

Artigo recebido em:
27.11.2015
Aprovado em:
09.06.2016

Alfredo Eurico Vizeu,
Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro; é professor associado da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), ex-coordenador, chefe do Departamento de Comunicação e vice-coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da UFPE, sócio-fundador da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo. a.vizeu@yahoo.com.br

Renata Echeverria
é doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Bolsista/CAPES; jornalista, Especialista em Jornalismo e Crítica Cultural e Mestre em Comunicação, ambos títulos pela UFPE; trabalhou na Rede Globo de Televisão (Nordeste) onde foi apresentadora, repórter e editora de texto dos telejornais, atua como professora de Telejornalismo.

Estudos em Jornalismo e Mídia
Vol. 13 Nº 1
Janeiro a Julho de 2016,
ISSNe 1984-6924

Representações Sociais do Nordeste: eu vi um Pernambuco na TV

Alfredo Eurico Vizeu
Renata Echeverria Renata

Resumo

Este artigo tem como objetivo central sugerir uma categorização das notícias sobre Pernambuco, Nordeste do Brasil, exibidas no Jornal Nacional (JN) da Rede Globo. Buscamos entender como é construída a imagem do Estado no noticiário televisivo de maior audiência do país. Para isso, recorreremos a Teoria das Representações Sociais, bem como as Teorias do Jornalismo, para entender como são produzidas e selecionadas as informações jornalísticas. Tomamos por base reportagens exibidas no Jornal Nacional. Na análise, apontamos para seis representações constantes no JN sobre o Estado: o factual; Pernambuco como modelo positivo para outros estados; celebridades; manifestação cultural; desastres e serviço público. Elas apontam para a possibilidade de que cotidianamente o Jornal Nacional possa contribuir na construção social de Pernambuco para o Brasil.

Palavra-chave:

Representações Sociais; Telejornalismo; Jornal Nacional.

Abstract

This article aims to suggest a categorization of news about Pernambuco, northeastern Brazil, displayed in the Jornal Nacional (JN) of Rede Globo. We seek to understand how they are constructed the state's image in television news with the largest audience in the country. For this, we use the theory of social representations and the Journalism theories, to understand how are they produced and selected journalistic information. Take for basic reports displayed in the Jornal Nacional. The analysis pointed to six representations contained in JN on the State: the factual; Pernambuco as a positive model for other states; celebrities; cultural manifestation; disasters and public service. They point to the possibility that daily Jornal Nacional can contribute to the social construction of Pernambuco in Brazil.

Keywords:

: Social Representations; News broadcasting; Jornal Nacional.

Desde sua implantação no Brasil, em 1950, e sua consolidação na década de 70, a tevê é o meio de comunicação hegemônico no País. 95% dos brasileiros assistem TV regulamente e 74% a veem todos os dias. 79% das pessoas assistem à televisão para se informar. Ou seja, de alguma forma o noticiário televisivo funciona como uma espécie de lugar de referência (VIZEU, CORRÊA, 2008) para as pessoas saberem o que está ocorrendo no mundo que os cerca. O noticiário, ao longo destes anos, vem contribuindo, além de informar, para a formação de comportamentos, hábitos e costumes dos brasileiros. A informação é da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (PBM), da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom). Foram realizadas 18 mil entrevistas pelo Ibope.

Dentro desse contexto, podemos dizer que o telejornalismo, de certa forma, dá sua contribuição para a construção da realidade social, para a representação do País. O objetivo deste trabalho é, com base na perspectiva construtivista, mostrar como através das representações sociais o telejornalismo produz o Brasil da tevê que, necessariamente, não é o mesmo que vivemos no dia a dia nas cidades e nos campos.

Para tanto, nos apoiaremos também na teoria das representações sociais, bem como numa pesquisa realizada sobre o Jornal Nacional, para mostrar como o telejornalismo influencia diariamente na construção do Brasil que “passa” na tevê, ao estabelecer uma trama de fatos cotidianos, que são as notícias, sujeito a pressões econômicas, políticas e sociais.

Para Alsina (2009, p.299) “A notícia é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente que se manifesta na construção de um mundo possível”. Nesse sentido, entendemos como Berger e Luckmann (1973) que as instituições têm uma historicidade e implicam em enquadramentos. As tipificações das ações humanas

são construídas ao longo de uma história compartilhada.

As instituições têm sempre uma história da qual são produtos, da qual fazem parte num processo constante de construção e reconstrução. Como estes autores, consideramos que não é possível compreender adequadamente uma instituição sem compreender o processo social, cultural, histórico e econômico no qual foi construída.

