



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA - UNEB
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS- CAMPUS IV
LICENCIATURA PLENA EM LETRAS VERNÁCULAS

JAILMA JARDELINA SAMPAIO

A REPRESENTAÇÃO DA NOTÍCIA VEICULADA PELO JORNAL
NACIONAL PARA A SOCIEDADE JACOBINENSE

Jacobina
2012

JAILMA JARDELINA SAMPAIO

A REPRESENTAÇÃO DA NOTÍCIA VEICULADA PELO JORNAL NACIONAL PARA A SOCIEDADE JACOBINENSE

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Humanas – UNEB
CAMPUS IV como requisito para conclusão do curso superior de
Licenciatura Plena em Letras Vernáculas, sob a orientação da Professora
Márcia Iráides da Silva Barreto.

Jacobi na
2012

JAILMA JARDELINA SAMPAIO

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Humanas – UNEB, CAMPUS IV,
como requisito para conclusão do curso superior de Licenciatura Plena em Letras Vernáculas.,
sob a orientação da Professora Maria Iraídes da Silva Barreto.

A REPRESENTAÇÃO DA NOTÍCIA VEICULADA PELO JORNAL NACIONAL PARA A SOCIEDADE JACOBINENSE

Professora M. Maria Iraídes da Silva Barreto
Orientadora

Professora M. Patrícia Vilela
Banca Examinadora

Professora Grleide Rbeiro
Banca Examinadora

Jacobi na, ____/ ____/ ____.

AGRADECIMENTOS

Sobretudo e todas as coisas, sou grata ao meu Grande Deus por toda bondade e perfeição.

À minha mãe Regina por seus inúmeros gestos de amor e dedicação para comigo.

Ao meu irmão gêmeo, Jailson, por todo apoio, carinho e parceria. Cada incentivo seu foi sempre muito decisivo ao longo dos caminhos traçados.

Agradeço com grande respeito e admiração a minha orientadora Maria Iráides da S. Barreto por todo apoio, confiança e zelo que teve para alavancarmos esse trabalho à frente.

Aos meus queridos professores e professoras que contribuíram tanto para o meu enriquecimento de ideias e conhecimentos ao longo dos estudos. Na Universidade, agradeço, com todo carinho, ao professor Antenor Rita Gomes por ter acreditado no meu projeto de pesquisa e me motivado a seguir adiante. À professora Jane Adriana Reis por ter sempre acompanhado de perto as minhas produções acadêmicas e ter sido mensalmente especial e companheira na maior parte da minha formação.

Quero enfatizar todo meu carinho à professora Patrícia Vilela pela tolerância em tantos momentos de maneira tão plausível e ter sido um grande exemplo de educadora nos momentos em que tanto precisei das suas orientações.

Sou grata a todas as pessoas que fazem parte da minha vida, dentro e fora da Universidade, à minha família, amigos e colegas pela longa caminhada juntos (que ainda não acabou) e que por serem muitos não posso citar nomes.

Agradeço à sociedade jacobinense por toda colaboração nesse trabalho, à UNEB pela acolhida em todos esses anos, a todos aqueles que nutrem tanto carinho por mim e que, direta ou indiretamente, completam cada espaço da minha vida.

Jailma Jardelina Sampaio

A questão é compreender até que ponto a mídia influencia a performance como nos oferece as condições básicas em que iremos moldar o espaço simbólico de participação e consequentemente a construção da nossa autonomia comunicativa, a forma como a nossa cidadania se desenvolve pelas nossas práticas cívicas medidas.

(Gustavo Cardoso)

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar os resultados de uma análise sobre a representação da notícia veiculada pelo Jornal Nacional para a sociedade jacobinense, focando também no poder que a mídia assume diante desses novos processos de interação com os sujeitos. Restringindo o foco de investigação, foram analisadas as representações que os indivíduos da cidade de Jacobi na deram ao referido noticiário por meio de entrevistas orais (que foram gravadas). Vale ressaltar, que se trata de uma pesquisa qualitativa por considerar, prioritariamente, as concepções dadas pelos telespectadores dos diferentes bairros da cidade, embora em alguns itens foi necessário apontar certos percentuais. As entrevistas escolhidas para a análise foram das pessoas que tiveram uma maior relação com o referido Jornal. Sendo assim como resultado dessa pesquisa, ficou identificado que o Jornal Nacional exerce uma significativa influência na vida dos distintos sujeitos que compõem o seu público na Cidade de Jacobi na e, dentre outros aspectos, consegue nortear e auxiliar em várias decisões dessas pessoas que, de certa forma, dão credibilidade e audiência a esse veículo de informação em troca de direcionamentos às suas ações e atitudes no meio social.

Palavras-chave: Jornal Nacional. Gêneros multimídia. Sociedade jacobinense.

ABSTRACT

This work aims to present the results of an analysis of the representation of the news published by National Journal Jacobinense to society, also focusing on the power that the media takes on these new processes of interaction with the participants. Restricting the focus of research, we analyzed the representations that individuals in the city of Jacobina gave the news that through oral interviews (which were recorded). It is noteworthy that this is a qualitative research by considering primarily the views given by viewers of different neighborhoods of the city, although in some items was necessary to point out certain percentage. The interviews were chosen for analysis from people who have had a greater relationship with the Journal said. Thus, as a result of this research was identified that the National Journal has a significant influence on the lives of different subjects that make up your audience in the city of Jacobina and, among other things, can guide and assist these people in several decisions that, somehow give credibility and audience information to the vehicle in exchange for directions to their actions and attitudes in the social environment.

Key words: National Journal. Multimodal genres. Jacobinense Society.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2- O telejornal e a formação de leitores críticos.....	12
2.1- O jornal nacional: encontro marcado com Willian Bonner e Fátima Bernardes.....	14
2.2- Função social da mídia: influência na vida cotidiana e na formação da identidade cultural do sujeito.....	17
2.3- O jornalismo: produção da informação.....	24
3- Procedimentos metodológicos.....	30
4- AS REPRESENTAÇÕES DA(S) NOTÍCIA(S) VEICULADAS PELO JORNAL NACIONAL POR SEU PÚBLICO TELESPECTADOR DA CIDADE DE JACOBINA-BA.....	33

4.1-Interesses ao assistir o jornal nacional:.....	33
4.2- Compreensão das notícias:.....	40
4.3- O Contribuição das informações.....	41
4.4- Acesso a outros meios de informação.....	44
4.5- Relação com o jornal nacional.....	46
4.6- Influência das notícias.....	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS.....	52

1 INTRODUÇÃO

A televisão e a internet tornaram-se ferramentas fundamentais no processo de formação cultural e de acesso aos diferentes saberes e as diferentes formas de comunicação, incluindo leitura, escrita e seus modos de produção, circulação e consumo de ambas. É deste lugar que emerge nosso trabalho monográfico que traz como tema e título “A representação da notícia veiculada pelo Jornal Nacional para a sociedade jacobinense”.

Temos como objeto de estudo investigar se esse telejornal vem influenciando o modo de os sujeitos se constituírem e se posicionarem diante das informações ligadas à realidade social, política e cultural que os cercam, noticiadas pela mídia televisiva, especificamente, pelo Jornal Nacional, veiculando há mais de 30 anos pela Rede Globo de Televisão em horário nobre. Nosso objetivo é identificar nos se as notícias veiculadas por esse jornal televisivo influencia a formação e a maneira de agir e reagir dos sujeitos investigados. O interesse por essa temática surgiu da curiosidade de compreender a fidelidade de muitas pessoas em relação a esse jornal, tomando como base número de televisões ligadas nesse horário, nas cidades de Jacobina e em Várzea do Poço, dado obtido antes do estudo e, por isso tornou-se foco dessa investigação. Nesses lugares nós moramos e estabelecemos interações sociocomunicativas de ordem familiar e profissional.

Sendo assim o presente trabalho busca refletir acerca das representações que as múltiplas notícias abordadas pelo Jornal Nacional têm para a sociedade jacobinense. O JN é um veículo de comunicação que está no escopo dos sistemas multimídiais e que tem seus conteúdos organizados pela multimodalidade de gêneros. Nessa ótica, o objeto da investigação contempla e envolve as próprias representações dadas pelos entrevistados sobre como os assuntos exibidos pelo JN e se, de alguma forma, interferem nos atos, decisões e até mesmo no senso crítico desses sujeitos.

Os estudos sobre multimodalidade têm como precursores os estudos de Kress e Van Leeuwen (2001). Esses estudos no Brasil têm sido amplamente divulgados por pesquisadores de diferentes universidades, sendo nossa fonte primeira o Instituto de Estudos Linguísticos da Universidade de Campinas IEL/UNICAMP a partir das pesquisas desenvolvidas nos cursos de pós-graduação que discutem Leitura e Multiletramentos na escola, sob a orientação da Dra. Roxane Rojo. Nosso estudo discute se há mesmo um poder nas linguagens presentificadas nos gêneros multimodais que organizam os temas e as matérias jornalísticas exibidas pelo JN.

Nesse estudo teórico e prático, no qual foi evidenciado o suposto poder da mídia televisiva na formação e constituição ideológica dos sujeitos telespectadores do JN, nos fundamentos nas concepções ideológicas e da palavra como lugar de interação a partir dos estudos de Bakhtin e Volochinov (1995) e contemplamos os estudos de Gustavo Cardoso, Ailda Smith Godoy, Dominique Maingueneau, Douglas Kellner, Sylvia Metzsohn, Stuart Hall, Gólia Maria Peruzzo, John Thompson dentre outros. Estudamos as concepções de multimodalidade no ambiente midiático e o poder que exercem sobre os sujeitos, a partir das representações que tem dos conteúdos exibidos pelo JN.

Adotamos nessa investigação a metodologia da pesquisa qualitativa com base em Richardson (1999), Pope e Mays (1995) por ser adequada para tratar de fenômenos sociais. Para esses autores, a pesquisa com abordagem qualitativa corresponde ao conjunto de técnicas interpretativas que buscam descrever os componentes de um sistema complexo de significados e tem como objetivo expressar os sentidos dos fenômenos do mundo social.

A técnica utilizada para a coleta de dados constituiu-se pela realização de uma entrevista organizada por questões abertas que foram feitas diretamente pelo pesquisador aos entrevistados. A opção por esse tipo de questão deu-se para permitir a possibilidade de construção de significados e para dar vazão às subjetividades que permeiam a vida dos mesmos.

A coleta de dados foi realizada por meio das entrevistas que aconteceram nos seguintes bairros da cidade de Jacobina: Estação, Cadeira, Jacobina 1, Matriz, Félix Tomaz, Missão, Bananeira e Bairro dos Índios. Os sujeitos envolvidos nessa pesquisa são, especificamente, moradores da cidade de Jacobina-BA, que residem nos distintos bairros e correspondem a uma faixa etária de 17 a 80 anos. São indivíduos de ambos os sexos, de vários níveis sociais, escolar e que assistem o Jornal Nacional há, pelo menos, seis meses.

Este Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Letras tem sua redação organizada em breves capítulos que desvelam ao leitor as razões que motivaram essa investigação e apresenta a base teórica que fundamentou as formulações descritas acerca do objeto em estudo e análise.

Após essa Introdução, apresentamos no Capítulo II a ancoragem teórica alicerçada pelas concepções de mídia e multimodalidade no ambiente televisivo, bem como as de texto e discurso. No Capítulo III descrevemos os procedimentos metodológicos e o contexto no qual a pesquisa foi desenvolvida. No Capítulo IV apresentamos as discursivizações dos sujeitos participantes da pesquisa por meio do gênero entrevista verbal oral, e as análises que nos permitiram visualizar as ações e reações dos entrevistados diante dos textos e discursos que circulam no JN. Por fim, apresentamos as Considerações Finais e as Referências que iluminaram teoricamente as reflexões aqui arrdadas.

