



## **O meio rural sul-matogrossense na televisão local: Análise Crítica do discurso do telejornal “MS RURAL”, Tv Morena<sup>1</sup>**

Lucas Marinho Mourão<sup>2</sup>

Daniela Ota<sup>3</sup>

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

### **RESUMO**

Estudo da produção de sentidos dentro do telejornal “MS Rural”, da TV Morena. O trabalho trata dos processos de construção discursiva, identificando as vozes, interesses e o sentido que esse discurso pretende institucionalizar. Tem como referencial teórico-metodológico a Análise Crítica do Discurso, a partir de Fairclough, utilizando-se também de outros teóricos do jornalismo e telejornalismo. Parte do entendimento da mídia como local de produção de sentidos e leva em consideração a realidade local (econômica e social) do estado do Mato Grosso do Sul.

**PALAVRAS-CHAVE:** Telejornalismo; Produção Jornalística; Análise Crítica do Discurso;

TV Morena é a rede de maior expressão local e divide-se em três afiliadas: TV Morena Campo Grande, Corumbá e Ponta Porã. É afiliada à Rede Globo de Televisão e pertencente ao grupo da Rede Matogrossense de Televisão. Foi a primeira emissora de televisão do antigo estado de Mato Grosso, fundada no projeto liderado por Ueze Zahran, que abandonou a idéia de construir somente uma repetidora e construiu uma geradora de imagens.

A programação local produz Telejornais (Bom Dia MS - segunda a sexta-feira; MSTV – 1ª Edição - segunda a sábado; MSTV – 2ª Edição - segunda a sábado), um telejornal esportivo (Globo Esporte - segunda a sábado), entretenimento (Atualidades - sábados) e reportagem (Terra da Gente). Na editoria rural a emissora produz o MS Rural aos sábados.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 7 a 9 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação, UFMS, e-mail: [marinho\\_lucas@yahoo.com.br](mailto:marinho_lucas@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Professora Orientadora, UFMS, e-mail: [ota.msi@terra.com.br](mailto:ota.msi@terra.com.br)



O MS Rural é transmitido em rede aberta há 26 anos. Osmar Bastos foi quem mais apresentou o programa, de 1984 a 2008. O jornal é dividido em blocos que abordam aleatoriamente as matérias, não sendo subdivididas em sessões. Periodicamente, são feitas séries de reportagens especiais com um tema determinado. As notícias são disponibilizadas em vídeo, na íntegra, no site da emissora na *internet*. Como fontes são usados agricultores, pecuaristas, silviculturistas, criadores de animais, trabalhadores rurais, donos de laticínios, pessoas relacionadas ao campo em geral.

### Morfologia do programa

<b>Equipe</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 2 apresentadores em estúdio</li><li>• Repórteres exclusivos e de outros telejornais da emissora (sem numero fixo de repórteres)</li><li>• Correspondentes cobrem matérias do interior do estado</li></ul>
<b>Periodicidade</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Semanal (Sábados às 08h00, reprise aos domingos às 6h00)</li></ul>
<b>Duração</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 30 minutos.</li></ul>

Nesta pesquisa o MS Rural é analisado a partir da sua produção jornalística, investigando-se sua construção discursiva e de produção de sentidos. A pesquisa identifica as vozes, interesses e o sentido que o discurso do telejornal pretende institucionalizar sobre o meio rural do Mato Grosso do Sul. Buscando refletir sobre essas representações por meio do uso da linguagem noticiosa e das narrativas.

Investiga-se o telejornal (com sua linguagem e narrativa midiática) como instrumento nas mediações do processo de construção de representações e da identidade rural no estado.

Parte-se do entendimento também que a mídia é uma produtora de sentidos com foco na realidade local (econômica e social). Neste contexto, a investigação das representações sociais na indústria de mídia e os temas relacionados à ideologia e à identidade no discurso da mídia regional adquirem maior relevância, avaliando-se os processos, produtos e linguagens.

Como referencial teórico-metodológico usa-se a Análise Crítica do Discurso, a partir de Michel Fairclough, e a Análise de Discurso, a partir de Michel Pecheux. Além de pesquisadores na mesma linha de estudo, serão consultados também outros teóricos



(mesmo não fazendo parte da base de estudos da pesquisa): pesquisadores da Comunicação, Hermenêutica, Teoria da Recepção e Semiótica, que servirão para abrir o leque de raciocínio sobre o assunto.

