

'NORDESTINIDADE CONSTRUÍDA' E DISCURSO TELEJORNALÍSTICO: O ATRIBUTO HUMANO NAS REPRESENTAÇÕES E IDENTIFICAÇÕES SOBRE O NORDESTE BRASILEIRO

'NORDESTINIDADE CONSTRUÍDA' AND TELEJOURNALISTIC DISCOURSE: HUMAN ATTRIBUTE AS PART OF REPRESENTATIONS AND IDENTIFICATIONS OF BRAZILIAN NORTHEAST

Anielle Aparecida Fernandes de Morais 1

Doutoranda em Linguística pela Universidade Federal de Goiás; Mestre em Letras pela Universidade Federal de São João del-Rei; Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa; Professora do Instituto de Ensino Superior de Rio Verde/Faculdade Objetivo.

Resumo: Nosso trabalho se propõe a estudar um fragmento da cultura midiática, mais especificamente do telejornalismo, tomando como pressuposto que a prática jornalística é uma prática discursiva que incorre em jogos políticos, representacionais e identitários. O objetivo é identificar e analisar algumas representações sociais sobre a região Nordeste do Brasil, presentes na série Caravana JN, veiculada pelo Jornal Nacional durante o período eleitoral, em 2006. Encaminhamos um estudo sobre a produção semiótico-discursiva de uma reportagem da série, a qual revela as relações entre os signos e o objeto de sua representação, o Nordeste. A reportagem conta a história de Ana das Carrancas, compreendida em termos teóricos como um personagem-tipo, um símbolo e também um recurso metonímico através do qual a história de muitos outros nordestinos ganha visibilidade. Frente à análise efetivada, depreendemos que todas as ações humanas perpassam o propósito de produzir cultura, ou seja, de simbolizar e de comunicar sentimentos, ideias ideologias, etc., o que não se faz fora da linguagem, mas dentro de redes de poder características da própria atividade linguística. Desse modo, as representações são criadas pela linguagem e influenciadas pelo contexto sócio-histórico de sua criação, pelos projetos de discurso que regem as práticas de produção da informação e pelos imaginários sociais que figuram no contexto social brasileiro. Conclui-se, assim, que a coerência dos sistemas de representação do Nordeste é fruto de uma ordenação e de um procedimento cultural, linguístico e discursivo.

Palavras-chave: Cultura; Discurso; Nordeste.

Abstract: This work aims to study a fragment of media culture, more specifically a fragment of a news program. In this sense, we consider the journalistic practice as a discursive practice that incurs political, representational and identity issues. The objective of our discussion is to identify and analyze social representations about the Northeast region of Brazil broadcasted by Caravana JN, a news program produced by Jornal Nacional, during the electoral period of 2006. We study the semiotic-discursive aspects of a narrative about Ana das Carrancas, which is a symbol of Petrolina, city of Pernambuco. Her story reveals a metonymic resource through which the stories about many other Northeastern people get visibility. In face of this discussion, we could observe that the representations are influenced by socio-historical context of their production, by the discourses projects involved in the communication practices and by the social imaginaries constituted in Brazilian social context. In this sense, the coherence of Northeastern representation systems is showed as a result of a cultural, a discursive and a linguistic procedure.

Keywords: Culture; Discourse; Northeast.

Introdução

Produzida pelo Jornal Nacional da Rede Globo, a série *Caravana JN* percorreu 15 mil quilômetros do Brasil em um ônibus, passando por 75 cidades para mapear os anseios dos brasileiros em relação à eleição presidencial do ano de 2006. Segundo Pedro Bial, jornalista e apresentador, um dos objetivos dessa produção jornalística era “desencastelar o jornalismo do estúdio, ir para a rua e fazer um retrato do país” (JORNAL NACIONAL, 2007).

A ideia do projeto era deslocar o Jornal Nacional (doravante JN) do estúdio, colocá-lo em contato direto com o público e, de acordo com o próprio jornalista, ser uma janela por onde as pessoas pudessem se mostrar. No DVD que reproduz as matérias e os bastidores dessa produção jornalística, Bial afirma que a série funcionou como oportunidade de visibilidade, último reduto em que as pessoas depositaram suas esperanças para um futuro político melhor.

Dotada de uma exponencial atividade simbólico-representacional, a série guiou o olhar do telespectador para o que podia/devia, ou não, ser visto nos lugares por onde passava. Trata-se de um produto cultural, tal como descreve Kellner (2001), organizado com base no modelo de produção de massa e de acordo com tipos, códigos e normas convencionais, cujo resultado final é a criação/manutenção de representações do comum.

No nosso trabalho, consideramos que a série telejornalística *Caravana JN* se articula discursivamente a partir do perfil editorial do telejornal que a compõe. O próprio JN nasceu com o propósito de ser um elemento integrador dos diferentes espaços, pessoas e culturas que compõem o Brasil. O telejornal surgiu como sinônimo de brasilidade com o objetivo de reproduzir no brasileiro o sentimento de pertença nacional (GOMES, 2005).

Nesse contexto, nosso trabalho considera que o telejornalismo se configura como uma prática discursiva enraizada na trama cultural. Trabalhamos sob a perspectiva de que a série telejornalística se articula discursivamente a partir do perfil editorial do telejornal que a compõe, resultando, por isso, em uma série de implicações ideológicas.

Para o estudo, associamos um referencial teórico relacionado ao funcionamento da linguagem e do discurso com instrumentos metodológicos propostos pela semiótica peirceana. Encaminhamos uma metodologia de análise que identifica, na linguagem telejornalística da série, o suporte das matrizes de representação sobre o Nordeste. Contatamos que das 53 reportagens veiculadas pela série, 17 se referem ao Nordeste.

