



## **O Nordeste na TV: produção de sentido e o discurso da seca <sup>1</sup>**

Reuwer DANTAS<sup>2</sup>

Marcília GOMES<sup>3</sup>

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

**Resumo:** Este estudo aborda o olhar e a fala da mídia televisiva, sobretudo a produção de reportagem do telejornalismo, acerca da problemática da seca no Nordeste brasileiro. Haja vista ser este um tema sempre recorrente nas pautas da mídia. Assim, analisaremos a postura das reportagem sobre o Nordeste para verificar a imagem contruída por estas sobre o espaço cultural nordestino. Propondo desconstruir os clichês e estereótipos sempre presentes nos discursos do gênero jornalístico em análise.

**Palavras-chave:** Telejornalismo; Nordeste; seca; imagem; fala

### **Introdução**

O Nordeste é tema recorrente nas pautas da mídia, sobretudo a televisão. Com pautas elaboradas a partir de noções pré-construídas, a mídia repete/transforma sentidos historicamente fabricados. Num momento em que a seca é uma problemática que se perpetua há séculos nessa região tornando-se centro do campo discursivo, nos propormos analisar como aquele discurso recorrente, das imagens do retirante, da terra castigada pela aridez, permanece de modo fragmentário no processo de produção do texto jornalístico; analisar reportagens televisivas sobre o Nordeste que abordem a temática da seca; demonstrar como as matérias veiculadas pela televisão relacionam o Nordeste à problemática da seca.

O presente estudo brota destes conceitos e tem, portanto, como objeto de análise, o processo de produção de sentidos em reportagem significativa que se inscreve em programa telejornalístico cuja temática seja a seca, transmitido em rede nacional e em circuito aberto.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Sessão Jornalismo e Editoração, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduado em Letras – UERN, aluno concluinte do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo – UERN, aluno de Especialização em Leitura e Produção Textual – UERN.

<sup>3</sup> Orientadora do Trabalho: Professora do Curso de Comunicação Social da FAFIC – UERN.



Depois da exposição teórica sobre a questão da identidade cultural nordestina, construída ao longo da formação desse espaço regional, passaremos à análise das matérias jornalísticas, procurando destacar seus aspectos narrativo-discursivos através das falas e imagens apresentadas.

A investigação dará ênfase ao caráter de repetibilidade dos textos e das seleções de imagens, buscando compreender/explicitar a tensão subjacente entre o mesmo e o diferente, entre a permanência de fragmentos de estereótipos historicamente produzidos pelo discurso da nordestinidade e as transformações existentes no seio mesmo do repetível/repetido, e quais os sentidos atribuídos a essas transformações na contemporaneidade.

De fato, boa parte dos discursos jornalísticos gravita em torno da preocupação em descrever os problemas da região nordeste ligados ao drama da seca. .

A partir dessas considerações, e centrando-se apenas na análise da televisão, nosso trabalho será desenvolvido com vistas a saber como as matérias veiculadas na TV retratam o Nordeste.

A opção pela Televisão tem sua justificação diante da importância desse veículo no âmbito da construção da identidade cultural. Assim, podemos afirmar a relevância de nosso trabalho a partir da contribuição que esperamos oferecer aos estudantes da Comunicação que estejam interessados em conhecer melhor o aspecto que pretendemos analisar.

### **A Construção imagético-discursiva do Nordeste brasileiro**

Entre os escritores que melhor evidenciam os sentidos da idéia de Nordeste construídos nos diferentes discursos, inclusive o jornalístico, destaca-se o nome do historiador Durval Muniz de Albuquerque Júnior, cuja obra “**A Invenção do Nordeste**” revela uma profunda investigação de como e quando se formou o que hoje compreendemos como Nordeste brasileiro. Este não é uma mera delimitação de espaço geográfico. Enquanto objeto, vem sendo pensado e estruturado a partir de delimitações mais simbólicas do que propriamente físicas ou naturais. Um processo que carrega em si algo de achatamento; de uniformização, em função de uma perspectiva política, o que se processa exatamente na instituição de um imaginário social que delimita o objeto, que o faz parecer unidade.