2 - O TELEJORNAL E A FORMAÇÃO DE LEITORES CRÍTICOS

O telejornal está no escopo da multimodalidade pela natureza estrutural e composicional dos gêneros que o constitui. As informações veiculadas e exibidas nos ambientes midiáticos impressos ou virtuais, entre eles o da televisão que exibem os telejornais, são ideologicamente produzidas e têm o poder de formar opiniões e desenvolver diferentes comportamentos em seus variados públicos, contribuindo para sua formação de leitores e sujeitos críticos ou não, diante de demandas oriundas das diferentes esferas sociais.

Os efeitos de sentidos produzidos nos telespectadores a partir do consumo desses textos e discursos estão interrelacionados com as experiências culturais e as crenças que eles trazem consigo. É importante ressaltar que essa produção de sentidos e seus efeitos nos leitores e ouvintes, diante de qualquer mídia exibida, dependem da capacidade de interpretação dos sujeitos e da forma com esses relacionam o que está sendo exibido com sua própria realidade, seus saberes, suas experiências, com sua ideologia e a maneira que enxerga o mundo:

[...] o que implica sempre um contexto ideológico preciso. Na realidade, não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc. A palavra está sempre carregada

\de um conteúdo ou de um sentimento ideológico ou vivencial. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida. (BAKHTIN VOLOSHINOV, 1999, p.95).

Em se tratando de telejornal, os pontos destacados e produzidos pelos editores/ autores na sala de edição e depois transmitidos pelos gêneros multimídia ao telespectador, representam a sociedade com seus conflitos e glórias que, por sua vez, compõem os aspectos socioculturais dos sujeitos de uma forma geral. Portanto, essas diferentes notícias desenhando de certa forma, um retrato da sociedade de um país.

Os textos que materializamos gêneros discursivos que constituem os jornais televisivos são produzidos a partir dos interesses e de toda uma ideologia adotada pela emissora e por seus colaboradores e editores, por mais que esses insistam em garantir neutralidade e imparcialidade.

Nesse estudo consideramos, entre outras acepções, o texto como um produto da atividade discursiva dotado de estrutura composicional, finalidade e conteúdo temático (BAKHTIN 2003) e o discurso como os diferentes modos de estruturação das áreas do conhecimento e da prática social, portanto, manifestados nos modos particulares de uso da linguagem e de outras formas simbólicas tais como as imagens visuais (FOUCAULT 1994).

Nessas reflexões, ao falarmos de texto e discurso, torna-se pertinente trazer as concepções de multimodalidade, posto que em um só gênero que permeia a prática discursiva verbal oral, verbal escrita e imagética que compõe um telejornal, congrega diferentes gêneros, por exemplo ao exibir uma matéria, o editor faz uso simultâneo do som ritmo (intensidade do fundo musical), do verbal oral (a narração), do verbal escrito (detalhes de textos) e de diferentes imagens fixas ou em movimento. A esse fenômeno Kress e Van Leeuwen tem chamado de multimodalidade.

Definimos multimodalidade como o uso de diversos modos semióticos na concepção de um produto ou evento semiótico, juntamente como modo particular segundo o qual esses modos são combinados – podem, por exemplo, reforçar-se mutuamente (“dizer a mesma coisa de formas diferentes”), desempenhar papéis complementares [...] ser hierarquicamente ordenados, como nos filmes, onde a ação é dominante, com a música acrescentando um

toque de cor emotiva e sincronizar o som [...] (KRESS, VAN LEEUWEN, 2001: 20 apud ROJO, 2012, p. 151).

Durante a edição de um gênero, a multimodalidade se faz presente e organizada tal gênero. Em uma notícia, por exemplo, o autor/editor pode evidenciar um detalhe e silenciar outro, pode fazer as escolhas lexicais, ou seja, as técnicas usadas na produção tanto da imagem quanto do verbal oral ou verbal escrito que permeia a prática discursiva e social de comunicar os fatos publicamente por meio dos gêneros exibidos em um telejornal, entre outros suportes, revelam a fragilidade da neutralidade e imparcialidade, posto que há nessas escolhas opções políticas, éticas e culturais, pautadas em crenças e interesses de quem produz e faz circular tais discursos.

Dessa forma, quando um telespectador torna-se fiel a uma determinada emissora e aos seus produtos, a exemplo do telejornal, perde a oportunidade de ouvir e ver diferentes versões de um determinado acontecimento de ordem política, social, econômica e cultural.

Portanto, a depender do senso crítico e do repertório sociocultural do telespectador, o noticiário e a emissora que o produz, não apenas atuam na apropriação da informação, mas exercem um poder sobre as atitudes desses interlocutores, podendo contribuir na formação do senso crítico ou apenas aliená-lo e torná-lo refém das verdades ali produzidas e exibidas nacionalmente.

2.1 O Jornal Nacional: encontro marcado com William Bonner e Fátima Bernardes

O Jornal Nacional (JN) é um programa jornalístico de televisão que estreou em 1º de setembro de 1969 pela Rede Globo de televisão e que vai ao ar de segunda a sábado a partir das 20h00. Segundo seu editor-chefe e apresentador, William Bonner (2009), uma edição desse noticiário tem aproximadamente 33 minutos líquidos, no qual são apresentados em média 25 assuntos de variadas formas: em reportagens mostradas pelos seus autores (repórteres), entrevistas com pessoas comuns, em notas lidas pelos apresentadores e que são ilustradas por imagens, em notas curtas semi imagens e entradas ao vivo de repórteres.

Esse jornal tem características comuns aos variados meios de informação, e está acessível à maioria dos brasileiros. De acordo com Bonner, o referido noticiário tem por objetivo mostrar aquilo que aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, com isenção, pluralidade, clareza e correção. Nessa linha, esse apresentador e também, por algumas vezes, editor-chefe, afirma que:

A crença do JN como de resto do jornalismo em geral, é que as pessoas não se interessam apenas por seu umbigo, embora estejam irremediavelmente ligados a ele. Interessam-se por tudo, pelos assuntos mais variados, desde que possam rituir nelas importância. (2009, p. 18)

Ao fazer uma descrição sobre o telejornal que vai ao ar durante seis dias da semana, Bonner enfatiza que o público telespectador do noticiário é bastante variado e cada um busca assistir o mesmo com interesses peculiares, sem abrir mão das diferentes informações, aspecto que garante ao jornal credibilidade e equilíbrio entre os temas factuais e da atualidade.

A representação do JN para a sociedade brasileira pode ser decisiva em seus propósitos. Pode-se ter em mente a quantidade de pessoas que acompanham o noticiário e buscam constantemente, variadas informações que aos poucos, podem ou não construir o senso crítico e ou as representações de cada um. William Bonner (2009, p. 13) menciona que assim como os demais veículos jornalísticos, o Jornal Nacional persegue o furo¹. Nesse, destaca que “o furo é o alimento da alma dos jornalistas”. Ao falar do comprometimento dos profissionais que trabalham em tal meio de informação e a direção do conteúdo que será apresentado ao vivo, Bonner sinaliza

Cada profissional envolvido no processo de produção de material jornalístico para o JN prediz em mente que aquilo será mostrado para cidadãos de todas as regiões brasileiras (e no exterior pelo globo internacional), de todas as idades e orientações sexuais, de todos os estratos socioeconômicos, de todas as faixas de renda, de todos os credos, de todas as cores, todas as posições políticas, todos os níveis de escolaridade. Todos. (2003, p. 15-16)

Segundo os índices de audiência desse telejornal nos últimos anos, torna-se perceptível que as notícias publicadas pelo JN ainda alcançam um grande número

¹ É uma informação de grande importância que não foi publicada por nenhum outro jornal ou programa.

de pessoas e, de certa forma, a uma diversidade de gostos, faixa etária, crenças, níveis de escolaridade, entre outras variáveis que constituem esse noticiário. Pesquisas na internet comprovam que há uma significativa audiência desse telejornal no Brasil e no exterior, entretanto, desde 2011 vem perdendo sua audiência devido ao maior acesso das pessoas à internet e a saída da apresentadora Fátima Bernardes.

Foi a primeira vez em 2011 que o telejornal marcou menos que 30 pontos no Ibope, atingindo apenas a média de 28,8 pontos. Cada ponto equivale a 58 mil domicílios na Grande São Paulo. Nas segundas anteriores, o jornal marcou 33,6 pontos no dia 28 de novembro, e 35,4 pontos no dia 5, quando Fátima passou a vaga para Patrícia Poeta, segundo informou a coluna Outro Canal, da Folha (<http://portugues.christianpost.com/news/se-m-fati-na-bernardes-jornal-nacional-cai-no-ibope>, 14 nov 2011).

O JN configura-se como um encontro marcado pela Rede Globo com William Bonner e Fátima Bernardes, hoje entre Bonner e Patrícia Poeta, e uma parcela significativa de brasileiros e brasileiras de diferentes esferas sociais. O JN tem feito circular várias informações que, direta ou indiretamente, estão construindo os modos de agir e pensar de cada sujeito, favorecendo sua emancipação e formação crítica ou sua alienação. Em relação à direza das notícias que são apresentadas, Bonner (2009) afirma o seguinte:

Para que se compreenda um conteúdo de um telejornal é preciso que ele seja dado – e que o telespectador preste atenção. É aí que surge uma questão capital para o telejornalismo. Se o público de um programa como o Jornal Nacional está equidistante do analfabetismo e da pós-graduação, e se está exausto ao fim de um dia de trabalho, em casa ou fora dela, como é que nós jornalistas, conseguiremos que ele preste atenção ao que estamos informando? Resposta: não há como assegurar isso. (p. 229)

Nas ideias do apresentador e editor-chefe do noticiário em foco, o fator-chave para que as informações dadas sejam entendidas é, essencialmente, indispensável que o telespectador esteja atento ao que está sendo apresentado. Nesse viés, Bonner (2009) assegura que existe direza nos conteúdos que vão ao ar e que para que estes sejam compreendidos e interpretados, logo, apropriados pelo público, independente da sua escolaridade, basta que este se concentre no que está sendo exibido.

Aqui, fazemos uma ressalva, porque a concepção de leitura implícita no discurso do apresentador e editor-chefe defende que o sentido está posto no texto, disso decorre o uso do termo 'dado'. Sabemos, no entanto, que outras concepções justificam o 'ruído' na comunicação eficiente entre os jornalistas e seu público, nem sempre alvo e nem sempre com habilidades para compreender e interpretar de forma competente os discursos apresentados nos telejornais, especificamente, o Jornal Nacional que versa sobre conteúdos de diferentes ordens.

Para Volochinov (in MATÊNCIO ET AL 1997, p. 75) a palavra é justamente o produto da interação do locutor e do ouvinte e ainda, ela é determinada tanto pelo fato que precede de alguém quanto pelo fato que é dirigida a alguém. Assim ocorrem as práticas discursivas que permeiam a prática social de assistir ao JN.

Esse interlocutor que está do outro lado da 'telinha', precisa ter um repertório cultural para fazer uma leitura auditiva adequada e, dessa forma, se apropriar das informações exibidas de uma forma crítica. Essas podem influenciar o comportamento e interferir nas atitudes desses telespectadores. Muitas vezes, a definição de escaleta de um candidato pode ser feita em uma noite de debate às vésperas das eleições.

2.2 Função social da mídia: influência na vida cotidiana e na formação da identidade cultural do sujeito

Jonh B. Thompson, ao falar sobre comunicação e contexto social, traz à tona a ideia de que os seres humanos nos diferentes meios sociais sempre se ocupam da produção e do intercâmbio de informações e do conteúdo simbólico. Por conta disso, a produção, o armazenamento e a circulação de informação e conteúdo simbólico têm sido aspectos centrais da vida social. Nisso Thompson esboça que:

O desenvolvimento dos meios de comunicação é, em sentido fundamental, uma reestruturação do caráter simbólico da vida social, uma reorganização dos meios pelos quais a informação e o conteúdo simbólico são produzidos e intercambiados no mundo social e uma reestruturação dos meios pelos quais os indivíduos se relacionam entre si. (1998, p.19)

A afirmação do autor permite-nos entender a necessidade que os indivíduos têm, no mundo contemporâneo, de se apropriarem desses conteúdos simbólicos

que não deixam de ser influências e orientações para as diferentes relações sociais. À medida que os meios de comunicação tentam vender seu produto central, isto é, a informação, o sujeito que se torna consumidor está levando consigo uma parcela, ainda que pequena, de interesses e daí deduzo o modo de ser apregoados e divulgados nesses ambientes sociocomunicativos.

