



Análise da informação jornalística nos telejornais locais: a construção da identidade política no discurso do desenvolvimento regional ¹

Aline Oliveira de MORAES ²

Anny Grace Caetano de ARAÚJO

Camila Santos LIRA

Robéria Nádia Araújo NASCIMENTO ³

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

Resumo

As demandas regionais geram no contexto local uma contracorrente que questiona a comunicação em meio à hegemonia do mundo globalizado. Logo, torna-se pertinente investigar as estratégias midiáticas que prometem responder às problemáticas locais. O objetivo norteador deste texto, fruto de uma pesquisa em andamento, é analisar a construção de sentidos nos telejornais diários de Campina Grande a fim de verificar a identidade política que suscitam à luz do desenvolvimento regional. Para tal propósito, adota-se a metodologia da análise de discurso, identificando intencionalidades implícitas ou explícitas nas informações de cunho político nos telejornais: JPB 1ª edição (TV Paraíba, afiliada da Rede Globo), o Itararé Notícias (TV Itararé, afiliada da TV Cultura) e o Borborema Notícias (TV Borborema, afiliada do SBT).

Palavras-chave: Informação jornalística; telejornalismo; identidade política; desenvolvimento regional.

Introdução

Como se configura a identidade política? Pode-se (in)formar esta identidade? Que intencionalidades podem sobressair na reafirmação de um discurso que promete contribuir para o desenvolvimento regional? Quais sentidos se ocultam na linguagem jornalística utilizada nos telejornais? Tais eixos problematizadores são fundamentados aqui mediante a discussão das categorias discurso, identidade, desenvolvimento regional, comunidade, mediação e política. Este trabalho, derivado de uma pesquisa em andamento, parte da premissa de que o jornalismo se apropria da dimensão subjetiva da linguagem, mobilizando recursos enunciativos para obter sutis efeitos persuasivos. Assim, torna-se necessário compreender tais recursos para conhecer sob quais

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Alunas-Bolsistas de Iniciação Científica (PIBIC), estudantes do 6º semestre do curso de Comunicação Social da UEPB.

³ Orientadora da pesquisa. Doutora em Educação. Professora titular do curso de Comunicação Social da UEPB.



condições estes influenciam posicionamentos. É noção recorrente na sociedade a perspectiva de que o desenvolvimento regional está atrelado às questões de natureza política. Por outro lado, a produção jornalística repercute tais questões, em razão da visibilidade social dos telejornais, entendidos como a voz das comunidades. Assim, a Análise de Discurso (AD Francesa) coloca-se como o método adequado para a percepção de tal dinâmica nesse complexo cenário. A fundamentação conceitual contempla ORLANDI, STUART HALL, BARBERO, RUBIM, SODRÉ, SILVERSTONE entre outros autores.

Os critérios de seletividade no processo de produção das notícias de cunho político põem em relevo questões que a princípio se vinculam à subjetividade da linguagem jornalística. Esta subjetividade revela os aspectos simbólicos das enunciações, envolvendo a teoria da mediação e a construção de sentidos pelo jornalismo em razão da polifonia que o perpassa. Ao observarmos os telejornais locais, JPB 1ª edição, o Itararé Notícias, ambos apresentados ao meio dia, e o Borborema Notícias, que vai ao ar às 18h:45m, diariamente, percebemos que nesses veículos as regras da propaganda objetividade jornalística são permeadas com narrativas de caráter subjetivo.

Nesse sentido, as relações entre jornalismo e a realidade social suscitam relações tênues no nível pragmático como também apontam para um pacto discursivo estabelecido entre emissor (o telejornal) e receptor (a audiência), induzindo a criação de uma determinada identidade política, a partir da apropriação e mobilização dos elementos linguísticos necessários para promover a aceitação e a identificação do público com os personagens e ações pertencentes à cena política. Interessa-nos, desse modo, compreender em que medida tal processo ocorre, através de um mosaico de fatos, falas, imagens e situações cotidianas que possam elucidar as estruturas do dizer-fazer jornalístico.

