

**UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA - UNIARA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM**  
**DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E MEIO AMBIENTE**

**JORNAL NACIONAL UM CASO DE AMOR COM O PODER:  
ESTUDO DE ADESÃO E RESISTÊNCIA À IDEOLOGIA DO  
GRUPO GLOBO NA CIDADE DE ARARAQUARA ESTADO DE  
SÃO PAULO.**

***FÁBIO CARLOS RODRIGUES  
ALVES***

***ORIENTADORA: PROFA. DRA.  
DULCE CONSUELO ANDREATTA  
WHITAKER.***

**ARARAQUARA/SP**

**2018**

**UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA - UNIARA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM**  
**DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E MEIO AMBIENTE**

**JORNAL NACIONAL UM CASO DE AMOR COM O PODER:  
ESTUDO DE ADESÃO E RESISTÊNCIA À IDEOLOGIA DO  
GRUPO GLOBO NA CIDADE DE ARARAQUARA ESTADO DE  
SÃO PAULO.**

*Texto de Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação Doutorado em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente do Centro Universitário de Araraquara/SP – UNIARA, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente.*

*Área de Concentração: Dinâmica Regional e Alternativas de Sustentabilidade.*

**ARARAQUARA/SP**

**2018**

## FICHA CATALOGRÁFICA

A479j Alves, Fabio Carlos Rodrigues

Jornal nacional um caso de amor com o poder: estudo de adesão e resistência à ideologia do grupo Globo na cidade de Araraquara estado de São Paulo/Fabio Carlos Rodrigues Alves. – Araraquara: Universidade de Araraquara, 2019.

210f.

Tese (Doutorado)- Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente- Universidade de Araraquara-UNIARA

Orientador: Profa. Dra. Dulce Consuelo Andreatta Whitaker

1. Televisão. 2. Grupo Globo. 3. Jornal nacional. 4. Comunicação. 5. Ideologia. I. Título.

CDU 577.4



**FOLHA DE APROVAÇÃO**

Nome do Aluno: **Fábio Carlos Rodrigues Alves**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente, curso de Doutorado, da Universidade de Araraquara – UNIARA – como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente.

Área de Concentração: Desenvolvimento Territorial e Alternativas de Sustentabilidade.

**BANCA EXAMINADORA**

**Prof.(a) Dr.(a) Dulce Consuelo Andreatta Whitaker**

**Prof.(a) Dr.(a) Profa. Dra. Paula Ramos de Oliveira**

**Prof.(a) Dr.(a) Profa. Dra Elis Cristina Fiamengue**

**Prof.(a) Dr.(a) Profa. Dra Vera Lúcia Navarro**

**Prof.(a) Dr.(a) Profa. Dra Vera L.S. Botta Ferrante**

*Dedico este trabalho nas presentes memórias de AMÉLIA MICHELOTO  
RODRIGUES, APARECIDO RODRIGUES ALVES e LILIAN  
CRISTINA DA SILVA ALVES.*

*Ainda a FÁBIO GABRIEL RODRIGUES ALVES, IONE ARSENIO DA  
SILVA e aos nossos gêmeos MARLA YASMIM e GAEL.*

## **AGRADECIMENTOS**

A orientadora Profa. Dra. Dulce Consuelo Andreatta Whitaker, intelectual cujo desassossego em relação ao senso comum e respeito à rigorosidade científica a tornam única, pela dedicação e carinho prestados ao presente trabalho.

A Profa. Dra. Janaína Florinda Ferri Cintrão, pela paciência e ensinamentos.

A Profa. Dra. Vera Lúcia Silveira Botta Ferrante (guerreira Vera) docente que acredita que o ensinar é criar, problematizar, sobretudo pensar.

Aos professores e professoras do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente, pelos ensinamentos e experiências.

Aos colegas e amigos da turma, pelas conversas, pelos incentivos, pela amizade.

A equipe da Secretaria do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente, sempre afetuosa.

A CAPES, pelo apoio financeiro.

## RESUMO

As grandes empresas de comunicação no Brasil são controladas por algumas famílias, como a Rede Globo (Família Marinho), o SBT (Família Abravanel), Rede Record (Família Macedo), Editora Abril (Família Civita), O Estado de São Paulo (Família Mesquita), Folha de São Paulo (Família Frias). Partimos de argumentos de que esses conglomerados midiáticos influenciam na formação da visão política e na elaboração de opiniões dos seus leitores, ouvintes, assinantes. O grau e a profundidade dessa influência foi estudado por meio da aplicação de questionários aplicados em três grupos de bairros do município de Araraquara/SP: Selmi Dei e Adalberto Roxo, São José e Santa Angelina e Vila Harmonia e Fonte Luminosa. Com aplicação desses questionários, tentamos apreender atitudes e opiniões prevalentes em diferentes classes sociais sobre a influência (ou não) do Grupo Globo, através principalmente do seu jornalismo, tendo como farol o Jornal Nacional, em recentes acontecimentos políticos do país, como no impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff. Como parte da estrutura da pesquisa foi elaborado um histórico do Grupo Globo, permeado por Teorias da Informação e Comunicação, e por conceitos da Cultura e da Ideologia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Televisão. Grupo Globo. Jornal Nacional. Comunicação. Ideologia.

## **ABSTRACT**

The major communication companies in Brazil are controlled by some families, such as Rede Globo (Marinho Family), SBT (Abravanel Family), Rede Record (Macedo Family), Editora Abril (Civita Family), O Estado de São Paulo (Mesquita Family), Folha de São Paulo (Frias Family). We start from arguments that these media conglomerates influence the formation of the political vision and the elaboration of opinions of its readers, listeners, subscribers. The degree and depth of this influence was studied through the application of questionnaires applied to three groups of districts in the city of Araraquara / SP: Selmi Dei and Adalberto Roxo, São José and Santa Angelina and Vila Harmonia and Fonte Luminosa. With the application of these questionnaires, we try to apprehend prevailing attitudes and opinions in different social classes about the influence (or not) of the Globo Group, mainly through its journalism, having as a focus the National Journal, in recent political events of the country, as in the impeachment of former President Dilma Rousseff. As part of the research structure, a history of the Globo Group was elaborated, permeated by Information and Communication Theories, and by concepts of Culture and Ideology.

**KEYWORDS:** Television. Globo Group. National Journal. Communication. Ideology.

## **LISTA DE FIGURAS**

Ilustração Figura 01. Manchetômetro matérias jornalísticas contrárias a Aécio Neves, Dilma Rousseff e Marina Silva, da semana 06-12 de julho de 2014 a semana 12-18 de outubro de 2014. Página 52.

Ilustração Figura 02. Manchetômetro matérias jornalísticas contrárias a Aécio Neves, Dilma Rousseff e Marina Silva, cômputo do tempo total dedicado à cada candidato de 06/07/2014 a 25/10/2014. Página 53.

Ilustração Figura 03 um exemplo de sensacionalismo da Revista Veja, estampado desde a capa da revista, em prejuízo dos governos de esquerda, ou, se preferirem, dos governos do PT (Partido dos Trabalhadores). Página 115.

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 01. Compilação sobre os canais favoritos apontados pelos entrevistados dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo. Página 107.

Quadro 02. Compilação sobre os telejornais mais assistidos pelos entrevistados dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo. Página 111.

Quadro 03. Compilação sobre percepção dos entrevistados dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo, acerca dos políticos. Página 112.

Quadro 04. Compilação sobre os canais favoritos apontados pelos entrevistados dos bairros São José e Santa Angelina. Página 122.

Quadro 05: demonstra se os entrevistados assistem, ou não, o Jornal Nacional, entre os moradores dos bairros do São José e Santa Angelina, divididos por sexo. Página 124.

Quadro 06. Compilação sobre os telejornais mais assistidos pelos entrevistados dos bairros São José e Santa Angelina. Página 126.

Quadro 07: Compilação sobre percepção dos entrevistados dos bairros São José e Santa Angelina, acerca dos políticos. Página 127.

Quadro 08. Referido Quadro demonstra, quais outros meios de informação utilizados pelos moradores do São José e Santa Angelina, no caso as revistas. Página 129.

Quadro 09. Compilação sobre os canais favoritos apontados pelos entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa. Página 137.

Quadro 10. Compilação sobre os telejornais mais assistidos pelos entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa. Página 142.

Quadro 11. Compilação sobre percepção dos entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, acerca dos políticos. Página 142.

Quadro 12: demonstra quais outros meios de informação utilizados pelos moradores da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, no caso as revistas. Página 145.

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01. Entrevistados nos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo. Página 103.

Gráfico 02. Grau de escolaridade dos entrevistados nos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo. Página 104.

Gráfico 03. Quantidade de aparelhos de TV por residência, nos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo. Página 105.

Gráfico 04. Opções de canais favoritos, moradores dos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo. Página 106.

Gráfico 05. Programas mais assistidos entre os moradores dos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo. Página 108.

Gráfico 06. Pessoas que assistem, ou não, o Jornal Nacional, entre os moradores dos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo. Página 110.

Gráfico 07. Telejornais mais assistidos entre os moradores dos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo. Página 111.

Gráfico 08. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do Selmi Dei e Adalberto Roxo, no caso os jornais impressos. Página 113.

Gráfico 09. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do Selmi Dei e Adalberto Roxo, no caso as revistas. Página 114.

Gráfico 10. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do Selmi Dei e Adalberto Roxo, no caso aparelhos eletrônicos distintos da Televisão. Página 116.

Gráfico 11. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do Selmi Dei e Adalberto Roxo, no caso livros. Página 117.

Gráfico 12. Entrevistados nos bairros do São José e Santa Angelina, divididos por sexo. Página 119.

Gráfico 13. Grau de escolaridade dos entrevistados nos bairros do São José e Santa Angelina, divididos por sexo. Página 120.

Gráfico 14. Quantidade de TV's por residência, nos bairros São José e Santa Angelina, divididos por sexo. Página 121.

Gráfico 15. Opções de canais favoritos, moradores dos bairros do São José e Santa Angelina, divididos por sexo. Página 122.

Gráfico 16. Programas mais assistidos pelos moradores dos bairros do São José e Santa Angelina. Página 123.

Gráfico 17. Pessoas que assistem, ou não, o Jornal Nacional, entre os moradores dos bairros do São José e do Santa Angelina, divididos por sexo. Página 125.

Gráfico 18. Telejornais mais assistidos pelos moradores dos bairros do São José e Santa Angelina. Página 126.

Gráfico 19. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do São José e Santa Angelina, no caso os jornais impressos. Página 128.

Gráfico 20. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do São José e Santa Angelina, no caso as revistas. Página 129.

Gráfico 21 e Gráfico 22. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do São José e Santa Angelina, no caso livros. Páginas 130/131.

Gráfico 23. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do São José e Santa Angelina, no caso aparelhos eletrônicos distintos da Televisão. Página 132.

Gráfico 24. Entrevistados nos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa, divididos por sexo. Página 133.