As influências que as pessoas sofrem dos variados meios multimedíacos, que as interpelam de diferentes formas, seja pela compaixão, pela solidariedade ou pela revolta, efeitos de sentidos produzidos nos telespectadores a partir da constituição dos textos ali publicizados, têm papéis significativos na conduta pessoal, na formação da identidade cultural dos sujeitos, ou melhor, esses sujeitos podem adquirir poder para manifestar suas ideias e, conseqüentemente, perseguir seus fins e objetivos mais variados e com atitudes também variadas.

Diante da intensa mostra de textos que representam os benefícios sociais que o Programa Criança Esperança, produzido pela Rede Globo, apresenta em cadeia nacional, as pessoas se sensibilizam e colaboram com suas doações. A presença das crianças e suas respectivas instituições, depoimento de pais, mães, da própria criança e o uso de celebridades são recursos de convencimento usados para produzir verdades, sob a perspectiva da emissora e dos produtores/atores desse programa, sobre esse fato: abandono e miséria na infância.

Doar é uma atitude louvável, entretanto, não somos nós trabalhadores os responsáveis pela efetivação de políticas públicas de educação e de assistência social da população. Nós elegemos um governo para, com a arrecadação de nossos impostos, atuar nessas áreas. Mas a mídia, pela ciranda das suas diferentes linguagens nos seduz e nos faz sentir responsáveis por aquelas crianças, que às vezes estão na nossa rua, mas nós vamos ajudar aquelas que estão bem distantes de nós, porque a mídia, com seu poder de ação, assim nos interpela. De acordo com Thompson:

No sentido mais geral, poder é a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas conseqüências. No exercício do poder os indivíduos empregamos recursos que lhes são disponíveis; recursos são os meios que lhes possibilitam alcançar efetivamente seus objetivos e interesses. (1998, p21)

Wilson Gomes (2003), ao fazer uma crítica sobre jornalismo e interesse público, destaca que o jornalismo, como todas as instituições, tem um discurso cujo objetivo é afirmar sua legitimidade social. Por outro lado, promove o engajamento existencial oferecendo motivações, explicações e razões de ser, orientando a existência e as suas decisões, ordenando e hierarquizando os valores escolhidos pelos sujeitos, fazendo assim o despertar de vocações. Nesse intuito, o autor acredita que:

O discurso de autolegitimação do jornalismo, além da função de refletir e configurar a identidade da corporação, cumpre a decisiva tarefa de convencer a todos de que o jornalismo é uma instituição importante, preciosa e necessária para toda a sociedade e que, portanto, deve ser mantida, protegida e cuidada pelos cidadãos, mediante uma cultura e uma mentalidade, e pelo Estado através das suas leis e princípios. (2003, p. 29)

As palavras de Gomes (2003) facilitam a visualização da dependência que o ser humano pode se envolver em relação à sua entrega, diária, à determinada instituição, induzindo as multidões tão sedutoras. Interagir, por demasiado tempo, com práticas sociais que trazem consigo práticas discursivas de convencimento, pode provocar nos sujeitos a perda de uma identidade e a construção de novas outras: críticas ou alienantes; agressivas ou pacificadoras, políticas ou apolíticas, enfim, de alguma maneira, a intensa interpelação leva os sujeitos a resignificarem hábitos, atitudes e valores.

Stuart Hall (2006), ao falar sobre a perda da identidade do sujeito por conta da massificação dos valores que o particularizam, nos possibilita entender como, muitas vezes, há uma fragmentação dessa identidade pessoal justamente pela falta de valorização e reconhecimento dos seus reais propósitos e princípios. Muitas vezes, o ser humano deixa de lado aquilo que acredita por não ter coragem de opor-se a uma espécie de tendência grupal, supostamente realizada pelo ambiente multimedial. Quase sempre, por não ter conhecimento ou ter acesso apenas a um único meio e recurso de informação, não consegue deixar valer seus apegos e, inevitavelmente, renuncia seus desejos para ir ao encontro de certas imposições dominantes no meio social. Com isso, Hall acredita que:

[...] As velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. (2006, p. 07).

A direção que o indivíduo está tomando por estar quase perdido das estruturas que o compõem isto é, da sua identidade construída socialmente e por meio de suas crenças, pode ser um rumo movido por uma busca desesperada de encontrar-se. Os valores impostos pela pós-modernidade e amplamente divulgados pelo ambiente midiático não deixam de traduzir o reflexo da crise existencial que o ser humano atravessa, por não mais saber guiar-se diante de tantos entraves sociais.

Kellner (2001, p. 10) menciona que numa cultura contemporânea dominada pelas diferentes mídias em sua multimodalidade (um só vídeo constitui-se de som, cor, verbal oral, verbal escrito, movimento, ritmo, enredo, entre outros), os meios dominantes de informação e entretenimento representam uma fonte profunda e, na maioria das vezes, não percebida de pedagogia cultural a qual podemos ensinar como nos comportar, pensar e sentir, assim como e em quem acreditar, o que temer e desejar – ou a negação de tudo isso. Nessa perspectiva, é válido também mencionar as concepções de Bakhtin (2003) quando assegura que:

Todo falante é por si mesmo um respondente em maior ou menor grau, porque ele não é o primeiro falante, o primeiro atervidado o eterno silêncio do universo, e pressupõe não só a existência do sistema da língua que usa, mas também de alguns enunciados antecedentes – dos seus e alheios -- com os quais o seu enunciado entra nessas ou naquelas relações (baseia-se neles, põe em jogo com eles, simplesmente os pressupõe já conhecidos no ouvinte). Cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados (2003, p. 272).

Dessa forma, percebemos que embora a mídia assuma um posto bem significativo diante dos sujeitos, as pessoas ainda possuem certa autonomia a partir do momento em que decidem fazer valer suas escolhas. Quando Bakhtin (2003) aponta que todo falante constitui-se de vários enunciados antecedentes, notamos que Kellner também defende que os meios dominantes de informação nos ditam de

alguma forma, comportamentos, sentimentos e inúmeras ações as quais acabam por nos direcionar na tomada de várias decisões.

Ao falar sobre a cultura de imagem dos meios de comunicação de massa Kellner (2001, p. 82) explicita que são as representações que ajudam a constituir a visão de mundo do indivíduo, assim como o senso de identidade e sexo, consumando, dessa forma, estilos e modos de vida, pensamentos e ações sociopolíticas. Nessa ordem, a identidade torna-se um processo de representação, figuração, imagem e retórica quanto um processo de discursos e ideias. Frente a essas concepções o autor pontua o seguinte:

Os textos da cultura da mídia não são simples veículos de uma ideologia dominante nem entretenimento puro e inocente. Ao contrário, são produções complexas que incorporam discursos sociais e políticos cuja análise e interpretação exigem métodos de leitura e crítica capazes de articular sua inserção na economia política, nas relações sociais e no meio político em que são criados, veiculados e recebidos. (2001, p. 13)

Conforme destaca esse autor, a mídia propicia acesso a um amplo conjunto de informação, pontos de vista e debates os quais, de certa forma, dá suporte material capaz de criar identidades através das quais os indivíduos se inserem nas sociedades contemporâneas produzindo novas formas de cultura global.

Quanto a isso, é considerável que os produtos midiáticos não se formam de entretenimento inocente, sendo, pois, de cunho plenamente ideológico e dotados de intensa complexidade, o qual se vincula à retórica, ideias, programas e ações políticas. Nessa dimensão, considerando seu significado e efeitos políticos, é essencial saber interpretar a cultura da mídia de forma crítica a fim de decodificar e compreender seus textos e discursos, seus efeitos ideológicos, enfim, que saibamos produzir sentidos para essas leituras. Até porque, conforme as ideias de Cardoso (2007, p. 16) “Na sociedade em rede a organização do sistema das mídias e a sua evolução estão em grande parte dependentes do modo como nos apoderamos delas”.

Nesse sentido, a sociedade jacobinense é uma, entre as múltiplas sociedades brasileiras, que também assiste ao Jornal Nacional com frequência. São pessoas que estão inseridas em distintas esferas sociais, culturais, religiosas, políticas e econômicas, mas que buscam a informação do referido noticiário ao qual diferentes

reportagens podem ou não, interessá-lhes, ter alguma utilidade específica ou até mesmo ter apenas um caráter informativo, o que não deixa de ser um ponto relevante a ser investigado, levando-se em conta a(s) influência(s) que tais notícias podem suceder nesses indivíduos.

Considerando que o noticiário em questão baseia-se em fatos, mas também apresenta temas da atualidade, seja no Brasil ou no mundo, é pertinente destacar que são apresentados pelo JN uma quantidade e diversidade imensa de temas, como por exemplo, educação, saúde, cultura, comportamento, política, segurança pública, economia, saneamento básico, relações internacionais, movimentos sociais, meio ambiente, economia, esportes, etc. e, nessa multiplicidade de questões, é quase que improvável que seus telespectadores não tenham posicionamentos construídos ou em construção acerca daquilo que desperta o seu interesse.

Nesse rumo, o que se torna fundamental é compreender qual está sendo a visão desses diferentes públicos a respeito daquilo que lhe está sendo transmitido pelo JN cotidianamente, e de como esses conhecimentos interferem em sua vida, envolvendo escolhas, ações e posicionamentos. Thompson, ao falar do caráter monológico da televisão afirma que:

[...] Como todas as formas de quase-interação mediada, a televisão implica um fluxo de mensagens predominantemente de sentido único dos produtores para os receptores. As mensagens que são intercambiadas numa quase-interação televisiva são produzidas na sua maioria esmagadora por um grupo de participantes e transmitidas para um número indefinido de receptores, que têm relativamente poucas oportunidades de contribuir efetivamente para o curso e o conteúdo da quase interação. Há, é claro, algumas averiadas abertas aos receptores. Eles podem telefonar ou escrever às companhias de televisão para manifestar apoio ou repúdio à determinados programas. Eles podem formar grupos de pressão na tentativa de influenciar planos de programação. Alguns canais têm programas de “direto à resposta” que permitem a um pequeno número de espectadores selecionados expressar em suas opiniões. Mas, na prática, estas averiadas de intervenção são usadas por muito poucos indivíduos. (1998. p. 89).

A concepção do autor nos impulsiona a acreditar que para a maior parte desses interlocutores que estão do outro lado das telas da Rede Globo, a solução para que esses possam interferir na quase-interação é na escolha quanto a sintonização da televisão, ou melhor, se decide deixá-la ligada, se muda de canal ou

então desliga a mesma, caso não tenha interesse na programação. Por essa via, é absurda a consequência de que a maior parte das pessoas seja dominada por uma minoria que decide o que deve ou não ser apresentado para toda uma nação.

Seria, pois, de certa forma, inadmissível acreditar que os valores idealizados por uma parcela mínima de sujeitos devem ser “divinamente” respeitados por toda a outra grande parcela restante e, nisso, se constituíssem constantemente as relações de poder da mídia em detrimento dos direitos de determinado público.

Ao dar ênfase na relação produtor-receptor, Thompson deixa evidente que ainda que os produtores estejam numa relação superior na qual têm autonomia para determinar o curso e o conteúdo de uma representação, estes precisam, indubitavelmente, dos receptores para continuarem existindo como tais. Por tanto, o autor ressalta que:

Os produtores e os receptores não como parceiros co-presentes num diálogo, mas como espectadores anônimos a quem eles devem agradar, persuadir, entreter e informar, cuja atenção eles podem ganhar ou perder e cuja audiência é a condição *sine qua non* da existência de suas atividades. Assim como os receptores dependem dos produtores para o conteúdo das representações que eles presenciaram quando ligam a televisão, os produtores por sua vez dependem dos produtores e de sua boa vontade para assistir a seus programas e sustentá-los a audiência (1998, p. 92).