1- Do impacto das notícias audiovisuais

A partir da interação do receptor com os fatos e o conteúdo expresso pela mídia, os critérios de racionalidade são comprometidos, modificando sua consciência em torno de algumas questões. Essa crença ocorre em maior grau no meio político, que enxerga na notícia televisiva um instrumento favorável para a disputa do voto de seu eleitorado. Desse modo, formulamos o seguinte questionamento: como estas influências são



recebidas e interpretadas, com as lacunas e conexões de sentido sugeridas pelas edições dos telejornais? Como os telespectadores associam os conflitos e tensões mostrados na TV à problemática política, considerando suas próprias expectativas em relação ao desenvolvimento local? De que modo este desenvolvimento é contemplado no interior dessas estratégias discursivas que se apresentam como “comunitárias”?

Como os temas relacionados à política requerem visibilidade pública, nosso estudo busca investigar a realidade noticiosa local, no horizonte discursivo televisivo, a fim de verificar como ocorre o processo de construção política identitária dos sujeitos receptores. A hipótese da pesquisa teve origem no reconhecimento dos seguintes pressupostos:

- a) A necessidade de aprofundamento em torno das categorias: discurso, identidade, desenvolvimento regional, comunidade, mediação jornalística e política, para que pudéssemos compreender as notícias locais;
- b) A constatação de que a narrativa jornalística contribui para a instauração de múltiplos sentidos informacionais que se traduzem em ações pragmáticas justificadas pelas normas do exercício da profissão;
- c) A percepção de que o sujeito-receptor (telespectador) é dotado de especificidades e historicidades que o conduzem a optar entre um telejornal e outro;
- d) A compreensão de que o discurso jornalístico é dialógico, polifônico, opaco (dada à opacidade linguística que o constitui), efeito e produtor de sentidos, elaborado segundo rotinas particulares de agendamento dos fatos.

2- A propósito da fundamentação teórica: as razões do dizer jornalístico

Os noticiários justificam suas performances apoiando-se numa informação comprometida com a imparcialidade, visando beneficiar o desenvolvimento do contexto local, a partir da abordagem de temáticas relevantes para a comunidade. Assim, convém elucidar as relações que as categorias desenvolvimento e comunidade assumem na problemática abordada. No raciocínio de Silverstone (2002), a mídia oferece uma visão alternativa do termo comunidade, à medida que a esfera pública espera encontrar na comunicação o impulso para o desenvolvimento das sociedades.

Isso ocorre porque a mídia incorpora o sentido comunitário, que prevê a organização e a participação dos sujeitos na reivindicação de bens comuns. Emerge, pois, dessa concepção a ideia de que o desenvolvimento de uma comunidade é algo



partilhável, consensual e colaborativo, qualidades que podem ser alcançadas através dos dispositivos midiáticos, em razão da visibilidade concedida aos fatos. Por isso, a perspectiva de colaboração com o desenvolvimento move a informação televisiva, permitindo que os receptores a entendam como “prestação de serviços”.

Sob a ótica do senso comum, esses fatos, que na verdade correspondem ao real construído nos relatos das notícias, são entendidos na sociedade como expressões de neutralidade. Entretanto, as narrativas produzidas não conseguem se desvencilhar de figuras de linguagem intencionais que sugerem determinados símbolos para a criação de imaginários culturais, cenários propícios para a constituição identitária dos sujeitos, uma vez que tais símbolos pretendem capturar, de algum modo, as atenções do público. De acordo com Motta (2007):

A análise de narrativas da mídia oferece relevantes oportunidades para se perceber a intencionalidade dos meios de comunicação. As narrativas possuem algumas configurações, podendo se apresentar como: fáticas, fictícias ou híbridas. Há sempre uma intenção de se conquistar a adesão do leitor, ouvinte ou telespectador, envolvê-lo e provocar certos efeitos de sentido (MOTTA, 2007, p. 144).

Tais efeitos se traduzem na elaboração de discursos, que compõem assim a alma das tramas jornalísticas, legitimando valores, mediante uma produção que se depara no cotidiano com o embate crescente entre subjetividade e objetividade. Conforme explica Orlandi (2000), o discurso “não é questão de tudo ou nada; é uma questão de natureza, de condições, de modos de relação, de trabalho, de produção de sentidos, em uma palavra: de historicidade” (ORLANDI, 2000, p. 9).