A teoria da Análise Crítica do Discurso é aplicada ao MS Rural tendo como norte a sociolinguística, estudando-se a influência das relações de poder sobre o conteúdo e a estrutura dos textos e imagens jornalísticas. Ressalta-se a influência da linguagem empregada e das mensagens transmitidas nas relações e mudanças sociais: quais as idéias e interpretações da realidade estão sendo propagadas.

Seguindo a linha de raciocínio dos pensadores da teoria, serão retiradas das matérias o significado que existe na estrutura gramatical dos textos, considerando os contextos político e econômico no uso da linguagem. Será examinada a ideologia por trás das mensagens e as relações de poder envolvidas no discurso.

Sabe-se que o imaginário das pessoas está acostumado a criar imagens a respeito das situações. Imagens essas muitas vezes distorcidas pela ignorância ou informações equivocadas. Um exemplo é quando o homem da cidade pensa no meio rural: muitas vezes cria a idéia do homem ignorante e analfabeto que trabalha manualmente e recebe pouco, é a tradição do peão de fazenda “xucro”. É nesse contexto que o Jornalismo Rural tem servido como um intermediário entre as notícias do campo e os espectadores específicos.

A presente pesquisa almeja destacar os detalhes da produção jornalística (público alvo/pautas/horário/escolhas de abordagem/marketing rural) e fazer um estudo teórico dos conteúdos divulgados. Detalhando como o meio rural sul-matogrossense é apresentado: moderno ou atrasado, promissor ou decadente, populacionalmente cheio ou vazio, relação com a cidade/indústria/transporte/economia. Como é apresentado o agropecuarista regional, a economia rural, o morador do campo, a influencia na economia e na vida do homem urbano, se o estado é desenvolvido e preparado para lidar com o setor.

A pesquisa também dá espaço para saber a visão do público sobre o programa e como ele é estruturado: o que o homem do campo ou o grande produtor acha das matérias (Quem entende melhor as notícias? Elas suprem a necessidade? Estão corretas? As informações são redundantes ou trazem algo novo, contribuindo com o trabalho agropecuário? Conscientizam da preservação do meio ambiente ou se repete somente dicas para lidar com solo de baixa fertilidade, doenças nos animais, previsão do tempo e cotações de preços?); e como o homem da cidade entende o meio rural a partir dessa apresentação jornalística. É feita uma relação entre o discurso instituído e a realidade dos



telespectadores, analisando-se a reação do público alvo e se as necessidades informativas são supridas com o programa, relevando as representações sociais nos processos de produção.

A temática se destaca, pela a importância do Jornalismo Rural no estado do Mato Grosso do Sul não pode passar despercebida. Esta editoria está em crescimento e chama cada vez mais a atenção para a responsabilidade jornalística. Ela divulga informações que afetam a todos, independente de se morar no campo ou na cidade. Notícias como a venda de gado, colheitas, safra de alimentos, são informações que direta ou indiretamente afetam todas as pessoas. O preço, a oferta e a falta de produtos que um cidadão compra no supermercado, por exemplo, tem a situação do meio rural como motivo.

É por isso que programas televisivos nacionais como Globo Rural, que informa cotações do mercado agropecuário e mostra aspectos da vida diária no campo, é exibido há anos e tem grande audiência. O jornalismo tem sido usado como meio para informar diversos públicos sobre a rotina no campo (passando por vários subtemas: vida, economia, política, tecnologia, ciência).

O estado do Mato Grosso do Sul está imerso numa região que necessita da atuação intensa dos veículos de informação nessa área. O estado é o 3º maior produtor de soja e tem o 3º maior rebanho bovino de corte do País. Nesse contexto em que a economia, a política e as relações de mercado estão mais ligadas ao campo, os meios de comunicação locais dão mais atenção à editoria rural e exigem mais esse conhecimento de seus profissionais.

Conhecer a realidade rural, o seu significado para o País e o estado e mediar essa informação com eficácia para a sociedade são atribuições do profissional de comunicação que cobre esse segmento. Com isso, tem muita relevância a forma como o meio rural é noticiado: se tem interesses, qual é o público alvo, que idéia as notícias transmitem aos telespectadores, o que pode ser extraído a partir de uma análise crítica de discurso do telejornal.

