



Coletividades, identidades e crítica da televisão¹

Verônica Dantas Meneses²

Universidade Federal do Tocantins/Universidade de Brasília

Tânia Siqueira Montoro³

Universidade de Brasília

Resumo

A sociedade constrói um imaginário sobre a mídia definido pelas suas experiências, diálogos e não-diálogos com ela. Forma-se uma forma de interação da sociedade com a mídia, em que a não intervenção direta sobre ela não significa que a sociedade está alheia à sua participação no contexto social. Programas de televisão que trabalham com culturas regionais e locais buscam contemplar vários atores e contextos sociais, entretanto, as representações da televisão são seletivas e não atendem com êxito à condição polissêmica e multicultural da sociedade brasileira.

Palavras-chave: identidades, representação, televisão, interação social

Introdução

Os meios de comunicação têm um papel cada vez mais central na formação de consensos na sociedade, fruto de uma relação dialética de representações (re)estruturadas e (res)significadas não de forma impositiva e alienadora mas dentro de um processo social efetivo. O campo da produção televisiva de certa forma tem se apropriado de certos discursos da sociedade como forma de valorizar sua própria imagem junto a seus públicos associando-a a valores válidos e aceitos na sociedade, a aparição de determinados grupos na televisão constitui desde já uma forma de reestruturação de identidades e de possibilidades de ação social no âmbito da coletividade.

1 Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, no NP Comunicação Audiovisual

2 Doutoranda em Comunicação pela Universidade de Brasília, jornalista e mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Sergipe. Professora do curso de Comunicação da Universidade Federal do Tocantins. veronica@uft.edu.br

3 Doutora em Comunicação Audiovisual e Publicidade pela Universidad Autònoma de Barcelona. Mestre e especialista em Comunicação e Mobilização Social pela Universidade Tulane (EUA). Graduada em Educação pela Universidade Santa Úrsula. Professora do curso de Comunicação da Universidade de Brasília. taniamontoro@unb.br



Entretanto, os sujeitos interagem no processo de construção dos conteúdos veiculados pela mídia e se organizam, ainda que informalmente e nem sempre de forma percebida, no sentido de agir sobre ela. Este processo corresponde ao chamado *Sistema de interação social sobre a mídia ou de resposta social*, estudado por José Luiz Braga (2006). A base é o desenvolvimento de processos discursivos como forma de as pessoas se reconhecerem e a partir daí buscarem alternativas para as questões que influenciam na vida cotidiana.

Neste trabalho, partimos da observação de programas televisivos que abordam manifestações culturais regionais, de onde partiu o seguinte questionamento: como as pessoas se reconhecem e se identificam com programas da televisão aberta destinados à cultura regional? Estudamos recepção televisiva do programa *Sergipe Comunidade*, veiculado pela TV Sergipe, por três grupos distintos. Utilizamos a técnica de *grupos focais* a fim de buscar as principais representações formadas nestes grupos que condicionam a identificação com o programa televisivo. Em Aracaju, visitou-se o “Centro Social do Século XX”, projeto social que mobiliza a comunidade, sobretudo com a manutenção de um grupo de idosos, e preserva tradições folclóricas por meio das quadrilhas juninas infantil, adulta e da terceira idade. Em Areia Branca visitou-se a Associação de Artesãos do município e a Pastoral da Comunicação da paróquia local. Discutiui nestes grupos o programa que mostrou as atividades do “Centro Cultural de Areia Branca”, cooperativa em parceria com a Prefeitura extinta em 2004, que administrou e comercializou a produção de artesanato pela comunidade local.

A análise do conteúdo televisivo proposta contempla aspectos discursivos, ideológicos e técnicos da televisão, pois que as linguagens audiovisuais transfiguram os sentidos experienciados na vida real. Uma análise que não contemple a interpretação, pois nem sempre há a mesma função dos sentimentos e experiências reais num programa de TV (BUTLER, 2002). O texto estético que também compõe a linguagem televisual recontextualiza elementos da vida real de modo a dar-lhes novos significados.

Nesse sentido, o presente estudo envolve: a) a análise das qualidades formais dos programas de televisão e seu fluxo; b) as relações intertextuais da televisão com ela mesma, com outras mídias e com a conversação e c) O estudo das leituras socialmente situadas e desse processo de leitura (FISKE, 1987).