Logo, compreender o discurso envolve um processo complexo para além da decodificação dos enunciados, pois os sentidos requerem ser pensados na sua historicidade, porque constituem as narrativas de mundo dos sujeitos. Na relação entre o histórico e o social, emergem as condições de produção de cada discurso, que revelam sua intertextualidade e sua incompletude: um texto, falado ou não, aponta sempre sua ligação com outros textos que o originaram ou o complementam, sugerindo os implícitos discursivos. Os sentidos percebidos podem não estar claramente dados, uma vez que a língua possui uma opacidade que a vincula às intencionalidades dos falantes. “Quando se lê, se ouve, se vê um fato, pode-se enxergar o que não está dito, mas que está significando. O que não está dito pode sustentar o que é dito; pode se opor ao que está dito e revelar diversas nuances do que se falta dizer” (ORLANDI, 2000, p. 12).

Nesse sentido, o dialogismo e a polifonia (BRAIT, 2005), conceitos-chave da arquitetura teórica de Bakhtin, presentes nas construções linguísticas dos sujeitos,



tornam o discurso jornalístico um campo fértil para as vozes que se misturam nos atos de narrar, conduzindo os diálogos com as audiências. Nesse processo, as narrativas jornalísticas audiovisuais requerem mais habilidades e competências interpretativas do público receptor, porque mobilizam aspectos que vão além do ato de ver ou ler a realidade mostrada, sensibilizando a audiência para determinados ângulos dos fatos: estas requerem, na verdade, o entendimento daquilo que constitui significativamente as mensagens veiculadas. Esse ato de significação, que Barbero (1999) explica através da teoria das mediações, mostra-se como produto das interações socioculturais. Para o autor, “as mediações constituem um processo pelo qual os meios de comunicação adquirem materialidade institucional e espessura cultural” (BARBERO, 1999, p. 177).

Falamos, portanto, da interpretação do discurso jornalístico na construção de outros discursos implica não simplificar o ato de compreensão discursiva, porque ao considerarmos somente quem diz e quem ouve as mensagens, estaremos agindo de modo redutor em relação a um processo que envolve em sua dinâmica diferentes condições de natureza histórica, social, ideológica.

É nessa perspectiva que as construções discursivas permitem tanto o reconhecimento quanto a assimilação e a criação de diversos significados, gerando nos receptores múltiplas possibilidades identitárias, que se iniciam pelo reconhecimento e pela identificação. Para Hall (2004), vivenciamos na contemporaneidade um momento histórico de fragmentação, pois as velhas identidades estão em avançado declínio, fazendo surgir novas configurações. Assim, a construção das identidades é fenômeno cíclico, instável, mutável e cambiante: “abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um sentido de si é chamada de deslocamento ou descentralização dos sujeitos” (HALL, 2004, p. 9).

O jornalismo pode ser uma mediação formadora e se transformar num modo de conhecimento, dependendo da recriação do público que o recebe, lançando mão de “mapas culturais de significado” (HALL, 2004) que já existem na sociedade, ajudando a reforçá-los ou apagá-los, contribuindo para o estabelecimento de consensos a respeito de valores e atitudes. Benetti (2007) reconhece que a notícia é um dos eixos norteadores dos consensos de normalidade e anormalidade: “ao lidar com o que é inesperado, incomum ou perigoso, o jornalismo acaba indicando o que seria socialmente desejável, normal ou adequado” (BENETTI, 2007, p. 110).

Embora pretendam expor a realidade das comunidades, os telejornais de Campina Grande podem converter subversivamente o discurso racional em seu



contrário, de modo a atender a interesses que não são apenas os do público receptor, construindo uma retórica intencional. A relação entre comunicação, política e sociedade, segundo o pensamento de Rubim (2000), constitui os elementos (tensos e complementares) que formam a atual “Idade Mídia”, reflexo da conexão entre mídia, democracia, mercado e política. Nessa nova configuração social, os critérios de governabilidade são muito próximos, em virtude da influência homogeneizadora global. Como a sociedade “é estruturada e ambientada pela mídia”, entendemos que a compreensão da política passa necessariamente pelo estudo da comunicação.