O *corpus* de análise selecionado compõe-se de uma reportagem sobre Petrolina, cidade do interior de Pernambuco. Para representar os eleitores locais, a série escolheu reportar a história de Ana das Carrancas, que, para nós, atua como um personagem-tipo e um elemento importante para o construto representacional acerca da região Nordeste na série.

O discurso telejornalístico

Para o estudo da produção discursiva em *Caravana JN*, adotamos a concepção de discurso defendida por Orlandi (1994), para quem o mesmo é efeito de sentido, isto é, linguagem em interação. É no âmbito do discurso que se articulam o poder, o confronto social e a materialização das representações e identificações sociais. A autora destaca que o discurso pressupõe condições de produção que se tornam, como o discurso, um objeto de análise.

Orlandi (1994, p. 158), retomando as considerações de Pêcheux, assinala que as condições de produção são formações imaginárias, nas quais são levadas em consideração: a relação de forças (os lugares sociais dos interlocutores e sua posição relativa do discurso); a relação de sentido (e aí se incluem a intertextualidade e a interdiscursividade); e o que ela chama de antecipação (isto é, o modo como o locutor reporta as representações do interlocutor, vice-versa).

Para o entendimento de como funciona o discurso, isto é, para investigar as marcas formais da ideologia, Orlandi (2001, p. 125) opera o conceito de “funcionamento discursivo”: uma “atividade estruturante de um discurso determinado, por um falante determinado, para um interlocutor determinado, com finalidades específicas”. Assim, um discurso não só representa os interlocutores, mas também a relação que eles mantêm com a formação ideológica. Tal relação é marcada “no” e “pelo” que se está chamando de funcionamento discursivo, o que nos leva a enxergar, diante do objetivo aqui exposto, que as operações discursivas são movimentos culturais e sociais que arregimentam relações de poder no contexto de produção jornalística.

Desse modo, toda linguagem se mostra como uma condição de possibilidade discursiva e os sistemas de signos, no jogo das formações discursivas, são tomados como reflexos e condições das práticas sociais, mediadoras das formações ideológicas. Do ponto de vista discursivo, os signos são parte de formações discursivas, as quais, por sua vez, são parte de formações ideológicas que determinam o que pode ou não pode ser dito a partir de uma posição e de uma conjuntura dadas. Partindo dessa noção, tratamos as representações veiculadas pelo *Caravana JN* como efeitos de sentido materializados por signos verbais, visuais e sonoros, produzidos de acordo com determinadas formações discursivas.

A produção sónica, então, se dá por meio de um funcionamento discursivo que aloca - verbal, visual e sonoramente - as formações ideológicas presentes em nossa sociedade. O discurso não apenas reflete as estruturas e relações sociais, mas as significa e se significa nelas, porque intervém nas formas como o poder se constitui. A escolha de uma palavra, um ângulo para a imagem ou uma determinada matriz sonora são atos que carregam condições e implicações de ordem sociocultural. É em função disso que os signos ora se coadunam na produção de sentido, ora se contradizem. Há uma tensão que prevê o relacionamento entre eles, relação que resulta na produção final de sentidos sociais coerentes ou não.

O discurso telejornalístico pode ser identificado a partir das condições de sua produção, que envolvem manifestações históricas, culturais, sociais e também tecnológicas. A produção discursiva no telejornalismo pressupõe o uso de determinadas estratégias manifestas na composição de seus signos. Jésus Requena (1999, p. 32) assinala que o discurso da TV (que inclui o telejornalístico) “se manifesta na integridade estrutural da programação”, de maneira pansincrética, isto é, possui a capacidade de integrar e articular gêneros discursivos e sistemas semióticos variados. O autor assinala, aliás, que este é um traço distintivo do discurso telejornalístico: o ritmo frenético e a sucessão de fragmentos encadeados.

No caso do discurso telejornalístico, trabalhamos com a concepção de que assim como outros discursos, este também não é um discurso “puro”. Ele apresenta sempre traços de outros discursos, o que Michel Pêcheux (1990) chamou de “interdiscursividade”, um entrecruzamento de discursos diferentes. E é justamente essa interdiscursividade que explica a presença de diversos lugares de fala na enunciação do discurso telejornalístico e a configuração híbrida que a informação muitas vezes apresenta - embora possua elementos fixos e recorrentes, os quais a identificamos como produto da prática jornalística e não publicitária, por exemplo. Trabalhar com a noção de que existe um discurso telejornalístico nos fornece os subsídios fundamentais para tratar a série *Caravana JN* como um evento discursivo específico e diferente dos demais.

Consideramos, como Steinberger (2005), que, ao produzir sentido, cada discurso constrói seu próprio sistema de referência, e que a produção de sentidos no discurso jornalístico (e telejornalístico) resulta de recortes que o jornalista faz da atualidade. A visão do jornalista sobre o mundo é demarcada no texto que ele produz. A linguagem telejornalística é, então, a marca do discurso telejornalístico. O efeito de sentido da noticiabilidade criada depende de como ela apela aos sentidos do público. Assim, o ato de representar se torna indissociável do conceito de discurso, uma vez que toda produção de sentido se dá no discurso. Sobre a questão, Steinberger (2005) assinala que o ideológico não é discurso, mas é responsável por investir de discurso palavra, imagem e som (matérias significantes).