O estudo da recepção se deu por meio de entrevistas coletivas moderadas pelo pesquisador, em que as questões de identidade e as representações sociais contidas nos programas foram enfocadas, bem como as preferências sobre a produção dos



programas. Buscou-se estimular a condição de discurso em que os argumentos se enfrentam e podem ser contestados, e, tendo em vista serem grupos cujos interesses se assemelham, estimular a ação comunicativa de acordo com a *práxis* habermasiana.

Analizamos ainda as motivações pessoais de cada indivíduo que podem trazer à tona resíduos das estruturas históricas anteriores que compõem os seus horizontes. Para Zeldin (1996), não é ao acaso que as pessoas tomam determinadas atitudes, naturalizando dados de sua vida que são herança histórica. A partir da descoberta de si e do outro, ações em comum podem ser geradas em benefício de ambos os atores sociais.

Nesse sentido, os critérios de análise das histórias de vida de Zeldin (1996) visam descobrir em qual categoria (“viagens”) o entrevistado se encontra e a partir daí relacioná-los a contextos mais universais, às formas de interação. As categorias desenvolvidas pelo autor são: a) **Obediência:** obedecer gera menos tensão e confrontação, busca da aprovação dos outros; b) **Negociação:** objetiva êxito, embora vencer gere uma frustração inerente; c) **Cultivação pessoal:** privar-se para evitar a inveja, proteção contra as regras da vida; d) **Conhecimento:** conhecer gera conflitos, na busca de conhecimento deve-se saber como bem utilizá-lo; e) **Discurso:** emitir opiniões próprias, descobrir o ouvinte; ouvir e ser ouvido; e f) **Criatividade:** o âmbito da ação, da originalidade; entretanto, os resultados podem não agradar a todos, há necessidade de conformação.

Em suma, o processo de interpretação das circunstâncias cotidianas, das formas de interação nos grupos que se pretende estudar, por meio das histórias de vida, poderá trazer à luz outras implicações presentes na recepção dos produtos do *medium* televisual no que diz respeito ao acionamento da mídia por estes grupos, bem como as implicações das relações de pertencimento e as condições discursivas que influem nesse contexto. Interessa, portanto, a inferência das relações de identidade e pertencimento mobilizadas pela televisão com ações mais coletivas, no caso, *a interação social sobre a mídia*.

Recepção e consumo de mensagens televisivas

- Contexto Social de Transmissão

O quadro de referência do sistema de comunicação brasileiro, em nível nacional, regional e localmente, é constituído pela predominância de oligopólios familiares, políticos e, recentemente, religiosos, e do oficialismo noticioso (LIMA, 2001). A rede Globo de televisão inclui-se nesse contexto. Apesar de ter diminuído o quase monopólio

em relação tanto a audiência, números de emissoras e afiliadas, como de alocação de recursos publicitários, a rede Globo ainda tem o domínio absoluto de audiência nos lares brasileiros.

Apesar de o momento sinalizar mudanças na teledifusão brasileira, criando um clima concorrencial mais acirrado, sobretudo com a proximidade do sistema digital, este cenário poderá não ser modificado radicalmente, tendo em vista uma concentração vertical forte das redes de TV, mantendo integradas as etapas de produção e distribuição de seus produtos (LIMA, 2001).

A imprensa em Sergipe viveu momentos de intensa mobilização política em torno dos acontecimentos históricos do Estado e do País destacando uma imprensa engajada e atuante, sobretudo na ocasião do movimento republicano a partir da segunda metade do século XIX (TORRES, 1993; SANTOS, S/D). Entretanto, o patronato e o paternalismo constituem realidades atuantes no cenário político do Estado. Jornais diários, rádios, emissoras de televisão, pertencem, entre outros, aos grupos da família Franco e João Alves Filho, ou seus familiares e aliados políticos, condicionando e impactando as relações entre mídia e governo. Os constrangimentos das rotinas produtivas e influências em torno dos acontecimentos políticos têm presença efetiva na construção das notícias, embora tal processo esteja subordinado a diversos fatores e conjunturas sócio-políticas específicas (FRANCISCATO, 1998).