A realidade que nos circunda, sem entrarmos na questão da nomeação que vai envolver o discurso e a linguagem, independe de homens e mulheres. Estamos enfatizando que a realidade social é uma construção do ser humano que a constitui e é constituído por ela. Como bem observa Searle (1997), a realidade existe independente dos homens e mulheres, ou seja, é ontologicamente objetiva.

As montanhas, diferentemente da dor, existem independente de qualquer “receptor” ou de qualquer estado mental (SEARLE, 1997). Com certeza, essa não é uma preocupação deste trabalho, o que procuramos reafirmar com o exemplo, é que existe uma realidade social construída cotidianamente.

Alsina (2009) faz referências aos chamados mundos do jornalismo: o “real”, o de referência e o possível. No nosso entendimento, eles contribuem de uma forma central para a construção social da realidade. O mundo real é o mundo dos fatos e dos acontecimentos. O Jornalismo interpreta a realidade social para que as pessoas possam entendê-la, adaptar-se a ela e modificá-la.

Tendo como pressuposto que o Jornalismo trabalha com o mundo real, cuja referência é a realidade, no complexo processo de produção da notícia, os jornalistas vão trabalhar uma série de enquadramentos dos acontecimentos, não como soberanos dos fatos jornalísticos, mas como parte de um processo muito maior do que eles, a partir da cultura profissional.

Neste trabalho não distinguimos

fatos de acontecimentos, acompanhando de certa forma a perspectiva de Gomis (1991) que vê na expressão acontecimento mais um tratamento solene para os fatos. É o chamado mundo de referência.

Nesse processo, vão influir uma série de práticas, procedimentos e discursos que estão envolvidos no trabalho diário dos jornalistas a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras de redação), da língua e das regras do campo das linguagens que buscam interpretar a realidade social. O trabalho que os profissionais realizam nas suas práticas sociais diárias resulta em construções que, no jargão jornalístico, podem ser chamadas de notícias (VIZEU, 2005).

O mundo possível, que longe de ser um lugar comum é um conceito que consideramos básico para o esboço de uma teoria construtivista do Jornalismo:

O mundo possível é o mundo narrativo construído pelo sujeito enunciativo a partir dos outros mundos citados. Se no “mundo real” se produzia a verificação e no mundo de referência se determinava a verossimilhança, no mundo possível se dá a busca de persuasão por meio dos argumentos. O enunciativo deve fazer parecer verdade o mundo que constrói (ALSINA, 2009, p.310).

É dentro desse contexto, preocupado em reduzir a complexidade do mundo para uma audiência comunicativa, que o campo Jornalístico, em particular o telejornalismo, mobiliza representações sociais. Com o objetivo de buscar pistas para entender como os jornalistas constroem diariamente as representações da realidade, tomamos por base a Teoria das Representações Sociais, que surgiu com muita força nas Ciências Sociais a partir da Psicologia Social.

Como observa Hall (2005), a representação conecta o sentido, a lingua-

gem e a cultura. Dentro desse contexto, num sentido comum, representação é usar a linguagem para dizer algo sobre o mundo ou para representá-lo de uma forma significativa a outras pessoas. A representação é uma parte essencial do processo na qual o sentido se produz e estabelece trocas entre os membros de uma cultura. Ela implica o uso da linguagem, dos signos e das imagens que estão no lugar das coisas que representam ou as representam.

Nossa perspectiva toma por base Moscovici (1978), na teoria das representações sociais, por entendermos que proporciona mais consistência aos estudos de Jornalismo. É o que tentamos demonstrar. Ela tem suas origens na sociologia e na antropologia. O conceito é citado pela primeira vez por Moscovici (1978) a partir da noção de Durkheim de representações coletivas:

Em resumo, a sociedade não é de maneira alguma ser ilógico ou alógico, incoerente e caprichoso que muito se comprazem em ver nela. Muito pelo contrário, a consciência coletiva é a forma mais elevada da vida psíquica, já que é uma consciência das consciências (DURKHEIM, 1996, p.494).

Para Moscovici (2003) as sociedades modernas são bem mais complexas. Dentro desse contexto, numa crítica às teorias positivistas e funcionalistas que já não davam conta de explicar a realidade em novas dimensões, ele propõe o conceito de representação social como um corpus organizado de conhecimentos e uma das atividades psíquicas “graças às quais os homens tornam inteligível a realidade física e social, inserem num grupo ou numa ligação cotidiana de trocas, e liberam os poderes de sua imaginação” (2003, p.28).

