕES DE QUE HÁ MAIS GENTE SOTERRADA E, POR ISSO, **O TRABALHO DE RESGATE NÃO PARA. OS MORADORES DA REGIÃO AJUDAM COMO PODEM** NOS DOIS LOCAIS ONDE HÁ BUSCAS. É UM TRABALHO COMPLICADO PORQUE HÁ MUITA LAMA, UMA LAMA FOFA. **É PRECISO MUITO CUIDADO**. DEPOIS DE MAIS DE SETE HORAS SOTERRADO, UM ADOLESCENTE **FOI RETIRADO COM VIDA**. “TUDO O QUE EU MAIS QUERO AGORA É FICAR PERTO DELE”, AFIRMA UMA MORADORA. **APESAR DO ESFORÇO E DAS ORAÇÕES**, ATÉ O INÍCIO DA NOITE DESTA SEGUNDA-FEIRA (27), SETE PESSOAS FORAM ENCONTRADAS MORTAS EM UMA DAS COMUNIDADES ATINGIDAS. ENTRE ELAS, **UM MENINO DE 12 ANOS**. “UMA TURMA FOI POR AQUI, OUTRA POR LÁ, MAS INFELIZMENTE, NÃO DEU PARA SALVAR NINGUÉM”, CONTA UM MORADOR.

Tempo: 1:22

Figura 20: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre deslizamentos provocados pelas fortes chuvas na Bahia



Fonte: G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/04/deslizamentos-de-terra-arrastam-casas-e-provocam-mortes-em-salvador.html>>. Acesso em: 13 mar. 2016.

Na reportagem sobre um temporal na cidade de Salvador, na Bahia (Figura 20), onde dessa vez 14 pessoas morreram, a objetivação, processo pelo qual procuramos tornar visível uma realidade, aliando um conceito a uma imagem, fica bem evidente logo no início do *off*: **“Salvador parecia uma cidade cortada por rios”**. As representações sociais do **Inesperado** vão explicando a dificuldade da situação em socorrer as vítimas do deslizamento: **“Seis casas desapareceram debaixo da lama”, “O trabalho de resgate não para. Os moradores da região ajudam como podem”, “É um trabalho complicado porque há muita lama, uma lama fofa. É preciso muito cuidado. Depois de mais de sete horas soterrado, um adolescente foi retirado com vida”**. Mas o nível de esforço para tentar explicar a realidade ou até mesmo encontrar algum conforto em meio a tanta dor faz surgirem representações que apelam para a fé como último subterfúgio: **“Apesar do esforço e das orações, até o início da noite desta segunda-feira (27), sete pessoas foram encontradas mortas em uma das comunidades atingidas. Entre elas, um menino de 12 anos”**.

6.6 Milagre Nordestino

6.6.1 Reportagem 1

BEIJA-FLORES/ORELHÃO - PB

CABEÇA: O JORNAL NACIONAL MOSTRA O TELEFONE PÚBLICO MAIS PROTEGIDO E BEM CUIDADO DO BRASIL. ELE FICA EM JOÃO PESSOA. EM TEMPO DE CELULARES CADA VEZ MAIS MODERNOS, **ELE ANDAVA ESQUECIDO, ULTRAPASSADO. MAS, DE UNS DIAS PARA CÁ, VIROU O CENTRO DAS ATENÇÕES, PONTO TURÍSTICO. NÃO EXATAMENTE O ORELHÃO, MAS OS NOVOS MORADORES DELE: UMA FAMÍLIA DE BEIJA-FLORES.**

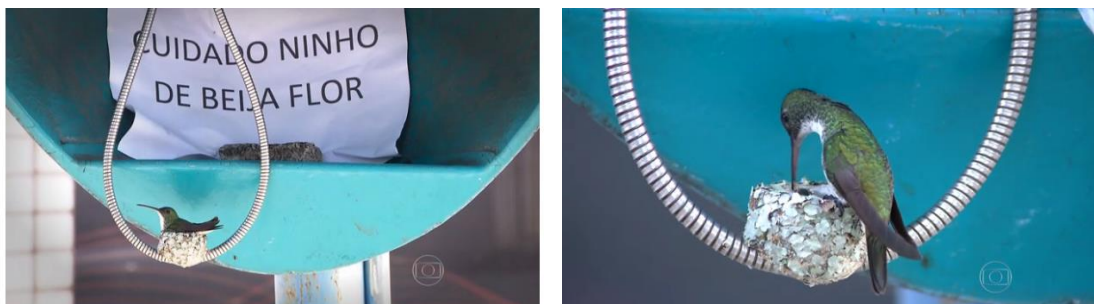
“A NATUREZA É UMA COISA LINDA. É INEXPLICÁVEL. VÊ QUE É DIVINO, É DOM DE DEUS MESMO”, DIZ O EMPRESÁRIO FLÁVIO MORAIS. OS PEQUENOS NASCERAM HÁ POUCOS DIAS. AINDA TENTAM SE ACOSTUMAR COM O MOVIMENTO DOS PAPARAZZI. A MAMÃE PARECE NÃO SE IMPORTAR: VAI E VOLTA COM A COMIDA. LUGAR NÃO FALTAVA. NO FINAL DA RUA, UMA RESERVA FLORESTAL. MAS QUANDO A “MAMÃE BEIJA-FLORES” ESCOLHEU O TELEFONE PÚBLICO PARA FAZER O NINHO, COINCIDÊNCIA OU NÃO, ACABOU CONSEGUINDO UMA VANTAGEM QUE FEZ TODA A DIFERENÇA: SEGURANÇA 24 HORAS. A FAMÍLIA FOI ADOTADA PELOS POLICIAIS DO TRIBUNAL DE CONTAS, QUE ISOLARAM A ÁREA. SEMPRE TEM ALGUÉM POR PERTO OU

DE OLHO NO SISTEMA DE MONITORAMENTO. “VIROU O NOSSO MASCOTE. AS PESSOAS PARAM AQUI DIRETO E TAMBÉM FOI MUITO BACANA PARA A GENTE TAMBÉM SENTIR UM POUCO E QUEBRAR O RITMO DO POLICIAL MILITAR COM UM POUCO DA PRESERVAÇÃO DA PRÓPRIA NATUREZA”, DIZ O CHEFE DA SEGURANÇA, CORONEL SOUZA NETO.

MAS NÃO TEM SISTEMA DE SEGURANÇA QUE FUNCIONE TÃO BEM QUANTO O ALARME DA GRAÇA. “A GENTE TEM CÍUMES. QUANDO ALGUÉM SE APROXIMA, A GENTE SÓ FICA PENSANDO NO BEM-ESTAR DO ANIMAL, DA AVE”, DIZ GRAÇA.

TEMPO: 1:51

Figura 21: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre um ninho de beija-flor em João Pessoa/PB



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/10/ninho-de-beija-flores-em-orelhao-chama-atencao-em-joao-pessoa.html>. Acesso em: 7 mar. 2016.

As representações da categoria **Milagre nordestino**, na matéria analisada (Figura 21), sobre um ninho de passarinho feito num telefone público, foram construídas por objetivações que representam um lugar de conforto, proteção e afeto: “O telefone público **mais protegido e bem cuidado do Brasil**”. O antigo orelhão ganha elogios e novas qualidades: “Em tempo de celulares cada vez mais modernos, **ele andava esquecido, ultrapassado**. Mas, de uns dias para cá, **virou o centro das atenções, ponto turístico**. Não exatamente o orelhão, **mas os novos moradores dele**: uma família de beija-flores”.

Toda a narrativa vai se construindo por objetivações de um simples telefone público que virou sinônimo de casa, de um lar seguro e acolhedor, transformando uma situação aparentemente banal em um fenômeno excepcional, milagroso, capaz de transformar o ser humano, de modificar os hábitos e sensibilizar toda uma comunidade: “**Os pequenos nasceram há poucos dias. Ainda tentam se acostumar com o movimento dos paparazzi. A mamãe parece não se importar: vai e volta com a comida**”, “Mas quando a ‘mamãe beija-flor’ escolheu o telefone público para fazer o ninho, coincidência ou não, acabou conseguindo uma

vantagem que fez toda a diferença: segurança 24 horas. A família foi adotada pelos policiais do Tribunal de Contas, **que isolaram a área. Sempre tem alguém por perto ou de olho no sistema de monitoramento**” e ainda, **“Mas não tem sistema de segurança que funcione tão bem quanto o alarme da Graça”**.

6.6.2 Reportagem 2

PROFETAS DA CHUVA/SECA - CE

CABEÇA: NO INTERIOR DO CEARÁ SERTANEJOS COSTUMAM OBSERVAR SINAIS DA NATUREZA NESTA ÉPOCA DO ANO PARA TENTAR ADVINHAR A PREVISÃO DO TEMPO. A EXPECTATIVA É GRANDE, JÁ QUE A REGIÃO ENFRENTA UMA DAS PIORES SECAS DAS ÚLTIMAS DÉCADAS. OFF: **É DO CÉU QUE O SERTANEJO ESPERA A BENÇÃO DA CHUVA, E É NA TERRA QUE ELE RENOVA A ESPERANÇA.** “EM UM ANO SECO NÃO APARECE UMA FLOR, UMA FOLHA VERDE, NADA”, CONTA O MORADOR. **PLANTAS E BICHOS DÃO AS RESPOSTAS AOS CHAMADOS PROFETAS DA CHUVA.** “NÃO É ADIVINHAÇÃO, É CONHECER A NATUREZA”, DIZ O AGRICULTOR FRANCISCO DOS SANTOS. EM UM DOS PRINCIPAIS AÇUDES DO CEARÁ, NORMALMENTE É COBERTO DE ÁGUA E SE VÊ O QUANTO A ÁGUA JÁ RECUOU. POR ISSO, DEPOIS DE TRÊS ANOS DE ESTIAGEM, **OS PROFETAS DA CHUVA SÃO AINDA MAIS REQUISITADOS PARA OBSERVAR NOS SINAIS DA NATUREZA SE ESSA SITUAÇÃO AINDA VAI CONTINUAR.** ANTONIO VIANA OLHA AS NUVENS E DIZ: **“DE JANEIRO AGORA PARA FEVEREIRO. NESTES DOIS MESES ACHO FAZ ÁGUA NO NOSSO CEARÁ”. MAS A PREVISÃO DO TEMPO TAMBÉM PODE ESTAR NO COMPORTAMENTO DOS CUPINS.** “ELE ESTÁ CRIANDO ESSA CAPA POR CIMA, QUER DIZER QUE ESTÁ ESPERANDO A CHUVA QUE VAI APARECER”, DIZ O PECUARISTA ERISMAR NOBRE DA SILVEIRA. **E NA CASA DO JOÃO-DE-BARRO, QUE CONSTRUIU A ENTRADA DO LADO CONTRÁRIO DO VENTO QUE TRAZ CHUVA. “SE ELA FEZ ASSIM, VAI CHOVER BEM”, DIZ O AGRICULTOR ANTONIO TAVARES DA SILVA. HÁ 19 ANOS, PROFETAS E PROFETIZAS SE REÚNEM PARA COMPARTILHAR OPINIÕES.** “AINDA TEM BOTÃO DE ROSA QUE VAI BROTAR, ANUNCIANDO INVERNO PARA MARÇO, MAIO”, DIZ UMA PROFETIZA. **APESAR DE NÃO TER RESPALDO CIENTÍFICO, A PREVISÃO DOS PROFETAS É AGUARDADA COM ANSIEDADE. E ESTE ANO OS SERTANEJOS NÃO VEEM A HORA DE AGRADECER PELA CHUVA.**

TEMPO: 1:40

Figura 22: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre os profetas da chuva no Ceará



Fonte: G1. Disponível em: < <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/01/profetas-da-chuva-usam-sinais-da-natureza-para-fazer-previsao-do-tempo.html>>. Acesso em: 25 abr. 2015.