As considerações de Thompson nos possibilitam entender que a relação entre uns e outros se constitui em um vínculo de mútua dependência, na qual a natureza de tal dependência pode variar de caso para caso. O que não pode, dessa forma, é permitir que haja uma esperteza de comportamentos sobrepostos, nos quais, essencialmente no caso dos produtores, acabe minvalidando a moral dos receptores frente às suas ações.

Douglas Kellner (2001), ao destacar que muitas teorias pós-modernas dão privilégio à cultura da mídia como o lugar da implosão da identidade e de fragmentação do indivíduo, a partir dessa perspectiva, porém, conforme o autor, quase não houve estudos aprofundados dos textos da mídia e de seus efeitos. Para contrariar a noção pós-moderna de desintegração da cultura na imagem pura sem referentes, conteúdos ou efeitos, esse estudioso assegura que:

(...) a televisão e outras formas de cultura da mídia desempenham papel fundamental na reestruturação da identidade contemporânea e na conformação de pensamentos e comportamentos. Em outro local, afirmamos que a televisão hoje em dia assume algumas das funções

tradicionalmente atribuídas ao mito e ao ritual (ou seja, integrar os indivíduos numa ordem social, celebrando valores dominantes, oferecendo modelos de pensamento, comportamento e sexo para imitação, etc.) (KELLNER, 2001, p. 304).

O posicionamento acima evidencia que os interesses disseminados pela televisão não podem ser confundidos como uma parcela de favores que devam resolver todos os problemas sociais, mas que ainda com todos os seus entraves e desconstrução de valores e modos de ser, mereçam ser valorizados e reconstruídos como mais uma representação da cultura com toda a complexidade que lhe é inerente.

Nessa concepção, o indivíduo precisa adquirir um equilíbrio entre aquilo que ele pode e precisa internalizar (na sua relação com os discursos que circulam no ambiente midiático), e ignorar o que não lhe convier, aquilo que não acrescenta sentido algum para sua vida. Por exemplo, não se sabe o que leva as pessoas a consumirem programas de humor que fazem apologia à intolerância e ao preconceito aos negros, baianos, nordestinos, gordos, homossexuais, mulheres entre outras minorias. Gostou. Falta de criticidade. Ingenuidade, enfim, precisamos fazer outro estudo para compreender esse fenômeno na nossa cultura.

É oportuno ressaltar que a construção da identidade cultural do sujeito pode ter influências diversas a partir das diferentes esferas que participa. Contudo, as imposições feitas pelos discursos midiáticos têm enorme domínio na construção desse “eu” tão cheio de dúvidas e inseguranças em suas ações, pensamentos e posicionamentos no meio social. Com isso, vale sinalizar as seguintes considerações:

A identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato existente na consciência do momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre a sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada”. As partes “femininas” do eu masculino, por exemplo, que são negadas, permanecem com ele e encontram expressão inconsciente em muitas formas não reconhecidas, na vida adulta. Assim, ao invés de falar da identidade como uma coisa, deveríamos falar de *identificação*, e vê-la como um processo em andamento (Hall 2003, p. 38-39).

A partir das reflexões até aqui arrdadas, observamos que a identidade de um indivíduo é formada num constante processo de diferentes vivências e interações, na qual nunca deixa de haver uma incompletude dentro desse “eu”, tal artifício

denominado por Hall de *identificação* é uma forma de entendermos como acontecem as supostas *valorizações* que fazem com que as pessoas interiorizem os distintos aprendizados e vá formando aos poucos sua identidade cultural.

2.3 O Jornalismo: produção da informação

O jornalismo por estar inserido no sistema midiático no qual tornou comum ser palco de múltiplos espetáculos, certamente se divide entre aquilo que pode ser informado e aquilo que, uma vez editado, causaria mais impacto para o público. Em um sentido mais objetivo, o *de jornal*, de certo modo, também precisa utilizar de ferramentas que sejam capazes de atrair a atenção daqueles que estão assistindo, seja por meio de imagens, cenas que comovam, causem revdtas, ari mam i mpressi onam e que possam despertar o acãte, nunca a recusa. Contudo, jamais pode fugir do seu propósito que é o de i nformar e deixar transparecer no seu discurso aquilo que seus i dealizadores tanto prod am m que é a i mparci alidade jornalística, sem a qual este não teria credibilidade.

Obrigado a lidar com a informação imediata, o jornalismo, frequentemente se limita a ela. Mas é falso dizer que deixa de contextualizá-la, como quem focaliza a árvore e perde a dimensão da floresta: a contextualização está ali, di enada, reterando o senso comum a partir das interpretações prontas. Pensar contra os fatos significa preservar a relação do jornalismo com o imediato, i mprimindo-lhe o duplo movimento de abranger a floresta a partir das árvores para revelá-las em sua conexão singular com o universo a que elas pertencem. Noutras palavras, partir do fenômeno para conectá-lo ao processo (MORETZSOHN, 2007, p. 288).

Os autores que produzem, editam e transmitem a notícia não podem deixar pelo caminho o cuidado e a necessidade de mostrar o lado real dos acontecimentos. Embora esses sejam permeados por processos de espetacularização que, inegavelmente, estão i nterrelacionados ao universo midiático, pela multimodalidade que pode se fazer presente apenas em um gênero ou na composição de uma matéria que agrega vários outros. Por exemplo, ao se falar do mensalão ou r elat or fazendo uso verbal oral e do verbal escrito em um t exto t écrico, inseri u no mesmo o gênero ol tra de canção “Dor nã a nossa Pátria mã e t ão d i strã da

sem perceber que era subtraída em tenebrosas transações”, de autoria do compositor e escritor Chico Buarque, que sofreu as agruras da Ditadura Militar, também em Brasília em um espaço que decretou a censura de sua voz por meio de suas canções.

Moretzsohn (2007, p. 249) ao fazer uma relação entre a visão jornalística que modifica fatos em notícias e a composição da narrativa que pretende despertar a atenção do público, sinaliza o seguinte:

Se a espetacularização é hoje a linguagem da mídia e da TV em particular, é preciso tentar buscar o equilíbrio entre o espetáculo, sem o qual não se atrai a atenção do público, e a informação, sem a qual o jornalismo não tem razão de ser. O jornalista estaria, então, diante do desafio de preservar sua capacidade de oferecer resistência à voracidade da máquina midiática na qual está inserido como profissional, recuperando a ideia de que uma redação de jornal é um campo de luta (MORETZSOHN, 2007, p. 249).

Essa autora, quando faz essas considerações e ponderações, nos possibilita um esdreadamento sobre a relevância de ficarmos atentos ao estabelecermos contato com as interpretações prontas do jornalismo, as quais, segundo a autora, já fazem parte de certa contextualização e que podem ser interpretadas (positiva ou negativamente) pelo senso comum de forma acrítica e que pode se desdobrar em consequências para a vida cotidiana.

Essas interpretações, muitas vezes, são socializadas como verdades produzidas do ponto de vista de determinados sujeitos com seus mais distintos interesses. Em relação ao fluxo de informação e comunicação de sentido único, Thompson menciona:

A mídia se envolve ativamente na construção do mundo social. Ao levar as imagens e as informações para indivíduos situados nos mais distintos contextos, a mídia modela e influencia o curso dos acontecimentos, cria acontecimentos que poderiam não ter existido em sua ausência. Além disso, os indivíduos envolvidos nestes acontecimentos podem estar bem conscientes do papel construtivo (ou destrutivo) da mídia. Eles sabem que o que eles dizem no rádio ou na televisão poderá ser ouvido por milhares ou milhões de outros que podem responder de formas concertadas ao que é dito. Eles sabem que ao assistir à televisão ou escutar o rádio, eles podem descobrir algo - ainda que parcialmente - do que está acontecendo além de seus contextos sociais imediatos, e eles podem usar essa informação para orientar suas próprias ações. Eles sabem que,

controlando o fluxo de imagens e de informações, a mídia desempenha um importantíssimo papel no controle do fluxo dos acontecimentos (1998, p. 106).

Ainda que seja inquestionável o poder que os gêneros multimodais que circulam no ambiente multimídiaico exerçam sobre o mundo social, é notório que os sujeitos tenham consciência do domínio e da influência dos discursos veiculados por esses gêneros tanto nas suas múltiplas esferas, como até mesmo no comportamento e, conseqüentemente, no senso crítico dessas pessoas. Nesse viés, Hall também dá uma contribuição muito pertinente à questão:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as *identidades* se tornam desvinculadas-desalçadas- de tempos, lugares, histórias e tradições específicas e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. (2003, p. 75).

A afirmação de Stuart Hall vem assegurar que apesar de termos consciência da imposição que muitas vezes a mídia exerce sobre nós, ainda temos liberdade de escolha, mesmo que essas estejam também vinculadas ao leque de possibilidades difundidas pela mídia, ou seja, é como se houvesse uma identidade específica para cada idealização de sujeito, porém, nessa lógica, o que permanece intacta é a homogeneização das identidades e superioridade mítica da mídia sobre tais sujeitos.

A linguagem audiovisual presentificada pela multimodalidade de gêneros discursivos no telejornalismo constitui-se também de vários elementos que não deixam de compor aspectos da vida cotidiana das pessoas que neste depositam alguns interesses. Exemplo disso são reportagens nas quais aparecem pessoas comuns (não celebridades) reivindicando direitos, se posicionando diante de determinadas situações ou até mesmo que foram vítimas de alguma fraude, catástrofe ou danos morais, entre outros. Muitos sujeitos se vêem representados nos depoimentos abordados, inclusive, podem até estar enfrentando situações semelhantes.

Por quanto, mídia e as estratégias empregadas por determinados veículos, os sujeitos se permitem buscar, nesses meios, mecanismos para saber e solucionar seus conflitos ou, de certo modo, enfrentar situações semelhantes às apresentadas nesse veículo de comunicação e informação. Conforme Kellner (2001, p. 27):

Como advento da cultura da mídia, os indivíduos são submetidos a um fluxo sem precedentes de imagens e sons dentro de sua própria casa, e um novo mundo virtual de entretenimento, informação, sexo e política está reordenando percepções de espaço e tempo, anulando distinções entre realidade e imagem enquanto produz novos modos de experiência e subjetividade.

Kellner ressalta que as mudanças políticas, sociais e culturais de longo alcance seguiram uma significativa proliferação de novas teorias e métodos que facilitam o entendimento da cultura como da sociedade contemporânea. Com isso, assinala que “em nossas interações sociais, as imagens produzidas para a massa orientam nossa apresentação do eu na vida diária”, além de tudo, direcionam nossas relações sociais, criando nossos valores e objetivos sociais.

Entender os efeitos dos conteúdos expostos pela mídia ou a maneira como esses estão chegando para certo público torna-se uma atividade relevante para a ressignificação das ideias e comportamentos dos sujeitos frente a certas ideologias. No entanto, é válido destacar que alguns fatores ajudam a analisar o grau de interferência que determinadas notícias veiculadas pelos meios de informação podem ter ou não nas práticas e pensamentos dos seus envolvidos, ou seja, devido a sua exposição intensa ao mesmo suporte (tv); emissora (Rede Globo); programa (JN) e aos mesmos autores (Bonner e Fátima Bonner e Patrícia), os sujeitos, a depender de seu nível cultural e informacional, podem aceitar com verdadeiras todas as informações que circulam. Por exemplo:

- Se o indivíduo assiste diariamente o noticiário
- Se presta atenção e/ou entende as informações transmitidas
- Se faz alguma relação entre o conteúdo assistido e a sua vida pessoal/social
- Se tem interesse e/ou defende determinadas ideias expostas pelo jornal.