Gráfico 25. Grau de escolaridade dos entrevistados nos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa, divididos por sexo. Página 134.

Gráfico 26. Quantidade de TV's por residência, nos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, divididos por sexo. Página 136.

Gráfico 27. Opções de canais favoritos, moradores dos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa, divididos por sexo. Página 137.

Gráfico 28. Opções de programas favoritos, moradores dos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa, divididos por sexo. Página 139.

Gráfico 29. Pessoas que assistem, ou não, o Jornal Nacional, entre os moradores dos bairros do Vila Harmonia e Fonte Luminosa, divididos por sexo. Página 140.

Gráfico 30. Telejornais mais assistidos pelos moradores dos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa. Página 141.

Gráfico 31. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, no caso os jornais impressos. Página 144.

Gráfico 32. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, no caso as revistas. Página 145.

Gráfico 33. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, no caso livros. Página 146.

Gráfico 34. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, no caso aparelhos eletrônicos distintos da Televisão. Página 147.

Gráficos 35, 36 e 37, tratam da questão de o Jornal Nacional exercer influência, ou não, sobre seus telespectadores, dos bairros periféricos, centrais e de classe média-alta, respectivamente. Páginas 150/151.

Gráficos 38, 39 e 40, se houve algum momento em que o telespectador mudou sua opinião após assistir o Jornal Nacional, dentre os Entrevistados dos bairros periféricos, centrais e de classe média-alta, respectivamente. Páginas 154/155.

Gráficos 41, 42 e 43, qualidades do candidato que o entrevistado considera quando vota para Presidente da República, entre os moradores dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo, São José e Santa Angelina e Vila Harmonia e Fonte Luminosa, respectivamente. Páginas 157/158.

Gráficos 44, 45 e 46, como o telespectador fica sabendo as qualidades de seu candidato, entre os entrevistados dos bairros periféricos, centrais e de classe média-alta, respectivamente. Páginas 159/160.

Gráficos 47, 48 e 49, tratam de ponderar se o entrevistado acredita, ou não, que o Jornal Nacional informe adequadamente seus eleitores, dos bairros do Selmi Dei/Adalberto Roxo, São José/Santa Angelina e Vila Harmonia/Fonte Luminosa, respectivamente. Páginas 162/163.

Gráficos 50, 51 e 52, questão relativa a Internet, se o entrevistado concorda, ou não, em se informar exclusivamente pela Internet, deixando de assistir ao J.N., entre os Entrevistados dos bairros do Selmi Dei/Adalberto Roxo, São José/Santa Angelina e Vila Harmonia/Fonte Luminosa, respectivamente. Páginas 166/167.

Gráficos 53, 54 e 55, se o Entrevistado percebe alguma relação entre as matérias veiculadas pelo J.N. e o processo de impeachment da ex-Presidente Dilma Rousseff, dos bairros do Selmi Dei/Adalberto Roxo, São José/Santa Angelina e Vila Harmonia/Fonte Luminosa, respectivamente. Páginas 168/169.

## ÍNDICE

APRESENTAÇÃO.....	15
INTRODUÇÃO.....	16
A – AS ORIGENS DO INTERESSE PELO TEMA E ASPECTOS GERAIS DA TOTALIDADE HISTÓRICA.....	16
B – CHEGADA AO TEMA E SUAS DIFERENTES VERTENTES: ESTRATÉGIAS DA GLOBO.....	25
B 2 – ESTRATÉGIAS DA TV GLOBO – PROGRAMAÇÃO.....	29
C – CASOS EXEMPLARES.....	31
CASO EXEMPLAR N.º 1.....	31
CASO EXEMPLAR N.º 2.....	33
CAPÍTULO I – QUESTÕES TEÓRICO – METODOLÓGICAS.....	36
A – PROCEDIMENTOS EMPÍRICOS.....	36
B – QUESTÕES TEÓRICO – METODOLÓGICAS.....	36
C – UNIVERSO DA PESQUISA.....	39
CAPÍTULO II – DE ORGANIZAÇÕES A GRUPO: HISTÓRICO DO GRUPO GLOBO – JORNAL NACIONAL.....	41
CAPÍTULO III – MÍDIA TELEVISIVA E PODER ECONÔMICO.....	65
A – AS TEORIAS DA INFORMAÇÃO – COMUNICAÇÃO.....	77
B – CONCEITO DE CULTURA.....	83
C – CONCEITO DE IDEOLOGIA.....	87
D – COMUNICAÇÃO, CULTURA E IDEOLOGIA.....	96
CAPÍTULO IV – A INFLUÊNCIA DO PODER ECONÔMICO POR MEIO DA MÍDIA TELEVISIVA (RESULTADOS).....	100
CAPÍTULO V – CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	174
REFERÊNCIAS.....	180
REFERÊNCIAS DA WEB.....	184

<b>REFERÊNCIAS FILMES E DOCUMENTÁRIOS.....</b>	<b>186</b>
<b>APÊNDICE A.....</b>	<b>188</b>
<b>APÊNDICE B.....</b>	<b>190</b>

## APRESENTAÇÃO

Esta Tese é uma tentativa de captar – dialeticamente – o “outro lado” da comunicação televisiva. Conforme nossa extensa revisão bibliográfica evidencia (Apêndice B), o Jornal Nacional é tema bastante estudado porque intelectuais e pesquisadores de diferentes áreas percebem a necessidade de compreender cientificamente a adesão da maioria às suas investidas manipuladoras. Ou seja: a maior parte dos estudos arrolados por nós busca ou acaba demonstrando como isso acontece. No caso deste trabalho, porém não pretendemos mostrar isso. Já tínhamos esse dado e para não sermos repetitivos buscamos outro ângulo de análise, a saber a receptividade dos telespectadores, o que raramente aparece nos estudos por nós elencados.

Face a isso, não utilizamos a nossa revisão bibliográfica no corpo da Tese e, preferimos partir de textos teóricos que ajudam a entender os alvos ideológicos, as estratégias manipuladoras e a função domesticadora da T.V. enquanto instrumento da dominação. Mas, igualmente, esses textos, em geral, não levam em conta a possibilidade da resistência do sujeito diante dessa perversidade manipuladora.

O processo da comunicação social ou individual é sempre cheio de contradições. Assim, apesar do caráter hegemônico da televisão, apoiada e apoiadora do poder econômico, há faixas de resistência e foi isso que nos interessou. Mas para chegar a essa resistência e dar a ela o devido valor, já que subsiste com dificuldade, tínhamos que partir das teorias mais eficientes no desmonte desse importante meio ideológico de comunicação e tínhamos de situar o histórico do Grupo Globo para mostrar que as tarefas que a Rede Globo desempenha, e desempenhou nos seus mais de 50 anos de existência, são e continuarão sendo aquelas para as quais foi programada durante o período da ditadura militar no Brasil.

## **INTRODUÇÃO**

### **A – AS ORIGENS DO INTERESSE PELO TEMA E ASPECTOS GERAIS DA TOTALIDADE HISTÓRICA**

A presente investigação é um desdobramento de outra, realizada em Dissertação de Mestrado, intitulada “A Contextualização do Binômio Produção e Consumo à Luz dos Conceitos da Cultura e da Ideologia”. Na referida Dissertação, o presente aluno e sua audaciosa orientadora, lançaram mão de conceitos e exegeses marxistas, entremeados pela análise de comerciais televisivos, para demonstrar a impossibilidade de consumo consciente, haja vista que é na própria produção das mercadorias que ocorre o consumo da natureza. (RODRIGUES ALVES, 2014)

Assim, no presente trabalho, ainda temos o peso de conceitos marxistas, mormente o da Ideologia. Por outro lado utilizamos novamente o conceito de Cultura, como um produto relativo à humanização. Ainda investigamos a televisão, mas com enfoque no jornalismo do Grupo Globo, mais precisamente pela análise de matérias jornalísticas veiculadas pelo Jornal Nacional e aplicação de questionários semi-dirigidos em diferentes bairros de Araraquara/SP, buscando compreender a influência da T.V. e do Jornal Nacional com enfoque nas classes sociais.

Montesquieu (2000, p.01), na obra o “Espírito das Leis”, equacionou o chamado sistema de freios e contrapesos, no qual os poderes instituídos pelo Estado serão independentes, mas harmônicos entre si, eis que, cada poder exerce uma espécie de contenção sobre outro poder. Temos na Constituição brasileira o mesmo modelo. (Constituição Federal, 2018)

Contudo, não é raro encontrar em trabalhos acadêmicos ou mesmo obter através do senso-comum, a indicação de outro poder: o Poder da Mídia, ou a Mídia como Quarto Poder – uma espécie de metáfora, com a qual se supõe o poder totalizador dos meios de comunicação – especialmente a T.V. Será que a mídia tem todo esse poder? De qual poder estamos discorrendo? Qual a envergadura desse poder? Quais as empresas representam esse poder no Brasil?

Se a mídia possuir todo esse poder (ou mesmo parte do poder que lhe atribuem) deveria sofrer contenção por parte de outro poder, como no sistema de freios e

contrapesos criado por Montesquieu? Ou a própria sociedade civil é capaz de ditar a programação de determinada rede de televisão?

Não podemos desconsiderar o Poder Econômico, a burguesia industrial e financeira, como influente ativo dessa complexa miríade de agentes. Visando esboçar essa intrincada rede de agentes que se digladiam pelo manutenção de seus interesses e aumento de riqueza acumulada, por meio de relações de poder, trazemos um exemplo emblemático: a orquestração do capital especulativo internacional, de corporações internacionais do ramo petrolífero, de alguns políticos do Congresso Nacional, acaudilhados pela mídia hegemônica objetivando a desvalorização, o achincalhamento público da Petrobras.

Ocorre que a Petrobras, por meio de tecnologias de ponta na exploração de petróleo em águas profundas, obteve sucesso na extração da chamada camada do pré-sal. O marco regulatório da utilização do pré-sal (Lei 12.351/2010) garantia à Petrobras a exploração na maior parte do petróleo presente no pré-sal, e o investimento de boa parte desses dividendos na educação e na saúde. Ora, as grandes corporações do ramo petrolífero tinham a intenção de serem as responsáveis pela extração do pré-sal, garantindo o dinheiro dos lucros no bolso de poucos, e não ficariam inertes com a possibilidade dos lucros serem partilhados na sociedade.

A jornalista Lena Azevedo, em artigo intitulado “O Desmonte da Petrobras. Plano de Negócios até 2019 expõe desinvestimentos, fatiamento da empresa e venda de ativos”. E pergunta:

Quem lucra com o enfraquecimento da Petrobras? O mercado, as multinacionais que desde sempre cobiçaram as reservas de óleo e gás do Brasil, a terceira no *ranking* mundial, políticos atrelados aos interesses internacionais? (Azevedo, 2018)

Lena Azevedo continua, articulando que os interessados na desqualificação e na desvalorização da Petrobras, contam com o beneplácito da mídia tradicional e do Poder Judiciário. A mídia hegemônica, ao mesmo tempo em que desqualifica a Petrobras, defende sua privatização, seja atacando os governos do Partido dos Trabalhadores (do PT – Lula e Dilma Rousseff), seja apoiando os partidos e políticos que articulam a privatização e a entrega do pré-sal à iniciativa privada internacional (do PSDB – Aloysio Nunes e José Serra, do MDB – Jutahy Júnior). O Poder Judiciário, ao mesmo tempo em

que confere celeridade aos processos envolvendo o Partido dos Trabalhadores, encastela os políticos do PSDB e do MDB, encobrindo suas artimanhas.