Na reportagem sobre “os profetas da chuva”, homens que dizem prever quando vai chover no sertão do Ceará, a representação do sertanejo, mais uma vez, é ancorada na ideia de milagre, de bênção, de graça alcançada pela fé: **“É do céu que o sertanejo espera a bênção da chuva, e é na terra que ele renova a esperança”, “Plantas e bichos dão as respostas aos chamados profetas da chuva”**. Para Moscovici (2009), a materialização de uma abstração é uma das características mais misteriosas do pensamento e da fala, e é na objetivação que vamos encontrar essas representações, como nos exemplos: **“Os profetas da chuva são ainda mais requisitados para observar nos sinais da natureza se essa situação ainda vai continuar. Antônio Viana olha as nuvens e diz: ‘de janeiro agora para fevereiro. Nestes dois meses acho faz água no nosso Ceará’. Mas a previsão do tempo também pode estar no comportamento dos cupins”, “E na casa do João-de-Barro, que construiu a entrada do lado contrário do vento que traz chuva: se ele fez assim, vai chover bem, diz o agricultor Antônio Tavares da Silva”**.

As objetivações do “profeta da chuva” remetem ao imaginário do homem sertanejo, que, além de ser um forte, pressente, pela experiência de vida e das próprias mazelas a que é submetido, o seu destino:

De repente, uma variante trágica. Aproxima-se a seca. O sertanejo advinha-a e prefixa-a graças ao ritmo singular com que se desencadeia o flagelo. [...] A seca não o apavora. [...] Com os escassos recursos das próprias observações e das dos seus maiores, em que ensinamentos práticos se misturam a extravagantes crendices, tem procurado estudar o mal, para o conhecer, suportar e suplantar. [...] Procura em seguida desvendar o futuro. Volve o olhar para as alturas; atenta longamente nos quadrantes; e perquire os traços mais fugitivos das paisagens... (CUNHA, 1979, p. 92).

Ao trazer à tona histórias e tradições passadas, as representações sociais vão surgindo:

A ancoragem nos ajuda em tais circunstâncias. É um movimento que implica, na maioria das vezes, em juízo de valor, pois, ao ancorarmos, classificamos uma pessoa, ideia ou objeto e com isso o situamos dentro de alguma categoria que historicamente comporta esta dimensão valorativa (OLIVEIRA; WERBA, 2009, pp. 108-109).

O que era inexplicável, invisível, torna-se visível em nossas mentes: “Há 19 anos, **profetas e profetizas se reúnem para compartilhar opiniões**”, “Apesar de não ter respaldo científico, **a previsão dos profetas é aguardada com ansiedade**. E este ano os sertanejos **não veem a hora de agradecer pela chuva**”.

6.6.3 Reportagem 3

CORTADOR DE CANA/PROFESSOR – PE

CABEÇA: CONHEÇA UM EX-CORTADOR DE CANA QUE FEZ DA EDUCAÇÃO A VIDA DELE. ELE VIROU PROFESSOR, CRIOU UMA ESCOLA E FAZ QUESTÃO DE TRANSFORMAR TODOS OS DIAS DAS CRIANÇAS NUMA FESTA.

OFF: CRIANÇA MAIS BRINQUEDO. RESULTADO: ALEGRIA. A FESTA SE TORNA MAIS FASCINANTE QUANDO A GENTE DESCOBRE O HOMEM POR TRÁS DELA: O PROFESSOR WALDEMAR LUCIANO NUNES. QUANDO ERA UM MENINO, ELE PRECISOU TRABALHAR CORTANDO CANA PARA CONSEGUIR BOTAR ALMOÇO NA MESA PARA OS OITO IRMÃOS MENORES. TAMBÉM VENDEU ALIMENTOS NA FEIRA, FOI AJUDANTE DE PEDREIRO E APRENDEU A ESCREVER COM 22 ANOS. DEPOIS, APOSTOU FIRME NA EDUCAÇÃO. FOI ESSE MENINO QUE SE FORMOU EM PEDAGOGIA, ESTUDOS SOCIAIS E GEOGRAFIA. VIROU PROFESSOR, ABRIU A PRÓPRIA ESCOLA. ENSINOU À FAMÍLIA O PODER DA EDUCAÇÃO. “ABRIR COLÉGIO, ACHO QUE TODO MUNDO PODE ABRIR. AGORA, CONSTRUIR ESSA HISTÓRIA, REALMENTE É MUITO DIFÍCIL”, AFIRMA A FILHA E PROFESSORA, ADRIANA NUNES BARRETO. A PROFESSORA ROSA AMÉLIA NUNES É A PARCEIRA DA VIDA INTEIRA. “ESSE HOMEM VAI FAZER 80 ANOS. EU ESTOU COM 65. E TODO DIA NESSE BATENTE”, CONTA A ESPOSA E PROFESSORA. NO BATENTE PORQUE QUEREM. PORQUE NÃO ABREM MÃO DISSO. SABE POR QUÊ? “SE NÓS EDUCARMOS OS MENINOS DE HOJE, NÃO SERÁ PRECISO PUNIR OS HOMENS DE AMANHÃ. ENTÃO, A META É ESSA: É EDUCAR, EDUCAR E EDUCAR. VOCÊ NÃO SABE MINHA FELICIDADE EM TRANSMITIR ISSO PARA OS ALUNOS E SER O QUE SOU HOJE”, AFIRMA O PROFESSOR WALDEMAR. NESTA SEGUNDA-FEIRA (12), ELE É O DONO DESTA FESTA: COMPROU DOIS MIL

BRINQUEDOS, COMO FAZ TODO ANO, UM DIA DAS CRIANÇAS INESQUECÍVEL. E, SE ALÉM DO PRESENTE, ALGUÉM QUISE UM CONSELHO, LÁ VAI: “É RESPEITAR OS VELHOS, RESPEITAR O SEU PAI E A SUA MÃE E RESPEITAR O PROFESSOR”.

TEMPO: 2:06

Figura 23: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre ex-cortador de cana que virou professor e dono de escola em Pernambuco



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/edicoes/2015/10/12.html>. Acesso em: 4 mar. 2016.

O último exemplo da representação social que denominamos aqui **Milagre nordestino** é objetivado na trajetória de vida de um ex-cortador de cana que virou professor e montou a própria escola no Estado de Pernambuco. As representações sociais vão criando a imagem de um homem que teve um passado duro e lutou muito para mudar de vida e transformar o destino de outras pessoas. A objetivação neste exemplo é bem clara: **“Criança mais brinquedo. Resultado: alegria”**, **“Um ex-cortador de cana que fez da educação a vida dele. Ele virou professor, criou uma escola e faz questão de transformar todos os dias das crianças numa festa”**.

A objetivação, processo pelo qual a imagem deixa de ser signo e passa a ser uma cópia da realidade (OLIVEIRA; WERBA, 2009, p. 109), reforça a ideia dessa transformação: **“[...] A festa se torna mais fascinante quando a gente descobre o homem por trás dela: o professor Waldemar Luciano Nunes”**, **“Ele precisou trabalhar cortando cana para conseguir botar almoço na mesa para os oito irmãos menores”**, **“[...] apostou firme na educação. Foi esse menino que se formou em Pedagogia, Estudos Sociais e Geografia. Virou professor, abriu a própria escola. Ensina à família o poder da educação”**.

6.7 Destino Nordeste

6.7.1 Reportagem 1

ENERGIA EÓLICA/SOLUÇÃO - RN

CABEÇA: NESTE MOMENTO EM QUE O BRASIL DISCUTE A ESCASSEZ DE ÁGUA E A OFERTA DE ENERGIA ELÉTRICA, O JORNAL NACIONAL FOI VISITAR UM LUGAR DO RIO GRANDE DO NORTE ONDE **A GERAÇÃO NÃO DEPENDE NEM DOS RIOS NEM DAS USINAS TÉRMICAS.**

OFF: EM JOÃO CÂMARA, A 80 QUILOMETROS DE NATAL, É ASSIM: MUITAS CASAS TÊM AEROGERADORES NOS QUINTAIS. NOS ÚLTIMOS QUATRO ANOS, AS DEZ USINAS EÓLICAS INSTALADAS NO MUNICÍPIO COMPRARAM E ARRENDARAM **CADA PEDACINHO DE CHÃO QUE PUDESSE SER REAPROVEITADO NA TRANSFORMAÇÃO DO VENTO EM ENERGIA ELÉTRICA.** PELO ALUGUEL DA TERRA, PAGAM ENTRE R\$ 700 E R\$ 1 MIL MENSAIS POR AEROGERADOR. NA REGIÃO SECA, COM MUITO VENTO, A INDÚSTRIA EÓLICA SURTIU **COMO ALTERNATIVA PARA OS PROPRIETÁRIOS DE TERRA.** A RENDA REINVESTIDA NA PERFURAÇÃO DE POÇOS, PERMITIU O DESENVOLVIMENTO, POR EXEMPLO, DA AGRICULTURA IRRIGADA. COM 20 AEROGERADORES INSTALADOS EM QUATRO FAZENDAS, FRANCISCO DOS SANTOS TEM UMA RENDA FIXA, POR MÊS, DE CERCA DE R\$ 20 MIL. COM O DINHEIRO, ELE PERFUROU POÇOS E PÔDE ARCAR COM OS CUSTOS DO BOMBEAMENTO DA ÁGUA ATÉ A PLANTAÇÃO. “ANTES EU NÃO TINHA CONDIÇÃO DE PAGAR ESSES 3 MIL CONTOS DE ENERGIA PARA BOTAR O PESSOAL PARA TRABALHAR”, CONTA O AGRICULTOR. ARLINDO É UM DOS 20 FUNCIONÁRIOS CONTRATADOS PARA TRABALHAR NA FAZENDA DE SEU FRANCISCO. **O NOVO SALÁRIO FOI MUITO BEM-VINDO.** “LÁ EM CASA NÃO TINHA TELEVISÃO, GELADEIRA. TUDO ISSO A GENTE JÁ TEM”, DIZ O AGRICULTOR ARLINDO MARTINS SIMAO. **E O COMÉRCIO SOUBE MESMO APROVEITAR OS NOVOS CLIENTES.** “PROCURAMOS INOVAR, FIZEMOS UM RESTAURANTE MAIS SOFISTICADO, QUE TIVESSE ESSA DIFERENÇA, CLIMATIZADO. E TANTO A POPULAÇÃO GOSTOU COMO AS PESSOAS QUE VÊM A TRABALHO”, EXPLICA A EMPRESÁRIA VÉSCIA MARIA FERNANDES. A LOJA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO TAMBÉM FOI AMPLIADA. “ANTES EU TINHA MÉDIA DE QUATRO A CINCO FUNCIONÁRIOS, HOJE NÓS TEMOS 20 FUNCIONÁRIOS E QUADRUPLICOU O NOSSO FATURAMENTO”, AFIRMA O EMPRESÁRIO ROLDAO DANTAS BORGES.

DADOS DO IBGE MOSTRAM QUE, ENTRE 2008 E 2012, HOVE, EM JOÃO CÂMARA, UM CRESCIMENTO DE 90% NO PIB, QUE É O CONJUNTO DE TODOS OS BENS E SERVIÇOS PRODUZIDOS NUM DETERMINADO PERÍODO. **E OS BONS VENTOS DEVEM TRAZER NOVAS AMPLIAÇÕES DO SETOR EÓLICO NESTA PARTE DO BRASIL.** “NÓS JÁ ESTAMOS VIABILIZANDO MAIS CINCO PARQUES AQUI NA REGIÃO E FUTURAMENTE TEREMOS CONDIÇÕES DE

INVESTIR EM MAIS PARQUES”, COMENTA SÉRGIO TEIXEIRA, RESPONSÁVEL PELO PARQUE EÓLICO.