Contudo, é inerente aos meios de comunicação a adaptação aos processos sociais de sua época, o que implica certo engajamento no sentido de cumprir um papel social, mesmo às custas do sensacionalismo. Na atualidade, a busca por temas que sensibilizem a sociedade em torno das minorias e de temas sociais mais contraditórios, tem sido constante, fazendo surgir programas que exploram estes fatos. Cabe estudar como estes fatos são abordados, já que os meios de comunicação não podem tornar-se alheios a certas questões sociais em voga.

O Programa Sergipe Comunidade

A TV Sergipe foi inaugurada em 15 de novembro de 1971 mas transmitiu as primeiras produções televisivas no Estado na década de 1960. Em 1982, assina contrato com a Rede Globo de Televisão. Até o final da década de 1990, muito pouco se produzia nos estúdios locais, quer por falta de profissionais, investimentos, ou simplesmente pela centralização que a Rede Globo mantém sobre as suas afiliadas.



Nos últimos anos, no entanto, a programação tem ganhado mais espaços para produções locais, aumentando o tempo dos telejornais e criando espaços específicos locais, ainda pouco aproveitados, prevalecendo a exibição de programas do eixo Rio-São Paulo. O padrão de qualidade Globo, consolidado pela rede na década de 80, tem investido em profissionais e equipamentos contribuindo para a qualidade e profissionalismo de programas locais, contudo forma um todo quase uniforme e homogêneo em todas as suas afiliadas (SODRÉ & PAIVA, 2002; TEMER, 2000).

O programa informativo *Sergipe Comunidade*, desenvolvido pela TV Sergipe, afiliada da rede Globo de Televisão, fez parte da grade de programação da TV de 1997 a 2004, hoje compondo apenas um quadro no jornal local do meio-dia, aos sábados. Em 1999, a consolidação da nova linha editorial, com temáticas mais humanísticas, desponta e o programa é transferido para os sábados, com duração em torno de 11 minutos, apresentado antes do jornal local.

Analisando o contexto de formação do programa e com base em entrevistas com a editora Susane Vidal, nota-se certa influência pessoal na sua formatação na medida em que a realização do programa passa por uma auto-realização dos próprios envolvidos na sua produção, que se sentem satisfeitos e com a sensação de cumprimento do dever. Isso leva à reflexão sobre o papel do jornalista no exercício da profissão e os meios que encontra para driblar as limitações impostas pela rotina do jornalismo, pelo controle da estrutura organizacional jornalística e pelos vários interesses que permeiam esta prática em Sergipe, em busca de maior autonomia profissional (MENESES, 2003).

- Contexto e códigos televisuais do Programa Sergipe Comunidade

A análise dos códigos televisivos relacionada aos contextos sociais contempla três níveis: Realidade, Representação e Ideologia. De acordo com os emissores, o programa Sergipe Comunidade tem como característica a abertura ao público. Segundo a editora, o Sergipe Comunidade mostra o que a comunidade está fazendo por ela mesma. Por isso, tem o “cuidado de ir ao interior do Estado, que é mais esquecido” e não envolver questões políticas ou do governo. Nesse sentido, para os emissores, o programa é considerado um projeto social com o objetivo de dar voz às pessoas, institucionalizar organizações, situado entre o ideal de neutralidade e a projeção dos projetos da comunidade.



Nível I - Realidade

Audibilidade e uso da linguagem: Os programas utilizam recursos da linguagem jornalística televisiva, com textos de fácil entendimento do grande público. São usadas expressões de uso coloquial e adaptadas ao contexto do objeto, já que se trata de comunidades geralmente pobres, do interior do Estado e de áreas periféricas da capital. O uso de expressões como “socializar”, “solidariedade”, “colaboração” objetivam tocar a sensibilidade, apelar para as emoções e criar laços com a fonte.

Estrutura/Roteiro: o programa é formatado em dois blocos de, em média, cinco minutos e meio cada, de acordo com um esquema que contempla imagens gerais e tranqüilas sobre o ambiente; *off* e sonora do apresentador sobre o projeto, organização ou comunidade; depoimentos dos envolvidos que ocupam a maior parte da estrutura textual; imagens privilegiando os aspectos mais emocionais, como mostrar idosos, crianças e o aspecto religioso. Não há um aprofundamento em relação a origens, vínculos com órgãos do governo ou contexto no qual os grupos ou projetos estão inseridos.