O filme “A Corporação” (2003) apresenta dados históricos da evolução dessas grandes empresas transnacionais, de seu surgimento até as corporações internacionais existentes atualmente. O filme expõe uma faceta das corporações: exploração de mão de obra, desrespeito à dignidade humana, desrespeito ao meio ambiente, manipulação de informações, estratégias para alienar o consumidor e busca incessante por maiores lucros. (MARK ACHBAR, JENNIFER ABBOTT, 2003). No filme A Corporação é apresentado um “perfil psicológico” das corporações e como elas causam prejuízos ao trabalhador, ao meio ambiente, à própria sociedade. As corporações desrespeitam os direitos básicos dos trabalhadores, exploram mão de obra nos países em desenvolvimento ou em países com excesso de mão de obra (exemplo países da América Central e a China) e consomem indiscriminadamente os recursos naturais.

Mas que tipo de “pessoa” é uma corporação? Chomsky, entrevistado no filme “As Corporações”, pondera que as corporações possuem o direito de pessoas imortais, são pessoas especiais, não possuem consciência moral. Preocupam-se apenas com os acionistas, com o aumento sucessivo das taxas de lucros, não sentem remorso pelas atitudes que tomam para alcançar os maiores ganhos. Chomsky traça um paralelo entre a atuação da corporação no sentido estrito de seu objetivo (lucros) e na relação com as pessoas:

Ao olhar uma corporação, como ao olhar um dono de escravos você quer diferenciar a instituição do indivíduo. Escravidão e outras formas de tiranias são monstruosas, mas os participantes delas podem ser pessoas muito boas. Benevolentes, cordiais, carinhosas com os filhos, até com os escravos, importando-se com as pessoas. Como indivíduos, podem ser qualquer coisa. Em seu papel institucional são monstros, porque a instituição é monstruosa. (CHOMSKY, “A Corporação”, 2003)

Chomsky (2003) entende que, mesmo tendo à frente de sua gestão pessoas de índole inatacável, respeitadas e respeitosas, as corporações na sua essência causam o mal. Não porque querem, mas porque o sistema de produção capitalista possui uma classe dominante que se apropria da mais valia para o acúmulo de riqueza, enquanto do outro lado os que a produzem apenas sobrevivem na sociedade.

No fatídico dia 11 de setembro de 2001, os Estados Unidos sofreram uma série de ataques suicidas que destruíram as torres do edifício World Trade Center em Nova Iorque, o que resultou em milhares de mortos, e trouxe pânico ao povo norte-americano. Qual foi a primeira reação da bolsa de valores de Nova Iorque (um dos baluartes do capitalismo americano)? A primeira reação foi: “Meu Deus, o preço do ouro deve ter explodido!” Quem investiu em ouro conseguiu dobrar seus investimentos e muitos ficaram felizes com isso. “Na devastação há oportunidade”, disse o investidor que participou do filme. (MARK ACHBAR, JENNIFER ABBOTT, 2003)

O ideal para as corporações é manter o isolamento das pessoas com sua Televisão. A classe dominante é detentora dos meios de produção e dos meios de comunicação, assim, por interesses próprios ou do capital especulativo rentista, elabora e insere na sociedade, por meio de sua grade, programas alienantes da realidade, para tentar domesticar e iludir a classe dominada. Acerca das vicissitudes atribuídas ao assunto Chomsky discorre:

A meta da corporação é maximizar o lucro, e a participação no mercado. Ela tem um objetivo para sua meta: A população. Ela precisa ser transformada em consumidores inconscientes, de produtos que não desejam. É preciso desenvolver desejos. Então é preciso criar desejos. Impor uma filosofia da futilidade. Volta a atenção das pessoas para aspectos fúteis da vida, como o consumo de modismos. Estou citando literatura de negócios. E faz sentido. O ideal é ter indivíduos desassociados entre si. Cujas concepções de si mesmos, o senso de valor, é a quantidade de desejos que conseguem satisfazer. Temos grandes setores da economia, relações públicas, propaganda, que se destinam a encaixar as pessoas no padrão desejado. (CHOMSKY, “A Corporação”, 2003)

Assim, nessa doutrinação dos consumidores, as grandes empresas de televisão são a grande aliada da classe dominante. As grandes corporações da mídia dizem e impõe o que é notícia. As notícias adquirem um caráter de informar, de passar adiante o que interessa aos grupos que estão no controle, que detém o poder. A mídia, controlada por grandes corporações capitalistas, e acobertada pelo direito à liberdade de expressão, extrapola de seu direito de informar de forma isenta e, manipula, controla, contribuindo na alienação geral da sociedade, que não se reconhece nas próprias notícias.

Essa discussão é atual, pois muitos entendem (leia-se profissionais do próprio meio) que, qualquer ingerência do Governo na mídia, por mínima que for, é nociva. Por outro lado, outros estudiosos entendem que a mídia é livre, mas que o Governo pode, e deve interferir principalmente no conteúdo apresentado. Há ainda, aqueles que defendem que a mídia deve ser livre, porém com regulamentações, para não extrapolar suas funções, usurpando o poder, conforme apontaram as considerações da banca examinadora deste trabalho.

Aqueles que entendem pela não intervenção do Estado (que somente existe para servir a sociedade), nos meios de comunicação, enaltecendo a mídia livre, o fazem com base nos “anos de chumbo”, ou melhor dizendo, devido ao período de censura (1964-1985) proporcionado pelos militares no poder do Brasil.

Mas aqui há um paradoxo, que vamos trabalhar ao longo deste trabalho: se o Grupo Globo, antiga Organizações Globo, através da pessoa de seu fundador, Roberto Marinho, é acusado de manter, no mínimo, uma cumplicidade velada com a ditadura, e atualmente é a maior e mais influente rede de televisão do país, representante da ideologia burguesa, ao defendermos a ausência total de regulação da mídia, não estamos corroborando com o atual modelo desta poderosa Rede de Televisão? Em outras palavras, não queremos a volta da ditadura e de seus métodos antidemocráticos, mas aceitamos passivamente que um de seus maiores apoiadores, o Grupo Globo, tenha toda a liberdade possível nos conteúdos apresentados?

Como o conceito de cultura será um dos eixos que vai sustentar esta pesquisa, e a arte é uma das fontes culturais mais criativas de um povo, trazemos a letra de uma música da cantora Rita Lee, em que a mesma discorre sobre a mídia. A música se chama “Arrombou a Mídia”:

Ai ai meu Deus. O que foi que aconteceu. Com a Mídia Popular Brasileira. Rádio e TV tem jabá. Novelas ditam quem é Star. Eu também quero ser marqueteira. Tem sempre na tela um apresentador. Vendendo a tragédia de algum cantor. A fé corre o risco de fugir da igreja. No canal do bispo, comercial de cerveja. De meia em meia hora, uma nova pesquisa. Mas como, se ninguém nunca me analisa? Por sorte meu controle anda tão descontrolado. Eu mudo de canal e ele aperta o desligado...Isto é uma vergonha! Jornais falham mais que previsão de economista. Tem crítico da hora que sonha ser artista. Veja a Época de trair com mais prudência. Velho viagrado Isto É a nova tendência. Ricos e Famosos dão as Caras por Capricho. Peladonas de hoje amanhã estão

no lixo. Manchete eterna palestinos e judeus. Nossa Faixa de Gaza é na Cidade de Deus...eu aumento mas não invento! Em outdoor desfila o mundo “fashion très chic”. Morrendo de fome as “top models” têm chilique. Dietas, malhações, “botox” saem pela goela. Os “Big McCoisa” fazem mal e dão sequelas. Fama “Brother” fraude no Limite do milhão. Programas de barraco, pegadinhas, que armação! “Loiras “apresentadoras” tentam o estrelato Mas pra chegar à Hebe haja sola de sapato...mexeu com você, mexeu comigo! “Editoriais” são pura megalomania. Manipulando minha vida todo santo dia. As FMs tocam a mesmice que eu não peço. Nada mais parado que parada de sucesso. Um ponto no Ibope custa a alma pro diabo. E eu pago pra enfiar Tv à cabo pelo rabo. Quatro enxeridas falam mais que Zarathustra. É isso que dá juntar mulher de Saia Justa...Um beijo do gordo! (LEE, 2017)

Vivemos em uma sociedade capitalista e a tendência é tudo ser transformado em mercadoria. Dessa forma, por exemplo, a educação, a saúde, a segurança, se transformaram em mercadorias visando lucros e acumulação de capital, e cada vez mais controladas pelo sistema empresarial.

Mas a mídia, que abarca os meios de comunicação em geral, também virou um produto massificado? A televisão produz em “série”, como se fosse uma linha de produção da mídia? A programação televisiva tornou-se o produto de uma “indústria cultural” (Lins da Silva, 1985, p.19). As “mercadorias” produzidas pela Televisão são compradas pelos patrocinadores (anunciantes) que “presenteiam” o público telespectador com claras intenções de conquistá-los para o consumo de outras mercadorias, aquelas produzidas pelos patrocinadores. Subjacente a isso, ocorrem as intenções ideológicas, estas sim, interesses maior da indústria cultural.

Contudo, e o Jornalismo do Grupo Globo, mais especificamente o Jornal Nacional, é uma mercadoria? O Jornal Nacional produz informação e as distribui por meio da comunicação televisiva. O que existe são os fatos, que após serem industrializados no “forno” do Jornal Nacional, podem, ou não, ser comunicados aos telespectadores.

Objetivando ilustrar a importância da isonomia da informação, vamos trazer um exemplo de flagrante omissão por parte do Jornal Nacional. Em entrevista concedida ao Jornal Folha de São Paulo, o prêmio Nobel de Economia (2008) Paul Krugman foi questionado pelo repórter se a crise pela qual passava o país era uma das piores de sua história recente. O economista foi enfático ao dizer que do ponto de vista político nossa

situação era delicada, mas do ponto de vista econômico nossa situação não era tão desesperadora quanto a propalada. (FSP, 2015)

Utilizando sua experiência, Paul Krugman (FSP, 2015) disse que a situação fiscal não era desesperadora e o país estava longe de ter que imprimir dinheiro para pagar suas contas. Sobre a taxa de câmbio, Paul Krugman disse que estava alta, mas longe dos níveis associados a crises graves. Contudo, o Jornal Nacional se omitiu e não informou seus telespectadores da visão do prêmio Nobel de Economia sobre a situação econômica do país. Quais os motivos que levaram a essa omissão? Por que a Rede Globo de Televisão veiculava matérias em que criticava os rumos da economia nacional àquele momento, mas não noticiou visões divergentes da sua?