Para o autor, “o Nordeste é uma produção imagético-discursiva, gestada historicamente”. Assim, questiona como esses sentidos vêm sendo naturalizados na apresentação da identidade do nordeste de forma estereotipada.

O discurso da estereotipia é um discurso assertivo, repetitivo, é uma fala arrogante, uma linguagem que leva à estabilidade acrítica, é fruto de uma voz segura e auto-suficiente que se arroga o direito de dizer o que é o outro em poucas palavras. O estereótipo nasce de uma caracterização grosseira e indiscriminada do grupo estranho, em que as multiplicidades e as diferenças individuais são apagadas, em nome de semelhanças superficiais do grupo (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 1999, p. 22).

Como práticas significantes, os estereótipos não se limitam, portanto, a identificar categorias gerais de pessoas – contêm julgamento e pressupostos tácitos ou explícitos a respeito de seu comportamento, sua visão de mundo ou sua história.

Desse modo, o autor busca a partir das relações de identidade numa abordagem crítica cuja ênfase está na inter-relação entre linguagem, poder e ideologia compreender as determinações sociais do discurso e a construção do social no discurso.

Em sua análise, Albuquerque Júnior destaca as seguintes questões: Como por meio de suas práticas discursivas os nordestinos reproduzem um dispositivo de poder que os reserva o lugar de pedintes lamurientos, produzem e reproduzem um saber em que sentimos prazer de dizer e mostrar que são pobres coitados? Que mecanismos de poder e saber os incitam a se colocarem sempre no lugar de vítimas, de colonizados, de miseráveis física e espiritualmente? E, principalmente, o que leva uma classe dominante se deleitar em afirmar sua impotência e se assumir como subordinada e dependente?

A idéia de Nordeste disseminada pela mídia se concentra na descrição das misérias, dos horrores, especialmente vinculados à seca. Descrições que dão à tônica na composição de um imaginário sofredor para o espaço do sertão e do norte. Essa mesma tônica – de sofrimento e de pedinte – vai atravessar, e perdurar, para o imaginário do Nordeste, muito embora com explicações que não se restrinjam a postulados naturalistas.

A descrição das ‘misérias e horrores do flagelo’ tenta compor a imagem de uma região ‘abandonada, marginalizada pelos poderes públicos. Este discurso faz da seca a principal arma para colocar em âmbito nacional o que chama de interesses dos Estados do Norte, compondo a imagem de uma área ‘miserável, sofrida e pedinte. (...) Só, pois, com a crise desses



paradigmas naturalistas, com a emergência de um novo olhar em relação ao espaço, com uma nova sensibilidade social em relação ao país e à nação, capaz de incorporar os diferentes espaços do país, vai ser possível à invenção do Nordeste como reelaboração das imagens e enunciados que construíram o antigo Norte (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 1999, p.59-62).

O estereótipo é visto assim, como forma de identificação. Como principal peça da estratégia discursiva que reforça a idéia de imutabilidade, o estereótipo, elemento fundador do discurso do colonialismo, está presente no discurso da mídia. O estereótipo é como vemos em Bhabha (1998, p. 105).

uma forma de conhecimento e identificação que vacila entre o que está sempre no lugar, já conhecido, e algo que deve ser ansiosamente repetido (...) como se duplicidade essencial do asiático ou a bestial liberdade sexual do africano, que não precisam de prova, não pudessem na verdade jamais ser provadas no discurso.