O telejornal MS Rural, da TV Morena, justifica sua escolha por fazer parte da rede de maior expressão local e ser o programa rural de maior tradição no estado, com 26 anos no ar.

Essa pesquisa se faz relevante também, pois a análise de discurso que se pretende fazer considera a mídia como um local onde se produz sentidos: segundo os teóricos, no jornalismo se constrói a realidade social por meio da notícia. Sendo assim, o apanhado desse trabalho destacará qual é a idéia que o MS Rural tem passado sobre o meio rural sul-



matogrossense, interferindo conseqüentemente na maneira como as pessoas interpretam esse meio e passam a tratá-lo desde então (realidade social sendo construída).

A pesquisa sobre a produção jornalística do MS Rural se justifica também pelo fato de que a análise teórica de conteúdos divulgados pela mídia pode muito bem servir como reflexão aos profissionais do ramo pesquisado. Os detalhes do resultado do trabalho podem servir como parâmetro para alterações e melhorias na forma como todos os jornais (impresso, rádio e televisão) noticiam o meio rural do Mato Grosso do Sul (não limitando as conclusões desta pesquisa somente aos editores da TV Morena).

Alguns autores apontam elementos importantes sobre o assunto escolhido nesta pesquisa. É o caso de Schnadelbach (2004), que dentro da relação homem do campo e homem da cidade, aborda a questão de como um “enxerga” o outro, tendo a mídia como intermediária. Ele também defende que pode haver uma auto-afirmação de identidades por parte de cada um: algo que precisa ser observado no jornalismo rural em face da mescla cada vez mais forte entre o rural, urbano, tecnologia, produtos primários.

“Este maior contato entre atores sociais provenientes de universos culturais originalmente distintos, o mundo dito “rural” e o mundo dito “urbano”, pode ter também como efeito uma demarcação de fronteiras identitárias, onde cada grupo, conforme os interesses em jogo, move, expande ou contrai os limites das mesmas. Neste sentido, podem também ser constatadas situações nas quais possam ser observados atores sociais construindo representações de si próprios, onde são mescladas características ora de urbanidade ora de ruralidade, o que pode acabar por criar formas identitárias híbridas.” (SHNADELBACH, p. 12)

Seguindo o interessante trabalho de Kolling (2006, p.274), sobre a influência do programa Globo Rural no desenvolvimento da comunicação rural no Brasil como programa de jornalismo, de informação e difusão de tecnologias para o agricultor, pode-se inferir que os telejornais realmente influenciam na comunidade em que são inseridos. E vale a reflexão da televisão em um meio em que o rádio ainda predomina.

“Destaca-se que a televisão e o rádio são fontes de informação constantes das famílias de agricultores, por isso têm influências significativas sobre os sentidos produzidos. O rádio é o principal responsável pelas notícias e informações locais, enquanto que muitos fatos, acontecimentos e atividades realizados em regiões distantes do Brasil, e até de fora do país, chegam aos agricultores quase que exclusivamente pela televisão.”

Sobre as pautas escolhidas, Kolling ressalta que os agricultores reclamam do que é noticiado e a forma usada, destacando-se aqui a importância de pautas que realmente venham ao interesse desse público.



“Os preços e a situação dos produtos agrícolas no mercado é um assunto que está diretamente relacionado ao cotidiano e à sobrevivência dos agricultores, por isso desperta a atenção de todos. Diante desse assunto, há reclamação nas famílias de pequenos agricultores de que a televisão costuma dar maior enfoque para preços baixos, falta de produtos e desperdício (pontos negativos), mas não busca dar alternativas para tentar reverter e melhorar a situação de dificuldade vivenciada pelos agricultores.” (KOLLING, p. 275)

No mesmo tom, Jair Borin (2001) ressalta em entrevista que a cobertura jornalística mostra o rural do ponto de vista turístico, ecológico, ambiental, sem mostrar tanto suas contradições internas, seu sistema produtivo e sua interligação com o restante da economia. Dentro dessa problemática surge a necessidade de aprimoramento do jornalismo rural, como forma de contribuição para o setor. Como tratam Cardoso e Prado, em artigo (2008. p.1):

“A busca por novos conhecimentos e informações através da comunicação entre os envolvidos no setor rural é essencial para o sucesso do trabalho dos agentes do agronegócio, que passa a ter um papel relevante no bom desempenho da economia brasileira. Para os jornalistas que cobrem a área, é um desafio levar ao produtor rural por meio de telejornal o máximo de informações sobre os acontecimentos do dia e saber que isso os está ajudando a ficar bem informados e a desenvolver melhor o seu trabalho. A mídia, em especial a televisão por seu poder de abrangência, tem papel relevante em levar para os agentes do agronegócio informação sobre o meio em que atuam e sobre o cenário nacional e internacional do setor agropecuário. É preciso que os comunicadores que falam para esse público tenham conhecimento sobre as demandas do setor produtivo em termos de informação para poderem aperfeiçoar seus produtos.”