Uma das características do discurso televisivo é o que Iluska Coutinho (2005) denomina de “Dramaturgia do Telejornalismo”, isto é, uma tentativa de estabelecer um paralelo entre a notícia e o drama. A composição da notícia, segundo esses critérios, se dá pela estruturação da informação como um drama cotidiano. As reportagens, no geral, estão organizadas a partir da utilização frequente de personagens (o aposentado, o sertanejo, o desempregado) e da apresentação de um conflito, no qual esses personagens “populares” estão envolvidos. Tais personagens, bem como os conflitos pelos quais eles passam, são reproduzidos a partir dos imaginários que guiam as representações que o jornalista faz deles.

Gomes (2005) afirma que uma prática comum no telejornalismo atual é a personificação do relato, isto é, contar a história/problema de um personagem para exemplificar a situação de muitos outros, dando “rosto” à história narrada. Há, nesse tipo de relato, uma exploração dos aspectos emocionais de tipos considerados comuns no contexto social brasileiro: homem,

trabalhador, desempregado, dona de casa, aposentado. A posição social das vozes das reportagens (personagens) é construída, no telejornalismo, por meio de diversos recursos, dentre os quais se destacam os modos de tratamento, enquadramentos e movimentos da câmera.

Interessado na configuração composicional do telejornalismo na atualidade, Rezende (2005) ressalta o que chamamos de mais um elemento que compõe o discurso telejornalístico. Para ele, o telejornalismo é uma arena de espetáculo, e a espetacularização que rege a produção noticiosa parece se constituir como uma forma comum das tevês comerciais na atualidade. As notícias de televisão, em um misto de realidade e ficção, propiciam ao telespectador a vivência das mais diversas emoções: entusiasmo, medo, tristeza, consternação.

A espetacularização da informação é uma das práticas que compõem a matriz discursiva do telejornalismo. A produção da informação, especialmente pelos meios de comunicação de massa, é movida por condições econômicas e regras de mercado. Ao discorrer sobre a cultura da mídia, Douglas Kellner (2001) pontua que os modelos de representação veiculados pelos meios de comunicação, imagens, sons, espetáculos dominam o tempo de lazer e fornecem material capaz de modelar opiniões, comportamentos e identidades sociais, que se trata de uma cultura da imagem, que explora a visão e a audição.

As matrizes da linguagem

Podemos dizer, segundo Santaella (2005), que as linguagens, independentemente dos diferentes meios e canais que as transmitem, estão alicerçadas em três grandes matrizes: a verbal, a visual e a sonora. Em grande parte das vezes, essas linguagens se dispõem como mistas, imbricadas umas nas outras, formando um todo coerente ou não.

Umberto Eco (1990) assinala que a comunicação televisiva é composta por distintos códigos, os quais concorrem e se associam para dar forma às mensagens a serem transmitidas. Para ele, imagens, emissões verbais e sons em geral se tornam códigos dentro da televisão e compõem um tipo de linguagem particular - a linguagem televisiva. Assim, a mensagem televisiva se constitui de um “sistema de signos”, composto de três tipos de códigos: o visual, o linguístico e o sonoro. Todos eles são aplicados conjuntamente à mensagem a partir de um “quadro de referência cultural”, que torna possível a produção de um sistema coerente e o reconhecimento da mensagem. Dizemos, então, que as linhas que dividem essas matrizes no telejornalismo são tênues, e é justamente a correlação entre elas que dá sentido e coerência informacional ao telejornalismo.

Como consequência, afirma Eco (1990), o produtor e o intérprete codificam e interpretam a mensagem com base em seu próprio quadro de referência cultural, organizando a mensagem e escolhendo o significado a comunicar, de acordo com o propósito informativo. Esse quadro de referência poderia ser chamado de ideologia, que constitui “um sistema de assunções e expectativas que interage com a mensagem e determina a escolha do código” (ECO, 1990, p. 379).

Nossa investigação parte de três premissas: 1) Os códigos icônico, linguístico e sonoro da linguagem telejornalística são híbridos e ora se correspondem, ora se contradizem no processo de significação da realidade em informação; 2) a atividade jornalística se faz a partir de um discurso específico; 3) não existe hierarquia fixa entre imagem, linguagem verbal ou som (SANTAELLA, 2005; REZENDE, 2000).

O imaginário que permeia a produção informativa telejornalística é o de que a imagem exerce uma função primordial no processo de produção noticiosa, ficando a linguagem verbal com o papel de complemento da imagem. É claro que, no caso do telejornalismo, a imagem é condição essencial, entretanto, isso não quer dizer que ela seja mais importante para cumprir seu propósito informativo, já que as palavras funcionarão para informar aquilo que vai além do que a imagem consegue mostrar. O texto verbal, por sua vez, na reportagem telejornalística, não pode somente reproduzir o que a imagem mostra; ele deve trazer elementos novos para o cumprimento do propósito informacional da notícia.

Assim, todas as inter-relações se fazem concomitantemente: som, verbo, imagens podem adquirir feições as mais diversas e multifacetadas, além de ritmo, cortes, junções, aproximações e distanciamentos que, provavelmente, constituem um dos aspectos mais característicos dessa mídia.

A matriz verbal

A linguagem é uma prática social e significativa de mundo que materializa fatos e transformações sociais. No quadro de compreensão da linguagem como significativa da realidade e de processos sociais, depreendemos que a língua é discursiva e, por inerência, ideológica, conforme teoriza Bakhtin (1997). O teórico foca seus estudos nas relações entre linguagem e sociedade, o que ele chama de “dialética do signo” (BAKHTIN, 1997, p. 13). Por estar interessado nos efeitos sociais da relação que o linguístico estabelece com o mundo, Bakhtin mostra a matriz ideológica da linguagem e, por isso, concentra-se na manifestação e no uso da mesma, isto é, no momento da enunciação.