3- Os ditos e não ditos jornalísticos

Este estudo, que se propõe a verificar como os telejornais da cidade reconfiguram a dimensão pública desta questão, em prol do desenvolvimento regional, parte do pressuposto de que a TV é (in) formadora da opinião pública. Segundo esta lógica, a comunicação possui a capacidade de selecionar temas para sugerir debates, circunscrevendo a discussão pública às fronteiras desejadas pelos veículos. Assim, através de imagens e discursos (re) programados, como os telejornais de Campina Grande constroem suas informações, dispõem palavras, entrelaçam temas e interferem na sociedade?

3.1- Perscrutando as intencionalidades do JPB

Considerando as análises dos questionários, aplicados a 82 respondentes, o que sobressai dos dados coletados é a noção de cidadania e a falta de criticidade de alguns espectadores em relação ao papel do jornalismo nas comunidades. Ressaltamos que o aspecto quantitativo dos entrevistados foi descartado, em razão de se tratar de uma pesquisa qualitativa, apoiada na Análise do Discurso. Assim, o nosso interesse foi a seleção e interpretação das respostas obtidas.²

No que se refere ao conceito de cidadania,

Podemos afirmar que esse mundo passa por transformações jamais vistas. Apesar de interpretarmos essas mudanças constantes como característica ontológica do processo histórico, hoje as transformações alcançaram uma velocidade assustadora. Nada mais é seguro, estável, perene, tudo é fluidez, flexibilidade, frouxidão, descartável (MARTINS, 2000, p. 40).

⁴ O roteiro de entrevista consta no Anexo deste artigo e foi aplicado pelas pesquisadoras nos bairros sorteados nos meses de novembro de 2009 a janeiro de 2010.



Percebemos assim que várias mudanças na atual sociedade podem estar diretamente ligadas ao modo de as pessoas interpretarem a realidade. Nos questionários (principalmente os aplicados no centro da cidade), algumas respostas foram mais elaboradas, demonstrando opiniões mais fundamentadas a respeito de política. É o que podemos observar na fala do entrevistado 2: “Reclamaria sobre os benefícios que o pagamento do IPTU poderia trazer para a população e no entanto não sabemos qual destino ele toma”. O entrevistado 7 utilizou o mesmo verbo: “Reclamaria ao prefeito sobre a saúde da população. Os postos de saúde, em geral do SUS, não dão assistência necessária, rápida e digna à população”.

Houve respostas objetivas e diretas (nos questionários aplicados em Santa Rosa) e entendemos que os participantes não quiseram se envolver com a pesquisa para não expor suas reais opiniões. O entrevistado 11 disse sobre o telejornal pesquisado: “Assisto porque ele é o melhor”. O entrevistado 15 respondeu: “Porque é o jornal mais assistido no horário e está cada vez mais perto da população (...) Reclamaria sobre o esgoto da Rua Cerâmica no bairro e a violência. Nota-se um discurso de reivindicação.

Ainda no que se refere ao termo cidadania Martins (2000) coloca que “(...) a modernidade supõe cidadãos na forma de sujeitos participantes da vida da comunidade, na sua gestão e, principalmente, na definição dos caminhos a seguir para enfrentar os problemas presentes.”

Ao associarmos esse trecho com os questionários respondidos, constatamos que alguns dos respondentes não se limitaram apenas aos problemas do próprio bairro; ou seja, houve preocupação também com outras comunidades. A exemplo do respondente 3: “ Eu reclamaria da falta de segurança nos bairros e na cidade, gostaria que houvesse mais policiais nas ruas para suprir essa carência”. Para compreender o sentido comunidade, encontramos em Michel e Michel (2006), o seguinte esclarecimento:

Ela se constitui de um grupo cujos membros tenham uma proximidade, que pode ser geográfica ou não, marcada pelo sentimento de pertença, identidade e interesses comuns. (...) e comunicação comunitária diz respeito a um processo comunicativo que requer o envolvimento das pessoas de uma ‘comunidade’, não apenas como receptoras de mensagens, mas como protagonistas dos conteúdos e da gestão dos meios de comunicação. (MICHEL E MICHEL, 2006, p.5)

É esta ideia que o JPB 1ª edição reforça na veiculação diária de suas notícias, uma vez que se utiliza da participação das pessoas de determinada comunidade, através do quadro Fala aí, para expor os problemas do local e buscar soluções com as autoridades, promovendo o tom de denúncia nos discursos apresentados.