No mesmo trabalho eles arrematam mostrando a relevância desse tipo de pesquisa que pretende melhorar a comunicação entre os veículos e as pessoas que trabalham no campo, descobrindo se a maneira como essa informação está sendo repassada faz com que ela realmente atinja seu público alvo e seja eficaz. Segundo eles, o resultado contribui para mudanças no trabalho e aperfeiçoamento das técnicas e das práticas do jornalismo de agronegócio.

Estudar essa temática através do referencial teórico-metodológico da Análise do Discurso implica problematizar a relação referencial da linguagem com o real, como trata Felippi (2000). A linguagem, segundo a pesquisadora, não descreve, mas constitui o que



representa, produz significados, é um processo produtivo. É a partir disso que se pode entender o discurso jornalístico como construção da realidade.

“O jornalismo contribui para a construção da realidade social, através da construção discursiva de uma pequena parte dos acontecimentos. A mídia estabelece parâmetros para delimitar os efeitos que cabe considerar como acontecimentos, através do modo de produção da notícia, um processo que envolve a produção, o consumo e a circulação da informação. Noticiar é tornar acontecimentos visíveis, determinando um sentido e impedindo que sentidos indesejáveis circulem (Mariani, 1998). As notícias se reinscrevem sob o efeito ideológico de evidência, da obviedade, da direção de sentidos desejada, determinada politicamente pela formação discursiva hegemônica. Gómez, ao explicar a notícia como âmbito de construção da hegemonia discursiva, defende que a produção do consenso que implica a mediação informativa é um processo que envolve todas as situações e os atores do processo de produção da notícia: grupos proprietários dos veículos de comunicação, forças políticas, audiência e jornalistas. A mídia torna-se um espaço privilegiado de exercícios e disputa de poder. O consenso vai se delineando num jogo de forças tenso entre os discursos que constroem visões de mundo. São as “lutas pelo significado” (p.2)

A abordagem dessa pesquisa considera a *"linguagem como uma forma de prática social"* (Fairclough 1989: 20) revelando que os fundamentos ideológicos do discurso se fazem naturais ao longo do tempo e passam a ser tratados como traços naturais do discurso, ou seja, comuns e aceitáveis. É por isso que a reflexão deste projeto se faz relevante.

A análise segue a enumeração feita por Fairclough (1995, p.2),

“o propósito é mapear três formas separadas de análise em uma só: análise de textos (falados ou escritos), análise da prática discursiva (processos de produção, distribuição e consumo dos textos) e análise dos eventos discursivos como instâncias da prática sociocultural”.

Dentro da divisão muito bem elucidada por Murillo (2003, p. 1):

“é a partir dos anos 70 que surgem duas práticas em particulares conjunturas, nascidas no encontro de determinados ramos da tradição sociológica e marxista com propostas de reformulação da teoria lingüística: a análise do discurso de linha francesa (doravante Análise do Discurso - AD) e a lingüística crítica no mundo anglosaxão (que posteriormente vai constituir a Análise do Discurso Crítica – ADC)”



Se faz então importante lançar luz sobre os consensos e dissensos das duas Análises (principalmente a relação entre Fairclough e Pêcheux). Ainda segundo Murillo, baseando-se em Orlandi (2002, p.5):

“A AD vai articular o lingüístico ao sóciohistórico e ao ideológico, colocando a linguagem na relação com os modos de produção social. Não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia. Há, entre os diferentes modos de produção social, um modo de produção social específico que é o simbólico. Há pois práticas simbólicas significando (produzindo) o real. A materialidade do simbólico assim concebido é o discurso.”