A enunciação é a base da linguagem, é pelo diálogo social que ela ganha função. Nesse contexto, a linguagem deve ser concebida como um signo reflexivo das estruturas sociais e, portanto, ideológico. A palavra, então, ao materializar tais configurações, mostra-se como um veículo de ideologias. Bakhtin (1997, p. 17) define a língua como “expressão das relações e lutas sociais, veiculando e sofrendo o efeito desta luta, servindo, ao mesmo tempo, de instrumento e de material”. Assim, a palavra, com sua carga ideológica, remete a algo situado fora dela, sendo esta a condição principal que faz dela um signo. Este, por sua vez, pode apreender de maneira bem específica aquilo que representa, o que significa que toda produção do signo está sujeita a critérios de avaliação ideológica.

Por estarmos preocupados com a relação entre palavras, imagens e sons no telejornalismo, tomamos como premissa a compreensão de que o signo exige a utilização de outros signos já conhecidos. Noção pela qual depreendemos que, embora a imagem seja condição essencial no telejornalismo, a palavra e o som são indispensáveis para o cumprimento do seu propósito comunicativo. A palavra “ancora” o visual, serve para desambiguar e, dependendo do caso, torna ambígua o que a imagem e/ou o som enunciam.

Bakhtin destaca que a construção de sentido pelo signo necessita que os indivíduos do processo de comunicação estejam socialmente organizados. A partir disso, concluímos que a efetivação da comunicação, assim como depende de condições de produção, também depende de condições de recepção.

Fang (*apud* REZENDE 2000) afirma que uma prática muito comum no estilo de conversação coloquial do telejornalismo é a repetição de palavras: “A repetição é um instrumento usual de redação porque a ideia contida em uma palavra é reforçada pela repetição da palavra” (FANG *apud* REZENDE 2000, p.97). Quanto à utilização de metáforas nas produções do jornalismo televisivo, Jean-Jaques Jespers (1998) afirma que, ao se recorrer a esse artifício, há um favorecimento da compreensão e da memorização de um fato. Uma boa metáfora pode captar com justeza o que se corresponde à vida cotidiana.

As palavras e os seus sentidos podem ser definidos como recursos adquiridos e acumulados pelos indivíduos ao longo da vida, acionados nos momentos de produção e interpretação de textos. Nesse sentido, as palavras são compostas de vozes diversas, como estudou Bakhtin (1997). Ao analisar a produção verbal, precisamos, então, enxergar que toda produção de linguagem se dá conforme uma estratégia de dizer, da qual derivam determinados efeitos de sentido discursivo.

A matriz visual

Charles Sanders Peirce trata a semiótica como uma lógica de sentidos, em que tudo se transverte em signo: todo ser humano e todo pensamento. A semiótica peirceana não se preocupa apenas em dar nome ou classificar uma série de signos, mas em realizar uma análise de ordem linguístico-sonoro-visual, atenta aos meandros que condicionam os processos interpretacionais - como, por exemplo, os aspectos sociais que contemplam os fenômenos desencadeados pelas relações signícas no telejornalismo. Em outras palavras, não estamos focados em uma análise estrutural e sistematizada dos signos telejornalísticos, mas nas relações que esses signos estabelecem com a cultura.

O ponto de partida da teoria de Peirce é a noção de signo como “algo que representa algo para alguém”. (PEIRCE, 1988, p. 46). Assim, o signo é uma coisa que representa outra coisa, seu objeto. Essa representação é feita por um signo (R), denominado nessa relação como *representamen*, dadas as suas propriedades de funcionamento. Isto é, seu fundamento, que representa um objeto

(O) para um interpretante (I), produzirá alguma outra coisa relacionada ao objeto representado. Essa relação pode ser visualizada pelo diagrama seguinte:

A fim de produzir um recorte metodológico para o nosso trabalho, vamos nos ater ao que o teórico denomina de “segunda tricotomia dos signos”, que se mostra de maior relevância para o cumprimento dos objetivos de nossa pesquisa. Essa tricotomia é definida a partir da “relação do signo com o objeto”, ou seja, com a coisa representada. Abaixo, segue o quadro demonstrativo da tricotomia “Ícone, Índice, Símbolo”, associada à primeira tricotomia “Primeiridade, Secundidade e Terceiridade” (SOUZA, 2006, p. 161).

Tabela 1: Tricotomia de Peirce

O signo em relação a:	Primeiridade	Secundidade	Terceiridade
Objeto	Ícone	Índice	Símbolo

Fonte: A autora

Peirce descreve o “Ícone” como um signo que se refere ao objeto e que, em razão de caracteres que esse signo possui, denota similaridade com ele. Para Pierce (1988, p. 52), “qualquer coisa, seja uma qualidade, um existente individual ou uma lei, é ícone de qualquer coisa, na medida em que for semelhante a essa coisa e utilizado como seu signo”. Para ser ícone, o signo deve manter uma relação de analogia com o objeto e se enquadrar na categoria da primeiridade, funcionando como uma imagem primeira em sua virtualidade. (SOUZA, 2006). São exemplos de ícone: fotografias e desenhos figurativos.