A mídia por ser também um instrumento de múltiplos interesses culturais, possibilita-nos compreender, de certa forma, que à medida que o sujeito tem

consciência ou segurança do(s) seu(s) interesse(s) ao ligar a TV e escolher o que vai assistir, esse pode também ser um facilitador da crítica que precisa haver no contato com determinados programas, da mesma forma que quem não dispõe de um conhecimento sociocultural mais sofisticado, pode tornar-se manipulável ou sem autonomia nas suas distintas ações e relações no meio social.

A questão da manipulação ou autonomia não está no noticiário em si, mas nas experiências culturais do telespectador, embora isso nem sempre seja fator determinante de recusa ou aceite daquilo que está sendo veiculado na tela da tv ou do computador e celular. Nessa óptica, Kellner defende que:

A obtenção de informações críticas sobre a mídia constitui uma forte importante de aprendizado sobre o modo de conviver com esse ambiente cultural sedutor. Aprendendo a compreender e criticar a mídia, resistindo à sua manipulação, os indivíduos poderão fortalecer-se em relação à mídia e a cultura dominantes. Poderão aumentar sua autonomia diante da cultura da mídia e adquirir mais poder sobre o meio cultural, bem como os necessários conhecimentos para produzir novas formas de cultura. (2001, p. 10).

Logo, de acordo com Thompson, o processo de formação do “eu” torna-se mais reflexivo e aberto, se considerarmos que os sujeitos dependem cada vez mais dos próprios recursos para construir identidades coerentes para si mesmos. Paralelamente, esse processo de formação é constantemente sustentado por materiais simbólicos intercedidos, que vão crescendo numa variedade de opções disponíveis aos indivíduos e enfraquecem – sem destruir – a conexão entre a formação e o local compartilhado.

Sendo assim, talvez haja uma emergência de motivações que facilitem uma autonomia na formação do sujeito. Talvez o que esse precise seja de acesso a mais conhecimentos que lhes permitam compreender e interpretar as informações que circulam velozmente e em número cada vez maior e, assim, possa selecionar aquilo que produzido pelo ambiente midiático, tenha algum sentido para sua vida e ali mentar ou ressignificar suas crenças, mesmo que isso provoque desconstrução e criação de novas e múltiplas identidades, posto que são múltiplos também os papéis sociais que assume em suas práticas socioculturais.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa surgiu após observarmos o alto índice de audiência do Jornal Nacional nas cidades de Várzea do Poço e Jacobina, onde moro e mantenho intenso contato pelas relações familiares e profissionais estabelecidas.

Verificamos nesses lugares que, independente da classe econômica e social, do sexo e do grau de escolaridade, as pessoas são fiéis telespectadoras do JN. Esse fato chamou nossa atenção. Investigamos a audiência e nos demos conta que esse noticiário tem sido referência para o país inteiro e também no exterior, embora desde 2011 venha perdendo sua audiência nas cidades mais desenvolvidas economicamente em virtude do maior acesso das pessoas à internet e a saída da apresentadora Fátima Bernardes.

Mesmo assim decidimos ir a campo para compreendermos de que maneira os moradores da cidade de Jacobina estavam recebendo as informações veiculadas pelo JN e qual a influência dessas informações na formação e no comportamento desses sujeitos nas suas relações sociocomunicativas nas mais diferentes esferas sociais e como vem sendo repercutidos os fatos, imagens e demais elementos que compõem o sistema de informação. Queríamos saber como a comunidade jacobinense que assiste ao JN diariamente, está agindo/reagindo aos conteúdos veiculados por esse suporte midiático.

Adotamos nessa investigação a metodologia da pesquisa qualitativa com base em Richardson (1999), Pope e Mays (1995) por ser adequada para tratar de fenômenos sociais. Para esses autores, a pesquisa com abordagem qualitativa corresponde ao conjunto de técnicas interpretativas que buscam descrever os

componentes de um sistema complexo de significados e tem como objetivo expressar os sentidos dos fenômenos do mundo social.

Essa opção metodológica considera o ambiente natural como uma fonte direta e fidedigna de coleta de dados e tem no pesquisador um instrumento fundamental para isso; apresenta um caráter descritivista por meio do qual os dados são coletados e o pesquisador enfatiza o significado que os sujeitos dão às coisas e à vida.

Segundo Godoy (1995, p. 21), nos dias de hoje a pesquisa qualitativa tem sido privilegiada entre as várias possibilidades de se estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas relações sociais, estabelecidas em distintos ambientes. Nesse contexto, a pesquisa qualitativa por permitir um contato direto com o entrevistado ou a situação investigada, pode nos dar maior segurança em relação ao resultado do trabalho efetuado. Além disso, há nesse tipo de abordagem uma busca de compreensão detalhada dos significados e das características situacionais mostradas pelos participantes, ao invés de apenas mensurar quantitativamente os comportamentos, embora, nesse estudo investigativo, fosse preciso quantificar alguns dados.

Nessa pesquisa, o fenômeno social investigado foi o modo de os sujeitos se constituírem e se posicionarem diante das informações ligadas à realidade social, política e cultural que os cercam noticiados pela mídia televisiva, especificamente, o Jornal Nacional, veiculado há mais de 30 anos pela Rede Globo de Televisão em horário nobre. A técnica utilizada para a coleta de dados constituiu-se pela realização de uma entrevista organizada por questões abertas que foram feitas diretamente pelo pesquisador aos entrevistados. A opção por esse tipo de questão deu-se para permitir a possibilidade de construção de significados e para dar vazão às subjetividades que permeiam a vida dos mesmos. As questões foram as mesmas para cada um dos entrevistados, que foram selecionadas por critérios que se aproximavam mais da pesquisa. Esses critérios foram categorizados: pelo tempo que o sujeito assiste o JN, a maneira como faz relação ou não daquilo que está sendo noticiado com a sua vida pessoal/social; à faixa etária e a relação do que é apresentado pelo JN com as diferentes questões que direcionam ao interesse de cada indivíduo.

A coleta de dados foi realizada por meio das entrevistas que aconteceram nos seguintes bairros da cidade de Jacobina: Estação, Caieira, Jacobina 1, Matriz, Félix Tomaz, Missão, Bananeira e Bairro dos Índios. O município de Jacobina², localizado no estado da Bahia, foi criado em 1722. Com uma população estimada, em 2010, de 79.285 habitantes, a cidade situada na região noroeste da Bahia, no extremo norte da Chapada Diamantina fica a 330 quilômetros de Salvador e é também conhecida como a Cidade do Ouro.

Os sujeitos envolvidos nessa pesquisa são, especificamente, moradores da cidade de Jacobina-BA, que residem nos distintos bairros e correspondem a uma faixa etária de 17 a 80 anos. São indivíduos de ambos os sexos, de vários níveis sociais, escolar e que assistem o Jornal Nacional há, pelo menos, seis meses. Os principais sujeitos são: Adriano, Eduardo, Elisa, Cristina, Dulce, Humberto, Laura, Marcela, Paulo Renato, Sabrina e Selma.³ Esses responderam as perguntas oralmente (que foram gravadas por um aparelho de celular) e em suas residências. Apresentamos os dados básicos dos participantes desse estudo.

Eduardo: 17 anos. Bairro da Missão. Ensino Médio completo/ estudante. Assiste o JN de vez em quando.

Laura: Não estudou. É doméstica, mora no bairro da Missão. Assiste raramente o JN

Dulce: É cozinheira, tem 60 anos, mora na Félix Tomaz. Estudou até a 2ª série do primário. Assiste o JN de vez em quando.

Adriano: 2º grau completo. Mora no Bairro dos Índios, tem 22 anos, Assiste o JN com frequência

Paulo Renato: Mora no bairro da Matriz, tem 32 anos/ 2º grau completo. Assiste o JN diariamente

Elisa: É dona de casa. Tem 55 anos, estudou até a 4ª série (ensino fundamental). Mora no Bairro da Jacobina 01. Assiste o JN todos os dias.

Selma: Tem 48 anos. Mora na Jacobina 1. É empregada doméstica. Estudou até a 8ª série. Assiste o JN sempre que pode.

2 Dados do IBGE

3 Optamos por utilizar nomes fictícios.

Humberto: É aposentado. 2º grau completo/tem 63 anos, mora no Bairro da Estação, assiste o JN sempre que pode.

Sabrina: É cozinheira, tem 38 anos, 2º grau completo. Mora no Bairro da Caieira, assiste o JN regularmente.

Cristina: Ensino superior incompleto. Mora no Bairro da Missão. Tem 30 anos, assiste o JN quase todos os dias.

Marcelo: Estudante de administração. Tem 25 anos, mora no Bairro da Caieira. Assiste o JN sempre que pode.

4 AS REPRESENTAÇÕES DA(S) NOTÍCIA(S) VEICULADA(S) PELO JORNAL NACIONAL POR SEU PÚBLICO TELESPECTADOR DA CIDADE DE JACOBINA-BA

No mundo contemporâneo, o ambiente midiático se agiganta e exerce um poder de persuasão inquestionável que tem constituído os sujeitos ao mesmo tempo em que também se constitui como espaços de práticas sociais permeadas por práticas discursivas. O telejornal tem sido uma dessas práticas.

Nessa pesquisa, especificamente, foi preciso buscar nas representações de um povo que realmente vivencia essa realidade televisiva as respostas para o presente estudo. Vale destacar que as entrevistas que aqui serão analisadas representam parte do total efetuada (50%), as quais foram selecionadas por critérios que se aproximam mais da pesquisa.

Esses critérios estão envolvendo o tempo que o sujeito assiste o JN, a maneira como faz relação ou não daquilo que está sendo noticiado com a sua vida pessoal/social, à faixa etária e a ligação do que é apresentado pelo JN com as diferentes questões que direcionam ao interesse de cada indivíduo. As respostas a seguir estão relacionadas às ordens das perguntas que foram feitas na entrevista, nas quais cada entrevistado verbalizou seu posicionamento diante das questões apresentadas.

4.1 Interesses ao assistir o Jornal Nacional:

- **Que tipo de notícia você dá maior atenção e por quê?**

Adriano: Eu dou maior atenção ao que está acontecendo atualmente, essas notícias sobre o agravamento, seca... Esses assuntos que estão sendo mais focados.

Ori stina: Ao que t á acont ecendo no coti d ano né. A report age m do li xo que passou esses d ías por causa da copa de 2014. Acho que Jornal Naci onal todo tem uma grande i mport ânci a de se assi stir.

Dul ce: É a boa! Por que a r ui meu não gost o muito não, por que é t art a cõ sar ui mno mundo né? A gent e fi ca tri ste com essa vi d ênci a[...] eu gost o de ver cri ança, o povo aj udando as crianças. Gost o de ver quando passa as chamadas do *Criança Esperança* Quando tá passando eu assisto muito. Eu gost o de ver as pessoas aj udando a quem precisa, aquel es que não podem

Eduar do: Em ger al eu gost o de assi stir sobre pd ítica. O que envd ve a soci edade també m responsabilidade soci oambi ent al. Essas not íd as são i mport ant es, por que podem nos aj udar e també m podem compl ementar o que j á sabe mos. .

El isa: Neste mo mento a gent e t á dando mai s at enção sobre a seca do Nor dest e. Que est amos vendo muitos lugares sem água. A ali ment ação est á r ui m. E ent ão a gente presta muita at enção, por que tem muita gente sofrendo com a seca no nor dest e.

Hu mbert o: Sobre a Previ d ênci a Soci al. Por que a gent e vê o descaso que est ão tendo com as pessoas que contri buí ram por tant o t empo e hj e t em que at ur ar tant a humil hação quando preci sam do servi ço de saúde. É i mport ante a gent e ter um senso crítico sobre o que t á acont ecendo e aprender a usar os nossos di réitos. Ser á que o nosso sal ári o é mes mo di gno? A gent e sabe que não é.. Ai nf or mação t á aí e um pa ís i nt eí ro se cala di arte das i rj usti ças. Ser á que se as pessoas soubessem usar, ou buscassem mai s esd arei ment os das cõ sas e ré vi nd casse m.. o Brasil não t ava nessa não! E você l ogo not a como o povo se acomoda nesses casos. O que real mente preci sa não se i nt eressa em mudar, ou não tem conheci ment o sufi ente das cõ sas.. Tudo i sso di fícil al. Enquant o não procurar em se i r f or mar, saber o rumo cert o, tudo per manece nessa mes ma par dí s i a e desrespeí to com o ci dadão (...).