Guareschi (2000; 2004) observa que nas representações sociais estão presentes aspectos culturais e valorativos, ou seja, ideológicos. Essa interligação entre os elementos cognitivos, afetivos e

de ação, além de serem centrais na teoria, representam um diferencial aos estudos cognitivos e discursivos para os quais a afetividade e a ação não chegam a despertar interesse.

Compartilhamos com os comentários de Oliveira e Werba (2002, p.104-117), para quem as representações sociais buscam tornar o não familiar, em algo familiar. Nesse sentido, dois processos básicos podem ser identificados como geradores de representações sociais: *ancoragem e objetivação*. Grosso modo, a objetivação procura substanciar as ideias abstratas e converter os conceitos em categorias da linguagem, para usarmos uma definição de Moscovici (1978, p.173). E a ancoragem estabelece a firme inserção de uma ciência na hierarquia de valores e entre as operações realizadas pela sociedade.

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

Resumindo, a preocupação central da teoria das Representações Sociais tem como preocupação responder por que realmente as pessoas fazem o que fazem? Por que as pessoas compram o que compram, votam e se reúnem? Por que as pessoas desempenham determinadas ações e não outras? Segundo a teoria por detrás dessas ações, e fundamentando as razões pelas quais as pessoas tomam tais atitudes, está uma representação do mundo que não é apenas racional, cognitiva, mas, muito mais do que isso, é um conjunto amplo de sentidos criados e partilhados socialmente, de como são constituídas as representações sociais.

O Jornal Nacional é bom um exemplo de como as representações so-

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

Jornal Nacional

Atualmente, mesmo com a queda nos números de audiência, o Jornal Nacional (JN) continua sendo o telejornal mais visto do país. Exibido de segunda a sábado, às 20h30 da noite e com aproximadamente 40 minutos de duração, o JN se mantém líder entre todos os telejornais exibidos em cadeia nacional. Por isso, entender como o JN constrói uma representação do estado de Pernambuco é pensar a relação entre o Jornal Nacional e a nação brasileira. Qual a ideia de comunidade nacional narrada no telejornal?

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

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

comunidade.

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

O JN foi o primeiro noticiário televisivo transmitido em rede nacional no Brasil, que se propôs, desde a sua estreia, em 1969, a integrar a nação brasileira, de todas as idades, credos, e de todas as faixas de renda. Sendo assim, o JN passa a produzir uma forma de notícia de fácil assimilação, que atinge todas as noites, milhões de cidadãos brasileiros de todas as regiões do país.

De acordo com o apresentador e editor-chefe do telejornal, a vocação do JN são os temas fatuais: “Esta é a principal matéria-prima do Jornal Nacional” (2009, p. 19). Para o jornalista, qualquer tipo de produto jornalístico se apoia sobre dois pilares: o dos temas factuais, que devem ser exibidos no mesmo dia, ou, os dos temas da atualidade, que poderão ser exibidos hoje, poderiam ter sido exibidos ontem, ou amanhã, pois são atuais, mas não urgentes. Entendendo que o produto de um telejornal é a notícia, compreender sua produção e seus critérios de seleção é de extrema importância.

Categorizando as notícias

Ao analisarmos as reportagens exibidas no telejornal criamos seis categorias de representações sociais que o JN procurar utilizar ao mostrar Pernambuco: factual; Pernambuco como modelo positivo para outros estados; celebrações; manifestações culturais; desastres e serviço público. A partir dessas categorias podemos traçar um mapa das representações que nos permitirá apontar para alguns aspectos mais significativos na construção da imagem de Pernambuco no telejornal. Abaixo apresentamos

um exemplo de cada categoria criada e destacamos em negrito as representações sociais de Pernambuco nos textos dos repórteres:

Categoria 1: factual

Reportagem exibida em 04/10/2010.

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

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

Na matéria “Eduardo Campos campeão de votos” o repórter procurou ancorar a eleição do candidato construindo uma imagem positiva e vitoriosa do governador do estado. Na nossa análise, destacamos conceitos e imagens familiares à população, todas carregadas de conotações extremamente positivas: “A comemoração foi ao lado de candidatos vitoriosos, o governador mais votado do país em números proporcionais, passou o dia dessa segunda-feira dando entrevistas, o partido saiu fortalecido...”