Passamos, então, à segunda categoria universal da teoria peirceana, o “Índice”, descrito pelo teórico como um signo que se refere ao objeto em virtude da relação que estabelece com ele. “O signo se comporta como índice quando ele é afetado pelo objeto”. (PEIRCE, 1988, p. 52). Segundo Souza (2006, p. 162): “O índice é ligado ao objeto pela relação de contiguidade e pela relação ativa de indicação”. O índice se enquadra, por assim dizer, na categoria da secundidade, uma vez que seu funcionamento se exerce a partir da relação que estabelece por meio de uma interação dialógica. (SOUZA, 2006). Exemplos de índices são: fumaça, indicando que há fogo; talheres, para indicar refeição.

O “Símbolo”, por sua vez, envolve uma denotação do signo em relação ao objeto em virtude de uma lei ou convenção. Peirce (1988, p. 52) define o símbolo como algo que passa a significar a partir de “uma associação de ideias gerais que opera no sentido de fazer com o que símbolo seja interpretado como se referindo àquele objeto”. De acordo com Santaella e Nöth (2008, p. 63), é por meio de uma ideia que o símbolo se relaciona ao objeto, não estando, por isso, associado ao que representa pela similaridade, como o faz o ícone, ou por uma conexão causal, como se fazem as relações indiciais. Essa relação simbólica acontece na mediação que opera para representar e se referir a um determinado objeto. É justamente essa associação de ideias na mente do interpretante que fará com que o símbolo represente algo diferente e fora dele, o objeto dinâmico.

Embora as categorias sejam bem definidas, não há nada na teoria peirceana que diga que uma categoria de manifestação signífica exclui a outra. Pelo contrário, a utilização de uma referida categoria não demarca a ausência das outras duas, uma vez que as três são intercambiantes. Uma imagem, por exemplo, ilustra Santaella e Nöth (2008, p. 63), não pode ser tomada apenas como ícone, assim como a palavra não deve ser apressadamente descrita apenas como símbolo. Souza (2006) pondera que, ao remeter ao objeto por uma associação de ideias, o símbolo pode conter um ou vários índices. Essa classificação dependerá, sobretudo, dos aspectos sumariamente visualizados pelo pesquisador.

Matriz Sonora

A questão do som na televisão não está restrita à dimensão musical. Por isso, tratamos a matriz do som no telejornalismo como “expressão sonora”, cujo leque de significados nos dá a possibilidade de pensar de maneira mais ampla as manifestações sonoras. Essa expressão, conforme

define Sá (1991, p. 124), é aquela que tem o som (e o próprio silêncio) como suporte e supõe uma determinada percepção. O estudioso ressalta, ainda, que o som no âmbito televisivo não deve, jamais, ser concebido isoladamente dos outros sentidos e sensações, como a cor, o gesto, o cheiro. Portanto, é necessário compreender a matriz sonora como um elemento discursivo da estrutura televisiva, que materializa o modo como percebemos a realidade à nossa volta.

Partimos dessa perspectiva para dizer que o som, assim como a imagem e a palavra, pode ser descrito como signo que produz significados a serem reconhecidos perante contextos específicos de produção. Comumente, no contexto de produção telejornalística, o som, da mesma forma que sua ausência, é significativo.

As expressões sonoras têm seu lugar e função de significar a realidade e devem ser, como alerta Sá (1991), compreendidas como produtos da cultura que os utiliza e não apenas como fenômenos físicos desvinculados das circunstâncias históricas.

Na perspectiva do autor,

A expressão sonora dá-se em condições nas quais as imagens sonoras vivenciadas compõem um conjunto de possibilidades que transitam pelo imaginário dos indivíduos e da cultura, espaço este que a imaginação cria e recria a depender das condições de seu exercício e desenvolvimento. (SÁ, 1991, p. 128).

Tais constatações nos levam a acreditar que existe, considerando a característica representativa das produções telejornalísticas, uma produção de códigos pressuposta pela condição cultural subjacente. Elementos sonoros, conjugados a códigos visuais e verbais, combinam-se de maneira a manter a coerência cultural e contextual das coisas significadas. Segundo Rezende (2000), o fundo sonoro, conhecido também como *background*, pode conferir à matéria mais realismo e autenticidade, aspectos que podem ser realçados quando o volume do som ambiente é elevado ao fim da fala do repórter. O som “limpo”, sem a participação de locutores, é o que se chama de som universal.

Descrevemos, assim, a produção sonora da série como signos que vinculam significados entre o sinal e o referente, signos que dependem fundamentalmente de um contexto cultural de produção. Essas considerações podem ser inscritas no que Sá (1991, p. 133) chama de “pré-auditabilidade desejada”, que pressupõe uma previsibilidade: “já-saber-o-que-se-vai-ouvir”. Em outras palavras, definimos os sons como elementos pressupostos de significação, uma vez que, no telejornalismo, eles normalmente aparecem associados aos signos verbais e visuais. Desse modo, para materializar a realidade que nos cerca, ou pelo menos aquela que o telejornalismo define como sendo a realidade, os sons precisam estar em conformidade com aquilo que está sendo falado no texto verbal e apresentado na imagem.

A ‘nordestinidade construída’ em *Caravana JN*

Chamamos de “nordestinidade construída” as criações ideológicas compostas em nível midiático que representam os estados do Nordeste pelas condições sociais, paisagísticas, estilos e modos de vida, os quais reproduzem imagens comuns do lugar. Assim sendo, a representação do Nordeste como nosso problema primordial de pesquisa está balizada, essencialmente, na noção de que, ao representar o Brasil a partir das regiões brasileiras, a *Caravana JN* define regionalidades e reproduz, por meio de seus sistemas representacionais, a identidade dessa região e das pessoas que vivem nela. Para isso, utiliza-se de duas referências: a paisagem local, que inclui as condições naturais e urbanas do lugar, e a imagem do homem nordestino como personagem das matérias.