Mar cel a: Mai s not íd a sobre Econo m i a, por que t á muito rel aci onada ao meu curso. Aí é sobre at ual idades de econo m i a.

Paulo Renato: Sobre política, porque a gente fica por dentro do que tá se passando e ajuda a esclarecer as “palhaçadas” que muitos estão fazendo em Brasília

Sabrina: Sobre política. Eu me interesso sobre isso pra saber como tá o desenvolvimento dos políticos que estão no poder.

Selma: Me interessam todas né. Eu gosto de focar no que tá passando. A gente vê muita guerra, muita violência, drogas... E a gente que tem filhotem que ficar alerta de tudo né, pra saber como pode se livrar das coisas.

Observamos que, segundo os entrevistados, houve uma variedade de interesses dos telespectadores quanto à preferência de informações quando estes assistem o JN. Constatamos que 30% dos entrevistados dão prioridade às notícias referentes à política e 20% demonstraram que têm muita preocupação com os índices de violência do nosso país. Os demais entrevistados variam muito nas suas opções ou se interessam por vários assuntos que vão desde atualidades até os movimentos sociais que são acompanhados pelo JN.

Levando em consideração que entre os interesses por essas práticas discursivas midiáticas e os sujeitos há, inegavelmente, uma troca de favores que, de certa forma, pode ser propício às relações sociais, é admissível entender de que maneira se podem desmitificar os danos e benefícios que o contato constante com tal meio pode promover nas várias formas de organização e manifestações sociais. Segundo Kellner (2001, p. 27):

(...) enquanto a cultura da mídia em grande parte promove os interesses das classes que possuem e controlam os grandes conglomerados dos meios de comunicação, seus produtos também participam dos conflitos sociais entre grupos concorrentes e veiculam posições conflitantes, promovendo às vezes forças de resistência e progresso. Consequentemente, a cultura veiculada pela mídia não pode ser simplesmente rejeitada como instrumento banal da ideologia dominante, mas deve ser interpretada e contextualizada de modos diferentes dentro da matriz dos discursos e das forças sociais concorrentes que a constituem.

A partir das afirmações de Kellner, é imprescindível ter um posicionamento em relação à cultura da mídia e oportunizar a sua participação dentro dos nossos meios, mas, antes de tudo, precisamos saber interpretar seus discursos e ideologias.

para podemos agir e reagir e não nos tornamos vítimas desses sistemas ideológicos.

Tomando como base as concepções de Kellner, é nesse intercâmbio com a mídia e recepção que se faz favorável lançar um olhar sobre as representações que o público do JN constrói deste. Conforme lembra Cardoso (2007, p. 24) “sendo a mídia um instrumento de apropriação social é fundamental também compreender a sociedade que nela se enquadra”.

Às vezes os sujeitos não se vêem representados nos discursos que circulam nos ambientes midiáticos e, muitas vezes, em busca de uma identidade, os sujeitos tentam se apropriando desses discursos em busca de pertencimento.

Mediante os fundamentos aqui explícitos, vale ressaltar que o depoimento da dona de casa, Selma, nos permite observar que as notícias transmitidas pelo JN têm, de certa maneira, alguma ligação com a vida dessa senhora a partir do momento que lhe proporciona uma reflexão entre o ato de assistir e o de agir.

Quando ela menciona que temas como drogas, violência entre outros que estão no escopo das desigualdades sociais e culturais por razões políticas e socioeconômicas, podem facilitar na criação de estratégias e/ou ações que possam ser úteis para salvar seus filhos do mundo do crime e até mesmo envolver sua família da violência de uma maneira que seja mais cabível, Selma faz uma compreensão e interpretação dos enunciados televisivos e, automaticamente, passa a ser responsável por suas decisões e comportamentos a partir do que foi assistido. Dentro desse contexto, Mikhail Bakhtin (2003) explicita que:

O ouvinte, ao perceber e compreender o significado (linguístico) do discurso, ocupa simultaneamente e em relação a ele uma ativa posição responsável: concorda ou discorda dele (total ou parcialmente), completa-o, aplica-o, prepara-se para usá-lo, etc; essa posição responsável do ouvinte se forma ao longo de todo o processo de audição e compreensão desde o seu início às vezes literalmente a partir da primeira palavra do discurso (2003, p. 271)

Levando em conta essas considerações, é importante ressaltar que o ouvinte (interlocutor e telespectador), mesmo que esteja constantemente em contato com um programa de informações, tem possibilidade de concordar ou não com aquilo que tomou conhecimento, como também tem autonomia em querer ou não efetuar ações que concretizem as notícias que recebeu. “Apropriação da mídia dá recursos que os

indivíduos podem acatar ou rejeitar na formação da sua identidade e oposição aos modelos dominantes” (KELLNER, 2001, p. 11)

Verificando o posicionamento do senhor Humberto, podemos constatar que seu discurso é marcado pelo uso de palavras que representam e externalizam sentimentos de revolta e indignação diante da situação do aposentado. A maneira como ele analisa os fatos e se posiciona dentro da situação na qual julga humilhante. Ele considera os brasileiros desinformados, acomodados e vítimas da falta de conhecimento. Segundo esse aposentado, os direitos deveriam ser reivindicados para que os problemas e as injustiças fossem solucionados.

Não tivemos acesso à matéria que ele e os demais entrevistados assistiram, pois não era nosso objeto de pesquisa, mas seu discurso nos permite analisar que as notícias a respeito do assunto que levaram esse aposentado a manifestar sua revolta foram, no entanto, o motivo dele tomar conhecimento do que acontece em nosso país no sistema previdenciário a partir do JN e, conseqüentemente, a relação com que ele atribuiu ao baixo e injusto salário que recebe depois de tanto tempo como contribuinte. Seu Humberto revela uma atitude crítica e consciente diante da informação divulgada.

Ao associar um “injusto” salário e o serviço público de saúde com a acomodação do povo brasileiro, seu Humberto ressalta que a informação poderia ser um passo importante na luta contra essa situação, considerada por ele como “desrespeito ao cidadão”.

Nessa linha, o relato desse aposentado não deixa de ser um reflexo de como a notícia recebeu da mídia compreendida, interpretada e o quanto ela influenciou o seu discurso e a sua percepção e relação ao perfil de acomodação e desinformação do brasileiro, isto é, como ele age e reage, ou seja, indiferente às injustiças promovidas pelo serviço público que humilha quem trabalhou por muitos contribuindo e agora não tem acesso a esses serviços obrigatórios garantidos por direito, ao menos no papel. Seu discurso soa como um manifesto eficaz no combate à acomodação das pessoas.

No momento em que o senhor Humberto se permite efetuar ações que considera necessárias para que outras pessoas conhecessem a situação em que se encontra determinado órgão público, especificamente, a saúde pública e os

escândalos da Previdência Social, notamos que ele acaba por realizar uma ação política.

Essa poderá ter como resultado uma atitude em prol da cidadania, na qual mesmo que esse sinta que algo não foi resolvido por meio do seu ato, nada poderá lhe negar o direito de se posicionar e fazer com que outras pessoas possam compartilhar da situação na qual ele mostra sua realidade, como também seus motivos para defendê-la. Por essa razão, é útil dialogar com as ideias de Rubim (2003) quando afirma:

A interação entre cidadania, comunicação e cultura tem sido formulada, muitas vezes, por uma óbvia e mera recorrência à ação de informação. Ou seja, em uma versão de pensar a interação certamente simplificada tem-se o seguinte esquema interpretativo: a comunicação implica em informação disseminada que desenvolve a cultura política ou democrática instalada e, em uma consequência quase necessária e inevitável, realiza a cidadania. (2003, p. 100).

As concepções desse autor nos permitem fazer uma relação com a resposta da cozinheira Dona Dulce, que tem como prioridade, ao assistir o JN, ver as matérias ou assuntos que se distanciam das tragédias e de mais notícias referentes aos vários problemas que afetam a sociedade.

Ao sinalizar que se entristece quando repara em questões relativas à vida, essa telespectadora revela que tem maior interesse em observar a solidariedade de umas pessoas para com as outras. Nesse, destacou o Programa *Oriança Esperança*⁴, que mesmo sendo anual e transmitido pela Rede Globo, o Jornal Nacional durante o ano inteiro, especificamente, no período que antecede o show e que se estende do início ao final da campanha de doações, apresenta matérias que mostram destino que foi dado ao dinheiro arrecadado, como algo que sensibilizou e pode contribuir na maneira como ele tenta ajudar os outros.

Dona Dulce sabe da realidade que cerca a maioria das pessoas empobrecidas: descaso, vida, drogas, abandono, dentre outros. Isso tem tanta intensidade em sua vida, provoca tanta tristeza que ela nega essa vida real e opta por ver no JN apenas aquilo que aponta possíveis soluções. O JN comprova que é

⁴ Projeto social organizado pelas Organizações Globo. Anualmente, essa campanha intitulada *Oriança Esperança* é transmitida pela Rede Globo com o objetivo de arrecadar fundos para a manutenção do Projeto.

possível e fácil ser solidário. Talvez tais comportamentos não sejam tão fáceis de serem visibilizados no cotidiano de Dona Dulce.

Assim a tela do JN proporciona a catarse, o bem estar e a satisfação do espectador. Esse é um fator significativo de influência do JN nesse tipo de notícia transmitido e produzido por esse telejornal faz bem para a vida dessa senhora, porque ela percebe nos gestos das pessoas envolvidas no Criança Esperança a solidariedade e outras crenças tão necessárias para se viver em uma sociedade mais justa e humana.

Viêira (2003, p. 22) destaca que o que prevalece na mente das pessoas é o que foi formatado pelos meios de comunicação, em suas diferentes esferas de circulação, impressos, verbais orais, verbais escritos, imagéticos entre outros, sendo que o que faz a distinção entre um projeto de comunicação e outro é, essencialmente, o seu grau de credibilidade na sensação como os temas são tratados, pautados ou abordados.

Com isso, Viêira nos situa nas concepções da Dona Dulce para notarmos o quanto o conjunto de imagens e a forma como os diferentes recursos empregados, ou seja, os gêneros multimídiais produzidos pelos idealizadores do projeto *Criança Esperança* produziram por meio do telejornal, efeitos de sentidos capazes de sensibilizar os telespectadores.

A produção do gênero depoimento em vídeo pode constituir-se por depoimentos da própria criança, de mães e pais das crianças e dos gestores das instituições e das ONGs, por imagens do lugar, acrescidos de som, ritmo e fundo musical, as cores e o foco da lente captando o que há de mais significativo para compor os discursos do vídeo, são estratégias para mexer com o emocional de muitos dos telespectadores que assistem pelo JN e por outras chamadas da emissora, esses assuntos. E funcionou, prova disso são todos esses anos de sucesso de audiência do supracitado programa e da arrecadação que consegue.

Domínguez (2002, p. 20), quando assinala que todo ato de enunciação é fundamentalmente assintético pelo fato da pessoa que interpreta o enunciado reconstruir o sentido a partir de indicações presentes no enunciado produzido, afirma que nada assegura que o que a pessoa reconstrói coincide com as representações do enunciatador.

Nesse viés, Maingueneau destaca que compreender um enunciado não é somente referir-se a uma gramática e a um dicionário, mas mobilizar saberes muito diversos, fazer hipóteses, raciocinar, construindo um contexto que não é um dado preestabelecido e estável. Sendo assim, é próprio sublinhar o relato de Dona Elisa, que dá como prioridade às suas noites o encontro marcado e fiel com o JN.

As considerações de Dona Elisa nos mostra que quando algum assunto abordado pelo noticiário tem uma maior relação com determinada situação na qual o telespectador está vivendo, torna-se mais fácil assimilar a relevância daquilo que está sendo passado e, logicamente, acaba sendo uma possibilidade de contextualizar o que está sendo mostrado para facilitar algumas ações e informações que cabem ao observador, utilizá-las ou questioná-las para possivelmente, entendê-las e/ou agir em prol delas ou contra.