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

Categoria 2: Pernambuco como modelo positivo para outros estados

Reportagem exibida em 06/12/2010

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

“A PARTIR DO MOMENTO QUE VOCÊ INSTALA UM BIODIGESTOR PARA UMA FAMÍLIA, ELA NÃO VAI MAIS TER NECESSIDADE DE CORTAR A MADEIRA, CORTAR O GRAVETO, OU SEJA, FAZER O CARVÃO”, EXPLICOU JOSEILDO FELIZÁRIO DOS SANTOS, BIÓLOGO DA ONG DIACONIA. DEZENAS DE BIODIGESTORES ESTÃO SENDO INSTALADOS DE GRAÇA POR VOLUNTÁRIOS. SEU SEBASTIÃO NÃO PRECISA MAIS COMPRAR O BUTIJÃO DE GÁS. UMA ECONOMIA DE CERCA DE R\$ 40 POR MÊS.

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

Na reportagem, a ideia é mostrar que o Biodigestor, além de melhorar o abastecimento de gás, evita o desma-

tamento: “a medida pode representar uma trégua para a natureza”. As ancoragens e expressões utilizadas pelo repórter constroem um discurso alertando da necessidade de se preservar o meio ambiente. Através de uma “tecnologia simples, barata e fácil de implantar, as iniciativas podem melhorar a vida dos agricultores”. A análise evidencia como uma representação social do combate ao desmatamento e da preservação da natureza vai sendo construída com cuidado, buscando muitas dimensões de sentidos, desde a proteção do meio ambiente até a mudança de hábitos da dona de casa: “ao contrário do gás de botijão, o fogo é mais intenso... Por isso, a cozinheira tem que ficar de olho nas panelas para não deixar a comida queimar”. O repórter vai construindo a imagem do agricultor pobre, que vive na área rural, tentando encontrar uma saída simples para a resolução de seus problemas, organizando as suas atividades, e permitindo aos cidadãos tornar a realidade social deles mais fácil e suportável. “Tecnologia simples e barata é responsável pela mudança do dia a dia na vida da população: a vida da cozinheira melhorou muito”.

Categoria 3: celebridades

Nota coberta exibida em 13/05/2011

COM O GOVERNADOR EDUARDO CAMPOS, DILMA ACERTOU A CONSTRUÇÃO DE DUAS BARRAGENS PARA EVITAR INUNDAÇÕES. AS OBRAS QUE DEVEM COMEÇAR EM AGOSTO VÃO CUSTAR 65 MILHÕES DE REAIS DIVIDIDOS ENTRE O GOVERNO FEDERAL E O ESTADUAL.

As representações sociais da política em Pernambuco são permeadas por uma espécie de apadrinhamento, tanto do ex-presidente Lula, como da atual presidente Dilma, o que acaba resultando numa relação, até certo ponto, de proximidade e “promiscuidade política”: “A presidente Dilma Rousseff assinou hoje

convênio para beneficiar o estado de Pernambuco”. A análise das temáticas levantadas confirma como a representação social da política em Pernambuco muitas vezes é baseada numa relação de compadrio, gerando, até certo ponto, questionamentos de competência, e provocando suspeitas de privilégios, muito mais do que de merecimento.

Categoria 4: manifestações culturais

Nota coberta exibida em 12/03/2011

SÁBADO DE FESTA NO RECIFE E EM OLINDA. AS DUAS CIDADES FAZEM ANIVERSÁRIO HOJE. UM BOLO ENORME FOI DISTRIBUÍDO PARA MARCAR OS 474 ANOS DO RECIFE. EM OLINDA, DOIS ANOS MAIS VELHA, O FREVO ANIMOU A FESTA. O RECIFE SURTIU COMO UM PORTO DE OLINDA E A PRIMEIRA CAPITAL DE PERNAMBUCO. DEPOIS EMANCIPOU-SE, GANHANDO FORÇA ECONOMICA E POLÍTICA. OLINDA SE DESTACA PELA CULTURA E PRESERVA OS CASARÕES COLORIDOS QUE SÃO PATRIMONIO CULTURAL DA HUMANIDADE.

A Nota Coberta (texto lido pelos apresentadores, cobertos com imagens) criam representações sociais das duas cidades, a partir, primeiro, da relação de dependência entre as duas: “As duas cidades fazem aniversário hoje. O Recife surgiu como um Porto de Olinda [...]”, e depois da comemoração em clima de festa: “Um bolo enorme foi distribuído para marcar os 474 anos do Recife. Em Olinda, dois anos mais velha, o frevo animou a festa”. Por meio dessas expressões e ancoragens o texto vai construindo uma imagem positiva das duas cidades: “Recife emancipou-se, ganhando força econômica e política. Olinda se destaca pela cultura e preserva os casarões coloridos que são patrimônio cultural da humanidade”.