O estereótipo – “o vírus da essência”, na definição lapidar de (BARTHES apud FREIRE FILHO, 2005, p. 23) – reduz toda a variedade de características de um povo, uma raça, um gênero, uma classe social ou um “grupo desviante” a alguns poucos atributos essenciais (traços de personalidade, indumentária, linguagem verbal e corporal, comprometimento com certos objetivos etc), supostamente fixados pela Natureza. Encoraja, assim, um conhecimento intuitivo sobre o Outro desempenhando papel central na organização do discurso do senso-comum.

Os elementos essenciais do estereótipo são transformados pela mídia, tornando-se mitos – aqui entendidos na concepção barthesiana – através do apelo a sentidos historicamente produzidos. Na contemporaneidade, o Nordeste é reapresentado por meio de imagens e falas que conservam um sentido que começou a ser construído desde sua concepção enquanto região.

Perseguindo essa concepção Albuquerque Júnior conclui:

O Nordeste é uma cristalização de estereótipos que são subjetivados como características do ser nordestino e do Nordeste. Estereótipos que são operativos, positivos, que instituem uma verdade que se impõe de tal forma, que oblitera a multiplicidade das imagens e das falas regionais, em nome de um feixe limitado de imagens e falas-clichês, que são repetidas *ad nauseum*, seja pelos meios de comunicação, pelas



artes, seja pelos próprios habitantes de outras áreas do país e da própria região. (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 1999, p.307).

Como ratifica (WODWARD apud FREIRE, 2005, p.20), é por intermédio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência, aquilo que somos e àquilo que podemos nos tornar.

Parte fundamental do processo social de constituição de sentido, as representações são organizadas e reguladas pelos diferentes discursos (legitimados, naturalizados, emergentes ou marginalizados) que circulam, colidem e articulam-se num determinado tempo e lugar.

De acordo com Penna (1992, p.152), “a identidade social refere-se a pessoas, a indivíduos, a agentes sociais distintos que podem ser, por uma característica comum, incorporados a uma mesma classe – a dos nordestinos, por exemplo.” A identidade não está na condição de nordestino, mas sim no modo como esta condição é apreendida e organizada simbolicamente.

Percebe-se assim, que determinados enunciados audiovisuais se produziram e permaneceram como representações do Nordeste, como sua essência. É preciso questionar a própria idéia de identidade, que é concebida como uma repetição, uma semelhança de superfície.

Porém, apesar desses clichês e estereótipos do Nordeste a ser propagados no contexto geral da indústria cultural. A onda midiática pode ser avassaladora, se considerarmos apenas o seu aspecto comercial, fabricado para fácil assimilação e rapidamente consumido.

### **O olhar da mídia televisiva sobre o Nordeste brasileiro**

A televisão vem significando para o homem comum contemporâneo a incrível e, muitas vezes, a única possibilidade de participação de um tempo histórico, de acesso às mais diversas experiências de realidade, informação, comunicação. “Caminha-se cada vez mais rumo ao universo em que o mundo social é descrito-prescrito pela televisão. A televisão se torna o árbitro do acesso à existência social e política”. (BOURDIEU, 1997. p.29). A esse respeito Duarte (2004) esclarece:



Mas, ao converter o mundo em acontecimentos acessíveis ao cotidiano planetário, a televisão não só pauta o que é realidade como a reduz ao discurso, manifesto em textos que se constroem na inter-relação de diferentes sistemas intersemióticos e intermediáticos. Somente a aceitação desse caráter inequivocamente discursivo da televisão pode, ao meu ver, trazer luz a muitas das questões polêmicas atualizadas por essa mídia. (DUARTE, 2004, p.11).

O papel da televisão na produção de significação e sentidos vem sendo evidenciado na obra de vários escritores contemporâneos, debruçados sobre a complexidade dos processos comunicativos midiáticos, propõem-se a desvendar os meandros do universo televisual em sua amplitude e especificidade. Dessa forma, ao centralizarmos nossa preocupação sobre a construção do sentido pela televisão, trazemos à discussão uma questão bastante atual e presente no círculo das preocupações teóricas contemporâneas, ao mesmo tempo em que resgata a histórica invenção desse espaço cultural brasileiro chamado Nordeste.