TEMPO: 2:25

Figura 24: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre usinas eólicas no Rio Grande do Norte



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/01/usinas-eolicas-garantem-luz-no-interior-do-rio-grande-do-norte.html>. Acesso em: 7 mar. 2016.

As representações sociais de um Nordeste como destino de oportunidades e de uma vida próspera podem ser vistas na reportagem sobre as usinas eólicas instaladas no Rio Grande do Norte (Figura 24). A esperança em meio a tantas dificuldades é objetivada na imagem de uma terra abençoada pela força da natureza: **“A geração não depende nem dos rios nem das usinas térmicas”, “Cada pedacinho de chão que pudesse ser reaproveitado na transformação do vento em energia elétrica”** e ainda, **“A indústria eólica surgiu como alternativa para os proprietários de terra”**. A ideia é que a solução para a escassez de água e de energia elétrica pode estar no investimento aliado à força da natureza. As representações vão ao longo do texto reforçando que há um destino promissor num pedacinho dessa terra milagrosa: **“E os bons ventos** devem trazer novas ampliações do setor eólico nesta parte do Brasil”.

6.7.2 Reportagem 2

VENTOS FORTES/PIPA GIGANTE - MA

NO NORDESTE DO PAÍS, ESTE É UM PERÍODO DE VENTOS FORTES. E, NO MARANHÃO, AS CHUVAS QUE JÁ CAÍRAM POR LÁ ENCHERAM AS LAGOAS NO PARQUE NACIONAL DOS LENÇÓIS. **O CENÁRIO E AS CONDIÇÕES SÃO PERFEITOS PARA UMA TURMA QUE USA PIPAS GIGANTES PARA SURFAR.**

NO DESERTO MAIS ÚMIDO DO PLANETA, **HÁ UM OÁSIS ATRÁS DE CADA DUNA.** SÃO LAGOAS QUE SE FORMAM NO MEIO DA AREIA. “ISSO AQUI É SIMPLEMENTE UM PARAÍSO”, DEFINE A DENTISTA ANA LÚCIA. POR CAUSA DE

TODA A EXUBERÂNCIA NATURAL, SANTO AMARO, NA COSTA LESTE DO MARANHÃO, VEM SE TORNANDO **UM DOS PRINCIPAIS DESTINOS NO PAÍS** PARA QUEM GOSTA DE KITESURFE. “É UM ESPORTE CURTINDO A NATUREZA E UMA SÉRIE DE OUTROS FATORES BENÉFICOS PARA A VIDA E PARA A SAÚDE”, DIZ O PUBLICITÁRIO ALEX COELHO. SANTO AMARO TEM O QUE A TURMA MAIS GOSTA: VENTOS FREQUENTES, QUE SOPRAM O TEMPO TODO, E **UMA PAISAGEM DE TIRAR O FÔLEGO**. O OFICIAL DE JUSTIÇA ADOLFO SOARES MELO LEITE DESCOBRIU O KITE NO MAR E CURTIU AS LAGOAS DE SANTO AMARO POR MUITOS MOTIVOS. “A GRANDE DIFERENÇA É PORQUE É FLAT, É LISO. ENTÃO, DÁ UM VELEJO UM POUCO MAIS RELAXADO. NO MAR TEM MUITA ONDA, MUITA TURBULÊNCIA”, EXPLICA.

A REGIÃO COMBINA TANTO COM O KITESURFE **QUE FICOU AINDA MAIS BONITA COM O COLORIDO DAS PIPAS DESLIZANDO NA IMENSIDÃO BRANCA**. O ESPORTE **MUDOU A ROTINA DA REGIÃO** NO ENTORNO DO PARQUE NACIONAL DOS LENÇÓIS, ONDE O ACESSO É CONTROLADO. VELEJAR ENTRE AS DUNAS **QUE PARECEM TOCAR AS NUVEIS** E MERGULHAR EM PISCINAS NATURAIS DE ÁGUA MORNINHA **SÃO EXPERIÊNCIAS PARA NÃO ESQUECER**. “LUGARES ASSIM SÃO PARADISIÁCOS, SÃO ZEN. TRAZ CALMA, RELAXAMENTO. É TUDO DE BOM”, DIZ A UNIVERSITÁRIA LHAIS PALÁCIO. “ISSO AQUI É ÚNICO, NENHUM LUGAR DO MUNDO PROPORCIONA ESSA BELEZA DOS LENÇÓIS”, DIZ UM VISITANTE.

TEMPO: 1:47

Figura 25: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre pipas gigantes em São Luís/MA



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/08/lencois-maranhenses-atraem-amantes-do-kitesurfe.html>. Acesso em: 23 mar. 2016.

Aqui, a objetivação aparece materializando um local de prazer, de paraíso para quem busca aventuras: “**O cenário e as condições são perfeitos para uma turma que usa pipas gigantes para surfar**. No deserto mais úmido do planeta, **há um oásis atrás de cada duna**. São lagoas que se formam no meio da areia”, “**Um dos principais destinos no País** para

quem gosta de kitesurfe”. A ideia de que a prática do esporte mudou a cara da região é reforçada ainda mais no final do texto, onde as representações simbolizam a imagem de um destino paradisíaco: “A região combina tanto com o kitesurfe **que ficou ainda mais bonita com o colorido das pipas deslizando na imensidão branca**. O esporte **mudou a rotina da região**”, “Velejar entre as dunas **que parecem tocar as nuvens** e mergulhar em piscinas naturais de água morninha **são experiências para não esquecer**”.

6.7.3 Reportagem 3

SEMANA SANTA/PAIXÃO - PE

CABEÇA: NO BRASIL, A SEMANA SANTA **LEVA MILHARES DE PESSOAS AO AGRESTE DE PERNAMBUCO** PARA ASSISTIR A UMA DAS MAIORES ENCENAÇÕES DO AUTO DA PAIXÃO DE CRISTO.

OFF: ELES SAÍRAM DO RIO DE JANEIRO. VINTE E CINCO PESSOAS. **O GRUPO ENFRENTOU TRÊS HORAS DE AVIÃO E MAIS DUAS DE ÔNIBUS. TUDO ISSO POR UM MOTIVO: “FÉ”, DIZ UMA SENHORA. UM OUTRO GRUPO FOI DE MAIS LONGE. HÁ TRÊS DIAS ELES SAÍRAM DE BELÉM DO PARÁ. UMA DEVOTA CONTA QUE A BELEZA DO ESPETÁCULO ATRAIU O GRUPO. A PRIMEIRA REAÇÃO É DE ENCANTAMENTO** DIANTE DAS MURALHAS DO TEATRO DE NOVA JERUSALÉM, NO AGRESTE DE PERNAMBUCO. QUINZE MINUTOS ANTES DO INÍCIO DO ESPETÁCULO, TODO MUNDO SE REÚNE EM UM PÁTIO EM FRENTE AO CENÁRIO DO SERMÃO DA MONTANHA, A PRIMEIRA CENA. **AS LUZES VÃO SE APAGAR. A EXPECTATIVA É GRANDE.** “EU QUERIA VIVENCIAR ESSE MOMENTO AQUI”, DIZ A PEDAGOGA ANA LÚCIA JUCÁ. ÀS 18H EM PONTO O ESPETÁCULO COMEÇA. E 50 ATORES E 500 FIGURANTES CONTAM A HISTÓRIA DOS ÚLTIMOS MOMENTOS DA VIDA DE JESUS CRISTO. O PÚBLICO PRECISA CAMINHAR ENTRE OS NOVE CENÁRIOS. O PERCURSO TEM DOIS QUILOMETROS. **E QUEM DISSE QUE AS TURISTAS DO PARÁ ESTÃO CANSADAS? “É TÃO LINDO QUE NÃO DÁ PARA A GENTE FICAR CANSADA”,** AFIRMA UMA SENHORA. DEPOIS DE TRÊS HORAS DE ESPETÁCULO, LÁ ESTÃO ELAS, NAS CENAS FINAIS. A PEDAGOGA ANA LÚCIA JUCÁ DIZ QUE PRETENDE VOLTAR. “E TRAZER A MINHA FAMÍLIA PARA ASSISTIR”, PLANEJA.

TEMPO: 3:00

Figura 26: Imagens da reportagem exibida no “Jornal Nacional” sobre o espetáculo da Paixão de Cristo em Nova Jerusalém/PE



Fonte: G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/04/paixao-de-cristo-leva-fieis-de-todo-o-brasil-ao-agreste-de-pernambuco.html>. Acesso em: 4 mar. 2016.

As ancoragens da reportagem (Figura 26) reforçam que a magia e a força da fé podem ser agentes mobilizadores, capazes de atrair milhares de pessoas para uma região tão distante: “No Brasil, a Semana Santa **leva milhares de pessoas ao agreste de Pernambuco** para assistir **a uma das maiores encenações do auto da Paixão de Cristo**”, “O grupo **enfrentou três horas de avião e mais duas de ônibus. Tudo isso por um motivo: ‘fé’**” e ainda “Uma devota conta que **a beleza do espetáculo atraiu o grupo**”, “**E quem disse que as turistas do Pará estão cansadas?** ”.

Depois das análises apresentadas, podemos afirmar que, como diz Moscovici (2009), traduzir o que se pensa em palavras, comparar, já é representar, mas que nem sempre todos os acontecimentos enquadrados pelos jornalistas são representações sociais, pois nem todas as palavras podem estar ligadas a imagens. A capacidade das palavras de serem representadas devem estar integradas ao que o autor chama de “núcleo figurativo”, um complexo de imagens que reproduzem de forma visível um complexo de ideias.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos afirmar que as representações sociais do Nordeste no “Jornal Nacional” investigadas no campo constroem a imagem de uma região fortemente ligada às tradições, antigas e também “inventadas”, de que fala Hobsbawm (1997, p. 9), que se entende por um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, implicando numa continuidade em relação ao passado. Essas representações também são marcadas pela religiosidade, devoção e credences; saberes populares que insistem em não se fazerem esquecer, estabelecendo, sempre que possível, continuidade com um passado histórico, com a finalidade de construir e interpretar o real.

Além do apego às tradições, nas 246 reportagens ou notas analisadas, identificamos também representações de uma região que convive com graves problemas provocados pela corrupção, pela violência, pelo descaso com o bem público, enfrentados ao longo de muitas décadas. O depoimento do repórter José Raimundo, da TV Bahia, confirma a nossa constatação: “Já teve um período em que as matérias eram todas relacionadas a seca e a corrupção nas prefeituras do interior do Nordeste, foram várias as matérias. Isso, durante muito tempo era um tema que invariavelmente tinha uma aprovação” (APÊNDICE D). Para Francisco José, da TV Globo em Pernambuco, as dificuldades enfrentadas na região sempre foram denunciadas no o “Jornal Nacional”:

As pessoas não conheciam o Nordeste, não sabiam da existência da cultura que existe aqui, da tradição, da beleza e também da miséria. Porque as matérias de denúncias foram muitas. Não só no lado policial, uma terra sem lei, como era naquela época, famílias lutando uma com a outra em Exu, em Floresta, eram mais de 40, 50 mortes de um lado e do outro. Eu procurei mostrar a realidade nordestina (APÊNCIDE B).

As representações de uma terra rica em rituais, festas profanas e sagradas, ganham visibilidade no telejornal. Segundo DaMatta (1997), os meios de comunicação concretizam processos de construção de identidade:

[...] os rituais servem, sobretudo na sociedade complexa, para promover a identidade social e construir seu caráter. É como se o domínio do ritual fosse uma região privilegiada para se penetrar no coração cultural de uma sociedade, na sua ideologia dominante e no seu sistema de valores (DAMATTA, 1997, p. 29).