Sabidamente, Dona Elisa que vem do senso comum, dona de casa e que cursou apenas a antiga 4ª série do Curso Primário, infere sobre teorias de leituras muito caras à academia. Em sua fala, há um discurso sobre os saberes prévios e as memórias discursivas que as pessoas constroem ao longo de suas vivências cotidianas, por isso, quando aparece uma reportagem ou notícia sobre algo conhecido fica mais fácil interagir e produzir sentidos, porque ocorre um encontro entre o telespectador, com seus saberes, autor, o produtor da notícia ou reportagem e um processo mediado pelo texto e o discurso ali presentificado na mídia da tv que faz o JN circular.

4.2 Compreensão das notícias:

- **Consegue entender as notícias que são transmitidas?**

Dos telespectadores interrogados, 75% afirmaram que conseguem entender, perfeitamente, as informações que lhes são passadas e 25% confessaram que entendem algumas ou pequena parte delas. Aqui, pretendemos fazer algumas considerações, pois mesmo os informantes, em número maior, respondendo que conseguem entender as notícias, sabemos que nem sempre isso ocorre.

Nós decodificamos e compreendemos o que foi noticiado, mas nem sempre temos um domínio mais profundo das temáticas ali abordadas e dos fatos noticiados, porque esses remetem a questões de tempo anteriores à edição daquele

da. Por exemplo, ultimamente têm sido evidenciados temas de corrupção focados ora no 'mensalão', ora no 'Carlinhos Cachoeira'. O que está sendo mostrado acerca do mensalão é o julgamento, mas o que foi mesmo o mensalão, porque tanto dias com esse assunto?

Entretanto, vale ressaltar, que os autores (editores e repórteres) produzem seus textos com tanta manha competendo a linguística e discursiva que, em segundos, eles conduzem os telespectadores para uma visão panorâmica dos fatos, e os mais desavisados ficam com essa sensação de entendimento. É a partir dessa sensação superficial de entendimento que criticam o governo, mudam de partido, sentem-se desiludidos com a política partidária atual e, por incrível que pareça, alguns afirmam sentir saudade dos 'tempos da ditadura'.

4.3 Contribuição das informações

- **Essas notícias podem ajudá-la(a) ou já ajudou a tomar decisões nas suas relações pessoais/sociais?**

Adriano: Ajudar, ajuda né, a gente para pra pensar assim, pelo fato de certos lugares ter a seca, dá pra ver de que forma se pode gastar menos.

Cristina: Podem. Contra a corrupção mesmo, sobre o salário dos professores aqui na Bahia (...)

Dulce: Ah já. Teve um tempo que comprei uma carroça (carriinho de mão) pra fazer alguns serviços de casa que precisava. Depois eu vi um menino que tava sem trabalhar, aí resolvi emprestar a carroça pra ele. Outro dia um menino que vinha carregando minha feira tava com o chinelo só saltando. Aí eu perguntei se ele não tinha dinheiro pra comprar outro, ele disse que não, então eu fui lá e dei o dinheiro pra ele comprar o chinelo (...) Tudo isso por causa de tudo que escuto no Criança Esperança. Parece que a voz do Bonner fica dizendo o que preciso fazer.

Elisa: Pode sim. Ajudar a alguém que necessita. Como a minha família mesmo que mora num lugar onde falta muita água, que tão na seca também e sempre eu vou lá e tento ajudar até lavando uma roupa distante de casa.

Humberto Não. Eu já tô nessa idade e acho que minha opinião já tá formada. Eu assisto mesmo pra ver o que tá acontecendo, mas não pra tomar nenhuma decisão.

Laura De qual quer maneira, muitas vezes passa essas tragédias sobre drogas e já ajuda a quem assiste a não entrar nisso.

Marcelo Algumas sim, outras não. Eu acho que estão muito distantes da realidade do dia-a-dia.

Paulo Renato Ah podem! Como eu falei, a gente pode evitar muita coisa aqui na nossa cidade mesmo... a partir do momento que se tem consciência que tem muitos que não tão querendo trabalhar sério, é nosso dever tirar esse elemento da administração da nossa cidade. Quando se vê os escândalos de Brasília a gente tem que saber esconder também quem quer assumir um compromisso sério e que não faça o povo de besta. Se a gente não tomar o pé as coisas não vão andar não viu.

Sabrina Não, não vejo nenhuma influência, porque eu acho que o Jornal Nacional é muito do lado “geral”, ele não atinge diretamente a nós. Tem todo um lado nacional, aquela questão mesmo... de focar naquilo que acontece, que vai ser útil ou não pro país todo. Então eu acho que nada pode me atingir, ou mudar uma decisão.

Pela voz dos entrevistados, constatamos que 70% dos telespectadores envolvidos nessa pesquisa acreditam que as informações dadas pelo Jornal Nacional podem ou já ajudaram a tomar decisões em suas distintas relações na sociedade. Ao passo que 30% revelaram que as informações que são recebidas estão muito distantes da realidade na qual esses vivem.

É perceptível que a história contada por Dona Dulce foi associada à interferência da reportagem recebida a respeito da campanha do programa *Criança Esperança*. Nesse caso, essa senhora interiorizou os conteúdos explorados da notícia e terminou por se sentir “responsável” em dar sua contribuição para ajudar as pessoas que necessitam de recursos financeiros.

Valer ressaltar que as imagens produzidas e exibidas pelo JN que, de certa forma, também puderam levar a essa telespectadora um conjunto de “noções” sobre as possíveis condições na qual se encontravam as crianças beneficiadas com o

projeto organizado pela Rede Globo, poderiam ser semelhantes às situações ou contexto em que se inserimos meri nos nos quais essa mulher decidiu ajudar.

Cardoso (2007, p. 28) quando considera que a autonomia das escolas dos sujeitos está intimamente relacionada à capacidade de interação destes com a mídia, defende que pelo fato da espécie humana ser caracterizada pela comunicação, ela acaba, inevitavelmente, assegurando o tecido social que construímos e no qual vivemos. Nessa direção, mostra que essa relação dos indivíduos com a mídia acontece por persistir a necessidade de interação constante com e entre, seus múltiplos domínios dos relacionamentos social, profissional e cultural.

A mídia com suas mais modernas ferramentas, por ser um agente da reflexividade, inevitavelmente, consegue “criar” cenários e notícias a partir de recursos audiovisuais que são capazes de fazer com que seu público reaja ao que foi assistido. Nessa óptica, a ideia de que o que foi notícia à noite, no dia seguinte será discutido, refletido ou adicionado, ainda continua valendo, isso a partir do instante em que o sujeito se dá conta de que aquilo que foi apresentado serviu como lição para determinados fins. Lógico que essa concepção só terá fundamento se a informação recebida tiver de alguma maneira relação com a vida social e/ou pessoal do indivíduo.

Nessa perspectiva, faz-se notável sublinhar as opiniões do funcionário público, Paulo Renato, quando afirma que ter acesso às notícias, especialmente as que informam sobre política, é um meio de saber escolher quem deve ou não administrar a sua cidade.

Ao citar os “escândalos de Brasília”, esse telespectador se refere aos atos de corrupção que envolvem muitos políticos e que, ultimamente e mesmo descobertos e esses enredos tem vindo à tona. Com isso, esse cidadão acredita que a informação é um passo decisivo para que ações sejam efetuadas numa sociedade e que, a partir do momento que se tem conhecimento dos seus direitos não se pode permitir que maus governantes administrem bens públicos.

Os argumentos de Paulo Renato não deixam de ser os reflexos das matérias acerca dos “tais escândalos” políticos os quais foram apresentados no JN ressaltando que, geralmente, tem sido a Revista Veja quem anuncia e o JN faz

cobertura completa e, o fato se agiganta, porque o suporte multimídia da tv e o JN são mais acessíveis para uma gama maior de pessoas.

No entanto, esse homem apropriou-se das ideias que teve à disposição para reivindicar (caso fosse necessário) seus direitos e, nessa perspectiva, conseguir ser ouvido e respeitado juntamente com toda a população.

O seu discurso revela que há uma necessidade em não se “distanciar” daqueles que têm a intenção de administrar uma cidade e que, para isso, é fundamental saber cobrar e conhecer suas propostas, ou seja, aprender e ter o direito de esculpir quem votar.

As respostas dadas pelas entrevistadas Marcela e Sabrina representam também a opinião de muitos telespectadores que, assim como elas, consideram as informações do noticiário em questão muito aquém das situações que estão lidando no cotidiano tanto na vida individual quanto coletiva.

Embora isso seja discutível, porque cultura, política, serviços, educação, comportamento, cotidiano são temáticas que sempre se fazem presente nesse telejornal, e de alguma maneira, tais assuntos estabelecem relações com a nossa vida cotidiana.

4.4 Acesso a outros meios de informação

- **Além do JN, você assiste e/ou tem acesso a outros meios de informação?**

Ter conhecimento de que esses telespectadores têm ou não outros meios de estar informados foi uma questão que consideramos bem pertinente nessa pesquisa, para que fosse possível analisar o grau de envolvimento desses com as notícias transmitidas pelo Jornal Nacional ou até mesmo o nível de “fidelidade” que esse público tem para com o mesmo, conforme eles mesmos discorrem em suas respostas.

Adriano: Sim, mesmo fidei ao JN vejo coisas na internet.

Dulce: Sim, mais fico mesmo atenta ao JN. Mas escuto e acompanho notícias pelo rádio.

Eduardo: Consulto a internet, mas sempre vejo o JN

Elisa: Não. Gosto é o JN

Humberto: Assisti. Eu sou muito curioso, troco de canal o tempo inteiro

Laura: Tenho, mas gosto do JN

Marcelo: Sim, mas já acostumei como o JN

Paulo Renato: Sim, consulto internet, mas vejo ritualmente o JN

Sabrina: Sim, apesar de muitas notícias serem iguais, cada um tem um jeito de mostrar.

A partir de suas respostas nas entrevistas, constatamos que 80% do público interrogado declarou que assiste a outros noticiários e 30% afirmaram que além de terem acesso a outros veículos de informação também têm acesso à internet e apenas 1% é ouvinte de rádio.

Os entrevistados Sabrina e Humberto foram alguns dos que especificaram o porquê de assistir a outros telejornais, entretanto, enfatizaram que é para o JN que estes dedicam a maior parte da atenção, independente do horário. Mediante a postura desses telespectadores, vale sublinhar as concepções de Kellner (2001) quando este assegura que:

Muitos indivíduos que assistem a programas, anúncios, intervalos comerciais, etc. vão fluindo de um para o outro e afogando o significado no jogo de significantes desconexos. Muitas pessoas não conseguem lembrar o que viram na noite anterior ou fazer um relato coerente da programação da noite anterior. (2001, p. 303).

Kellner reforça que, obviamente, públicos diferentes assistem à televisão de formas diferentes e, para alguns, ela não passa de uma coleção fragmentada de imagens que apenas, intermitentemente, as pessoas veem ou ligam com aquilo que antecedeu ou veio depois.

Nesse caminho, é útil assinalar que, hoje em dia, muitos indivíduos utilizam dispositivos que lhes possibilitam ir percorrendo programas, mudando de um canal para o outro ou simplesmente “dando uma olhadinha” no que está acontecendo e acompanhar o fluxo desconexo de imagens.

Diante das ideias de Kellner, é necessário ainda destacar que o sujeito que não acompanha integralmente as informações que são passadas por determinado telejornal não tem como fazer um relato coerente daquilo que aconteceu. Por essa razão, independente do que o indivíduo optou por assistir, pode-se constatar que as suas ideias só não se perderão nesse “fluxo desconexo de imagens” se este estiver por dentro do que está assistindo.

4.5 Relação com o Jornal Nacional

- Há quanto tempo assiste esse telejornal?