Outro ponto da economia e que é citado periodicamente pelo Jornal Nacional: a classificação de risco Standard & Poor's. Não é raro o Jornal Nacional veicular a notícia (não é raro, mas é em momento conveniente ao Grupo Globo) associando-a ao (mau) desempenho da economia brasileira: o país perde grau de investimento (concedido) pela agência de risco Standard & Poor's.

Contudo, o economista Paul Krugman, ao ser questionado justamente sobre possíveis perdas de grau de investimento da referida agência, afirmou que nos países desenvolvidos essas classificações de risco não tem nenhum efeito. E mais, disse que essas sondagens geram mais manchete, sendo que o importante mesmo é a percepção dos investidores.

Esse é um dado muito importante. Se o Jornal Nacional utiliza de forma tão trivial a perda de grau de investimento do país, associando-a ao mau desempenho da economia, deveria, então, explicar aos seus telespectadores o que significam realmente essas explorações feitas pela agência Standard & Poor's: nada, ou quase nada, segundo o próprio prêmio Nobel de Economia Paul Krugman, pois o mercado capitalista é dinâmico.

Como contraponto a este episódio, em 1º de outubro de 2014, o Jornal o Estado de São Paulo estampou manchete de primeira página intitulada: “Petistas nos Correios ajuda Dilma, diz deputado”. (OESP, 2014)

Neste mesmo dia, em uma reportagem de aproximadamente quatro minutos, por meio do âncora Willian Bonner, o Jornal Nacional noticiou:

Um vídeo divulgado pelo site do Jornal O Estado de São Paulo, mostra um deputado do PT de Minas Gerais declarando que os petistas dos Correios ajudaram a conseguir votos para a Presidente Dilma no Estado. (JN, 2014)

A questão crucial não é avaliar se as análises do economista Paul Krugman são consistentes ou se o Jornal Nacional cumpriu seu papel em informar a questão do PT com os Correios, mas sim, buscar explicações sobre quais os motivos que levam o JN a informar a matéria veiculada por um Jornal impresso, mas a deixar de veicular a matéria veiculada por outro Jornal impresso, de equivalência e importância similar. A situação de parcialidade do JN se acentua se constatarmos que as eleições de 2014 foram acirradas e quatro dias depois de referida reportagem ocorreria o primeiro turno das eleições. Assim, entendemos que o golpe que levou à derrubada de Dilma Rousseff da Presidência da República, estava sendo gestado nos anos de 2014 e 2015, pois a crise, que é característica do sistema capitalista, estava sendo agravada propositalmente pela mídia.

Recorrendo novamente ao conceito de Cultura, em suas manifestações artísticas, objetivando esboçar o poderio de Roberto Marinho, trazemos para uma análise, ainda que perfunctória, duas manifestações da cultura humana: o filme Cidadão Kane (Citizen Kane, 1941, de Orson Welles) e o documentário Muito Além do Cidadão Kane (Beyond Citizen Kane, 1993, de Simon Hartog).

O filme Cidadão Kane narra a história de um norte-americano, magnata das comunicações: Charles Foster Kane. O filme se inicia pelo fim, ou melhor, introduzindo a cena da morte de Kane, e ele dizendo sua última palavra: “rosebud”. A partir daí o filme se desenrola com os jornalistas, na busca por uma matéria diferenciada sobre Kane, “um furo jornalístico”, tentando descobrir entre as pessoas próximas a Kane, o significado da palavra “rosebud”. O filme apresenta Charles Foster Kane como um milionário que investe toda sua fortuna, não se preocupando com retornos financeiros, em seus jornais (escritos), procurando realizar matérias jornalísticas inovadoras, ou, pelo menos, diferentes daquelas realizadas pelos seus concorrentes. Ocorre que em algumas cenas do filme, Charles Foster Kane afirma que “as pessoas pensarão o que eu disser para elas pensarem”, uma contradição à liberdade de pensamento, ainda mais no caso de Kane que se dizia um defensor dos direitos individuais das pessoas.

Mas, para tornar seu jornal o mais vendido nos Estados Unidos, Kane contrata todos os profissionais de seu principal concorrente, pois entende que, se este jornal é o

número um em vendas com esses profissionais, então, esses mesmos jornalistas tornarão seu jornal o mais vendido dos Estados Unidos, o que de fato ocorre. Com sua popularidade crescendo, graças em parte, à venda maciça de seus jornais, e de outra parte às suas excentricidades milionárias (Kane constrói Xanadu, uma mansão onde possui desde elefantes, até estatuas de deuses gregos em tamanho real), Kane, talvez buscando se autoafirmar ou simplesmente se tornar mais poderoso, se candidata a Governador de Estado (ambicionando futuramente a Presidência dos Estados Unidos), perdendo o pleito devido a matérias jornalísticas “sensacionalistas” sobre sua vida íntima e pessoal. Nas cenas derradeiras do filme é apresentado “rosebud”, um trenó de madeira, que neste momento queima entre o “lixo” acumulado por Kane em Xanadu, mas que nos transmite a mensagem de um Cidadão Kane que, sendo feliz na infância, buscou sua felicidade, seu “rosebud” enquanto viveu. Uma outra interpretação seria que, tendo Kane sido feliz na infância, perdeu sua felicidade para sempre, ao se tornar milionário. E só descobriu isso ao morrer. (Citizen Kane, 1941, de Orson Welles)

Já o documentário Muito Além do Cidadão Kane busca demonstrar que Roberto Marinho foi muito além de Charles Foster Kane, em sua busca por poder. O “jornalista” (como ele gostava de ser chamado) Roberto Marinho é apresentado no documentário como aquele que se beneficiou de um acordo inconstitucional com o Grupo Time Life, para receber aporte de milhões de dólares e conhecimento técnico, e sedimentar a família Marinho como os magnatas da telecomunicação nacional. Ademais, o documentário traz depoimentos de Leonel de Moura Brizola (político, foi governador do Rio Grande do Sul e do Rio de Janeiro), Francisco Buarque de Holanda (cantor e compositor, criador de “Geni e o Zepelim” e da “Ópera do Malandro”), Luiz Inácio Lula da Silva (político, ex-presidente do Brasil), dentre outras pessoas, apresentando Roberto Marinho como aquele que “caça os desafetos”, aquele que manipula informações para se manter no poder, aquele que causa medo nas pessoas devido a envergadura do seu poder, a sua influência política. Por outro lado, o documentário traz depoimentos de Antônio Carlos Magalhães (político, foi Governador da Bahia e Senador) e de Armando Falcão (Ministro da Justiça do Governo Geisel), defendendo Roberto Marinho, este último afirmando que o referido jornalista nunca causou problemas e Magalhães afirmando que as pessoas é que tem inveja do fundador da Rede Globo. (Beyond Citizen Kane, 1993, de Simon Hartog)

Assim, como Charles Foster Kane, na ficção, Roberto Marinho, na vida política, era amado e odiado. O documentário expõe, como foi apresentado, o envolvimento dele

com o Grupo Time Life e com os militares, e por meio das entrevistas, tenta demonstrar as manobras de Roberto Marinho com os políticos de Brasília, além das manipulações do Jornal Nacional na transmissão de suas matérias jornalísticas. (Beyond Citizen Kane, 1993, de Simon Hartog)

O ex-executivo da Globo, Walter Clark, afirma no referido documentário que Roberto Marinho o dispensou de suas funções no Grupo Globo haja vista que Clark já tinha montado o trem elétrico e agora Roberto Marinho podia brincar à vontade. E completa que o referido jornalista “é uma pessoa bem parecida com o Cidadão Kane, mas acho que ele não tem o Rosebud”.

## **B – CHEGADA AO TEMA E SUAS DIFERENTES VERTENTES: ESTRATÉGIAS DA GLOBO**

O Tema desta Tese parte de dados históricos que comprovam as intenções da TV Globo em termos ideológicos, expressas claramente e principalmente pelo Jornal Nacional.

Após a concessão do canal de televisão ao jornalista Roberto Marinho, a Globo, inaugurada em 26 de abril de 1965 (Site Memória Globo), seguia sem muitas novidades. Contudo, após um investimento de milhões de dólares, injetados pelo Grupo Time Life, as Organizações Globo modernizaram os seus equipamentos, contrataram profissionais experientes, e começaram a escrever uma história conturbada.

O acordo com o Grupo norte-americano Time-Life foi muito questionado à época, haja vista que nossa Constituição proibia esse tipo de associação. Segundo Carlos Lacerda, então Governador da Guanabara, os convênios firmados pela Globo com a empresa norte-americana feriam o artigo 160 da Constituição Brasileira de então, que vedava a participação de moeda estrangeira na gestão ou propriedade de empresas de comunicação. E observem que Carlos Lacerda não se situava à esquerda nacionalista, muito pelo contrário. (Site Memória Globo, 2017)

A ascensão da Globo e seu período de maior hegemonia, ocorreu justamente no momento em que o país vivia um Estado de exceção, governado pelos militares, a serviço das classes dominantes e dos interesses internacionais. A Organização Globo foi acusada de manter uma convivência harmônica com os governos militares, e ainda mais grave, de

contribuir com esse período sombrio da história recente do país. A pauta do Jornal Nacional era articulada de modo que as notícias veiculadas não entrassem em choque com os interesses dos militares. O Jornal Nacional procurava manter o “povo”, seus telespectadores, sedados por notícias onde a generalidade imperava, distante da realidade de opressão em que vivia o país. Desde sua criação, o Grupo Globo é acusado de tráfico de influência e outras condutas antiéticas ou imorais. Assim, a ascensão e a sedimentação do Grupo como a maior empresa midiática do país ocorreram justamente no período da ditadura. Alguns episódios, apresentados nessas décadas de existência do Jornal Nacional, foram marcantes nessa trajetória: a animosidade histórica do jornalista Roberto Marinho com o estadista Leonel Brizola; as notícias tendenciosas do telejornalismo da Globo na cobertura das greves da categoria dos metalúrgicos no ABC, impregnando uma espécie de culpa aos grevistas; sua inércia no processo de redemocratização do país; a edição do histórico debate Lula x Collor; entre outros episódios em que o Jornal Nacional patrocinou uma “caça aos seus desafetos” (pessoas que estavam desalinhadas com os objetivos do Grupo Globo mereciam diversas reportagens no Jornal Nacional, como casos de Eurico Miranda e do Pastor Evangélico Edir Macedo).

Lembremos, no entanto, os setores que resistiam. Por exemplo, as greves dos metalúrgicos do ABC, que tinham como maior sindicalista Luiz Inácio Lula da Silva, ou simplesmente Lula, talvez uma das figuras públicas mais perseguidas pela Rede Globo. Em 2002 Lula foi eleito presidente do país, com início de mandato em 01º de janeiro de 2003. Em 2006 foi reeleito. Em 2010 “bancou” a indicação de nossa primeira presidenta, sendo que Dilma fora reeleita em 2014, para exercer o mandato presidencial de 2015 a 2018.