Por isso, apostamos que, muito da ideia de Nordeste representada nas reportagens analisadas passa, ou transpassa, pelos seus personagens, gestos e roupas características dessas

cerimônias e costumes. As matérias sobre o carnaval nos estados da região comprovam que esses rituais ajudam a construir, vivenciar e perceber o universo social, geralmente fragmentado por contradições internas:

Nas sociedades individualistas e industrial, o ritual tende a criar momentos coletivos, desfazendo o individual e o regional no coletivo e no nacional, englobando na festa os outros indivíduos: é o ritual que consagra tais globalizações que já existem na “realidade” (DAMATTA, 1997, p. 3).

Um exemplo disso são as reportagens sobre o carnaval. As representações sociais da festa exaltam a liberdade e enaltecem, pelo menos durante aqueles dias, momentos de celebração democrática, em que todos são “iguais”, não importado se negros ou brancos, ricos ou pobres. Na matéria sobre o carnaval da Bahia sem cordões de isolamento, destacamos em negrito ancoragens dessa representação: **“O carnaval de Salvador, com blocos acostumados a exigir os abadá, está abrindo cada vez mais espaço para o folião que segue o trio sem pagar, e foram muitos seguindo o trio. Dançando, pulando, agradecendo por curtir a festa assim, de graça”**.

O editor do “Jornal Nacional” em Pernambuco, Charles Tricot, destaca a importância desse tipo de representação como uma forma de mostrar a identidade da região: “Fiz questão de mostrar nesses meus 12 anos à frente do ‘JN’ no Recife a riqueza cultural, econômica, a importância da região” (APÊNDICE A). Para o repórter Francisco José, o carnaval é uma das mais fortes expressões do povo nordestino:

O carnaval de Salvador é imbatível também, é um carnaval maravilhoso, com as grandes estrelas. Você vê um trio elétrico chegando com Ivete Sangalo, logo depois vem outro com Carlinhos Brown, vem outro com Caetano, Gil, então é uma riqueza extraordinária. O nosso não tem trios elétricos, mas é um carnaval participativo, o de Olinda, por exemplo, cada um faz a sua fantasia. Eu mostro isso há 40 anos (APÊNDICE B).

Para o repórter da TV Bahia que denominamos Repórter 2, entender a religiosidade, os costumes e os hábitos do povo baiano sempre foi um desafio:

Quando cheguei à Bahia em 2000 eu tive que entender a Bahia. A Bahia é um estado muito complexo, do ponto de vista da religiosidade, dos costumes, do linguajar. Então eu lembro que li um livro, indicado por um amigo, do Jorge Amado, “Bahia de todos os santos”, onde o Jorge Amado dissecava a baianidade do ponto de vista religioso, cultural, gastronômico... eu devorei esse livro em uma semana, para poder entender um pouco a Bahia e saber diferenciar, por exemplo, um afoxé de um ijexá, a gente tem que saber isso aqui. Eu fui comprando essa baianidade porque eu gosto muito daqui (REPÓRTER 2, 2016, informação verbal).

Sob o ponto de vista fenomenológico, as representações sociais são modos de conhecimento, saberes do senso comum que surgem e se legitimam na conversação cotidiana, com o objetivo de compreender e controlar a realidade social (OLIVEIRA; WERBA, 2009). Por serem dinâmicas, elas levam os indivíduos a produzirem comportamentos e interações com o meio, que por fim acabam modificando os dois. Por isso, as representações sociais do Nordeste passam também pela construção de um imaginário em torno de saberes, costumes, hábitos e tradições de um lugar marcado pela seca na região do sertão. De acordo com Albuquerque Jr. (2011), um tema que há décadas chama a atenção dos veículos noticiosos: “Ela é, sem dúvida, o primeiro traço definidor do Norte e o que o diferencia do Sul, notadamente, num momento em que o meio é considerado, ao lado da raça, como fatores determinantes da organização social” (ALBUQUERQUE JR., 2011, p. 81).

Para o historiador, desde o início da década de 1920 os termos Norte e Nordeste ainda eram usados como sinônimos, revelando-se um momento de transição, em que a ideia de Nordeste ainda não havia sido cristalizada. Segundo o autor, eram comuns notícias e mensagens sobre ações e espetáculos beneficentes para ajudar as vítimas da seca, a exemplo do que anunciava, em 20 de junho de 1945, o jornal “Estado de S. Paulo”:

Realizou-se hoje, à noite, no Hélios Cinema, um espetáculo infantil em benefício das vítimas da seca do Nordeste brasileiro... diretores da Sociedade Harmonia e organizadores do grande baile em benefício das vítimas da seca do Norte... da festa, que constituiu um verdadeiro acontecimento (OESP, 1945, p. 11).

O Nordeste, para Albuquerque Jr. (2001), é gestado como “espaço da saudade” dos tempos de glória, saudades do engenho, do sertão e do sertanejo puro e natural, ancorado nas obras de romancistas como Gilberto Freyre, João Cabral de Melo Neto, Rachel de Queiroz. Muitas vezes, ao misturar realidade e ficção, essas ancoragens privilegiam a ideia defendida acima pelo historiador, deixando de lado enfoques como a própria escassez de água, a miséria e a fome. As ancoragens terminam por gerar, assim, representações com forte apelo emocional, na tentativa de sensibilizar a opinião pública para os problemas da seca.

A série “O Quinze: travessia”, exibida em dezembro de 2015 é um exemplo disso. As três reportagens, com tempo de duração em torno de 9 minutos cada — muito acima da média das matérias exibidas no telejornal, que podem variar entre 20 segundos e 2 minutos —, confirmam o caráter de superprodução, de mistura de ficção e realidade, de alto investimento na produção temática e muitas vezes na pouca renovação:

O Nordeste é, em grande medida, filho das secas; produto imagético-discursivo de toda uma série de imagens e textos, produzidos a respeito deste fenômeno, desde que a grande seca de 1887 veio colocá-la como problema mais importante desta área (ALBUQUERQUE JR., 2001, p. 81).

Para o Repórter 3, da TV Verdes Mares, o problema da seca, apesar de recorrente, sempre estará presente no “Jornal Nacional”:

A seca sempre chama muito a atenção. Infelizmente as pessoas até reclamam disso como sendo um estigma. Mas é porque a seca é um drama tão grande e tão silencioso, uma tragédia silenciosa que não acontece de uma hora para outra, ela vem ao longo do tempo, então ela acaba se impondo realmente, porque atinge quase todo o Nordeste mesmo, né? (REPÓRTER 3, 2016, informação verbal).

Para Alsina (2009), alguns acontecimentos tornam-se, através da sua representação, manifestações que perduram, documentos. A mídia torna os acontecimentos um material de possível consumo repetitivo e, na sua maioria, estereotipados. Para o autor, de alguma forma, os acontecimentos vão definir uma sociedade, e os meios de comunicação conformam um horizonte espacial cognitivo e emotivo através do qual se estabelecem as fronteiras que definirão os limites entre “nós” e “eles. É o problema do outro, tão caro à psicologia social e consequentemente às representações sociais:

[...] a teoria das representações sociais centra seu olhar sobre a relação entre os dois. Ao fazer isso, ela recupera um sujeito que, através de sua atividade e relação com o objeto-mundo, constrói tanto o mundo como a si próprio (GUARESCHI, 2009, p. 19).

Vamos encontrar na afirmação acima muitos pontos em comum entre o jornalismo e a Teoria das Representações Sociais, pois, ao estudá-las, busca-se conhecer o modo como um grupo constrói um conjunto de saberes que expressam a identidade de um grupo social. Uma das vantagens de se estudar esta teoria, é a capacidade de descrever uma realidade, um fenômeno que existe e muitas vezes não percebemos, mas que possui grande poder mobilizador e explicativo. O estudo dessa teoria permite entender e identificar como ela atua na motivação das pessoas por fazerem certas escolhas (comprar, votar, agir, etc.) (OLIVEIRA; WERBA, 2009).

Na tentativa de desvendar a construção de um “Nordeste” pela mídia, mais especificamente, pelo “Jornal Nacional”, da TV Globo, confirmamos nossa hipótese de que os modelos utilizados pela maioria dos profissionais envolvidos no telejornal ainda reproduzem

fórmulas impregnadas de clichês e estereótipos, que reduzem e naturalizam os acontecimentos, fixando as diferenças. Como afirma Hall (2016, p. 192):

A estereotipagem, em outras palavras, é parte da manutenção da ordem social e simbólica. Ela estabelece uma fronteira simbólica entre o “normal” e o “pervertido”, o “normal” e o “patológico”, o “aceitável” e o “inaceitável”, o “pertencente” e o que não pertence ou é o “Outro”, entre pessoas de dentro (*insiders*) e “forasteiros” (*outsiders*), entre nós e eles.

Conforme o autor, a estereotipagem é comum onde existem enormes desigualdades de poder, e as representações aqui identificadas confirmam essa afirmação. A estereotipagem como prática de produção de significados reduz as pessoas a algumas poucas características essenciais, representadas como fixas por natureza (HALL, 2016). Entre elas: a construção da alteridade e exclusão; estereótipos e poder; o papel da fantasia e o fetichismo.

Apesar de ser a segunda região mais populosa do País, o Nordeste está entre as mais pobres economicamente. Segundo dados do Censo de 2010, a média de rendimento domiciliar *per capita* na região era de R\$ 464,76. Realidade ancorada pela mídia, no caso o “Jornal Nacional”, como lugar de corrupção, conflitos, miséria, medo. Em nossa investigação sobre como o telejornal da Globo constrói uma imagem do Nordeste, não temos dúvida em afirmar que a estereotipagem está presente. E a Teoria das RS ajuda a compreender como se processa esse mecanismo de exclusão econômica. A ancoragem dos desafortunados (na seca, nos conflitos, no descaso com a coisa pública) e a ancoragem da fé, do homem talhado para a luta, do forte (nas Manifestações culturais, nos milagres do Nordeste).

Os meios de comunicação de massa, particularmente, têm sido um objeto de investigação. 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 às quais ações são definidas e o poder é — ou não — exercido (GUARESCHI; JOVHELOVITCH, 2009, p. 20).

Em contrapartida, em alguns casos, identificamos representações que fogem das fórmulas repetitivas e padronizadas. Um exemplo é a matéria sobre os “profetas da chuva”, ancorada numa dimensão valorativa, na tentativa de explicar um fenômeno que não se encaixa exatamente em um modelo conhecido, por isso mesmo, gerador de representações sociais: **“Apesar de não ter respaldo científico, a previsão dos profetas é aguardada com ansiedade. E este ano os sertanejos não veem a hora de agradecer pela chuva”**; **“Plantas e bichos dão as respostas aos chamados profetas da chuva”** e **“Mas a previsão do tempo também pode estar no comportamento dos cupins”**. Os exemplos demonstram um universo

simbólico ancorado em práticas legitimadas por essas populações, mas que sugerem novas representações e abordagens. No texto do ex-cortador de cana que virou exemplo de transformação de vida e esperança para milhares de crianças numa pobre cidade do interior de Pernambuco, a objetivação também propõe novas RS sobre o tema, por exemplo: **“Criança mais brinquedo. Resultado: alegria”**.

E assim, na busca de entender como são construídas essas representações sociais no telejornal, abriu-se possibilidades para a prática de um jornalismo/telejornalismo mais identificado com o caráter imaginativo desses saberes populares. Para Oliveira e Werba (2009), as representações sociais são “teorias” sobre saberes populares e do senso comum, com a finalidade de construir e interpretar o real, proporcionando novas formas de olhar, novos enfoques para entender e interpretar novos fenômenos sociais, ajudando a entender por que as pessoas fazem o que fazem.