Mise-en-scene: o mundo histórico apresentado reflete a realidade do momento, tendo em vista que mostra apenas cenas relacionadas direta e imediatamente ao tema do programa. As imagens costumam destacar objetos religiosos, casos divertidos ou de apelo emocional e saudosista. Contribui para dar sentido de atualidade e identificação, tanto do público envolvido quanto da audiência em geral, com o que é apresentado. Os elementos detalhados nas cenas observam basicamente: pessoas, membros dos grupos e projetos; lugar da ação; objetos diretamente relacionados ao tema da matéria.

Códigos audiovisuais: Os códigos audiovisuais utilizados são básicos e pouco sofisticados em relação a outros gêneros da televisão, como grandes reportagens, seriados e telenovelas. O modo de produção e edição, os elementos de som direto ou de trilha sonora contribuem para a identificação das audiências por meio da familiaridade sonora. A montagem, por sua vez, segue uma linha conceitual sequencial com tomadas simultâneas e ângulos horizontais, planos gerais e próximos, direcionando a atenção do espectador de acordo com a estrutura narrativa linear do programa. Os planos próximo e de detalhe enfocam as pessoas e objetos que possam sensibilizar a audiência - a imagem de um santo, por exemplo.

Nível II – Representação



Relação entre a mensagem semântica e a estética: A seleção de cenas, cenário e movimento de câmera e a narrativa buscam compor um conjunto visualmente agradável, que transmita seriedade, fidedignidade e neutralidade da mensagem.

Abordagem do tema e/ou projeto: Os temas são dirigidos não apenas aos próprios grupos, mas num sentido amplo à toda sociedade sergipana com o objetivo de revelar a multifacetada cultura do Estado e das ações comunitárias desenvolvidas por grupos organizados, a fim de contribuir para a ampliação das contribuições voluntárias ou para incrementar a relação da TV Sergipe como fomentadora do desenvolvimento social. Dentre os projetos priorizados pelo programa estão os de cunho profissionalizante e educativos voltados à crianças, adolescentes e à terceira idade, além das manifestações folclóricas e culturais sobretudo no período que antecede às eleições.

Análise da polissemia: Em relação aos sentidos codificados e enfatizados no texto busca-se basicamente a familiaridade com os aspectos tradicionais e as ações cotidianas do povo sergipano e demonstrar o comprometimento da emissora com as demandas sociais. Percebe-se o incentivo ao sentimento de unidade da cultura sergipana, da sua identidade. A maioria dos temas lida com demandas básicas da comunidade, com a cultura popular ou iniciativas educativas e profissionalizantes, mas não provoca discussões mais abrangentes. Nesse ponto, o contra-fluxo de leitura gera sentidos que giram em torno da ação política e do enfrentamento na arena social os quais são diluídos nos sentidos de beleza, ludicidade e identificação cultural.

NÍVEL III - Ideologia

Espírito e Estratégia do Emissor: os aspectos representacional e instrumental do sujeito emissor se entrelaçam no programa, na medida em que é nítido o envolvimento emotivo do jornalista/apresentador. O caráter instrumental é evidente, pois a abordagem dos temas, de forma descomprometida e levando em conta as histórias de vida, bem como o próprio caráter dos temas, são aspectos-chaves de persuasão dos receptores/consumidores a aderirem às causas propostas.

Imaginário Social/Identities: A combinação do audiovisual e da prática discursiva/teleológica tem a função precípua de estabelecer nexos identitários com o público. Geralmente são enfatizadas expressões do imaginário religioso ou popular, e as histórias de vida dos indivíduos. Busca-se o resgate de certas peculiaridades da cultura regional, as mudanças sofridas no tempo histórico e seu processo de revitalização, aspecto que condiz com uma das tendências atuais da globalização e modernização no

sentido de recuperar culturas tradicionais, fortalecer vínculos identitários, matizando, contudo, novas formas de consumo e pertencimento.