De acordo com o introito desta pesquisa, é possível inferir que a eleição de um nordestino, ex-metalúrgico, com formação escolar modesta, responsável pelas maiores paralisações de trabalhadores no país, não fazia parte dos planos do Grupo Globo (como representante de interesses econômicos de grande envergadura, como os de investidores, acionistas e anunciantes, e das corporações internacionais).

Contudo, com investimentos maciços no combate à fome e à pobreza, direcionando vultosos recursos para a implementação de políticas públicas voltadas ao arranjo social do país, o ex-presidente Lula, contava com apoio incontestável da população, e não sentiu as investidas do jornalismo Global. Isso demonstra resistência do

povo à Televisão, certa maturidade, o que aliás constatamos em vários momentos dos nossos dados empíricos, colhidos em Araraquara/SP.

No episódio conhecido como “mensalão”, o Jornal Nacional, contumaz defensor dos interesses mesquinhos dos agentes econômicos detentores do dinheiro e do poder, perpetrou uma verdadeira “caça às bruxas”, atacando o Governo Lula e o Partido dos Trabalhadores. Mas o ex-presidente Lula, que contava com sua experiência dos anos de sindicalista (exímio negociador), sobreviveu e, ainda mais, garantiu poder político e influência social para um segundo mandato e para alavancar a candidatura de Dilma Rousseff, quando o senso comum debatia (ou resistia) se uma mulher conseguiria êxito em uma eleição presidencial.

Porém, mesma sorte não teve a presidente Dilma, que após ter vencido as eleições de 2014, em um pleito democrático, não conseguiu governar o país, pois a oposição (PSDB e DEM) não assimilaram a derrota, e, com a maioria nas Casas Legislativas (Câmara Federal e Senado Federal), foram criando obstáculos à aprovação de projetos vindos do Executivo Federal. Ou seja, a partir do segundo mandato Dilma não conseguiu governar o País.

A mídia (leia-se jornalismo da Globo), poderia ter explicado (informado) a população que havia ocorrido um processo constitucional democrático de eleição e que, somente através de um processo legal de impeachment poderia haver uma ruptura, mas, preferiu seguir com as críticas, atuando parcialmente em prol dos interesses das classes dominantes (representantes do Poder Econômico) e dos interesses do capital especulativo estrangeiro em relação ao pré-sal.

Sobre a influência da grande mídia nacional no processo de impeachment de Dilma Rousseff, a socióloga Dulce Whitaker, em trabalho denominado “O golpe que nos desafia: ensaio de interpretação geopolítica” (Whitaker, 2018), discorre que essa tríplice aliança, qual seja, um Congresso Nacional dos mais reacionários, um Judiciário comprometido com os privilegiados da estratificação social, apoiados pela grande imprensa, induziu tanto camadas intelectualizadas, quanto aqueles beneficiados diretamente pelas políticas públicas de inclusão social praticadas pelo partido dos trabalhadores, a um descontentamento acerca do Governo Dilma Rousseff e precipitou o golpe, travestido de impeachment.

Como escreveu Jessé de Souza (2016) na obra “A radiografia do golpe: entenda como e por que você foi enganado”, os responsáveis pelo golpe (a elite financeira, o poder judiciário e a grande imprensa “golpista”) colonizaram o espírito do povo (e porque não, também, dos mais intelectualizados?) e sua capacidade de refletir. Já faz parte, portanto, de um certo “consenso” acadêmico, a massa crítica em relação a indústria cultural que descobre as estratégias da televisão comercial a serviço da dominação e, assim, estamos partindo dos grandes teóricos críticos que desvendaram tais relações perigosas. Nossos dados, no entanto, mostram que processos sociais são dialéticos.

Para analisarmos o grau de influência da TV Globo sobre a população, escolhemos como amostra uma cidade de porte médio (Araraquara), cujos índices de desenvolvimento são divulgados como positivos. O IFDM (Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal), aponta o Município de Araraquara na 76ª posição no ranking nacional e na 46ª posição no ranking estadual, no indicador desenvolvimento municipal, com desempenho considerado de alto desenvolvimento, pois acima de 0,8 pontos percentuais (Araraquara atingiu 0,8510 na edição do IFDM 2018, ano base 2016). (Site FIRJAN)

Já na variável IFDM e Áreas de Desenvolvimento Educação, Saúde e Emprego e Renda, Araraquara atingiu 0,9812, 0,9253 e 0,6465, respectivamente, no índice consolidado. Assim, as variáveis Educação e Saúde são consideradas de alto desenvolvimento e a variável Emprego e Renda como desenvolvimento moderado.

Dessa forma, ainda tentamos captar atitudes e percepções de uma amostra de telespectadores em três diferentes categorias sociais, nomeadas como classe social de baixa renda (periferia), renda média (central) e nível médio-alto na estratificação social da cidade de Araraquara/SP.

Ainda que a Internet, com centenas de sites multiplicadores de notícias, e as redes sociais, tenham absorvido um público significativo, a televisão ainda ocupa um expressivo espaço do tempo dos indivíduos, conforme os dados da presente pesquisa, podendo ainda ser um fator de influência nas decisões tomadas pelas pessoas e, ainda, podendo repercutir em seu comportamento no trabalho.

## B 2 – ESTRATÉGIAS DA TV GLOBO – PROGRAMAÇÃO

Acompanhando a programação matutina da Rede Globo, nos anos de 2017 e 2018, apura-se que se inicia com telejornalismo, programas de culinária, programas de entretenimento em geral. A programação vespertina também se inicia com telejornais, mas geralmente também possui programas de entretenimento, nos quais se explora a vida de “celebridades”.

São exemplos dessa grade de programação: Telejornais Hora Um da Notícia, Bom Dia São Paulo e Bom Dia Brasil, sendo que o Hora Um da Notícia se inicia às 05h00min; após essa overdose de informações, como imposições de formas, se inicia o Programa Mais Você, que conta com uma apresentadora e um apresentador fantasiado de papagaio, programa que mescla culinária, prestação de serviços, moda, e mais notícias. Após o Programa Mais Você a TV Globo apresenta um programa sobre saúde, o Bem Estar, que repercute cuidados com o corpo, programa no qual o mote é se alcançar um corpo dentro dos padrões de beleza impostos, ou seja, encontrar uma pessoa “fora de forma” neste programa (e nos demais também), é raríssimo. Após o Bem Estar vem um programa que foi uma perspicaz manobra do pseudojornalismo da TV Globo: o programa denominado Encontro com Fátima Bernardes – uma espécie de Fantástico (“show da vida”) matutino e diário. (Site Rede Globo, 2017)

No período vespertino, a chamada programação local da TV Globo (representada pela EPTV – Emissoras Paulistas de Televisão), se inicia com o Jornal da EPTV. A EPTV realiza um “concurso de redação”, voltado para estudantes, denominado EPTV na Escola:

Um concurso de redação! Um tema desafiador! Este é o **EPTV na Escola**, uma iniciativa que promove o engajamento dos jovens, das comunidades educativas e de seus familiares para propor soluções sobre questões ligadas a sua vivência escolar ou social. Os alunos do último ano do ensino fundamental, de escolas públicas ou particulares, das 49 cidades da região de cobertura da EPTV Campinas são convidados a colocar no papel suas ideias sobre um tema. Os trabalhos classificados passam por uma comissão formada pela EPTV, visitam as instalações da emissora e concorrem a uma premiação exclusiva em um evento especial. Além disso, os ganhadores participam do processo de produção do tema da redação, em um bloco dedicado em um telejornal da EPTV. Ao mesmo tempo em que o projeto integra as escolas e alunos, proporciona aos patrocinadores uma oportunidade de se aproximar de suas famílias. A proposta **EPTV na Escola** une chamadas em vídeo, na programação da

EPTV, cross mídia com internet em página especial e a aplicação da logomarca em diversos materiais. Aproveite! (Site Rede Globo)

O valor total de uma cota comercial voltada para inserções do projeto EPTV na Escola, para o ano de 2017, era de R\$ 228.560,00 (duzentos e vinte e oito mil, quinhentos e sessenta reais), de acordo com o Catálogo de Planos 2017 da Rede Globo.

Mas é a programação noturna, que possui os horários mais onerosos para inserções de comerciais e merchandising, durante a semana, e também os programas com custos de produção mais elevados. Segundo a AESP (Associação das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo), na Rede Globo, uma chamada entre o intervalo do Jornal Nacional e da Novela (“Novela das Oito”) custa em média R\$ 710.000,00 (setecentos e dez mil reais). (AESP, 2017)

Produzir um “Jornal Nacional”, diário, não é tarefa das mais simples: o Jornal Nacional possui jornalistas, chamados de correspondentes, nas principais capitais do país e nas maiores cidades, e esses correspondentes também estão presentes em diversos países do mundo, como os E.U.A, o Japão, a Inglaterra, a Itália, prontos para “dar a notícia” a qualquer momento, conforme informações prestadas pelo próprio site do Jornal Nacional. Além dos repórteres correspondentes fixos, existem outros milhares de repórteres que trabalham como freelances, além dos técnicos, dos câmeras e dos demais profissionais, trabalhadores, colaboradores do Grupo Globo que prestam serviços ao Jornal Nacional. Assistindo ao Jornal Nacional é possível notar o grande número de colaboradores carregados ao longo do estúdio. (JN, 2017)

Aliás, nos 50 anos do Grupo Globo, comemorados em 2014, o Jornal Nacional passou por remodelações, e os chamados âncoras passaram a se levantar de suas cadeiras e a interagir com outros profissionais (interação com a “moça do tempo”) e com o público.

Sobre a relevância de se estudar as matérias veiculadas no Jornal Nacional, e o próprio jornalismo do Grupo Globo, e as matérias omitidas ou dissimuladas de sua programação, temos “insight” que a justificam. Por exemplo: outubro de 2014, ao indagar de um trabalhador, morador da periferia de Araraquara/SP, que cumpriu pena de aproximadamente quatro anos de reclusão em regime fechado, atualmente exercendo a função de “pedreiro”, se a família dele, e ele próprio, assistiam ao Jornal Nacional, ele afirmou categoricamente:

Hoje em dia, os companheiros da obra, quando está terminando o dia de trabalho, e eles estão começando a arrumar as “coisas” para ir para casa, dizem: Vou ter que ir pra casa **de novo** assistir o Jornal Nacional. (Entrevistado, 2014) (grifos nossos)

Essa frase simples demonstra que, apesar da enorme quantidade de informações tendenciosas oferecidas pelo Jornal Nacional, algumas pessoas do “povo”, essa categoria tão emblemática, sempre culpada pelas mazelas do país, “que não sabe votar”, como muitos afirmam, “que se aproveita do Bolsa Família”, como dizem outros, de alguma forma resistem à forças alienantes, paralisantes, pretendidas pela televisão.