Neste trabalho, estamos focados em avaliar o referencial de personificação do nordestino, definido por aquilo que ele é ou não é, ou a partir daquilo que ele tem ou não tem. Consideramos que a representação dessa região se distingue das demais regiões brasileiras pela semiótica visual, verbal e sonora balizada nos referenciais de paisagem e pessoas acima citados.

De um modo geral, pode-se dizer que as reportagens produzidas sobre a região nordestina transmitem significativamente as relações sociais intrínsecas no contexto eleitoral mais amplo, tal como propõe o projeto editorial da série. Não deixam, contudo, de assumir características

do contexto regional das quais se criam representações locais. Podemos identificar, no conjunto de matérias sobre a região, uma série de signos representantes de valores, normas e ideologias manifestados no plano linguístico e visual.

Ana das Carrancas: retrato de uma “retirante” em Petrolina (PE)

Como já dissemos, o elemento humano pode ser considerado um referencial de representação e elemento constituinte da narrativa e do discurso telejornalístico. Assim, avaliamos agora como a série *Caravana JN*, a partir da utilização do homem nordestino como personagem de suas matérias, promove representações da região Nordeste. Interessa-nos estudar, na matéria sobre Petrolina (PE) e sua personagem Ana das Carrancas, as relações que os signos estabelecem com os elementos referenciais humanos.

A matriz verbal na matéria sobre essa personagem se constitui a partir de *OFFS*¹ e *sonoras*². As *sonoras* são frequentemente utilizadas nessa reportagem com o objetivo de produzir o retrato da nordestina pela figura da Ana das Carrancas. Em número bastante evidente, e quase tão recorrente quanto os *OFFS*, as *sonoras* demonstram o quanto a personagem é importante para a condução da narrativa. Esses dados comportam uma grande significação, pois apontam justamente que o fato informado é a própria relação estabelecida entre a personagem e a cidade de Petrolina. Pela história de Ana, o telespectador depreende algumas das características de Petrolina e a importância que a cidade exerceu na vida dela, na concretização de seus sonhos e na formação de sua identidade.

Tabela 2: Composição da narrativa da reportagem sobre Petrolina (PE) em *OFFs* e *Sonoras*

Elemento da reportagem	Recorrência
<i>OFFs</i>	19
<i>Sonoras</i>	16

Fonte: A autora

Salientamos que, em função de uma deficiência na fala da personagem Ana das Carrancas, sua história é contada pela filha, cujo nome não é citado na matéria e não serve de referência para o fato.

Para o estudo semiótico da representação de Ana das Carrancas, selecionamos a série de oito sequências que narra a saída da personagem do sertão e sua chegada em Petrolina. Em grande parte delas, observamos a presença da personagem no plano das imagens; em outros momentos, também se observa menção a ela, porém, apenas pelo plano verbal. Diante disso, introduzimos um recorte metodológico, priorizando as sequências em que há referência à personagem-tipo, tanto no plano verbal, quanto no visual. A análise dos códigos *sonoros* ocorre quando estes são recorrentes nas sequências.

Para Sodré e Ferrari (1986, p. 11), a narrativa “é todo e qualquer discurso capaz de evocar um mundo concebido como real, material e espiritual, situado em um espaço determinado”. Os autores consideram que, quando a prioridade for a narratividade de aspecto emocional, a construção informativa estará calcada na personalização da informação e, para isso, utilizará personagens que ilustrem e conduzam o tema a ser desenvolvido.

Gomes (2005) afirma que uma prática comum no telejornalismo é contar a história/problema de um personagem como forma de exemplificar a situação de muitos outros. Essa é uma maneira de dar “rosto” à história narrada, que torna o fato mais credível e imediatamente reconhecível. A estudiosa ressalta, ainda, que a posição social das vozes das reportagens (personagens) é construída no telejornalismo por meio de diversos recursos, dentre os quais se destacam os modos de tratamento, enquadramentos e movimentos de câmera.

A matéria se inicia (Seq. 1) com a narração verbal sobre o casamento de Ana das Carrancas e mostra, já de início, um aspecto relacionado à intimidade e à condição emocional da personagem:

1 Texto feito pelo repórter com base nas imagens coletadas durante a reportagem.

2 São gravações de entrevistas realizadas por repórteres, utilizadas para criação de reportagens radiofônicas ou televisivas. São amplamente utilizadas em noticiários, dando voz a pessoas que têm opiniões ou vivenciaram um fato.

a bondade. No plano das imagens, Ana aparece ao lado do marido, sentada em uma cadeira de rodas, índice de uma condição de saúde que inspira cuidados. A imagem da sequência ainda não permite ao telespectador depreender a razão que teria movido Ana a se casar por caridade, como especula a matéria.



(Seq. 1)

BG³ 1: BARULHO DE PÁSSAROS

OFF 1: NÃO SE SABE SE ANA SE CASOU COM JOSÉ VICENTE POR AMOR OU POR CARIDADE.

Como elemento dessa semiótica telejornalística, acrescentamos a matriz sonora observada na sequência 1. O som é um elemento discursivo da estrutura televisiva, que materializa os modos como percebemos a realidade à nossa volta. (SÁ, 1991). O barulho de pássaros, no momento da reprodução da narrativa, dota de coerência a informação veiculada, pois, a partir dele, o real se torna mais imediato e mais palpável ao telespectador. O som, como elemento de informação, ativa a interpretação humana e contribui, na correlação com os códigos visuais e verbais, para a produção de significados coerentes.