Categoria 5: desastres

Nota coberta exibida em 09/05/2011

A ÁGUA COMEÇOU A BAIXAR NOS MUNICÍPIOS ATINGIDOS PELAS ENCHENTES EM PERNAMBUCO. VINTE E SEIS DECRETARAM ESTADO DE EMERGÊNCIA E, NOVE, DE CALAMIDADE PÚBLICA. O NÍVEL DO RIO SIRINHAÉM VOLTOU AO NORMAL

EM GAMELEIRA, NA ZONA DA MATA, E O TRÁFEGO FOI RESTABELECIDO NA PONTE QUE DÁ ACESSO À CIDADE. AO TODO, 15 MIL FAMÍLIAS AINDA ESTÃO DESABRIGADAS OU DESALOJADAS EM TODO O ESTADO.

Nas representações sociais das enchentes no Jornal Nacional são empregados recursos de familiarização, com a intenção de tranquilizar a população, por exemplo: “A água começou a baixar. O nível do Rio Sirinhaém voltou ao normal”, ou então: “O tráfego foi restabelecido na ponte que dá acesso à cidade”. Mas a ancoragem sobre o assunto confirma a gravidade da situação: “15 mil famílias ainda estão desabrigadas ou desalojadas em todo o Estado”.

Categoria 6: serviço público

Reportagem exibida em 24/11/2010

PERNAMBUCO. QUASE NOVE MILHÕES DE HABITANTES. É A SEGUNDA ECONOMIA DO NORDESTE, APOIADA PRINCIPALMENTE NA INDÚSTRIADE TRANSFORMAÇÃO E SERVIÇOS. A RENDA MÉDIA MENSAL É DE R\$ 679, ABAIXO DA MÉDIA NACIONAL DE R\$ 1.025. A MAIORIA DOS HABITANTES NÃO TEM ACESSO À REDE DE ESGOTO. A TAXA DE MORTALIDADE INFANTIL É A TERCEIRA MAIS ALTA DO PAÍS, E A DE HOMICÍDIOS, A 5ª. QUASE 18% DOS MORADORES SÃO ANALFABETOS. PERNAMBUCO TEM MAIS DE SEIS MILHÕES DE ELEITORES. FOMOS A ESSA CIDADE HISTÓRI-

CA, MAS COM PROBLEMAS CONTEMPORÂNEOS, QUE FICA NA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE, EM UMA LONGA JORNADA, CONCLUINDO ESTA VIAGEM QUE COMEÇOU AINDA ONTEM À NOITE EM MACAPÁ. CIDADE MÉDIA, A 36 KM DO RECIFE, COM 30 INDÚSTRIAS, 14 MIL TRABALHADORES REGISTRADOS E 12 MIL PESSOAS VIVEM COM O BOLSA-FAMÍLIA. O PEQUENO CENTRO HISTÓRICO PARECE UMA CAIXINHA DE JÓIAS. A MAIS PRECIOSA, A IGREJA DOS SANTO COSME E DAMIÃO, A MAIS ANTIGA AINDA DE PÉ NO PAÍS. MAS A IGARASSU MODERNA, APESAR DOS SEUS QUASE 500 ANOS DE HISTÓRIA, CONTINUA CONVIVENDO COM PROBLEMAS TRISTEMENTE ANTIGOS. UM DELES, O MAIS GRAVE DE TODOS, E QUE NÃO É EXCLUSIVIDADE DESTE MUNICÍPIO PERNAMBUCANO, É A FALTA DE SANEAMENTO BÁSICO. DOS MAIS DE CEM MIL HABITANTES DE IGARASSU, HOJE EM DIA, APENAS 788 CADASTRADOS PELA COMPANHIA DE SANEAMENTO DE PERNAMBUCO, TÊM ACESSO À REDE DE ESGOTO. IGARASSU MELHOROU O ENSINO, MAS CONTINUA ABAIXO DA MÉDIA PERNAMBUCANA, QUE ESTÁ ABAIXO DA MÉDIA NACIONAL. A ESCOLA ABERTA PAULO FREIRE SURTIU HÁ DEZ ANOS PARA OCUPAR O TEMPO VAGO DOS JOVENS. TEM 120 ALUNOS DE 11 A 17 ANOS. EM DOZE OFICINAS, ELES APRENDEM UMA PROFISSÃO. PADEIRO, POR EXEMPLO. TODO DIA, CADA ALUNO LEVA DEZ PÃES PRA CASA. E AINDA RECEBE R\$ 50 POR MÊS PARA NÃO PRECISAR FICAR EXPOSTO AOS PERIGOS DA RUA. “GRAÇAS A DEUS ESTOU TIRANDO MUITA GENTE DA RUA. POR AQUI JÁ PASSARAM APROXIMADAMENTE 700 MENINOS”, DIZ A DIRETORA DA ESCOLA, YARA PORTO.