### **A reprodução do Nordeste pelo telejornalismo**

Nosso objeto de análise trata-se da reportagem sobre a seca no Nordeste, produzida pela equipe de repórteres do quadro “Profissão Repórter” do Programa “Fantástico” da Rede Globo de Televisão. A reportagem foi exibida no dia 04 de novembro de 2007 com duração de 9 minutos e 53 segundos. O “Profissão Repórter” mostra os diferentes ângulos de um mesmo fato.

Os repórteres Felipe Gutierrez e Caio Cavechini percorrem o interior do Piauí, onde um milhão de pessoas são afetadas pela escassez de chuva. Descobrem poços fechados e uma barragem cheia - de onde a água não sai. E Caco Barcellos viaja pelo sertão da Paraíba e acompanha o sacrifício de brasileiros que percorrem quilômetros para conseguir um pouco de água. As imagens evidenciam a paisagem da caatinga com sua característica peculiar, a terra seca castiga pela aridez do solo. As pessoas com latas na cabeça na busca de encontrar um pouco de água em algum açude que não esteja ainda esgotado.

Assim, conforme Albuquerque Jr. (1999, p. 317), percebe-se que as reportagens não são feitas para descobrir um diferencial, um elemento inovador referente ao



Nordeste, mas reafirmar a sua imagem já estabelecida, que significa, ao mesmo tempo, reforçar a imagem construída para o Sul do país.

A reportagem se compõe de personagens previsíveis, ou seja, são apresentadas pessoas visivelmente sofridas através de seus semblantes tristes, principalmente as crianças. Para enfatizar o tipo de matéria é utilizada uma música característica do Nordeste durante o andamento da reportagem.

Conforme (HALL apud VIZEU e CORREIA, 2008, p.14) “na construção das notícias, os jornalistas mobilizam enquadramentos conhecidos e realizam alguns ajustes que fazem o velho e o banal parecerem novos.” De fato, na reportagem em questão os repórteres se dirigem aos lugarejos da zona rural dos municípios onde encontraram as imagens e personagens perfeitos para o tipo de matéria. Os fatos narrados se repetem numa mesma história que o telespectador já conhece.

### **Considerações finais**

O presente trabalho, a despeito de suas limitações, procurou contribuir com a pesquisa na qual se propôs. Constatamos que as reportagens jornalísticas se restringem a mostrar a região sempre com esse traço da estereotipia. Diante disso, propomos um outro viés que desvincule um pouco esta questão da seca.

Com o fim de darmos forma a esse desejo, percorremos uma trajetória que nos pareceu necessária vencer. A partir dessas considerações, esperamos, ao fazermos o balanço de nosso trabalho, ter contribuído de alguma forma com nossos pares. Dada à ausência de pesquisa sobre a questão da representação do Nordeste e do nordestino na mídia, de antemão esse trabalho reconhece poder ser um ponto de partida para outros trabalhos que venham ajudar a preencher a lacuna sobre abordagens da seca na mídia. Assim, se pelo menos este trabalho servir para fomentar o debate em torno dos tópicos aqui abordados, já teremos a satisfação do dever cumprido.

### **Referências bibliográficas**

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **A Invenção do Nordeste e outras artes**. Recife: FJN, Massangana, São Paulo: Cortez, 1999.



BHABHA, H. K. A Outra Questão: o estereótipo, a discriminação e o discurso do colonialismo. In: **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Tradução, Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

FREIRE FILHO, João. **Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias**. Revista FAMECOS. Porto Alegre. Nº 28. dezembro 2005.

PENNA, Maura. **O que faz ser nordestino: Identidades sociais, interesses e o “escândalo” Erundina**. São Paulo: Cortez. 1992.

VIZEU, A. e 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, RJ: Vozes, 2008.