Talvez o “povo” não entenda perfeitamente quais forças operam e como se dá a manipulação midiática, e suas ideologias econômicas dominantes, mas, sente a força dessa ideologia, pois são os mais prejudicados por ela, trabalham muito para tentar consumir pouco a mais do que um substrato mínimo de dignidade, e se endividam para adquirir mercadorias objetos de necessidades / desejos muitas vezes criados pelo próprio sistema que os aliena. Nossos dados, colocados no 4º Capítulo, comprovam crítica e resistência em todos os estratos pesquisados.

## **C – CASOS EXEMPLARES**

### **CASO EXEMPLAR N.º 1**

No domingo, dia 18 de outubro de 2015, a Rede Record de Televisão e a Rede Globo apresentaram matérias jornalísticas distintas sobre um mesmo assunto: a utilização da fosfoetanolamina sintética no combate ao câncer (Fantástico, Domingo Espetacular, 2015). A referida substância ainda não possui aprovação formal pela ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA, 2015). A discussão ganhou corpo depois que alguns juízes de direito concederam liminares, e outros negaram, para que pacientes possam ser tratados com a substância fosfoetanolamina, com estoques a serem providenciadas pela USP de São Carlos.

A matéria controversa chegou ao Supremo Tribunal Federal e, por meio do Ministro Luiz Edson Fachin, a substância foi liberada para um paciente do Estado do Rio de Janeiro, em estado terminal de vida, e então outros Tribunais passaram a conceder

liminares com base na decisão do Supremo, o chamado efeito vinculante das decisões emanadas pelos tribunais superiores.

O programa Domingo Espetacular, da Rede Record, ouviu o químico e professor aposentado Gilberto Chierice, responsável pela sintetização da substância. Ademais, a matéria jornalística procurou entrevistar pacientes que estão em “tratamento” com a substância, não omitindo que há um longo percurso formal para a aprovação da substância.

Na reportagem do Fantástico, programa pseudojornalístico da Rede Globo, o apresentador deste “programa de variedades” (tão alienante como qualquer outro produto do Grupo Globo) foi enfático, logo no início da reportagem: “não dá para confiar neste suposto remédio”, e durante mais de sete minutos o médico Dráuzio Varella, uma espécie de showman da medicina, e antigo colaborador da Globo, chama a substância de “pílula mágica”, em um flagrante menoscabo jornalístico. O médico-repórter explica que a substância havia sido experimentada em ratos e que o resultado seria positivo para um tipo de câncer de pele. Doutor Dráuzio critica a utilização da substância sem que todos os testes fossem realizados antes.

Quando chama a atenção para os efeitos colaterais dessa substância, o Doutor Dráuzio argumenta que até água tem efeito colateral, afirmando “se uma pessoa toma cinco litros de água vai passar mal”. Pela comparação, nota-se como o médico manipula as informações transmitidas aos telespectadores, utilizando a água (líquido aparentemente inofensivo, insípida, incolor e inodora), como um potencial causador de efeitos colaterais aos humanos. Seria uma imposição de formas tendente a inculcar no telespectador “se até a água pode ter efeito colateral, tanto mais a fosfoetanolamina!

É cristalino como a reportagem do Fantástico é parcial, tendenciosa: quando vai falar da substância e do químico que a sintetizou, o médico-repórter desfere críticas severas, mas quando, em uma espécie de acareação, vai falar do oncologista que procurou o químico Gilberto Chierice, objetivando a realização de demais testes com a substância, trata o referido oncologista como “um dos mais respeitados do país”.

Na reportagem do Fantástico se concede mais tempo para tentar provar o quanto é perigoso e letal iniciar um tratamento com essa substância, e assim desacreditar o químico Gilberto Chierice. O tempo dedicado a uma possível “defesa” da substância é

mínimo. E casos em que a substância minimizou o avanço do câncer, ou melhorou a qualidade de vida dos “pacientes”, ou mesmo diminui a dor dos doentes, sequer são cogitados. O Doutor Dráuzio Varella desqualificou completamente a substância fosfoetanolamina, em pouco mais de sete minutos de reportagem. Nosso propósito não é indicar qual a melhor reportagem, ou se devemos aprovar o tratamento com essa substância. Mas tentar trazer subsídios para desvelar se há outros interesses por parte da Rede Globo e do médico responsável pela reportagem.

O modo de vida de nossa sociedade é fundamentado no modo de produção capitalista, representado pela burguesia (nacional e internacional) que hoje chamamos de empresários. A ideologia amalgamada em todas as relações econômicas, sociais, culturais de nossa sociedade, e diariamente reiterada nas escolas e na televisão, é a dos representantes da burguesia.

É possível que, por interesses particulares, até então desconhecidos, a Rede Globo e o médico Dráuzio Varella, tenham reproduzido a fala ideológica da burguesia, descredenciando a substância que ainda não foi aprovada, mas que é distribuída gratuitamente, e, ainda que tacitamente, defendendo a indústria farmacêutica, louvando os remédios consumidos em nossas farmácias?

Pois, qual a vantagem do Grupo Globo, pensando como empresa, em ver distribuir um remédio gratuito para a população? Na visão da Globo: qual a vantagem para seus anunciantes, que veiculam propagandas de produtos químicos sintetizados (drogas, remédios, medicamentos, agrotóxicos) e arcam com custos elevados?

Não há interesse na solução definitiva dessas controvérsias, pois a indústria farmacêutica lucra milhões (isso mesmo, investe em pesquisa e na patente de organismos vivos, mas busca o lucro) com os pacientes acometidos por câncer.

## **CASO EXEMPLAR N.º 2.**

Em 21 de maio de 2018 emergiu uma greve dos caminhoneiros, também chamada crise do diesel. O aumento constante do preço do diesel, patrocinado pela política da Petrobras, que no Governo de Michel Temer passou a utilizar as variações do dólar e do

preço do petróleo no mercado internacional, foi o canhão deflagrador da referida paralisação. (BBC, Brasil, 2018).

Dilma Rousseff buscara “atrasar” os reajustes e “controlar” o preço do diesel, e na prática interferir na política de preços ditada pela Petrobras, impedindo que aumentos significativos chegassem ao diesel e a cadeia de produtos dependentes deste combustível. Mas a política de Michel Temer aplicava correções diárias no preço dos combustíveis; a insatisfação com a Petrobras e com o Governo Temer chegou ao seu epicentro em 2018, culminando na crise do diesel e na greve dos caminhoneiros. (BBC, Brasil, 2018).

Instalada a greve, como o “Jornalismo Global” se comportou? E o Jornal Nacional como tratou o referido episódio? Adiantando o propalado pelas redes sociais (Facebook, Whatsapp), acerca do comportamento do JN durante a greve dos caminhoneiros, imperioso salientar que as “redes”, por meio de seus usuários, se mostraram insatisfeitas com a “cobertura” do JN durante referida crise do diesel. O Diário do Centro do Mundo (DCM, 2018), com matéria intitulada “Internautas criticam cobertura do Jornal Hoje (JH) sobre a greve dos caminhoneiros”, argumentando que referido periódico telejornalístico efetua tentativas de “colocar o povo contra os caminhoneiros”. O sítio Catraca Livre (2018), também critica o jornalismo da Rede Globo no que tange ao seu tendenciamento em criminalizar a greve dos caminhoneiros.

No dia 21 de maio de 2018, data do marco inicial do movimento grevista supramencionado, o JN iniciou com a reportagem “Protesto de caminhoneiros contra alta do diesel para trânsito em todo o país”. Logo em seguida foi transmitida a matéria “Temer convoca reunião para discutir alta no preço dos combustíveis”. No dia 22 de maio, a única matéria jornalística diretamente relacionada com a greve foi “Petrobras reduz preço dos combustíveis para as refinarias”, mas também em relação ao assunto o JN trouxe matéria sobre a redução da CIDE (Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico – CIDE Combustíveis) sobre o diesel.

No dia 23 de maio o Jornal Nacional ataca frontalmente a greve dos caminhoneiros e assume sua posição, em matéria que abriu o periódico denominada “Greve dos caminhoneiros afeta abastecimento e causa alta de preços”. Logo em seguida com matéria jornalística denominada “Temer pede trégua a caminhoneiros que protestam contra alta do diesel” e “Petrobras reduz 10% no preço do diesel nas refinarias durante 15 dias”, o JN impõe sua visão de que “apesar dos transtornos causados pela greve dos

caminhoneiros, o Governo Federal, em sinal de humildade pede trégua, e vai mais longe, concede até mesmo redução do preço do diesel nas refinarias”. Nada mais obtuso.

Se houve paralisação dos caminhoneiros foi porque muitos desses profissionais, que trabalham muito e não alcançam remuneração condigna, não conseguem sustentar com dignidade suas famílias e a si próprios, em outras palavras, “data vênia”, falta alimento na mesa de muitos caminhoneiros. A exploração dos caminhoneiros, refletida por cargas extenuantes de trabalho (que afastam esses profissionais do convívio com suas famílias), baixos salários (fretes reduzidos), estradas em maus condições de tráfego, aumento constante do preço do diesel, é que levaram os caminhoneiros a condições degradantes de labor e a paralisação.

O jornalista Paulo Henrique Amorim, no sítio conversa afiada ([www.conversaafiada.com.br](http://www.conversaafiada.com.br)), denunciou que o Governo Federal havia comprado espaço no Jornal Nacional para defender-se do episódio da greve dos caminhoneiros. Nesta investida, um ator, logo no início do referido telejornal, repetiu um pronunciamento do presidente Temer, culpabilizando uma “minoridade radical de caminhoneiros” pela greve.

No mesmo dia 25 de maio, a matéria intitulada “Greve dos Caminhoneiros põe em risco funcionamento de hospitais”, demonstra que o JN quer sim criminalizar o movimento grevista, busca incitar o povo contra os caminhoneiros.

Por este breve introito, da questão da relação das matérias jornalísticas veiculadas pelo JN e a deturpação dos motivos e consequências (reais) da greve dos caminhoneiros, podemos inferir que o Jornal Nacional insiste na formatação de suas matérias jornalísticas conforme seus interesses de ocasião, buscando defender Michel Temer (indefensável no que tange a ser o responsável pelo aumento sistemático do preço do diesel) e demonizar o movimento grevista (constitucionalmente assegurado) levado a termo pelos caminhoneiros.

## **CAPÍTULO I - QUESTÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS**

### **A – PROCEDIMENTOS EMPÍRICOS**

Com este trabalho de pesquisa, tentamos investigar a polêmica que acompanha o papel da mídia televisiva e sua influência política, analisando alguns casos nacionais, especificamente na cidade de Araraquara/SP. Com aplicação de questionários, analisamos atitudes e discursos prevalentes em diferentes classes sociais sobre a influência (ou não) do Grupo Globo em recentes acontecimentos políticos do país.