As representações sociais da educação do ensino público no Nordeste são ancoradas na reportagem como uma região que tem quase 20% de sua população analfabeta. A matéria denuncia também o baixo salário dos professores, mas especificamente, o dos pernambucanos, que têm a pior remuneração do País: “São 424 mil professores com um problema em comum. Entre os dez estados de todo o país onde os professores ganham menos, sete são do Nordeste. Os professores de Pernambuco têm o pior salário: R\$ 1.219, bem menos que a média nacional que é de R\$ 1.745. [...] na população com mais de 15 anos, a taxa de analfabetismo no Nordeste é de 19,1%, quase o dobro da média nacional, que é de 9,6%, e o abandono escolar chega a 15% nas séries finais do ensino fundamental”.

O repórter ancora o ensino público em Pernambuco como um dos piores do país, dizendo que o abandono escolar é alto e que os professores não conseguem manter as crianças nas escolas. A reportagem do “JN no Ar” (título de uma série de reportagens sobre o Brasil, exibidas no JN) evidencia como a representação social do ensino público em Pernambuco recebe um péssimo atendimento do poder público. As expressões e ancoragens utilizadas na reportagem são todas carregadas de conotações extremamente negativas.

Considerações finais

As Representações Sociais de Pernambuco no Jornal Nacional criam a imagem de um Estado que começa a passar por algumas transformações. Já não somos apenas a imagem da miséria e da seca e também não somos apenas praia e festa. Abriu-se a possibilidade de construção de um novo olhar sobre Pernambuco, inserido no contexto político e econômico do país.

A partir desse novo horizonte e através da contribuição de sua difusão pelos canais de comunicação, no caso o JN da Rede Globo, surgiram novas representações sociais de Pernambuco na

tevê. Vemos então como esse outro Pernambuco descortina-se numa perspectiva de mudança ainda maior. Para Guareschi (2009), a guerra passa a se dar dentro das representações, e nesse processo, a comunicação desempenha um papel central: mostrar como se dá essa luta simbólica.

Sendo assim, nos arriscamos em afirmar que o JN não vende apenas uma imagem estereotipada de Pernambuco, apesar de entendermos que o telejornalismo, de uma maneira geral, defende o *status quo*, podemos concluir que de-

vemos estar atentos a movimentos que indicam possibilidades de produção de um telejornalismo que responda as demandas cada vez maiores da contemporaneidade, como por exemplo, questões ligadas a democracia, meio ambiente e diversidade cultural. É nessa perspectiva que acreditamos que mais pesquisas sobre telejornais brasileiros devam ser desenvolvidas, para que possamos desenvolver um país representado na tevê, e ainda mais urgente, que o meio televisivo sirva como canal de emancipação da sociedade e não de sua dominação.

REFERÊNCIAS

ALSINA, M. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

ANDERSON, B. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo: Cia. das Letras, 2008.

BECKER, B. **A linguagem do telejornal: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil**. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005.

BERGER, P. & LUCKMANN, T. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. (2014). **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014. 153 p.: il.

BONNER, W. **Jornal Nacional: modo de fazer**. São Paulo: Globo, 2009.

CASSETTI, F.; CHIO, F. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Barcelona: Editorial Paidós, 1999.

DURKHEIM, E. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

GOMIS, L. **Teoría del periodismo: cómo se forma el presente**. México: Paidós, 1991.

GUARESCHI, P. Representações sociais. In; GAURESCHI, P. et al. **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética**. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética**. Petrópolis: Vozes, 2000.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

MOSCOVICI, S. **A Representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

_____. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2003.

OLIVEIRA, F. O. de; WERBA, G. C. Representações sociais. In: JACQUES, M. da G. C; SREY, M. N. **Psicologia social contemporânea**. 12. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SEARLE, J. R. **La construcción de la realidad social**. Barcelona: Paidós, 1997.

VIZEU, A.; CORREIA, J. C. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, A. (org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.