Caráter das fontes: As fontes entrevistadas nos programas analisados fogem ao modelo de autoridades oficiais e destacaram o público alvo dos projetos, enfatizando mais uma vez o caráter de proximidade que o programa pretende ter com o público. Nesse sentido, existe uma contradição, pois os programas focalizam os grupos e as comunidades entretanto um número considerável de projetos vinculados aos governos locais foram exibidos. A rapidez da produção do programa deixa a desejar a presença de fontes que possam complementar ou contradizer as informações veiculadas

Análise do contexto de recepção

As análises abaixo são validadas por meio das seguintes discussões com grupos focais e entrevistas:

- **Grupo focal I:** realizado em 31 de janeiro de 2007, com cerca de 20 participantes do “grupo da terceira idade”, com base no programa sobre a *preservação das tradições juninas no Centro Social Século XX*, em Aracaju/SE.

- **Grupo focal II:** realizado em 03 de fevereiro de 2007, com 15 participantes adolescentes e jovens membros da “Pastoral da Comunicação da Paróquia local”, com base no programa sobre o *Centro Cultural de Areia Branca/SE*.

- **Grupo focal III:** realizado em 28 de fevereiro de 2007, articulado pela “Associação dos Artesãos do Município de Areia Branca”, contou com 13 participantes de várias idades, em sua maioria artesãos, e três gestores públicos, com base no programa sobre o *Centro Cultural de Areia Branca/SE*.

Realidade e representação

Em geral, os programas representaram a realidade experienciada pelos grupos pesquisados. A aparência apresentada na tela comprova a relação de verossimilhança da imagem televisiva em relação à realidade, não apenas porque a aparência mostra o mundo daqueles grupos, mas porque ao se verem no discurso televisivo, os depoentes consideram que a forma como foram vistos pelo público é real e será definida como realidade. Nesse sentido, como afirma Bueno (2000), a aparência não é simplesmente a não-realidade, mas uma fase ou momento indeterminado da realidade. São aparências de presença, pois o que importa é quem e o que está protagonizado na tela. Nesse sentido, vale ressaltar o fato de que um artesão que participou do grupo focal II retirou-



se da reunião por não se sentir à vontade no grupo, já que não participou do Centro na época, conseqüentemente não se visualizou no programa da TV, portanto, não considerando o espaço de debate formado naquele momento como representativo para ele, como indivíduo.

Entretanto, a realidade apresentada na televisão foi questionada, pois para muitos somente o povo do lugar sabe da sua própria realidade:

Aquele momento foi uma coisa preparada e a vida do artesão não é aquilo ali (depoimento grupo focal III).

Por outro lado, foi se formando um imaginário em relação à televisão, que perdurou, segundo os entrevistados, cerca de um ano. A circulação da mensagem televisual transformou-se em processo de interação daquele grupo, mesmo que não evidente (BRAGA, 2006).

É interessante notar a percepção de elementos técnicos/estéticos valorizados pelo programa Sergipe Comunidade, como a ênfase na emoção e na auto-estima do grupo como forma de identificação destes com o que estava sendo exposto.

Identidade

A identificação do público com o que é apresentado no programa constitui um ponto central. Entretanto, muitas vezes, a simples visibilidade do indivíduo na televisão constitui um prazer na medida em que considera já uma grande vitória, um orgulho ter sido escolhido para mostrar seu trabalho na telinha o que pode diluir o sentido do coletivo.

Podemos nos referir novamente à saída do participante descrita acima como sintoma disso, pois, numa análise baseada em Giddens (2002), o projeto de constituição da vida individual do artesão estava dissociado da experiência do grupo. Aqui analisamos a quebra da conexão entre a tradição, a externalidade do lugar e os laços sociais dos indivíduos com o grupo. “A vida passa a ser estruturada em torno de ‘limiões abertos da experiência’, e não mais de passagens ritualizadas” (GIDDENS, 2002: 138).

Se ver na televisão é muito bom, e aí fica o lance, uma pessoa daquela ali, como disseram que os artistas tinham saído do anonimato, de fato, quando eles saíram do anonimato, quando eles apareceram na televisão, isso vem como uma coisa maravilhosa, um estímulo grandioso que vai fazer com que eles produzam e produzam. Eu acredito que dentro daquelas pessoas que se viram na televisão, pelo

menos uma vez hoje, se elas assistissem novamente essa reportagem, eram capazes de chorar, acredito que iam se emocionar muito, de saber que aquilo aconteceu, faz parte agora só de um passado, o presente é drástico (depoimento Grupo Focal II).