Inferimos, então, que a relação ativa entre signos na linguagem telejornalística transforma o material disperso na realidade em um todo significativo. A produção telejornalística demonstra sua prática ideológica já na seleção de palavras, imagens e sons para a composição daquilo que é qualificado como acontecimento jornalístico, ou seja, como fato. Tal prática se dá, conforme orienta Orlandi (2001, p. 125), pelo “funcionamento discursivo” - “a atividade estruturante de um discurso determinado, por um falante determinado, para um interlocutor determinado, com finalidades específicas”.

Para identificar a esposa, o marido de Ana, na sonora 1 (Seq. 2), vale-se de uma progressão de substantivos (mãe, irmã, filha, tudo) que nos remete a um campo semântico relacionado ao domínio familiar e indicativo de acolhida, generosidade e afetividade. Essas características são significativas para identificar a mulher como bondosa, protetora, companheira e carinhosa.

Nas sequências 2 e 3, observamos que a cegueira e a ex-condição de pedinte, que identificam o marido de Ana, são características que habilitam o senhor José Vicente a funcionar semioticamente como um símbolo representativo de uma possível caridade advinda dos valores de bondade que a esposa apresenta. O símbolo nos conduz a um vasto campo de referências que inclui costumes, padrões estéticos e condições sociais (SANTAELLA, 2005). Essa condição reforça uma das hipóteses colocadas no início da matéria: a de que Ana teria se casado com ele por caridade.

³ O BG (*Background*) no telejornalismo é o som do ambiente ou música de fundo que acompanha a fala do repórter (*off*).



(Seq. 2)
SON 1: É TUDO PRA MIM, É MÃE, É IRMÃ,
É FIA (S/C), É TUDO MEU.



(Seq. 3)
OFF 2: CEGO, ELE PEDIA ESMOLA NAS FEIRAS.

A personagem Ana das Carrancas funciona como elemento fundamental da prática discursiva telejornalística no *JN*, pois ela materializa o que está sendo dado como informação. Ana é um dos personagens mais conhecidos do Nordeste, um ícone da região, pela estreita relação de similaridade que sua história estabelece com a história de vida de outros nordestinos. Em outra via, podemos dizer que ela é, também, um recurso metonímico, pelo qual a história de muitos outros nordestinos ganha visibilidade. Conhecida antigamente como Ana do Cego, ela é hoje chamada Dama do Barro, graças ao seu trabalho com carrancas e sua história de sucesso no trajeto do sertão “bruto” para Petrolina.

A abordagem desses aspectos em relação à personagem-tipo é uma condição de produção do discurso do *JN*, uma vez que, sob a premissa da humanização e da personificação do relato, as matérias ganham atributo de drama e despertam o interesse do telespectador por meio da comoção com o fato-drama, materializado pela experiência de vida de algum personagem. A chave para a compreensão do papel da personagem está na capacidade interpretativa do telespectador que deve, por inferência e produção de sentido, atribuir relação lógica entre os códigos telejornalísticos e, dessa relação, depreender uma informação.

A sequência 4 mostra, no entrelaçamento entre verbal e visual, o motivo que teria impulsionado Ana a ir embora para Petrolina. Pela informação dada no texto verbal, o sertão nordestino é qualificado pelo adjetivo bruto, cujo sentido remete à ideia de agressividade. O advérbio “mal” e o adjetivo “bruto” são atributivos da condição de vida no local conhecido como sertão e criam, por uma relação lógica de sentidos, a ideia de que Petrolina é uma cidade que oferece melhores condições de moradia, uma vez que Ana decidiu deixar o sertão para residir lá. Dessa cadeia de sentidos, depreendemos que o termo “bruto” funciona semioticamente como uma qualidade convencionalizada que simboliza a paisagem conhecida como “sertão”.



(Seq. 4)
OFF 3: VIVIAM MAL NO SERTÃO BRUTO.

A modificação do verbo viver, produzida pelo uso do advérbio “mal” e a qualificação do sertão a partir do adjetivo “bruto” determinam a condição de vida da personagem no sertão,

referenciando e apreciando os dizeres do plano imagético (a expressão fisicamente desgastada de Ana). Da relação semiótica estabelecida, verificamos que os enunciados verbais significam os sentidos criados pela imagem e figuram como dados novos e imprescindíveis para a composição do fato e o agendamento da informação.

A imagem anterior contempla a face da personagem em *close up*, grau de angulação que, conforme Rezende (2000, p. 151), apresenta alto teor de conotação, designando um sentido tal que torna possível depreendermos uma relação causal entre a aparência cansada nos olhos, as expressões da personagem e sua luta por sobrevivência no sertão. Como assinala Santaella e Nöth (2008), o símbolo denota, em função de uma associação de ideias gerais e pré-concebidas, o que nos dá subsídios para dizer que a imagem de Ana, resplandecente na sequência 4, do ponto de vista semiótico, é um símbolo do Nordeste. Para fazer sentido e informar, essa imagem precisa ser associada ao verbal e aos imaginários comuns que constituem a ideia de Nordeste.

Devemos lembrar que Petrolina é, também, uma cidade localizada no sertão, o que nos alerta para a clara distinção que a produção telejornalística faz entre o sertão descrito como bruto e o sertão do qual faz parte a cidade. Petrolina é um dos municípios mais ricos da região Nordeste; é banhado pelo rio São Francisco, característica que o torna uma referência na produção de agricultura irrigada. Esse contexto influencia sobremaneira a representação da cidade. Os signos, conforme Castoriadis (1982), adquirem valor combinatório e operam sistemas de valor dizendo quem somos em relação a nós e em relação aos outros. Nesse caso, o Nordeste é descrito, representacionalmente, pela combinação de signos que operam uma relação de oposição entre Petrolina e sertão bruto, dando-nos a dimensão do potencial econômico e social dos dois lugares.