Prosseguindo a análise, encontramos na resposta do entrevistado 5: “Porque o jornal aborda fatos que podem ajudar a melhorar a sociedade e acata as opiniões do público”, numa percepção do papel social do telejornal. Visto que as matérias apresentadas ajudam a tornar público os problemas da sociedade para que possíveis melhorias sejam alcançadas.

3.2- O discurso da emissora local pioneira

Partindo da premissa de que os meios de comunicação constroem suas retóricas segundo seus interesses, procuramos identificar intencionalidades políticas diretas ou indiretas, perpassadas à sociedade por meio de comentários, informações ou notícias advindas do telejornal Borborema Notícias.

O discurso jornalístico produz enunciados noticiosos com uma carga de realidade que induz ideologicamente o receptor. Uma característica desse discurso é a mediação entre os discursos de vários sujeitos sociais. De forma que a mídia acirra a competição daqueles que querem defender seus interesses e, para isso, faz uso da linguagem audiovisual para enunciar de maneira sutil mensagens capazes de influenciar e manipular o seu público, sem que este tenha consciência dos mecanismos. É a estes que a comunicação de massa tem atingido como uma agulha hipodérmica, em que o telespectador é submetido a informações múltiplas sem questionamentos aprofundados acerca do seu conteúdo. Polistchuk e Trinta (2003) explicam que o modelo da “agulha hipodérmica considerava a mídia uma ‘seringa’, injetando informações, inoculando ideias, minando resistências e submetendo vontades à vontade” (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p. 84).

Segundo essa ótica, os telespectadores que não percebem as intencionalidades são manipulados facilmente pela mídia, pois se mostram receptivos à sua ideologia. Percebemos isso claramente na afirmação do respondente 41: “Eu assisto o Borborema Notícias, mas nunca prestei atenção em seu discurso.” Sabemos que a televisão é um veículo de massa, de convencimento e veracidade, uma vez que, visto pelos seus receptores, um fato passa a ser uma verdade midiática.

Por televisão, Polistchuk e Trinta (2003) entendem que o meio:

Desrealiza, simplifica, serializa e pasteuriza: tudo é igual a tudo mais. Sua função é a de distrair, não a de instruir. (...) A “lanterninha mágica” a tudo justapõe, mas a nada hierarquiza; a nada distingue, mas a tudo pretende dar algum relevo. A televisão incorpora a



realidade ao princípio do prazer (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p. 141).

O telejornal citado parece transmitir informações sem imparcialidade, pois o que é propagado tem um motivo e intenção. As informações trazem detalhes que acrescentam um sentido de direcionamento ideológico, pois a maioria das empresas de comunicação pertence ou é associada a partidos políticos. Esta premissa é afirmada no depoimento 40: “O cunho das matérias políticas é dotado de ideologia partidária. Percebe-se isso nas entrevistas e na própria apresentação.”

A ideologia desempenha um papel central em formas de comunicação, tal como vamos encontrá-las em sociedades urbanas modernas. Agentes da “barbárie cultural”, os meios de comunicação seriam veículos propagadores de ideologias próprias às “classes dominantes”, impondo-as às classes populares (subalternas) pela persuasão ou pela simples e pura manipulação (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p. 111).

Seguindo o raciocínio dos autores, podemos constatar que as informações mostradas são filtradas e/ou acrescentadas conforme interesses particulares, criando um jogo de interpretações e intencionalidades dotado de sentidos explícitos no discurso jornalístico do telejornal, com o intuito de envolver o receptor, alterando sua criticidade e suas visões, construindo e transformando, através das estratégias linguísticas, sua identidade social. “O Borborema Notícias tenta induzir os ‘pensamentos’ dos telespectadores”, ressalta o respondente 27, induzindo a compreensão de que as empresas jornalísticas não têm ligação com a neutralidade e transmitem sua própria verdade dos fatos sem compromisso com o público. O respondente 36 afirma que “cada jornal defende os partidos segundo seus interesses e o discurso também segue os interesses a fim de convencer o telespectador que se deixar influenciar”.