A situação de Verdade apresentada no programa está vinculada à idéia de identidade e mais uma vez o aspecto emocional é percebido. A idéia de verdade implica a de Identidade, embora não o inverso ou de forma definitiva, pois agregamos à idéia de verdade condições determinadas, antes de tudo a de estar enfrentada (confundida, mesclada) com a aparência (BUENO, 2000).

Pode-se inferir que os indivíduos ainda estão numa fase de cultivo pessoal girando em torno das quatro primeiras categorias desenvolvidas por Zeldin, acima citadas, quais sejam: *Obediência e negociação* num primeiro momento, pois identifica o medo e a desmotivação para a crítica e mobilização, pois que existe certo comodismo para o enfrentamento; *Cultivação pessoal e conhecimento* num segundo momento, pois evidencia-se, apesar do fechamento e descrença nas instituições políticas e televisivas, um reconhecimento da necessidade de buscar avanços pessoais para contribuir socialmente. Os entrevistados em geral reconhecem que falta mobilização e cooperativismo:

O que existe é autopiedade da sociedade e dos que não estão sendo beneficiados. É preciso mais cultura. No nordeste, parentes estão no poder; relação patriarcal e familiar com o gestor público atrapalha (depoimento grupo focal I. Grifo nosso).

Nós artesãos nunca conversamos. A gente não conhece de estilos, há vários tipos de arte e a gente não sabe porque não há troca de conhecimentos (depoimento grupo focal III)

O jogo de identidades aparece por meio do impasse verificado entre o indivíduo, o ser artesão, e sua condição política, de atuação na condição de grupo (HALL, 2006: 18-22). Sofia Zanforlin questiona: “o acesso à visibilidade conferida pela mediação realizada pela TV pode representar o caminho para uma convivência e respeito às diferenças ou, ao contrário, para reafirmação ou criação de novos estereótipos” (ZANFORLIN, 2006: 184).

Elementos ausentes

Em geral, a aceitação do programa observada nas discussões foi positiva, com críticas voltadas, sobretudo, para a desmobilização dos artesãos, descaso do governo

local e seletividade na abordagem das temáticas pelo programa Sergipe Comunidade. Nesse último caso, foi lembrado, sobretudo no grupo II, os diversos interesses por trás do aparato televisivo e da própria materialidade da televisão.

- E também o que eu vejo na televisão, é que ela tá muito preocupada com o visual. O que importa é o que você vê, e não a essência do que tá se passando por ali. Quando ela perguntou “quando começou? etc.”, mas não fala: “quais as dificuldades que vc tem, o que poderia melhorar?” Não vai na essência da questão, fica só na superficialidade. Mostrando o que, uma maquiagem bonita.

- Falta muito conteúdo, eles são simplórios.

- Mas eu não acho isso. Acho que eles atendem uma demanda que dá certo. O povo quer ver é isso mesmo. E eu lá quero saber por que o Centro Cultural não dá certo? (depoimentos grupo focal II).

Na hora da entrevista eles não procuraram valorizar a nossa cultura. O trabalho foi bem mostrado mas o grupo estava desestimulado na época e acabou desvalorizando o próprio trabalho. A televisão deveria ter mostrado nossos problemas para conseguirmos mais apoio. Às vezes íamos fazer algum trabalho, tirávamos dinheiro do próprio bolso (depoimento grupo focal III).

De acordo com os depoimentos, os problemas dos grupos foram negligenciados pela produção do programa em função da estética e da valorização apenas do que é bonito de ser mostrado. As representações esparsas e fragmentadas da totalidade social constroem, no caso, “um todo coerente” (MONTORO, 2006: 21).

Mobilização e interesses individuais e coletivos

Ponto comum entre os grupos foi a falta de mobilização dos artesãos e da sociedade em geral em torno de seus próprios interesses, quer por desconhecimento de certos assuntos, receio de se relacionar com autoridades ou por envolvimento pessoal com o poder público, característico de cidades pequenas. Os indivíduos acabam por competir pelos mesmos espaços ao invés de cooperarem. O problema seria cultural, teria base na formação da sociedade e na mentalidade das pessoas, pois o grupo de artesãos, por exemplo, já estava motivado e organizado e o fechamento do Centro Cultural não poderia ter sido a causa da desmobilização dos associados.