Adriano - Desde moleque, mesmo que ficasse muita coisa sem entender, eu dava sempre uma olhadinha.

Dulce - Ah tem muito tempo! Desde que eu tinha meus trinta, quarenta anos (...)

Eduardo - Não frequentemente, nem raramente, mas há uns quatro anos.

Elisa - Tem uns 34 anos.

Humberto - Desde adolescente.

Laura - Ah, tem muito tempo (...)

Marcelo - Há muito tempo... Não tenho nem base. Desde pequena.

Paulo Renato - Mais ou menos 27 anos.

Selma - Uns vinte e poucos anos...

Os entrevistados responderam, por unanimidade, que a relação com o Jornal Nacional já dura muito tempo. Mesmo que alguns não assistam diariamente esse noticiário, afirmaram que nunca deixaram de assistir esse telejornal.

Thompson (1998, p. 42) evidencia que os sujeitos também podem estar buscando, no contato com a mídia, bases que os ajudem a orientar suas escolhas e ações, quando ainda que a recepção deveria ser vista como algo passivo, mas o

tipo de prática pelas quais os indivíduos percebem e trabalham o material simbólico que recebem, é algo da ordem da não passividade.

Contudo, à medida que esses sujeitos passam a avaliar positivamente, pela credibilidade que tem diante dos conteúdos que são veiculados por determinado veículo, esse sujeito tende a se tornar um agente, negativamente, influenciado por aquilo que lhe dá suporte.

Portanto, como foi evidenciado pelos entrevistados na questão anterior, ter acesso a outros meios de informação não deixa de ser uma atitude coerente e necessária para que não haja certa alienação diante de um único veículo de informação. A diversidade enriquece e possibilita vários olhares sobre um mesmo objeto narrado, portanto, amplia os processos de compreensão e interpretação, logo de entendimento do mesmo por parte do telespectador e assim pode influenciá-lo.

4.6 Influência das notícias

- **Você já mudou alguma opinião por conta de determinada(s) notícia(s) transmitida(s) pelo JN?**

Adriano- Acredito que sim, só não lembro.

Eduardo- Na verdade esse Jornal ajudou a complementar o que eu já sabia.

Dulce- Sim, nessa maneira de ajudar o outro (...)

Paulo Renato - Tudo que for possível pra abrir a nossa mente eu tento aproveitar né, E também fazer por onde as coisas melhorar, se não, nem adianta assistir.

Elisa- Atualmente não. Mas antes, já. Quando a gente vê esse negócio de doação de órgãos pra gente saber que tem pessoas predando, a gente vê que são informações muito positivas. [...] A minha filha mesmo, sempre fala que quando morrer que é pra doar os órgãos dela, isso depois que viu as reportagens... E eu apoio isso.

Selma- Não.

Marcelo- Sim. Nesses debates políticos eu tomei minha decisão em quem eu vou votar.

As vozes dos sujeitos entrevistados revelam um equilíbrio em relação à quantidade de pessoas (50%) que afirmaram que as informações recebidas tiveram alguma influência em suas ações no meio social.

Tendo em vista que cada sujeito acaba respondendo, em grande ou pequena escala, aos enunciados que lhes são passados no decorrer de uma constante relação, é pertinente trazer as concepções de Bakhtin (2003, p. 271) para o presente contexto quando este sinaliza que:

Toda compreensão da fala viva, do enunciado vivo é de natureza ativamente responsiva (embora o grau desse ativismo seja bastante diverso); toda compreensão é preenchida de resposta e nessa e naquela forma gera obrigatoriamente o ouvinte se torna falante.

Essas concepções bakhtinianas sobre as atitudes dos sujeitos diante dos textos e discursos que circulam socialmente, neste estudo, aqueles que circulam no JN nos possibilitam compreender que uma parcela das diferentes pessoas que assistem ao Jornal Nacional acabam por, direta ou indiretamente, interiorizar os subsídios que chegam até seus lares como forma de proteção e até mesmo ataque às diferentes situações da sua vida pessoal e social.

A partir do instante em os sujeitos procuram soluções para os vários entraves que estão ligados à sociedade, esses também conseguem se apoderar daquilo que passaram a conhecer e compreender para tomar certas decisões e efetuar em atividades as quais, inegavelmente, muitas vezes estão relacionadas à(s) informação(s) recebida(s). A exemplo disso, é pertinente perceber na resposta de Dona Elisa o quanto uma reportagem teve uma recepção tão forte, ao ponto de fazer com que certo espectador chegasse à conclusão de que uma opinião defendida, ainda que de forma disfarçada, por um telejornal, tivesse esse poder de agir intensamente, influenciando o comportamento de alguém.

Não podemos negar que as pessoas estão num contínuo envolvimento como sistema de ideias produzidas pelos ambientes multirriduais, os quais estão ganhando cada vez mais força desde a confiança que vem adquirindo dos indivíduos até no poder de convencimento na sociedade.

É indispensável dialogar com as ideias de Cardoso (2007) quando ele destaca que a autonomia das escolhas dos sujeitos tem muita ligação com os

posicionamentos da mídia, a qual parece está sempre mais convidada de que suas ideologias estão sendo repercutidas num ritmo muito progressivo no meio social.

Sendo assim considerando o poder que a mídia pode exercer nos diferentes espaços e sujeitos que dela se utilizam, entendemos, dentre as suas várias dimensões, que os sujeitos estão cada vez mais envolvidos na cultura veiculada por ela e, estão sujeitos a agirem continuamente, como reflexos dos interesses que este devoto sistema causa.

É visível que as pessoas estão, de forma contínua, cedendo espaços para que as ideologias que permeiam as informações que circulam no ambiente midiático, influenciem, facilitem certas interferências e produzam imposições de costumes e comportamentos.

Por outro lado, quando se tem noção de que esse universo midiático conquistou certa liberdade de invadir e fazer parte da vida das pessoas, as quais muitas têm consciência da sua essência e também do perigo que ele opera sobre nós, seja pela internet ou tv, que publicizam ideias e valores com as mais diferentes ideologias e os mais escusos e benéficos interesses, torna-se difícil não haver um envolvimento entre as práticas discursivas que constituem as práticas sociais de interação e comunicação possibilitados pela sedução desse sedutor ambiente virtual.

Esse ambiente virtual impõe novas formas de composição dos programas ali veiculados, prova disso são as mudanças que ocorrem nos telejornais. Nos últimos tempos, seus apresentadores buscam, às vezes, forçosamente, uma interação com seus telespectadores que começou com há mais de três décadas com Leda Nagle e seu ditado “A gente se vê amanhã, com certeza” e hoje com a naturalização do ambiente e da postura dos apresentadores que parecem estar em nossa sala, ao nosso lado.

A interação do telespectador com seus autores, em uma relação mediada pelo telejornal, impõem novas regras aos sistemas de comunicação das emissoras e isso interfere no mercado produtor dos discursos por meio de suas multimodalidades, que precisa criar ferramentas midiáticas que atendam as exigências desses novos sistemas de interação e comunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização do presente trabalho possibilitou-nos perceber, levando-se em conta os objetivos apresentados no início deste, que o JN tem um público muito diversificado na cidade de Jacobi na. São pessoas de distintas classes sociais, faixa etária, nível de escolaridade, dentre outras, o que nos levou a considerar que não há um perfil exato para os telespectadores do referido noticiário.

Considerando-se que há uma interação e uma fidelidade gratuita e opcional dessas pessoas em relação ao contato com esse telejornal, é válido sinalizar que muito do que é recebido por esse público, de certa forma, acaba sendo internalizado como uma espécie de defesa aos entraves que podem surgir e, no entanto, irem de encontro com aquilo que foi apreendido no momento que assistiu o noticiário em questão.

Nessa direção, faz-se necessário destacar que o público do Jornal Nacional da Cidade de Jacobi na considera esse veículo de informação um meio indispensável para ficar em por dentro dos fatos do Brasil e do mundo, assim como uma pequena parte não vê nesse telejornal um suporte completo em se tratando da relevância das notícias apresentadas. Embora muitos sujeitos não vejam nesse noticiário um subsídio fundamental para se manterem informados, boa parte assinalam que não há uma ligação entre as informações passadas e o meio social ao qual fazem parte.

Levando-se em conta a multiplicidade de assuntos que são abordados por tal noticiário, foi perceptível que vários temas sociais dão fortes direcionamentos aos sujeitos na hora de tomar decisões, isso desde o exemplo da cozinha que se

sentiu comovida com as reportagens mostradas e passou a ajudar as crianças próximas ao seu universo. Ou seja, o discurso publicado pelo JN interferiu no jeito de agir e de olhar o outro.

Observamos, ainda, que a notícia difundida pelo JN consegue esboçar e, de certa forma, mobilizar os diferentes indivíduos que a buscam diariamente. Essa mobilização está relacionada ao modo como esse telespectador apreende a informação e dela se apropria na tentativa de resolver questões ou efetuar ações que estejam ligadas a um contexto semelhante de suas vidas.

Foi examinado que a partir do momento em que o telespectador consegue entender as notícias que lhes são dadas, este adquire uma ferramenta, isto é, uma informação que lhe permite agir e mobilizar saberes diversos para desenvolver determinadas práticas no meio social.

Constatamos que as múltiplas reportagens apresentadas pelo referido telejornal são, muitas vezes, decisivas na hora de tomar sérios posicionamentos e, com isso, os sujeitos se sentem mais seguros quando estão sendo informados dos fatos que podem esboçar ideias e nortear ações e/ou atitudes. Dentre as várias influências que o público jacobinense esteve sujeito num constante contato com esse meio de informação, destacam-se assuntos como política, saúde, benefícios sociais, violência, desemprego etc.

Através dessa pesquisa foi verificado também que embora vários telespectadores tenham iniciado ou realizem determinadas ações tendo como base o que assistiu ao assistir o JN, muitos não se dão conta de que suas ideias e comportamentos não deixam de ser reflexos daquilo que foi noticiado e que, de alguma forma, teve interferência nas ações e, consequentemente, no discurso desses sujeitos.

REFERÊNCIAS

A Cidade de Jacobina. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Jacobina>. Acesso em 22 abril 2012.

BAKHTIN, M.; VOLOCHINOV. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1995.

BAKHTIN, M. **Os gêneros de discurso** in **estética da criação verbal**. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes (2003).

BONNER, William. **Jornal Nacional: Modo de fazer**. Rio de Janeiro, ed. Globo, 2009.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**: filtros, vitrines, notícias/ Gustavo Cardoso – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

GODOY, Arilda Schnidt. **Pesquisa qualitativa tipos fundamentais**. Disponível em http://www.producao.ufrgs.br/arquivos/dissiplinas/392_pesquisa_qualitativa_godoy2.pdf. Acesso em 17 jun 2012.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**/ Stuart Hall; tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaraciara Lopes Louro- 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JORNAL NACIONAL. Disponível em <http://portugues.christianpost.com/news/se-m-faiz-ber-nar-des-jornal-nacional-cai-no-i-bope>, 14 nov 2011.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**/ Douglas Kellner; tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.

MATÊNCIO, M. de L. M. Atividades de re(textualização) em práticas acadêmicas: um estudo do resumo. *SCRIPTA: Belo Horizonte*, v. 1, n. 1, p. 109-122, 1997.

MAYS, Nicholas; POPE, Catherine. **Pesquisa qualitativa e educação**. São Paulo: Editora Nova cultural, 1995.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano: do senso Comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

PERUZZO, Glicia Maria Krohling. **Comunicação para a cidadania**. Glicia Maria Krohling Peruzzo, Fernando Ferreira de Almeida (organizadores). – São Paulo: INTERCOM, Salvador: UNEB, 2003.

ROJO, Roxane MOURA, Eduardo. (organizadores). **Multiletramentos na escola**. São Paulo: Parábola, 2012.

RICHARDSON, Robert Jarry et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 334 p.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**/ John B. Thompson; tradução de Wagner de Oliveira Brandão; revisão da tradução Leonardo Avritzer. – Petrópolis – RJ: Vozes, 1998.