De modo geral, a pesquisa discutiu a mídia televisiva enquanto integrante de um 4º Poder (expressão metafórica, já que a TV apenas corrobora o poder da classe dominante, que em diferentes momentos domina os três poderes efetivamente determinados no conceito moderno de Estado), político, social e cultural. Ademais, estamos refletindo sobre os meandros culturais e ideológicos desse sistema.

Para tanto, tentamos compreender a história do Grupo Globo desde sua ascensão via Grupo Time Life, até os dias atuais, mediante bibliografia especializada. O Grupo Globo, antes denominado Organizações Globo, possui como fundador o jornalista Roberto Marinho, falecido em 2003.

O aprofundamento da questão nos levou a relativizar ou dimensionar, mais adequadamente, a influência da Rede Globo sobre as diversas classes sociais de Araraquara/SP, após aplicação de questionários semi-dirigidos.

Após tomar contato com diferentes teóricos críticos da T.V. tentamos verificar, partindo para o estudo de caso concreto, mais especificamente buscar elementos para refletir sobre a receptividade das diferentes classes sociais da cidade de Araraquara/SP a essa tentativa de influência midiática. Ou seja, até que ponto vai a receptividade e onde aparece a resistência?

### **B - QUESTÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS**

Hegel sistematiza seus entendimentos sobre a dialética na Enciclopédia das Ciências Filosóficas em Compêndio (Vasconcelos, 2014, p. 04) concebendo a dialética como um processo articulado em três momentos: constituindo a tese o momento abstrato

ou intelectual; a antítese como sendo propriamente o momento dialético ou negativo racional e a síntese como sendo o momento especulativo ou positivo racional.

Marx, criticando parte da conceituação de ideologia de Hegel, discordava de que a contradição, responsável por esse movimento dialético, seria fruto apenas do espírito humano, das ideias (Vasconcelos, 2014, p. 05). Assim, Marx elaborou o materialismo dialético, objetivando aprimorar a compreensão de seus estudos. Para Marx (1873, p.17), seu método dialético, diferencia-se fundamentalmente do método dialético de Hegel, que acreditava que o processo do pensamento é o criador do real, sendo este a manifestação externa do pensamento. Marx, no entanto, acreditava que o ideal significa o material transposto para a mente do ser humano e por este interpretado.

A metodologia de pesquisa utilizada no presente estudo busca refletir em bases dialéticas, precisamente o materialismo dialético como proposto por Marx, que ao contrário de Hegel (idealista) criou o materialismo histórico. Os processos sociais devem ser analisados em suas contradições. Foi o que tentamos buscar nos dados que apresentamos nesta Tese.

Adotando uma postura dialética, se a programação jornalística, e de entretenimento, da Rede Globo de Televisão, é uma mercadoria, os telespectadores são seus consumidores? Não exatamente. Há um processo emissão x recepção que não é passivamente recebido pelo telespectador.

Os componentes do público televisivo normalmente trabalham o dia todo e à noite seguem para suas casas, para terminar o dia em presença da família, ou de parte dela, e se deleitar com o conteúdo televisivo da maior rede de televisão do Brasil. Assim, grande parte desse público ao chegar em casa se depara com a novela das seis, quase sempre uma novela de “época”. Terminada essa novela, que no momento da pesquisa se chamava “Além do Tempo”, começa um breve telejornal regional. Aliás, nesta novela das seis, da atualidade (outubro de 2015) o protagonista, homem rico e de muitas posses, se apaixona por uma mulher simples, e de categoria social mais baixa na escala da estratificação social. Outros personagens da novela retratam essa raríssima realidade: personagens ricos apaixonados por empregadas domésticas.

Na “novela das sete”, quase sempre entremeada com personagens pitorescos e em forma de comédia, naquele momento chamada I Love Paraisópolis, o telespectador pode

se deleitar com a banalização da violência, onde um dos protagonistas vive um “chefe do morro”, que não passa drogas a olhos vistos, mas que resolve os problemas dos moradores, uma espécie de Don Corleone (O Poderoso Chefão, 1972) de Paraisópolis. Entre as novelas “das sete” e “das oito”, estrategicamente, está posicionado o Jornal Nacional. A audiência deste telejornal ainda é significativa, com média entre 25 e 30 pontos no Ibope. Cada ponto no Ibope para a cidade de São Paulo significa aproximadamente 58.000 mil lares (IBOPE, 2017). Após o Jornal Nacional inicia-se a novela das oito, um produto elaborado para manter o público adulto “prisioneiro da telinha”, haja vista a carga de sexualidade, violência, adultérios, e todo o tipo de trama que o adulto possa ser parte.

Voltando ao Jornal Nacional, não podemos nos esquivar da assertiva de que ele ainda é um grande formador de opiniões, e que tentar entender como os telespectadores recebem e assimilam essas informações é de suma importância para tentar traçar um quadro mais detalhado sobre o poder exercido pelo Grupo Globo e sua mercadoria mais antiga. Dessa forma, acompanhamos a programação do Jornal Nacional por seis meses, dividindo as matérias veiculadas em Política, Crime, Informações Gerais, Notícias Internacionais. Essas notícias, analisadas com um olhar crítico-dialético, são simples notícias ou a Rede Globo tem interesse em sua veiculação, tem interesse na imposição de formas?

Ainda pelo acompanhamento da imprensa escrita e falada, procuramos relacionar as notícias de destaque do período e estamos comparando se o Jornal Nacional as veiculou ou simplesmente se omitiu, por interesses particulares.

Por outro lado, aplicamos entrevistas semi-dirigidas que passaram por procedimento analítico. Essas entrevistas foram realizadas junto a uma amostra de telespectadores da cidade de Araraquara/SP.

Como técnicas de pesquisa adotamos as de fundo qualitativo – análise do noticiário do Jornal Nacional – e as técnicas de fundo quantitativo-qualitativo – como a aplicação de formulários de pesquisa a uma amostra da população de Araraquara/SP, representada por três diferentes grupos de bairros, a saber: dois bairros de estratificação social baixa, bairros da periferia; dois bairros de classe média, bairros mais centrais; e, dois bairros de classe média-alta, que independem de localização geográfica.

Assim, procuramos entender o funcionamento da máquina informativa da Rede Globo, através de seus programas, como fonte de manipulação ideológica, focando no Jornal Nacional. Os dados que colhemos revelam as contradições, já que, analisados de forma dialética deixam entrever, ainda, que em porcentagens menores, resistências ao império da Globo (J.N.) que os teóricos nem sempre equacionam. Exceção: Lins da Silva (1987) em *Muito Além do Jardim Botânico*, que registrava resistência ao poder apaziguador da Rede Globo, sobre classe trabalhadora.

## **C - UNIVERSO DA PESQUISA**

Assim o universo empírico da pesquisa foi a cidade de Araraquara/SP, onde foram aplicados questionários, considerando a estratificação social nesse espaço, com a escolha de bairros representativos das diferentes classes sociais.

Araraquara/SP é conhecida como “A morada do Sol” e fica a 270 Km da capital paulista. Segundo o site oficial do Município, Araraquara/SP está entre as cidades mais desenvolvidas do país, com índices interessantes de saúde, renda e educação. Possui forte ligação com a agroindústria (cana de açúcar e laranja principalmente), mas também possui indústrias de grande porte, nas áreas de alimentos, têxtil, dentre outras.

Os bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo foram escolhidos como representantes, na estratificação social, da classe social de baixa renda; os bairros do São José e Santa Angelina como bairros nos quais os questionários foram aplicados às pessoas da classe média-média e, os bairros da Vila Harmonia e Fonte Luminosa como representantes da classe média-alta e da burguesia.

O questionário, tratou de temas como número de televisores por domicílio, programas mais assistidos, questões sobre o jornalismo da Globo, de pessoas residentes em Araraquara/SP e região. Ainda, o questionário será apurado por bairro do Município de Araraquara/SP, idade, sexo, e grau de instrução. Os sujeitos da pesquisa são pessoas da própria população, maiores de idade, moradoras dos bairros citados anteriormente.

A pesquisa se concentra na análise de dados oriundos de duas fontes, a saber:

1ª Questionário semi-dirigido (apêndice A)

2ª Análise (quantitativa e qualitativa) de reportagens do Jornal Nacional.

Para análise de reportagens, houve a seleção de todas as matérias jornalísticas exibidas pelo Jornal Nacional entre 01º de novembro de 2014 a 31 de janeiro de 2015 (matérias jornalísticas levadas ao ar logo após a notícia de que a Presidente Dilma havia vencido as eleições presidenciais e estaria apta a exercer seu segundo mandato a partir de 01º de janeiro de 2015), e das matérias jornalísticas de todo o ano de 2016.

Pela análise das matérias jornalísticas levadas ao ar pelo Jornal Nacional, tentaremos abordar a quantidade de notícias favoráveis, desfavoráveis e neutras com os elementos chave Dilma, Lula, Governo Federal, e de outra banda, Aécio, Alckmin, Temer, durante cada etapa de exercício de poder.

## **CAPÍTULO II - DE ORGANIZAÇÕES A GRUPO: HISTÓRICO DO GRUPO GLOBO – JORNAL NACIONAL**

A indústria cultural brasileira possui como um dos seus principais veículos de propagação a televisão (os dados da pesquisa empírica do presente trabalho demonstram a presença maciça da T.V nos lares dos três diferentes grupos de bairros entrevistados). Com o surgimento da televisão, que transmitia em audiovisual, esta se sobrepôs ao rádio e a outros meios de comunicação de massa. Faremos aqui um esboço da ascensão da TV Globo durante a ditadura civil-militar, instalada em 1964, para mostrar o comprometimento político dessa TV com o poder e dentro desse quadro, situar o Jornal Nacional e sua relação com o público telespectador brasileiro.

No dia 29 de julho de 1925 foi lançado o Jornal O Globo, de propriedade do pai do jornalista Roberto Marinho. Em maio de 1931 Roberto Marinho assume o cargo de diretor-redator-chefe de O Globo, em 02 de dezembro de 1944 inaugura a rádio Globo. (GLOBO, 2015). Estes os primeiros passos da formação da grande corporação de telecomunicação, cujo principal jornal estamos estudando.

Em julho de 1957 o presidente Juscelino Kubitschek outorga à Rádio Globo concessão para instalação de um canal de televisão no Rio de Janeiro. Em abril de 1962 o então presidente João Goulart outorga à Rádio Globo concessão para instalação de um canal de televisão em Brasília. (GLOBO, 2015)

Nesse ponto, um episódio emblemático: o Grupo norte-americano Time Life injeta dinheiro e transfere tecnologia para o Grupo Globo, seu primeiro trunfo em relação às outras empresas de telecomunicações. Esse episódio tornou a Rede Globo líder de audiência já nos primeiros anos de sua fundação.

Mas o Código Brasileiro de Telecomunicações e o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão foram violados pela parceria Time-Life Rede Globo. Essa associação com capital estrangeiro era vedada pelas leis brasileiras no que tange aos meios de comunicação. Contudo, juridicamente o caso foi encerrado e a Globo isenta de culpa.