- Dentro de um contexto de sociedade, é essa banalização do que a gente vê na TV. Acredito que as pessoas não valorizam aqui essa questão de grupo.

- Até o filho da terra, jogado na sua estrutura, ele tenta acabar uma coisa boa na terra dela (...) Uma coisa importante como esse Centro ou qualquer outra questão que tivesse tinha que ser aproveitada. Se os artesãos se recolheram, podemos dizer que o povo é burro também...

A sociedade está infestada pelo preconceito, eles não querem conquistar nada. ...(depoimento grupo focal I).

Algumas discussões levantaram a questão da organização do grupo para ampliar a atuação e o reconhecimento das tradições locais como ação para o desenvolvimento do município por meio da valorização de uma identidade geral, e retomando a idéia de que não é preciso esperar pelo poder público:

O São João representa a cidade e na última feira não teve nada sobre isso. Trabalhar a cultura local é diferenciar. O povo perguntava o que tal obra tinha a ver com Areia Branca. Falta mais planejamento nas organizações das feiras (depoimentos do grupo focal III).

Relação com a televisão

Os grupos II e III demonstraram mais senso crítico em relação à análise da televisão, sobretudo o segundo. As discussões acentuaram o caráter econômico e os vínculos políticos da televisão como impossibilidade de uma ação de enfrentamento da mídia, mas também a apatia da população:

Então, eu não vou criticar um produtor de televisão por que ele bota na TV o que as pessoas querem ver; não, eu vou criticar as pessoas que não se interessam pela cultura, não valorizam sua raiz, sua cultura; essas pessoas, sim, merecem uma reparação. Precisam reparar o que realmente é importante, fazer valer sua vontade (depoimento grupo focal II).

Em termos de TV o problema tá aí. A gente recebe um sinal de TV que trás pra gente três noticiários, um programa de sábado e um de domingo, programas super-rápidos, que a gente recebe é uma cultura que vem do sul, que não é a nossa. A gente não tem tempo suficiente. Muita gente não gosta de ver noticiários, vai assistir noticiário de manhã, a notícia que dá meio-dia e de noite é a mesma notícia (depoimento grupo focal II).

Nota-se ainda a relação de medo e insegurança sobretudo na relação das pessoas com os políticos e os profissionais de televisão como empecilho para moldar uma relação mais dialógica entre a sociedade e a mídia televisiva. Aspecto constantemente abordado por diversos autores sobre as ambivalências vividas pelos indivíduos em sociedade na “modernidade líquida” (BAUMAN, 2005), a insegurança causada pela vida em sociedade tem levado as pessoas a buscarem o conforto do convívio e do recomunitarismo.

Essa dispersão já tá refletida na sociedade, desse modo, não tem efetivação pra cobrar nada de ninguém (...) Isso é radical, mas é verdade. *Se eu não consigo nem falar uma palavra bem falada eu vou chegar numa autoridade pra falar com ele? Eu tenho é medo, não é barreira* (depoimento grupo focal II. Grifo nosso).

Um programa de televisão não constitui apenas uma narrativa, um produto, seus discursos provocam uma experiência social, cujos códigos são decodificados a partir dos contextos das audiências, entretanto tornam-se institucionais e podem reafirmar as convenções morais apresentadas, confirmando o senso comum ou legitimando a ideologia dominante (FISKE, 1987; MONTORO, 2006). Os depoimentos demonstram que as audiências não estão alheias a este processo, como afirma Bauman (2005: 104):

A maioria do público de TV está penosamente consciente de que teve recusado o ingresso nas festividades mundiais “policulturais”. Não vive, e não pode sonhar viver, no espaço global extraterritorial em que habita a elite cultural cosmopolita. À multidão de pessoas que teve negado o acesso à versão real, a mídia fornece uma “extraterritorialidade virtual”, “substituta” ou “imaginada”.

O grupo I, entretanto, por constituir-se de pessoas da terceira idade, apresentou certa crítica à televisão, no entanto, mostram-se já desmobilizados para qualquer ação de enfrentamento. Geralmente esperam que outros atores sociais possam intervir para mostrar na televisão os problemas enfrentados pelo grupo.