Por isso, ao apostarmos nesta tese no resgate das memórias, referências e diferenças entre uma cultura e outra, como processos geradores de representações sociais e identidades e como matéria-prima enriquecedora do fazer jornalístico. Concordamos também com o que diz Raymond Williams (2016) ao afirmar que um elemento intrínseco da televisão é a capacidade de penetrar em uma situação e mostrar o que está de fato acontecendo nela:

Um dos pontos fortes da televisão é que ela pode penetrar no campo das ações públicas contemporâneas e imediatas — e, em alguns casos, no das ações privadas — de forma mais plena e poderosa do que qualquer outra tecnologia (WILLIAMS, 2016, p. 83).

Na tentativa de desvendar essa “fabricação”, “invenção” ou “construção” de um “Nordeste” que “passa” na TV, mais especificamente no telejornal da Globo, traçamos diálogos entre a Teoria das Representações Sociais e as do jornalismo, destacando a tentativa de acionar outros olhares elucidativos sobre como a mídia representa a complexidade da sociedade, nas suas dimensões física, cultural, social e cognitiva. Por isso, ao tornar familiar o não familiar, as representações sociais, assim como o jornalismo, em nossa opinião, se colocam a serviço do nosso bem-estar. Ao rejeitar o estranho, o diferente, tendemos a negar as novas informações, sensações e percepções que nos trazem desconforto. Assim, acreditamos que o jornalismo, como as representações sociais, pode ajudar a diminuir as complexidades de um mundo cada vez mais bombardeado por informações e imagens, que, de alguma forma, influenciam, mudam ou cristalizam as nossas opiniões e atitudes.

Muitas vezes, durante as entrevistas, constatamos que até existe um impulso motivador de negação do lugar comum, da representação fácil, das expressões estereotipadas,

mas a dinâmica da rotina produtiva das redações de TV dificulta a criação de novas representações, como confessa José Raimundo:

Eu não sei se consigo mais fazer matérias de carnaval com olhares diferentes, já fiz tanto. Eu já consegui. Há uns cinco anos eu fiz uma matéria diferente, acho que as pessoas do “Jornal Nacional” gostaram muito. As “janelas do carnaval”, as pessoas que curtem o carnaval nas janelas dos prédios, e ficou uma abordagem interessante e eles gostaram. Mas não há nada mais que eu não tenha feito, acho que já fiz tudo o que era possível. São 37 anos de TV, são 37 carnavais (APÊNDICE D).

O nosso desafio, enquanto pesquisadores, é o de construir pontes que possam contribuir com outras possibilidades de conhecimento, através do diálogo entre as representações sociais e o jornalismo/telejornalismo, em busca de novos sentidos e construções coletivas de interpretação da realidade — o que, segundo Hall (2016), passou a ocupar um novo e importante lugar no estudo da cultura e que também nos interessa:

Na perspectiva construtivista, a representação envolve fazer sentido ao forjar ligações entre três diferentes ordens de coisas: o que nós devemos chamar amplamente de mundo das coisas, pessoas, eventos e experiências; o mundo conceitual, os conceitos mentais que carregamos em nossas cabeças; e os signos, arranjados nas linguagens, que “respondem por” esses conceitos ou os comunicam (HALL, 2016, p. 109).

É nesta perspectiva — de uma representação construída pela sociedade, dentro das culturas humanas, fazendo as coisas terem sentido e lhes dando significado, de que fala Hall (2016) — que defendemos a importância de pesquisas que promovam o diálogo entre o jornalismo/telejornalismo e as representações sociais, num movimento que possibilitará questionamentos relevantes em relação às imagens que constantemente vemos à nossa volta, mais especificamente aquelas veiculadas pelos telejornais, como uma das inúmeras maneiras de compreender o mundo em que vivemos. Mundo este cada vez mais complexo, onde uma ideia importante sobre representação é a aceitação de um certo relativismo cultural entre uma cultura e outra, e a necessidade de tradução quando nos movemos de um universo mental ou conceitual de uma cultura para outra.

Por isso, acreditamos que esta tese possa ajudar a encontrar caminhos e alternativas que envolvam o olhar da representação e das disputas que as imagens representam nos telejornais brasileiros. Defendemos que uma das maneiras de vencer a crise de credibilidade que o jornalismo/telejornalismo atravessa atualmente no Brasil passa pela observação mais ativa desses processos de representação de construção social da realidade. Combater a

naturalização dos acontecimentos, o seu espelhamento do cotidiano, é combater também as desigualdades. Repensar a nossa prática é avançar num mundo mais justo e diversificado.

A grande vantagem dos conceitos e classificações da cultura que carregamos por aí conosco, em nossa cabeça, é que eles nos habilitam a pensar sobre coisas, estando estes presentes ali ou não, mais: quer existam ou não. Existem conceitos para nossas fantasias, desejos e imaginações, tanto quanto para os chamados “objetos reais” do mundo material (HALL, 2016, p. 109).

A pesquisa que empreendemos revelou movimentos que indicam possibilidades de produção de um jornalismo/telejornalismo que responda às demandas contemporâneas das questões ligadas a democracia e diversidade cultural. É nessa perspectiva que acreditamos que mais pesquisas devem ser desenvolvidas nesta direção, para que o jornalismo/telejornalismo seja um meio de emancipação da sociedade, e não de sua dominação. Apostamos que as representações sociais e o jornalismo desempenham papéis centrais na construção, compreensão e interpretação da realidade. Espaços onde se dão as lutas simbólicas e onde, principalmente, se constroem conhecimentos e “saberes sociais”.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez, 2011.

_____. **A feira dos mitos**: a fabricação do folclore e da cultura popular (Nordeste – 1920-1950). São Paulo: Intermeios, 2013.

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

AMORIM, Edgar de. **História da TV Brasileira**. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.cenacine.com.br/wp-content/uploads/historia-da-tv-brasileira.pdf>>. Acesso em: 20 de mar. 2015.

ATLAS BRASIL. **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD**. Brasília: 2013. Disponível em: <<http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/home/>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Gráfica Editora, 2009.

BARBOSA, Marialva. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. In: RIBEIRO; SACRAMENTO; ROXO. **A história da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010. pp. 15-35.

BAUER, Martin. A popularização da ciência como imunização cultural: a função de resistência das Representações Sociais. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra (Orgs.). **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 2009. pp. 229-257.

BERGAMO, Alexandre. A reconfiguração do público. In: GOULART, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Orgs.). **História da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010. pp. 59-83.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 2009.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciene. **Jornalismo de TV**. São Paulo: Contexto, 2010.

BONNER, William. **Jornal Nacional**: modo de fazer. São Paulo: Globo, 2009.

BORELLI, Sílvia Helena Simões; PRIOLLI, Gabriel (Coord.). **A deusa ferida**: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. São Paulo: Summus Editorial, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1992.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1997.

_____. **Bourdieu and the journalist field**. Cambridge: Polity Press, 2005.

BRASIL. **Constituição** (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal; Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. Ministério da Integração Nacional. **DNOCS** – Departamento de Obras contra as secas. Brasília: 2010. Disponível em: <<http://www.dnocs.gov.br/>>. Acesso em: 10 set. 2015.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2014**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/>. Acesso em 25 set. 2015.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/>. Acesso em 20 nov. 2015.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócios. São Paulo: Summus, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. (A era da informação: economia, sociedade e cultura). São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Josué. **Geografia da fome**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

CASSETI, F.; DI CHIO, F. **Análisis de la televisión**: instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós, 1999.

CHALABY, Jean. Journalism as an Anglo-American Invention- A comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism, 1830s-1920s. **European Journal of Communication**, v. 11 (3), pp. 303-326, 1996.

CHARAUDEAU, Patrick. A televisão é capaz de informar? **Matrizes**, São Paulo, v.10, n. 2, pp. 13-23, 2016.

CHAPARRO, Carlos Manuel. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 2007.

CORCUFF, Philippe. **As novas sociologias**: construções da realidade social. São Paulo: Editora Ática, 2001.

COSTA, Lima; VIZEU, Alfredo. Jornalismo construtivista: algumas considerações epistemológicas. **Famecos** – mídia, cultura e ideologia. Porto Alegre, v. 18, n. 3, pp. 746-764, set./dez. 2011. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/10380/7280>>. Acesso em: 10 dez. 2015.

COULON, Alan. **La etnometodologia**. Madri: Cátedra, 1998.

COUTINHO, I.; GUIMARÃES, L. L. A representação do povo brasileiro. **Contemporânea**, São Paulo, v. 6, n. 1, pp. 1-16, 2008.

CRUSÓE, N. M. C. A teoria das representações sociais em Moscovici e sua importância para a pesquisa em educação. **Aprender** – Cad. de Filosofia e Pisc. da Educação, Vitória da Conquista, ano II, n. 2, pp. 105-114, 2004.

CUNHA, Euclides. **Os sertões**: campanha de Canudos. Rio de Janeiro: F. Alves, 1979.

DAMATTA, Roberto da. **Carnavais, malandros e heróis**: para uma sociologia do dilema brasileira. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. pp. 62-82.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**: o sistema totêmico na Austrália. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

_____. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martin Claret, 2001.

ECHEVERRIA, R.M. **As Representações Sociais de Pernambuco no Jornal Nacional**. 2012. 195 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2012.

EDGAR, A.; SEDGWICK, P. **Teoria Cultural de A a Z**: conceitos-chave para entender o mundo contemporâneo. São Paulo: Contexto, 2003.

ENTMAN, Robert. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. In: Levy, M.; Gurevitch, M. (Ed.). **Defining media studies**. New York: Oxford University Press, 1994. pp. 293-300.

FONSECA JÚNIOR, W.C. Análise do conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. pp. 280-304.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. Aracaju: Editora UFS, 2005.

GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis**. An Essay on the Organization of Experience. Boston: Northeastern University Press, 1986.

GOMIS, Lorenzo. **Teoria Del periodismo**: como se forma el presente. Barcelona: Editorial Piados, 1991.

GORDILLO, Inmaculada. **La hipertelevisión**: géneros y formatos. Quito, Chile: Ciespa, 2009.

GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.). **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 2009.

GUTMANN, J. F. O que dizem os enquadramentos de câmera de no telejornal? Um olhar sobre formas audiovisuais contemporâneas do jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 8, n. 2, jul./ago. 2012. Disponível em <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/issue/view/26/showToc>>. Acesso em: 25 mar. 2015.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Puc-Rio; Apicuri, 2016.

HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOINEFF, Nélon. Quatro bons telejornais, quem diria? **Observatório da Imprensa**. São Paulo, ed. 342. 16 out. 2005. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/tv-em-questao/quatro-bons-telejornais-quem-diria/>>. Acesso em: 15 out. 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo 2010**. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

ITUASSU, Arthur. Hall, comunicação e a política do real. In: HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Apicuri, 2016.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: Edufba, 2001.

JODELET, Denise. (Org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2001.

_____. **Loucuras e representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 2005.

JOVCHELOVITCH, Sandra. Re(des)coabrindo o Outro: para um entendimento da alteridade na teoria das representações sociais. In: ARRUDA, A. (Ed.). **Representando a Alteridade**. Petrópolis: Vozes, 1998, pp. 69-82.

_____. **Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. **Os contextos do saber: representações, comunidade e cultura**. Petrópolis: Vozes, 2008.

LEMO, André. Ciber-Cultura-Remix. In: ARAÚJO, Denize Correa (Org.). **Imagem (ir) realidade: comunicação e cibermídia**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

_____. Cibercultura como território recombinate. In: MARTINS et al, 2007. **Territórios recombinaes: arte e tecnologia – debates e laboratórios**. São Paulo: Instituto Sérgio Mota, 2007, pp. 35-48.