Esses autores entendem a linguagem como uma forma material de ideologia. Nessa perspectiva, a linguagem seria quem determinaria o sujeito. O sujeito seria “assujeitado” pelo discurso, conformando com ele, podendo aceitar ou rejeitar as formações discursivas que lhe são apresentadas. Pêcheux arremata (1975, p. 160),

as palavras, expressões, proposições... mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é em relação às formações ideológicas.

## **OBJETIVOS**

Reunir detalhes da história do MS Rural e das particularidades do programa, paralelo ao desenvolvimento e investimento rural do estado.

Inquirir sobre a estratégia dos produtores do MS Rural no fazer jornalístico do programa: o que norteia as decisões pelas pautas escolhidas e quais são os objetivos do jornal.

Pesquisar a influência do telejornal na sociedade rural sul-matogrossense: sua contribuição ao setor, o que falta melhorar, pontos fortes e fracos, como é interpretado pela população urbana e rural, pelo público assíduo e não assíduo. Se a população rural assiste aos programas, se sentem representados, se obtém as informações necessárias.

Aplicar a teoria da Análise Crítica do Discurso e Análise do Discurso nas matérias do telejornal, com o fim de examinar a prática discursiva (processos de produção, distribuição e consumo dos textos) e estudar os eventos discursivos como instâncias da prática sociocultural, achando os fundamentos ideológicos por trás das matérias noticiadas (relações de poder, institucionalização de conceitos e interpretações da realidade).



Servir como um importante referencial para que jornalistas da editoria rural (repórteres e editores, não somente da TV Morena) repensem seus trabalhos – abordagem, seleção de pautas, linguagem – com o fim de que a comunicação com as pessoas que trabalham com o campo torne-se mais eficiente e o interesse dos espectadores aumente por suas publicações.

## **METODOLOGIA**

Esse trabalho mesclará pesquisa teórica, análise da mídia e trabalho de campo.

1) **Pesquisa Teórica** - será realizada uma vasta pesquisa bibliográfica sobre:

- O desenvolvimento do Jornalismo Rural no Brasil e especificamente no Mato Grosso do Sul.

- A influência do jornalismo rural na comunidade rural.
- As teorias: Análise do Discurso e Análise Crítica do Discurso. As teorias em sua concepção e aplicadas ao jornalismo. Com ênfase para os autores Norman Fairclough e Michel Pêcheux (pincelando idéias de outros teóricos como Michel Foucault, Christian Platian, Paul Chilton, Robert Hodge).

2) **Análise de mídia** – Aplicação da teoria da Análise do Discurso e Análise Crítica do Discurso sobre todas as matérias do telejornal apresentado nos meses de Outubro (4 sábados) , Novembro (4 sábados) e Dezembro (4 sábados) de 2012. Serão 14 programas, apresentados em 14 dias diferentes. Todas as matérias serão gravadas e decupadas para a análise. Será aplicada a análise sobre os textos, imagens, pautas e opiniões divulgadas.

## **REFERÊNCIAS**

SCHNADELBACH, Carla Villanova. **A noção da ruralidade e a construção identitária de agricultores em um meio citadino: o caso da Vila Nova e arredores – Porto Alegre/RS.** Tese de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

KOLLING, Patrícia. **A Recepção das informações jornalísticas ambientais do programa globo rural: os sentidos produzidos por agricultores familiares.** Tese de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

BORIN, Jair. Vários Autores. **Brasil Rural na Virada do Milênio – Encontro de Pesquisadores e Jornalistas.** USP, São Paulo, 2001.



CARDOSO, Lisiane. PRADO, Mônica. **Canal Rural: O telejornal Rural Notícias como fonte de informação para o produtor do Distrito Federal.** Monografia de conclusão do curso – Jornalismo. Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2008.

FELIPPI, Ana Cristina Trevisan. **Vozes e sentidos no jornalismo rural: o funcionamento discursivo do telejornal Notícias, do Canal Rural.** Revista FAMECOS, Porto Alegre, n.14, 2000.

MURILLO, Luis Felipe Rosado. **Uma proposta de interface entre dois domínios da análise de discurso: a linha francesa e a sua relação com a teoria crítica do discurso.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Ao Pé da Letra (UFPE), v. 5, p. 77-86, 2003.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** Trad. Eni Orlandi et al. 2 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1975.

FAIRCLOUGH, Norman. 1989. **Language and Power.** Harlow: Longman Group UK Limited.

\_\_\_\_\_. 1995. **Critical Discourse Analysis.** Harlow: Longman Group UK Limited.