Nesse sentido, os significados dos discursos trabalhados pelo programa Sergipe Comunidade circulam, mesmo de forma inconsciente, entre os grupos, e são por eles percebidos. Como afirma Braga (2006), a sociedade *age e produz* com os meios de comunicação e seus produtos. Nesse processo interessa observar o sistema de resposta, desenvolvido pelo autor, como um processo social variado, “baseado em relações histórica e socialmente construídas”, e que podem interagir sobre a mídia sob diferentes formas, inclusive no moldar de suas identidades, sem necessariamente haver o *feedback* direto aos produtores do programa.

Considerações finais

Aponta-se aqui caminhos em torno do enfrentamento da mídia na atualidade pelo embate entre as identidades e a coletividade na constituição de um campo de ação coletiva crítica à televisão. Os indivíduos encontram-se num constante processo de



negociação entre suas identidades pessoais e coletivas, processo que ao ser acionado pela televisão podem formar reações diversas, como a descrença no meio televisivo, o isolamento dos indivíduos ou a própria mobilização diante de suas demandas, na condição de grupo.

De acordo com os dados, a sociedade tem consciência da sua condição de passividade frente à televisão. Entretanto, as identidades formadas e as representações sociais construídas aparecem frágeis quando se trata do intercâmbio entre identidade e coletividade. Tal aspecto pode ser base de uma desmobilização que provém de um contexto histórico-cultural de atrelamento das pessoas a grupos políticos, ao paternalismo herdado da formação da sociedade brasileira, mas também aponta para moldar sentimento de inferioridade da sociedade em relação às instituições.

Os grupos percebem os elementos e aparatos utilizados pela televisão para mostrar a realidade. Entretanto a televisão seleciona a realidade apresentada; esta se configura numa aparência que não corresponde à realidade vivida, mas aos interesses político-econômicos do aparato televisivo, sobretudo ao apresentar temas culturais de forma superficial e reificada. Apesar de contemplar vários atores sociais, as representações da televisão são seletivas e não atendem com êxito à condição polissêmica e multicultural da sociedade brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006

BUENO, Gustavo. **Televisión: apariencia y verdad**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2000.

BUTLER, Jeremy G. **Television: critical methods and applications**. 2ª ed. New Jersey: LEA Publishers, 2002.

CASHMORE, Ellis. **... e a televisão se fez**. São Paulo: Summus Editorial, 1998.

FISKE, John. **Television Culture**. London: Routledge, 1987.



FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A construção da notícia política nos jornais de Sergipe: uma análise dos constrangimentos e influências na produção jornalística.** (Dissertação de mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 1998

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade.** São Paulo: Jorge Zahar Editor, 2002.

HABERMAS, Jürgen. **The Theory of communicative action.** Vol. 1 Reason and the rationalization of society. Boston: Beacon Press, 1984b.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Guaracira Lopes Louro. Rio de Janeiro, 2006.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: Teoria e Política.** São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2001.

MENESES, V. D. **Mídia e Terceiro Setor em Sergipe: constituição de um novo espaço de cidadania.** 2003. 119f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão/SE, 2003.

MONTORO, Tânia. *A construção do imaginário feminino no cinema espanhol contemporâneo.* In: MONTORO, Tânia; CALDAS, Ricardo (orgs). **De Olho na Imagem.** Brasília: Fundação Astrogildo Pereira/Editorial Abaré, 2006. pp 17-34.

SANTOS, Lourival Santana. **A Imprensa republicana em Sergipe.** Monografia de Conclusão de Curso. BICEN/UFS. São Cristóvão, s/d, mimeo;

SODRÉ, Muniz e PAIVA, Raquel. **O Império do Grotesto.** Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2002.

TEMER, Ana Carolina P.. *Orgulho e vergonha: repensando a trajetória da Rede Globo dentro dos 50 anos da TV brasileira.* Midi@Fórum, Ano 2 – Nº 5, São Bernardo do Campo, 15 de outubro de 2000. Disponível em <<http://www.metodista.br/unesco/midia@forum>>;

TORRES, Acrísio. **Imprensa em Sergipe.** Vol. I. Brasília, 1993.

MONTORO, Tânia; CALDAS, Ricardo (orgs). **De Olho na Imagem.** Brasília: Fundação Astrogildo Pereira/Editorial Abaré, 2006.

ZELDIN, Theodore. **Uma história íntima da humanidade.** São Paulo: Record, 1996.