Passamos agora à análise das sequências 7 e 8, pelas quais observamos a continuidade da produção de sentido iniciada nas sequências anteriores. A construção textual narra a história da saída de Ana e do marido do sertão “bruto”: “Botaram os pertences no lombo do jumento e fizeram um longo caminho: 400 quilômetros a pé”. O trecho, enriquecido de detalhes e típico de uma narrativa dramática, reforça imaginários comuns sobre o sertão nordestino, representado em termos de sua pobreza e da falta de estrutura social e econômica. Essa passagem nos remete à ideia comum, calcada em imaginários sociais, de nordestinos vagando pelo sertão bruto, na companhia de um jumento, símbolo do Nordeste, em busca de melhores condições de vida.



(Seq. 7)

OFF 5: BOTARAM OS PERTENCES NO LOMBO DO JUMENTO E FIZERAM UM LONGO...



(Seq. 8)

OFF 6: CAMINHO: 400 QUILOMETROS, A PÉ.

As sequências 7 e 8 se apresentam como uma encenação da vida cotidiana. A semiótica observada anteriormente nos mostra que a prática telejornalística prevê fatos e, a partir disso, produz representações do real e de seus elementos. Esse jogo coloca em cena conhecimentos prévios, socialmente produzidos e culturalmente disponíveis, correspondentes a domínios estáveis de representação. Os rostos apresentados no plano imagético da reportagem corporificam imaginários sobre o nordestino, fornecendo ao relato atributos de humanização e coerência dramática. Ao funcionarem como retratos do fato, esses personagens referendam a ideia de que existem pessoas diretamente afetadas pela falta de condições sociais e de moradia no sertão bruto.

Considerações finais

Pelas análises produzidas, percebemos um constante movimento de identificação de Ana das Carrancas por seus sonhos, desejos; enfim, por aquilo que ela não tinha com a vida que levava no sertão bruto. Por força desses motivos, a personagem se mudou para Petrolina, que, por sua vez, é representada, na matéria, através de características que a diferenciam do sertão onde Ana das Carrancas residia. Esse movimento de identificação se mostra como uma estratégia discursiva, cuja finalidade é perpetuar a reprodução de imagens de um Nordeste em que os habitantes precisam estar sempre em luta por sobrevivência.

Desse modo, a representação de Petrolina, do sertão e, conseqüentemente, do Nordeste não se faz apenas pela afirmação corrente das características do lugar ou mesmo de seus habitantes. Faz-se, também, por um movimento contingente e linguístico que identifica alguma coisa mediante a negação de outra. Em outras palavras, são afirmações que nomeiam algo a partir daquilo que ele “não é” ou “não tem”. A presença de elementos que identificam o Nordeste e os nordestinos a partir do traço daquilo que eles não são ou não têm se faz nas bases da demarcação dessa região brasileira como diferente das demais.

Das representações sociais sobre o Nordeste, na Caravana do *Jornal Nacional*, decorrem significações sociais que podem ressoar, no contexto brasileiro mais amplo, como tipificações, classificações e perceptível manutenção de estereótipos sociais. Essas significações são produzidas pela seleção de signos, manifestados na linguagem (verbal, visual e sonora) do programa, descortinando o modo de operação cultural e, com isso, as visões de mundo e os juízos de valor sobre este lugar.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 8. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.
- CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade**. Trad. Guy Reynaud. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- ECO, Umberto. Para uma investigação semiológica sobre a mensagem televisional. In: ECO, Humberto. **Apocalípticos e integrados**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 1990. p. 365-386.
- GOMES, Itânia. **Modo de endereçamento no telejornalismo do horário nobre brasileiro**: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão. 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1315-1.pdf>>. Acesso em 07/07/2009.
- JESPERS, Jean-Jaques. **Jornalismo televisivo**. Coimbra: Minerva, 1998.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.
- ORLANDI, Eni. **Discurso, imaginário social e conhecimento**. 1994. Disponível em: <<http://emaberto.inep.gov.br/index.php/emaberto/article/view/911/817>>. Acesso em 24/04/2009.
- ORLANDI, Eni. **A linguagem e seu funcionamento**: as formas de discurso. 4. ed. Campinas: Pontes, 2001.
- PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectivas, 1988.
- PÊCHEUX, Michel. Análise Automática do discurso (Parte I). In: GADET, F. & HAK, T. (Orgs.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Editora da UNICAMP, 1990. p. 61-105.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. Reflexões sobre o sincretismo da realidade ficção na TV brasileira. In: LYSARDO-DIAS, Dylia. (Org.). **Discurso, representação e ideologia**. São João Del-Rei: Promel/UFSJ, 2005. p. 39-64.

SÁ, Leonardo. O sentido do som. In: NOVAES, Adauto. **Rede Imaginária: televisão e democracia**. São Paulo: Companhia das Letras/Secretaria Municipal de Cultura, 1991. p. 123-139.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora visual verbal: aplicações na hipermídia**. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SOUZA, Licia Soares de. **Introdução às teorias semióticas**. Petrópolis, Vozes; 2006.

STEINBERGER, Margarethe Born. **Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional na América Latina**. São Paulo: EDUC/Fapesp/Cortez, 2005.

Recebido em 10 de janeiro de 2018.

Aceito em 15 de fevereiro de 2018.