Com o formato inovador, o campo midiático procura dar uma demonstração didática de como pode radicalizar seu poder de mediar o contato entre a política e a sociedade. (...) cujo formato de interação somente poder-se-ia fazer sob outras condições de enunciação nas quais o discurso político se construiria sob a observância de outras formas sógnicas, sob a regência de imposição midiática (FAUSTO NETO, 2003, p. 115).

No depoimento 37, podemos verificar o que o autor ressalta: “No Borborema Notícias, a coisa é mais aberta quando o assunto é política e quem assiste percebe isso, não passa coisas se não for do partido deles”.

Para Polistchuk e Trinta (2003), a comunicação está comprometida pelo “excesso de comunicação”. Em sociedades como a nossa (...) confundem a “representação da realidade” com a própria realidade, como se de uma “criação



cinematográfica” se tratasse (POLISTCHUK e TRINTA, 2003, p. 165). Nesse raciocínio, o Borborema Notícias deixa de desempenhar sua principal função – informar com veracidade – para tornar-se mero transmissor de feitos políticos. No relato 44 percebemos a insatisfação quanto à função e a influência exercida pelos telejornais: “Não gosto do que os jornais campinenses estão fazendo. Nós não temos o direito de escolhermos sozinhos em quem votar”. Os dados expostos apontam que a produção noticiosa apresenta uma intencionalidade, no sentido de divulgar determinadas ações de natureza política. Na instituição midiática do telejornal analisado, o partido defendido é o PMDB, como identifica o respondente 51: “O Borborema Notícias é do lado do prefeito, as matérias são bem ‘opinionadas’ e grandes”.

3.3- O dizer jornalístico da TV Itararé

Conforme o exposto, é perceptível o papel que a mídia desempenha através de seu discurso na nossa sociedade, agindo como mediadora entre o público e o que ele tem que saber, ou o que ela quer que ele saiba. Isso não é diferente na TV Itararé. Demonstrando um enorme poder de persuasão, a mídia televisiva se caracteriza como uma grande formadora da opinião pública. Considerando as análises com os receptores do Itararé Notícias, nossa fundamentação encontrará respaldo em Rubim (2003), Felipe (2003), Fausto Neto (2003), que argumentam sobre a TV, destacando que o meio oferece aos telespectadores imagens que reforçam o que está sendo dito, adotando posicionamentos discursivos ao privilegiar certas informações em detrimento de outras.

Espera-se que os profissionais desse meio se posicionem de maneira imparcial. Ou seja, não ajam tomando partido, julgando ou favorecendo um determinado ponto de vista, mas que privilegiem os fatos para além de quaisquer crenças, interesses, opiniões ou preferências pessoais.

Nos questionários aplicados, pudemos observar as impressões dos telespectadores a respeito dos principais telejornais locais. Para o entrevistado 54, do bairro da Prata, o telejornal de sua preferência (Itararé Notícias) “se coloca em cima do muro, não demonstrando seu real posicionamento com relação à política”. O entrevistado foi breve optando por não prolongar sua opinião, uma vez que o telejornal citado não revela preferências por discursos políticos específicos.

Já o entrevistado 57, do bairro da Prata, diz que o telejornal de sua preferência (também o Itararé Notícias), “é imparcial e não faz muita campanha”. O entrevistado



responde a pergunta de forma simples, mas parece perceber a essência do jornal. Rubim (2003) cita um bom exemplo desse tipo de situação:

As eleições de 2002, onde não houve uma intervenção explícita ou escancarada da mídia em prol de uma candidatura específica, sendo a mídia bem mais sutil em sua intervenção, buscando uma certa equidistância na relação com as candidaturas (RUBIM, 2003, p. 45).