LÉVI-BRUHL, L. **How natives think**. Londres: George Allen & Unwin, 1925/1926.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

LINS DA SILVA, C. Eduardo. **Muito além do Jardim Botânico**. São Paulo: Summus, 1985.

LIPPMAN, Walter. **Opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MARTINO, L. M. Sá. **Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MATTOS, L. Record estreia "clone" do "Jornal Nacional". **Folha de S.Paulo**. São Paulo, p. E6, 29 jan. 2006.

MATTOS, Sérgio. **A Televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)**. Salvador: PAS-Edições Ianamá, 2000.

_____. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. A evolução histórica da televisão brasileira. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010. pp. 23-56.

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MEDITSCH, Eduardo. O jornalismo é uma forma de conhecimento? In: GOBBI, Maria Cristina; HOHLFELDT, Antônio. **Teoria da comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

MOSCOVICI, Serge. *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: PUF, 1961.

_____. On social representation. In: FORDAS, J. P. (eds.) **Social cognition: perspectives on every understanding**. London: Academic Press, 1981. pp. 181-209.

_____. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2009.

OLIVEIRA, F. O. de; WERBA, G. C. Representações sociais. In: JACQUES, M. da G. C; SREY, M. N. **Psicologia social contemporânea**. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PERUZZO, Cicilia. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. pp. 125-145.

PIAGET, Jean. **O nascimento da inteligência na criança**. São Paulo: Ática, 2006.

PIGNATARI, Décio. **Signagem da televisão**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

PRADO, João Rodolfo do. **TV: quem vê quem**. Rio de Janeiro: Eldorado, 1973.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil**: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

_____. 60 anos de jornalismo na TV brasileira: percalços e conquistas. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil**: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010. pp. 57-82.

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I; ROXO, M. **História da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

SÁ, C.P. **A construção do objeto de pesquisa em representações sociais**. Rio de Janeiro: Eduerj, 1998.

SÁDABA, Teresa. **Framing**: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios. Buenos Aires: La Crujía, 2007.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

SCHÜTZ, A. Fenomenología del mundo social: introducción a la sociología comprensiva. Buenos Aires: Paidós, 1972.

SILVA, Luiz Martins. Jornalismo e interesse público. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, XV, 2006, Bauru. **Anais...** Bauru: Unesp, 2006.

SPINK, Mary Jane P. (Org.). **O conhecimento no cotidiano**: as representações sociais na perspectiva da psicologia social. São Paulo: Brasiliense, 2004.

SPONHOLZ, Liriam. Objetividade em Jornalismo: uma perspectiva da teoria do conhecimento. **Famecos**, Porto Alegre, n. 21, pp. 1-11, ago. 2003.

STYCER, Mauricio. “**Jornal Nacional**” muda para reforçar a aposta na informalidade. São Paulo, 27 abr. 2015. Disponível em: <<http://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2015/04/27/jornal-nacional-muda-para-reforcar-a-aposta-na-informalidade/>>. Acesso em: 15 dez. 2015.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

_____. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: por que as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE; BARROS. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. pp. 98-109.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia**: estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gilli, 1983.

VEJA. **O País numa Rede**. n. 52, p. 68, set. 1969.

VIZEU, Alfredo Eurico. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

VIZEU, Alfredo Eurico; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (Org). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

WAGNER, W.; HAYES, N; PALACIOS, F. F. **El discurso de lo cotidiano y el sentido común**: la teoría de las representaciones sociales. Barcelona: Anthropos Editorial, 2011.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. São Paulo: Boitempo, 2016.

WITTGENSTEIN, L. **Investigações filosóficas**. (Os pensadores). São Paulo: Nova Cultural, 1999.

WOLF, Mario. **Teorias das comunicações de massa**. Martins Fontes, 2008.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**. Uma teoria crítica da TV. São Paulo: Ática, 1996.

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM CHARLES TRICOT

Entrevista realizada com o editor de texto e produtor do “Jornal Nacional” na Rede Globo Nordeste, em Pernambuco, em 07 de outubro de 2016, via e-mail.

Há quanto tempo você está trabalhando na edição do JN, trabalhando na edição da rede?

Charles Tricot: No JN, no total, são 16 anos de Jornal Nacional. Aqui na Globo, como coordenador, editor e produtor, 12 anos.

O que você fazia antes de editar para o JN?

Charles Tricot: Era chefe do Núcleo de Rede da TV Sergipe, afiliada Globo em Sergipe/Aracaju.

Como funciona o seu trabalho aqui na Rede da Globo Nordeste? Como é a sua rotina?

Charles Tricot: Acompanho 24 horas os e-mails internos. Leio cedo os principais jornais e sites. Inicio as apurações e demandas ainda em casa. Quando chego ao trabalho, já sei o que devo fazer e está tudo organizado, como uma ilha de edição já reservada mais cedo, o editor de imagens já pedido à DIVOP mais cedo. Gosto de organização. Fazemos então o contato com o Rio, passamos o dia para a Mesa Rede do JN. Depois tocamos as edições de texto, a edição de imagens na ilha, e acompanho ainda a geração de todo o material e confirmo o recebimento do Rio. Daí partimos para o fechamento e encaminhamento da página, fazemos a cabeça da matéria e enviamos os créditos e ainda produzimos as pautas. Lembrando que, ao contrário das outras Globos, onde existem só editores ou produtores, na Globo Recife temos um profissional para fazer as duas funções.

Como são pensadas as pautas sobre Pernambuco? Existe alguma resistência ou elas são sempre aceitas pelos editores do JN no Rio?

Charles Tricot: As pautas são pensadas conforme o factual, os acontecimentos. Há seca? Há falta de energia? Há corrupção nas obras? Quem define se quer ou não a pauta não são os editores do Rio. É o editor-chefe mais o editor-executivo, e, em alguns casos, a direção é consultada.

Quais são as maiores dificuldades para emplacar uma matéria no principal telejornal da emissora?

Charles Tricot: A grande dificuldade é lutar contra o factual. São 5 Globos e mais de 160 afiliadas oferecendo diariamente pautas frias e factuais.

Qual o assunto de maior interesse dos profissionais na redação do Rio sobre Pernambuco?

Charles Tricot: O factual é o maior interesse sempre. Sem esquecer temas tradicionais, como a seca, e agora a construção da Refinaria Abreu e Lima e a Transposição do Rio São Francisco.

A seca ainda é garantia de boas matérias?

Charles Tricot: Sim, sempre. Como você acha que a Região Nordeste é representada no Jornal Nacional?

Como você acha que a Região Nordeste é representada no Jornal Nacional?

Charles Tricot: Muito bem.

Quantas pessoas trabalham com você na edição e produção do JN aqui na Rede Globo Nordeste?

Charles Tricot: Continuo sendo o editor e produtor do JN, responsável pelo jornal aqui e pela produção de pautas frias, factuais, apuração e edição e encaminhamento do material para o Rio. Houve uma mudança na estrutura de rede como um todo. Temos um editor para o BDBR e um editor para o JH pela manhã e eu para o JN e mais um editor para o JG à tarde/noite. Todos cuidam de pedidos da Globo News, Fantástico, Bem Estar, Mais Você... Pela manhã uma produtora cuida dos pedidos da manhã — BDBR e JH — e toca alguma apuração pedida mais cedo pelos jornais da tarde se necessário. Também temos um produtor investigativo na geral/local, mas que auxilia quando temos algum pedido de câmera escondida/Go Pro ou produção sem identificação.

Você acha que o JN poderia dar mais espaço para as produções das emissoras localizadas nos estados do Nordeste?

Charles Tricot: Depende do factual.

Na sua opinião, quais os assuntos de Pernambuco que mais interessam ao JN?

Charles Tricot: O factual.

Existe um editor específico na redação do Rio de Janeiro para os assuntos de Pernambuco? Ou o editor muda de acordo com o tema da pauta abordada?

Charles Tricot: Todos os editores de texto do JN podem pegar nossas matérias no Rio, não existe nenhum específico.

Sotaques, regionalismos, expressões tradicionais ainda são tabus? Quem está autorizado a entrar no Jornal Nacional?

Charles Tricot: Não são tabus. É importante mostrar a identidade regional. Sempre fiz questão de não encorajar o “coitadismo” do nordestino, que era muitas vezes forçado em matérias nacionais. Fiz questão de mostrar nesses meus 12 anos à frente do JN no Recife a riqueza cultural, econômica, a importância da região. A valorização do homem do Nordeste. E aboli de vez as sonoras que acabavam com: “se Deus quer”, “se Deus quiser”, “se Deus prover”. É a forma fácil de se fazer jornalismo. É a pergunta fácil do repórter. É a edição fácil para o editor de uma fórmula gasta, mas que ainda funcionava no vídeo... Sempre afirmei que o homem do Nordeste, o homem da seca, tem muito mais a dizer que isso. Tentamos trabalhar esse lado com as equipes e conseguimos mostrar um lado bem mais interessante e humano desse povo tão guerreiro. Tão genuinamente brasileiro.

APÊNDICE B – ENTREVISTA COM FRANCISCO JOSÉ

Entrevista realizada com o repórter de rede da Rede Globo Nordeste no dia 29 de setembro de 2016, na redação da Rede Globo Nordeste, em Pernambuco.

Como começou a sua carreira de repórter na TV Globo Nordeste?

Francisco José: Eu vim do Ceará com 10 anos de idade, então eu já morava aqui em Recife, já estudava aqui, já era praticamente pernambucano. Fui trabalhar no Jornal do Commercio como repórter esportivo e tive oportunidade de ir à Copa do Mundo de 1970, que foi onde o pessoal do Globo me viu trabalhando. Era pouca gente na época cobrindo Copa. E logo depois o programa Globo Esporte foi criado e veio pra Recife. E mandaram que a Globo me contratasse, que a Globo Nordeste me contratasse para ser o apresentador do Globo Esporte e o repórter que faria as reportagens do Globo Esporte.

E como você foi trabalhar para o Jornal Nacional?

Francisco José: O Jornal Nacional não tinha nenhum repórter fora de Rio, Brasília e São Paulo. Eu fiz uma matéria aqui que foi mandada para lá e eles não conseguiram tirar o repórter, porque eu andava, falava, fiz praticamente tudo de improviso e depois me colocaram para ser o repórter do Jornal Nacional, seria o primeiro repórter de Rede aqui no Nordeste. E eu fiquei muito tempo. Foi em 1976. E eu passei a entrar muito no Jornal Nacional, logo no início, porque era o período da maior seca de todos os tempos, aquela seca de 1978, que começou no início de 1977, e que as pessoas morriam, porque não havia cisternas, não havia as barragens, não havia providências, até os programas assistenciais que ajudavam os sertanejos a sobreviver. E aquelas matérias tiveram um impacto muito grande. E a partir daí tudo o que acontecia no Nordeste, Fernando de Noronha, as praias, a cultura nordestina, o carnaval, nós passamos a mostrar no Jornal Nacional.

Como era esse processo, você que sugeria? Eles que pautavam as reportagens?

Francisco José: Na maioria das vezes eramos nós que sugeríamos as pautas, porque eles não sabiam o que estava acontecendo aqui. E, à medida que eu fazia uma matéria, eu já sugeria outra. Chegou ao ponto que Ronan Soares, que era quem distribuía as pautas, quem mandava os repórteres irem fazer as matérias, dizia: “Chico, vai para o sertão e volta com uma três ou quatro matérias”. Era um período muito difícil, naquela época a BR 232 não era asfaltada.