Para o entrevistado 62, também residente no bairro da Prata, o telejornal que assiste (Borborema Notícias), “posiciona-se de forma a beneficiar o partido de sua preferência”. Essa fala demonstra uma real percepção do que costuma acontecer nos bastidores da notícia e que os jornais procuram deixar encoberto aos olhos dos telespectadores.

O entrevistado 75, do bairro São José, assiste com mais frequência o Itararé Notícias, mas responde a pergunta de uma forma que abrange também os outros telejornais. De acordo com ele, “todo jornal tenta esconder a realidade dos partidos de sua preferência”. É visível que o pesquisado se interessa por política e percebe as intencionalidades noticiosas. Conforme o exemplo colocado por Felipe (2003):

A intensa visibilidade das eleições agiu tentando restringir o espaço do dizível no campo do debate político possível, e extrair dos candidatos compromissos cada vez mais abrangentes com a continuidade da política econômica neoliberal vigente (FELIPE, 2003, p. 46).

O entrevistado 69, do bairro mencionado, afirma que o telejornal de sua preferência (JPB) “critica disfarçadamente o governo atual”. Sua resposta parece ser baseada nas matérias que trazem reclamações que, indiretamente, soam como críticas.

Para o entrevistado 79, do Centenário, o telejornal de sua preferência (JPB), é bastante defensor dos seus interesses “quando o assunto é política”. Este aponta uma boa percepção, observando o que os telejornais de fato fazem, defendendo sutilmente seus interesses. Fausto Neto (2003) corrobora o fato, citando a vitória de Collor sobre Lula, ressaltando “o trabalho da edição de um debate por parte da rede Globo, retirando-o do seu contexto, com os cortes das declarações e imagens dos candidatos gerando outros efeitos de sentido”. (FAUSTO NETO, 2003, p. 71)

Os dados apontam que os telespectadores não se aprofundaram quanto à discussão política, mas têm um bom embasamento e percepção do que acontece na mídia, embora prefiram o telejornal transmitido pela TV Paraíba, afiliada da Rede Globo (JPB 1ª edição) ao Itararé Notícias. Esta seleção consciente já demonstra um posicionamento ativo dos receptores, quando escolhem obter informações através de uma emissora e não de outra. O formato, a dinâmica, os apresentadores podem contribuir para a opção definida.



Conclusão: dos implícitos e explícitos possíveis

Nos seus atos de fala, os jornalistas procuram garantir a adesão dos interlocutores através de um “contrato implícito”, instituído pela própria audiência. Contudo, a negociação de sentidos em curso irá variar segundo a retórica jornalística e os imaginários do público receptor. Assim, este jogo de criação de sentidos pode revelar as intencionalidades do emissor e influenciar as interpretações alcançadas. Motta (2007) observa:

Uma distinção analítica fundamental é a que se estabelece entre o que se diz e o que de fato se comunica. O que se diz corresponde basicamente ao conteúdo proposicional do enunciado, aos fatos relatados pela história descrita na notícia, tal como se entende desde um ponto de vista lógico, sendo passível de ser avaliado a partir de uma tese legitimada. De outra parte, o que se comunica é toda a informação que se transmite com o enunciado, mas que é diferente de seu conteúdo proposicional. Trata-se, portanto, de um conteúdo implícito e recebe o nome de implicatura. As “implicaturas” são os efeitos de sentido que se insinuam nos discursos, derivados tanto dos significados das palavras e sinais do texto como de princípios estéticos, morais ou sociais subentendidos no ato da comunicação (MOTTA, 2007, p. 164).

Nas análises, encontramos significados intencionais implícitos e explícitos, conscientes ou inconscientes, a respeito dos enunciados das notícias e das percepções por elas provocadas. Esses significados, enquanto processos de criação de sentidos que envolvem o emissor, o canal, a mensagem e especialmente o efeito desejado junto aos destinatários (as intencionalidades), em meio ao processo de mediação social (BARBERO, 1999), são estabelecidos pelas emissoras locais. De acordo com Motta (2007):

Significados constituem a percepção necessária do “contexto extraverbal”. Este inclui: tanto o contexto físico (coisas que estão à vista), como o contexto empírico (estado de coisas que conhecem aqueles que falam, ainda que não estejam à vista); o contexto prático (conjuntura objetiva na qual se desenvolve o discurso), o contexto histórico (circunstâncias conhecidas dos falantes) e, enfim, um contexto cultural (tradição e cultura de uma comunidade ou sociedade), que interferem no seu modo de ler e interpretar o mundo (MOTTA, 2007, p. 163).

Os interesses políticos das emissoras são construídos e apresentados de modo sutil sem que os destinatários dos relatos tenham conhecimento das regras, lacunas e contradições que compõem os “jogos” de linguagem escolhidos. Desse modo, não podemos ignorar que a temática do desenvolvimento regional, no âmbito de Campina Grande, se entrelaça com a comunicação e a política. Isso corresponde, no dizer de



Sodré, à “atração especular” que a mídia exerce nas audiências e o “efeito vitrine” que provoca na esfera social com sua “vocação de globalidade” (SODRÉ, 2002, p.41).

Como é o receptor que mobiliza o reconhecimento e a memória para promover as conexões e os nexos necessários a cada informação, o trabalho de interpretação permite que valores transmitidos sejam modificados, que novas opções de audiência sejam definidas, atribuindo às notícias novos contornos. É esse receptor que, com suas expectativas e crenças, produz a identificação com determinados fatos e decide qual telejornal vai assistir. As motivações dessa escolha sinalizam uma formação identitária, porém o ato da enunciação, que caracteriza o dizer jornalístico, não é aleatório, mas decorrente do entorno das situações espaços-temporais onde ocorre a relação comunicativa entre veículo e público. Relação que envolve uma espécie de contrato cognitivo e simbólico de natureza particular, que transforma o jornalismo numa “crônica-verdade” aos olhos desse público.

O *corpus* analisado aponta que as relações entre mídia, poder e política, mediadas pela linguagem, mostram-se capazes de produzir efeitos surpreendentes nas consciências do público receptor. Martin-Barbero (1999) afirma com muita propriedade que os meios de comunicação instituem poderosos lugares de constituição de sentidos, por produzirem no espaço social as matrizes de significação de uma nova racionalidade. Assim, os modos de pensar, viver, conviver, produzir, comunicar, interagir resultam das mediações que esses meios estabelecem e legitimam. Assim, conhecer as estratégias de mediação que afetam o público, capazes de alterar suas visões de mundo, torna-se importante para a inteligibilidade das informações dos telejornais pesquisados e de suas possíveis interferências na formação de novas identidades sociais.



Referências

- BARBERO, Jesús- Martin. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- BENETTI, Marcia. **Análise do Discurso em jornalismo**. IN: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Orgs). Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BRAIT, Beth (Org). **Bakhtin: conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2005.
- FAUSTO NETO, Antônio; VERÓN, Eliseo (Orgs). RUBIM, Antonio Albino. **Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- MARTINS, Marcos Francisco. **Ensino técnico e globalização: cidadania ou submissão?** Campinas, SP: Autores Associados, 2000.
- MICHEL, Jerusa de Oliveira; MICHEL, Margareth de Oliveira. **Comunicação Comunitária e Cidadania – Resgate da Cultura e Construção da Identidade**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC), 2006.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise pragmática da narrativa jornalística**. IN: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (Orgs). Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.
- ORLANDI, Eni. **Discurso e leitura**. São Paulo: Cortez, 2000.
- POLISTCHUK, Ilana; TRINTA, Aluizio. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática do jornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação e política**. São Paulo: Hackers Editores, 2000.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.



Anexo

Roteiro do questionário:

Entrevistado (a): _____

Idade: _____ Bairro: _____

- 1) Você assiste aos telejornais locais?
- 2) Qual é o seu jornal preferido?
- 3) Quais os temas mais abordados nos telejornais?
- 4) Você acha que as informações políticas são repassadas de forma imparcial pelo telejornal?
- 5) Você se sente influenciado pelo discurso político apresentado pelo telejornal?
- 6) Você acha que os discursos dos telejornais locais contribuem para o desenvolvimento regional?