Não tinha avião para o interior. Nós trabalhávamos com película que tinha que ser revelada aqui na emissora, para depois ser montada, para edição, e ir ao ar. E era uma película de qualidade ruim, eu alcancei ainda a película em preto e branco. E nós tínhamos um número pequeno de película, que era muito caro. Nós tínhamos que fazer uma matéria no interior, para o Jornal Nacional, com 200 pés de filme, que é uma coisa muito limitada. Diferente de hoje, que a gente sai, grava um Globo Repórter, com 80 horas de duração. Para você ter uma ideia, o Rio Grande do Norte não tinha afiliada, nós é que entrávamos com a imagem, por isso tem o nome Rede Globo Nordeste. João Pessoa não tinha afiliada, só tinha Alagoas, no interior também não tinha, era uma emissora só praticamente, e um repórter correndo pelo Nordeste, de carro, nas estradas desgraçadas daquela época para fazer as matérias do Jornal Nacional.

Todas as matérias sobre o Nordeste eram feitas por você?

Francisco José: Hermano Henning estava voltando da Europa e foi contratado pela TV Bahia, porque o Antônio Carlos Magalhães, o governador, se queixava que Pernambuco entrava todo dia no Jornal Nacional e a Bahia, que tinha um carnaval belíssimo, não entrava e era uma discriminação; e Armando Nogueira explicou que o problema não era isso, o problema era que aqui em Pernambuco tinha um repórter de Rede que fazia as reportagens, que mostrava Olinda, Recife, os blocos, a beleza do carnaval, e eles não tinham repórter. Então, no início eles contrataram Hermano Henning, mas Hermano ficou pouco tempo, logo depois chegou Zé Raimundo, que é nordestino, é baiano, e aí ele teve a mesma carreira que eu. Começou a entrar no Jornal Nacional e não saiu mais.

Como é o seu processo de trabalho?

Francisco José: Eu posso citar, por exemplo, o que eu fiz essa semana: o Fantástico me ligou na terça-feira à noite pedindo para fazer as lendas do São Francisco para o programa de domingo passado. E tem uma pauta? Não, Chico, você conhece essa história do São Francisco mais do que ninguém. Então eu saí correndo daqui de carro, são quase 500 km para chegar em Pão de Açúcar, onde tem um museu, e nesse museu tem as figuras lendárias, como o Nego do Rio, tem o lobisomem, que muita gente viu, eu entrevistei dois que disseram que viram o lobisomem, muitos que disseram que viram o Nego D'água. Um lugar mal-assombrado, onde uma balsa virou e morreram dezenas de pessoas em 1917, e até hoje as pessoas evitam passar por onde essa balsa afundou. Saí num trabalho de garimpagem, procurando personagens. Eu conheci alguns que me ajudavam, e eu ligava para Piranhas, ligava para Canindé do São

Francisco, perguntava, fulano está aí? Eu estou querendo fazer as lendas, aqui tem o cara que decifrou o que é... fiz uma matéria de seis minutos, uma matéria pequena, passei o sábado editando e no domingo a matéria foi ao ar, então é assim que a gente faz. É um trabalho de pesquisa. Quando você conhece bem a região, é mais fácil, quando você conhece o assunto, tudo. Quando não, você precisa de pauta e precisa de fontes e de alguém fazendo uma produção, ligando, dizendo vai para a tal lugar que lá tem um personagem que pode ser um bom personagem para a matéria, é assim que a gente faz.

Como foi a sua participação no JN durante todos esses anos?

Francisco José: O que ficou mais marcado do Francisco José no Jornal Nacional foi o meu lado nordestino. Porque eu passei a mostrar o Nordeste aos brasileiros na principal emissora de televisão do País. As pessoas não conheciam o Nordeste, não sabiam da existência da cultura que existe aqui, da tradição, da beleza e também da miséria. Porque as matérias de denúncias foram muitas. Não só no lado policial, uma terra sem lei, como era naquela época, famílias lutando uma com a outra em Exu, em Floresta, eram mais de 40, 50 mortes de um lado e do outro. Eu procurei mostrar a realidade nordestina. Sempre com o meu sotaque nordestino, nunca mudei, sempre vivendo aqui e procurando que as pessoas passassem a conhecer melhor o Nordeste. Não tinha turismo, Fernando de Noronha era desconhecida. As primeiras reportagens, e eu já fiz mais de 100, foram 5 Globo Repórter. Quando eu comecei a fazer, era base militar, depois passou a ser governo, indicado pelo presidente da república, era um território federal, e com a constituição de 1988 passou a ser distrito de Pernambuco. Eu fiz o Galo da Madrugada quando tinha 74 pessoas. E eu venho fazendo o Galo da Madrugada há 38, 39 anos. Todo ano no Jornal Nacional tem a matéria do Galo da Madrugada. E na época que eu comecei eram matérias muito longas, não tinha concorrência, hoje tem que ter um bloco com Carnaval da Bahia, com o Carnaval de Pernambuco, com o Carnaval do Ceará, com o Carnaval de Minas Gerais, na época era o Carnaval do Recife e do Rio de Janeiro, Recife e Olinda. Os blocos saíam pela Rua do Amparo, desciam as ladeiras da Ribeira com o povo de Olinda, era belíssimo o desfile, com o tempo virou multidão, multidão, tudo em função da televisão mostrar que era uma coisa muito bonita, que era uma demonstração cultural muito grande, com muitos ritmos, de maracatu, caboclinhos, de frevo, até samba tem. Hoje no carnaval já é muito dividido, Pernambuco e Salvador. O Carnaval de Salvador é imbatível também, é um carnaval maravilhoso, com as grandes estrelas. Você vê um trio elétrico chegando com Ivete Sangalo, logo depois vem outro com Carlinhos Brown, vem outro com Caetano, Gil, então é uma riqueza extraordinária. O nosso não tem trios elétricos,

mas é um carnaval participativo, o de Olinda, por exemplo, cada um faz a sua fantasia. Eu mostro isso há 40 anos. Eu estou lançando um livro que vai chamar “40 no ar”, que eu conto como a televisão mudou o Carnaval de Pernambuco.

Como é a sua participação hoje no Jornal Nacional?

Francisco José: Eu estou fora do Jornal Nacional há quase 20 anos, desde que a Beatriz Castro e a Mônica Silveira começaram a assumir o JN aqui que eu pulei para o Globo Repórter e para as matérias especiais do Fantástico. Mas acho que os 20 anos anteriores que eu tinha no Jornal Nacional foram tão marcantes que agora quando completou 50 anos eles escolheram um número reduzido de pessoas para falar sobre o Jornal Nacional e eu estava entre elas.

O sotaque nordestino foi um problema?

Francisco José: Eu tive problemas porque nem eu entrava, nem os gaúchos entravam, nem os mineiros entravam, porque falavam feio. Eu fui para a fonoaudióloga no Rio de Janeiro, ela muitas vezes fazia exercício, ficava na minha frente dizendo: diga ôlinda, eu falava ólinda, ôlinda, eu ólinda, ela foi falou para a direção da Globo que eu não ia mudar minha maneira de falar e que não adiantava insistir. E Armando Nogueira falava comigo: por que você insiste em falar assim? Eu disse, porque é minha maneira de falar, eu sou nordestino, como é que você quer num Jornal Nacional com sotaque carioca e paulista e as pessoas de Brasília. Ele disse, tem razão, eu liberei você e vou liberar os gaúchos e vou liberar os mineiros. E aí foram entrando todos, e hoje é exatamente o inverso, nós não podemos mais ir fazer uma matéria em Caruaru, poder pode, mas a prioridade é o repórter de Caruaru entrar com a matéria e eles preparam. Essa questão de sotaque, houve resistência nos primeiros meses, mas depois pararam. Eu insisti que não ia mudar a minha maneira de falar, e a Globo concordou plenamente, tanto que hoje é um Jornal Nacional de todos os sotaques.

Na sua opinião, como é hoje a equipe responsável pelo JN em Pernambuco?

Francisco José: Recife tem o privilégio de ter uma equipe muito competente de repórteres, todos eles estão preparados para entrar no Jornal Nacional. É diferente daquele início, onde eles procuravam alguém para ser repórter de vídeo, e eu nunca esperava que isso acontecesse comigo porque eu não tinha trabalhado em televisão antes de vir para Globo, eu trabalhava em jornal e tive as maiores dificuldades no início, para apresentar o Globo Esporte, para fazer reportagem, muita dificuldade. Uma coisa hoje é ter professores, ter um curso de comunicação para aprender, naquela época não existia curso de comunicação. Os primeiros

professores foram meus colegas de redação, que começaram a ensinar os atuais professores, os mais antigos.

O que interessa ao Jornal Nacional? Qual a melhor pauta?

Francisco José: Para interessar o Jornal Nacional, tem que ser notícia. Tem que ser um assunto nacional. Tem que ter um repórter que saiba fazer bem a matéria. E tudo o que é notícia, seja onde for, vai entrar no Jornal Nacional. Ultimamente o espaço tem sido muito ocupado com a política, e isso reduz a participação dos estados, mas quando normaliza e abre espaço, todos conseguem emplacar bem as suas matérias. O tema da microcefalia já rendeu mais de 20 reportagens, porque Pernambuco era o estado que tinha o maior número de casos, foi aqui praticamente que descobriram a microcefalia; e quando tem um tema que se torna nacional, na época eu entrei com o escândalo da mandioca quase diariamente no Jornal Nacional. Era quase uma semana contando a história da família que mataram mais um, mataram no Rio de Janeiro, matavam em Exu, em Floresta, em toda parte. Tiroteio nas cidades do interior.... Eu lembro de uma matéria que foram 40 minutos de tiroteio no centro de Serra Talhada, interior de Pernambuco, porque lá tinha uma família que se digladiava com outra. A história de Lampião, os festejos regionais, a romaria do Padre Cícero, eu sou o romeiro mais assíduo do Padre Cícero, porque eu fui uns 20 anos seguidos cobrir a romaria do Padre. E sempre procurava fazer de uma maneira diferente. Uma das vezes, eu lembro até que eu fiz a viagem no pau de arara, não tem um castigo maior do que você andar num pau de arara daquele. A gente via aquelas senhoras, já bem cansadinhas ali curvadas, não tinha como se encostar, é um caminhão com tábuas sem encosto com uma coberta de lona num calor insuportável que é o calor do sertão, então você viajar assim é horrível. A matéria do Banco Econômico em Boa Viagem não foi um bom exemplo que eu dei de jornalismo, porque eu me envolvi, a partir do momento que eles queriam matar a mulher grávida, que eles queriam substituir pelo delegado, o delegado não foi, e aí fiquei no lugar dela. E aquilo tudo foi um péssimo exemplo de jornalismo que eu dei na época. Viajei com os bandidos até Salvador. Eu fui muito criticado pela direção do Globo, e a partir desse dia foi proibido que qualquer repórter da Globo tenha qualquer envolvimento em sequestro, em assalto, mostrar suicídio, não deve se envolver, não pule, não se mate, isso não é problema do repórter.

Qual a diferença das reportagens de hoje para as da sua época?

Francisco José: As matérias hoje são mais produzidas, tem melhores condições técnicas para fazer a reportagem, tem uma comunicação perfeita. Você pode se comunicar por celular, que

não existia na época, você leva o seu computador e faz o texto ali mesmo e já adianta a matéria e pode gravar no local, antes não tinha computador portátil, não tinha nada disso, não tinha a qualidade técnica que existe hoje. E, em termos de reportagem, tem uma coisa chamada produção que na redação as pessoas ficam acompanhando, procurando personagem, informando, dando dados, se você precisa de uma informação de Brasília é só acionar a produção que ela vai lhe dar essa informação de Brasília, na minha época não tinha nada disso, tinha que entrar com a cara e a coragem. Os repórteres de hoje são bem melhores, os de hoje são mais preparados para serem repórteres, eles já saem da universidade sabendo o que é jornalismo, como devem fazer, tem cursos de inglês, de francês de outros idiomas que ajudam demais. Os repórteres de hoje são muito melhores.

Como você definiria o trabalho do repórter?

Francisco José: Na realidade, você é um jornalista que enfrenta dificuldades para fazer as reportagens mais difíceis que terminam sendo as mais atraentes. O meu livro é sobre isso, é sobre essas histórias, andando nos cinco continentes, mergulhando nos sete mares, indo ao Polo Norte e ao Polo Sul, é um livro de histórias. Nós mostramos coisas inéditas, imagens maravilhosas, e você vai poder fazer com que as pessoas acompanhem o seu trabalho naquela reportagem.

APÊNDICE C – ENTREVISTA COM SUSY COSTA

Entrevista realizada com o repórter a editora de texto do Jornal Nacional de TV Verdes Mares, em Fortaleza, no Ceará, no dia 15 de junho de 2016.

Como funciona o trabalho da rede na TV Verdes Mares?

Susy Costa: Aqui a gente tem um núcleo de rede enxuto. Mas, se comparar com outras praças do Nordeste, eles vão achar que a gente tem um núcleo grandioso, por causa do excesso de produção que conseguimos colocar em rede, mas na verdade não é, é bem enxuto. Aqui a gente se divide por turnos. Quem está pela manhã cuida das demandas dos telejornais da manhã, mas sempre pensando no dia seguinte, nos outros telejornais também. À tarde, que é o meu caso, entro às 13h e saio às 21h, quando acaba o Jornal Nacional, fico responsável pelas edições e produções que surgiram nesse turno.

Como é a rotina com a redação do Jornal Nacional no Rio de Janeiro?

Susy Costa: Tem que oferecer, pelo menos, duas pautas por semana. Mesmo que seja para ouvir um não. Esse é um exercício semanal de oferecer para eles. É importante a gente saber a rotina deles lá, para a gente poder acompanhar por aqui. O que eu acho ruim nessa metodologia deles é que eles fazem a reunião lá, só com algumas praças. E a gente, as afiliadas, é via e-mail, então a gente tem que seduzir o produtor, negociar, ver se é um dia bom para vender a pauta. Acho muito importante a gente conhecer quem está do outro lado.

Qual a estratégia para emplacar matérias no JN?

Susy Costa: O mais importante é o factual, e é muito difícil um por aqui. Em 2005 ou 2006, não lembro agora, teve um assalto ao Banco Central, foi o maior factual que a gente teve em todos os tempos. A gente oferece o factual, mas está sempre em busca de pautas frias, porque, como a gente não está nem no centro econômico, que é São Paulo, nem no centro político, que é Brasília, a gente tem que pensar outras pegadas, outras abordagens, um bom personagem, que possa render uma boa matéria. A gente não descansa, porque factual a gente não tem todos dias, então é o momento de a gente parar e buscar algo que, de repente, possa interessar aos editores de lá.

Quando não é factual, o que vocês vendem sobre o Ceará?

Susy Costa: A gente oferece muita matéria de seca, por mais que eles perguntem: mas o que tem de novo? Muita gente acha que o Nordeste é uma coisa só, e não é. Eles exigem um olhar da gente, um olhar diferente de um mesmo fato, e a gente tenta pegar um olhar diferente daquela mesma coisa. Isso é o que a gente tenta exercitar.

Qual a diferença de editar para o JN e para outro telejornal de rede da casa?

Susy Costa: A cobrança em relação ao texto é maior, dos detalhes... Com o passar do tempo, a gente começa a conhecer os editores, sabe quem vai pegar o VT, quem vai editar a matéria. Tem editores no JN que viram o texto de ponta a cabeça, mas o formato, o roteiro, é a gente que propõe. Eles questionam, questionam muito. Cada informação é checada detalhadamente, cada número, pois a pior coisa para um repórter ou editor do Jornal Nacional é ter que fazer uma correção no ar. Há um preciosismo maior no texto, um cuidado maior. A tensão do outro lado é maior também.

APÊNDICE D – ENTREVISTA COM JOSÉ RAIMUNDO

Entrevista realizada com o repórter de Rede Bahia de Televisão, afiliada da TV Globo, na redação de Salvador, no dia 5 dezembro de 2016.

Como começou a sua carreira de repórter na Rede Bahia de televisão?

José Raimundo: Eu comecei no final da Rede Tupi, depois fui para a TV Aratu, que era afiliada da TV Globo na época. Passei oito anos na TV Aratu, aí ela perdeu o contrato de afiliada da Globo, foi quando eu fui para Recife, por orientação do jornalismo da Globo, e eu fiquei três anos lá, até ser convidado para voltar pra Salvador, isso foi em junho de 1989, e eu estou até hoje.

E no Jornal Nacional?

José Raimundo: Eu comecei quando ainda a afiliada era a TV Aratu. Entrar no Jornal Nacional era o sonho de todo o repórter, não era diferente comigo. Eu fazia o local e quem fazia as matérias do Jornal Nacional era o Hermano Henning, que estava aqui na Bahia. Quando Hermano foi embora, o JN precisava de um repórter e eu entrava muito eventualmente, aos sábados, dependendo da matéria. O que determinou mesmo a minha efetivação como repórter credenciado do Jornal Nacional foi um acidente ecológico no Rio São Francisco. Houve uma quantidade imensa de peixes mortos no Rio, surubins de 50 quilos... foi um escândalo na época. Acabou rendendo matéria durante uma semana inteira no Jornal Nacional.

Como é o seu processo de criação, o seu processo de trabalho?

José Raimundo: É um processo de produção mesmo, tem as fontes, que a gente faz aquela consulta básica, quando está prospectando uma matéria e tem as coisas do factual, que acontecem mesmo. A gente sugere e às vezes a gente recebe também a determinação, a orientação de fazer as matérias. Me lembro de ter feito algumas séries por sugestão minha, até a do Rio São Francisco, fizemos para o Jornal Nacional, fizemos cinco matérias, da nascente à foz; da Mata Atlântica também, foi uma outra série. Às vezes a gente tropeça com um assunto. Eu me lembro que uma vez eu estava fazendo uma matéria de seca, sobre a falta de chuva e tropecei com uma história maravilhosa na região da Chapada Diamantina, que era um garimpo de esmeralda, onde as pessoas corriam riscos horríveis para extrair a esmeralda.

Garimpeiros que ficam 200 metros embaixo do chão... essa matéria foi feita sem consultar, independentemente de ter a sugestão aprovada ou não.

O sotaque nordestino é um problema?

José Raimundo: Eu nunca sofri a menor restrição em alguma matéria por causa do sotaque. Meu sotaque baiano, ninguém nunca reclamou disso. Eu acho que isso ajuda a identificar os repórteres. Quando entra a matéria do Chico José, todo mundo já sabe que é o Chico José, quando entra o José Raimundo, todo mundo já sabe também, porque é um sotaque bem característico.

O que interessa ao Jornal Nacional? Qual a melhor pauta da Bahia?

José Raimundo: Já teve um período em que as matérias eram todas relacionadas a seca e a corrupção nas prefeituras do interior do Nordeste, foram várias as matérias. Isso durante muito tempo era um tema que invariavelmente tinha uma aprovação. De uns tempos para cá, eu acho que isso mudou um pouco, porque o Nordeste tem muitas coisas que são interessantes. Por exemplo, teve uma história aqui de um tratorista que recebeu uma ordem judicial de derrubar a casa de uma merendeira, que ficava numa área de uma empreiteira, e o oficial de justiça chegou, pegou um tratorista que estava trabalhando perto dessa casa e o obrigou a ir derrubar a casa, e aí ele chegou para cumprir a ordem e não teve coragem de derrubar a casa. Foi muito marcante o clima de comoção. Esse tratorista acabou virando um herói nacional. Foi condecorado pela Ordem dos Advogados, até no exterior ele foi homenageado. O Jornal nacional deu com destaque, depois com suíte, essa matéria ganhou até um prêmio como a matéria mais importante do Jornal Nacional no ano.

E o Carnaval?

José Raimundo: Eu não sei se consigo mais fazer matérias de carnaval com olhares diferentes, já fiz tanto. Eu já consegui. Há uns cinco anos, eu fiz uma matéria diferente, acho que as pessoas do Jornal Nacional gostaram muito. As “janelas do carnaval”, as pessoas que curtem o carnaval nas janelas dos prédios, e ficou uma abordagem interessante e eles gostaram. Mas não há nada mais que eu não tenha feito, acho que já fiz tudo o que era possível. São 37 anos de TV, são 37 carnavais.

Qual a sua rotina de trabalho?

José Raimundo: Quando está tudo normal, eu chego na redação por volta das 10h. E fico à disposição do factual, do que acontecer. Aqui na redação eu sou um soldado como outro

qualquer. Mas ultimamente eu tenho me dedicado mais às pautas especiais, do Fantástico, do Globo Repórter, do Globo Natureza. O Jornal Nacional ultimamente eu tenho feito menos, até porque as pautas do Globo Repórter, do Globo Natureza, demandam muito tempo. O olhar da Globo para o Nordeste não é aquele apenas dos problemas da seca e da corrupção. Acho que os bons exemplos já fazem parte hoje do cardápio que o Jornal Nacional tenta oferecer para os telespectadores.

Qual a diferença o Jornal Nacional de antes e o de hoje?

José Raimundo: Mudou muito. Hoje está muito fácil trabalhar. Hoje você edita uma matéria para o Jornal Nacional em 30 minutos. Antigamente era um Deus nos acuda! Hoje você mexe na edição da matéria do jeito que você quiser. E essa tecnologia deixou tudo mais fácil, até a própria qualidade das imagens, dos equipamentos de captação, é outra história. A velocidade é muito maior, eu acho que a abordagem está muito melhor, a preocupação do Jornal Nacional hoje é com o conteúdo. Há uma diferença grande daquela época, da época de um texto muito rebuscado, pesado, hoje o importante é muito mais a informação. Ser repórter hoje é muito mais fácil. Antes o funil era muito apertado, hoje entra no Jornal Nacional qualquer repórter que tenha feito uma matéria de qualidade.

Como você evita o lugar comum sobre o Nordeste?

José Raimundo: Eu sou muito exigente comigo mesmo. Eu não me permito fazer isso, não, eu não gosto desses clichês, eu tento fugir deles o máximo. Não sei se eu consigo, mas eu tento muito fugir deles. Eu acho que o texto de televisão, ele tem que facilitar o entendimento, ele não pode ser descritivo, até porque as imagens já estão ali contando tudo, né? O desafio é você interpretar aquilo que a imagem está mostrando que as pessoas às vezes não estão enxergando. O repórter é aquele que vai ali contando uma historinha, as estrelas são os personagens, são as pessoas que estão fazendo parte daquela história.

Como concorrer com as pautas das outras regiões do Brasil?

José Raimundo: Eu devo confessar que, desde que começou a cobertura da Lava Jato, não tem mais espaço. Ano passado foi um ano de poucas matérias das praças do Nordeste, no Jornal Nacional. Esse ano do mesmo jeito. A cobertura está muito centralizada em Brasília. A gente não consegue competir, não é que exista uma concorrência. A gente tenta se esforçar muito, até porque a exigência aqui é grande, o patrão quer ter retorno. A gente tenta convencê-los, né? A gente não suplica, mas não está fácil, e a cobrança é grande. Hoje, nessa época de Lava

Jato, só o factual que se impõe entra. A matéria fria, a matéria produzida entra, mas fica na gaveta durante muito tempo, dois meses pelo menos. A receita é produzir matérias que não sejam tão perecíveis, e que elas possam entrar a qualquer momento.