Como os militares não gozavam de popularidade, muito pelo contrário, elegeram a televisão como veículo propagador de suas políticas, e, tendo o jornalista Roberto Marinho e a Rede Globo, seus congregados, como aqueles que impõem a ideologia

dominante ao povo. Importante observar essa identidade de interesses: um grupo norte-americano torna a Globo poderosa e os militares dela se beneficiam.

Ao lado do apoio técnico e financeiro realizado pelo Grupo Time Life, os militares criaram o sistema nacional de telecomunicações (RAMOS; BORELLI, 1991, p.81) o Ministério das Comunicações em 1967, e o Plano Nacional de Telecomunicações com a repetição dos canais nacionais por estações (MATELLART, 1987).

Com a bancarrota das emissoras até então existentes, entre elas a Excelsior e Tupi, e aproveitando-se do momento de investimentos, que culminaram em aquisição de tecnologia e contratação de capital humano capacitado, a Rede Globo iniciou sua trajetória claramente comprometida.

Em setembro de 1969 estreia o Jornal Nacional. O presidente Emílio Garrastazu Médici, em declaração de 1973, revela sua aprovação com os rumos do telejornalismo brasileiro:

Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se tomasse um tranquilizante após um dia de trabalho. (MATTOS, 1990, p.17)

Esta declaração do general-presidente Médici apresenta a parcialidade com o que o jornal Nacional (líder hegemônico de audiência) tratava os fatos no país. Enquanto o país vivia um Estado de Exceção, o telejornalismo do Grupo Globo, desvirtuando o real, ocultando e informando o que interessava somente aos militares, mantinha parte do povo anestesiado. A televisão por meio de sua programação lúdica, de personagens fictícios, que eram confundidos com a própria realidade pelos telespectadores, contribuía para manter a maior parte da nação alienada da realidade da ditadura, das perseguições políticas e da tortura praticada nos seus porões. O interesse dos militares em uma ascensão rápida e segura (leia-se controlada) da Rede Globo era incontestável. Por meio de uma programação voltada à “criação de realidades”, entremeando, ao mesmo tempo, a ideologia capitalista e aspectos da cultura nacional, os militares viram no Jornal Nacional e, em parte da programação da Globo, um dos meios para atingirem seus objetivos.

O telejornalismo por meio do Jornal Nacional informava, no sentido de deformação ou formação da realidade, tentando o suficiente para que a nação, e o

trabalhador principalmente, voltasse à lide no dia seguinte sem questionar sua condição própria de explorado. Outrossim, ainda que as estratégias de manipulação adotadas pelo Jornal Nacional surtisses efeito em parte da população brasileira, por outro lado, resistindo, outra parte da população questionava a condição de exploração em que vivia. O aparato do policiamento, da tortura e da repressão, os mantinha “passivos”, e a Rede Globo endossava esse aparato utilizado diretamente pelos agentes da ditadura.

As propagandas estimulavam o consumo em massa de mercadorias, o que impulsionava a industrialização do país, na visão dos militares. Estava montada a base de sustentação ideológica da ditadura, na qual a Rede Globo possuía grande importância.

O crescimento econômico do país foi centrado na rápida industrialização, baseada em tecnologia importada e capital externo, enquanto os veículos de comunicação de massa, principalmente a televisão, passaram a exercer o papel de difusores da produção de bens duráveis e não duráveis. (MATTOS, 1990, p.13)

A Rede Globo, tendo à sua frente um jornalista, adotou uma técnica perfeita quando lançou o formato do Jornal Nacional: o inseriu entre duas novelas, atualmente a novela das sete e a das oito, sendo que o começo do Jornal pudesse se aproveitar da audiência da novela anterior e o final do telejornal pudesse se aproveitar da audiência da novela seguinte. Como apresentadores do telejornal (os atuais âncoras) Roberto Marinho contratou profissionais que apresentavam uma compleição gélida em frente às câmeras, sendo que o caráter circunspecto, cordato, de suas faces, garantiria uma certa credibilidade na passagem das notícias. Ninguém deve se lembrar de ver um sorriso nos rostos de Cid Moreira ou de Sérgio Chapelin, durante o tempo em que estiveram à frente da “bancada” do Jornal Nacional.

Assim, com uma credibilidade da qual poucos ousavam discordar, informando somente o que não desagradava aos militares, o Jornal Nacional sobrevive até hoje, reproduzindo a ideologia da classe dominante e tentando contribuir para manter a sociedade dócil. Contudo, com a “democratização” dos meios de comunicação, a Internet, e a agilidade das informações, a audiência do Jornal Nacional segue ruindo. (IBOPE, 2018).

No final dos anos setenta e começo dos anos oitenta, do século XX, as greves de metalúrgicos do grande ABC estavam na pauta dos jornalistas (LINS DA SILVA, 1985, p. 39). Mas, como toda informação, tomada no conceito de imposição de formas, o Jornal

Nacional informava do modo que interessava aos militares: desacreditava o movimento grevista, significando os grevistas como vândalos e a indústria como vítima.

Os militares se preocupavam muito, com a edição e manipulação das notícias sobre os movimentos grevistas. Apesar dessa manipulação, esses movimentos, noticiados de forma tão tendenciosa pelo Grupo Globo, abriam caminho para a redemocratização do país.

Mas voltemos aos exemplos de manipulação do Grupo Globo. Em matéria da Revista Carta Maior, o jornalista Altamiro Borges relata alguns dos “crimes” cometidos pela onipresente Rede Globo, com base no livro “Mídia, crise política e poder no Brasil”, do sociólogo e jornalista Venício de Lima:

O primeiro caso lembrado por Venício de Lima ocorreu em 1982, já na fase de agonia do regime militar. Leonel Brizola, que retornou do seu longo exílio em 1979, candidatou-se ao governo do Rio de Janeiro. Sua candidatura não agradou à ditadura nem à direção da TV Globo – conforme denunciou um ex-executivo da empresa, Homero Sanchez. Segundo ele, Roberto Irineu Marinho, filho do dono e um dos quatro homens fortes da corporação, havia assumido o compromisso com o candidato do regime, Moreira Franco. Foi montado um esquema para fraudar a contagem dos votos através da empresa Proconsult, cujo programador era um oficial da reserva do Exército (BORGES, 2015)

No caso da Proconsult, os indícios de que os resultados poderiam estar fraudados surgiram da morosidade da apuração realizada pela empresa, que divergiam completamente do resultado do próprio TRE (Tribunal Regional Eleitoral). Também o Jornal do Brasil e a Rádio JB obtinha resultados diversos aos da Proconsult. Contudo, em reunião com representantes do PDT e da empresa Proconsult, a doze dias do pleito eleitoral, o Presidente do Tribunal Regional Eleitoral à época, Desembargador Marcelo Santiago, levantou os argumentos das partes e confirmou vitória de Leonel Brizola ao Governo do Rio de Janeiro naqueles eleições de 1982. (Site Jornal do Brasil)

Lara Crivelaro Bezzon (2005, p. 235) explica que durante as manifestações para Eleições Diretas em 1984, a Rede Globo envolveu-se em novas polêmicas quanto ao conteúdo noticiado: em 25 de janeiro manifestações pela redemocratização do país foram informadas pelo Jornal Nacional como comemorações do aniversário de São Paulo.

Enquanto os manifestantes reunidos escolheram justamente a data pelo feriado e significado deste, a reportagem da Rede Globo aproveitou-se dessa “brecha” e informou o que interessava aos militares.

Quando não era mais possível segurar as manifestações pela redemocratização do país, a Rede Globo se rendeu: não teve outra forma a não ser veicular as informações conforme ocorriam nas ruas:

Meses depois, quando o Congresso Nacional se preparava para votar a Emenda Dante de Oliveira, que restabelecia a eleição direta para presidente da República, o tempo fechou em Brasília. Em abril de 1984, a cidade foi ocupada pelas tropas comandadas pelo general Newton Cruz, comandante do Planalto, e as emissoras foram orientadas a enviar todo o material produzido para censura, resultando numa avalanche de fitas muito superior à capacidade de verificação dos funcionários. Nesse momento, já estava em marcha uma reação nos departamentos de jornalismo à orientação do estamento militar, que já não tinha o controle total da situação. A TV Gazeta de São Paulo pagou para ver. Exibiu a cobertura dos acontecimentos em Brasília e foi retirada do ar sem apelação. O poder militar estava enfraquecido, sem dúvida, mas ainda operante, conforme o jargão militar (SIMÕES, 2000, p. 86).

Marcou o início da redemocratização do país a eleição indireta de Tancredo Neves, em 15 de janeiro de 1985. Contudo, como adoeceu gravemente, não tomou posse na data prevista (15 de março de 1985) vindo a falecer em 21 de abril de 1985. Tomou posse José Sarney, o então vice de Tancredo Neves. (PLANALTO, 2015)

Na disputa eleitoral para a presidência da República, a Rede Globo de Televisão concorreu para um episódio que marcou de vez seu histórico parcial, tendencioso, e a serviço da classe dominante: editou o último debate dos dois candidatos que chegaram ao segundo turno, concedendo ao candidato Fernando Collor de Melo maior tempo e as melhores performances do debate e ao candidato Luiz Inácio da Silva, tempo menor de aparição e as performances menos interessantes. (GLOBO, 2015)

A Rede Globo começou essa incursão realizando matérias jornalísticas com esse jovem político, então Governador do Estado de Alagoas. Na realidade, o “fenômeno” agraciado com a alcunha de “caçador de marajás”, arrebatou toda a imprensa. No ensaio intitulado “Fenômeno Collor: caçador de marajás? A miopia da imprensa brasileira nas eleições de 1989 ainda é motivo de controvérsia entre estudiosos”. Os autores apontam para as responsabilidades da imprensa nesse episódio.

A responsabilidade da imprensa na eleição de Collor ainda é motivo de debate entre estudiosos. O sociólogo Fernando Lattman-Weltman, em seu livro “A imprensa faz e desfaz um presidente”, considera decisiva a atuação da mídia na cobertura da campanha eleitoral de 1989 (GONTIJO, TOZATTO, CUNHA e LEMOS, 2015).

Em comemoração aos 50 anos da Rede Globo, o Jornal Nacional lançou uma série de entrevistas comemorativas e aproveitou para fazer um mea-culpa em alguns de seus “crimes”. Esse material também fora disponibilizado em vídeo. É incrível o cinismo de Willian Bonner ao dizer que a edição fora realizada como se fosse uma partida de futebol, minimizando a responsabilidade da Rede Globo no pleito.

Os responsáveis pela edição do Jornal Nacional afirmaram, tempos depois, que usaram o mesmo critério de edição de uma partida de futebol, na qual são selecionados os melhores momentos de cada time. Segundo eles, o objetivo era que ficasse claro que Collor tinha sido o vencedor do debate, pois Lula realmente havia se saído mal. Além disso, segundo o Ibope, a audiência total do debate – somadas todas as emissoras que compunham o pool – foi de 66 pontos, maior do que a do Jornal Nacional do dia seguinte, que apresentou 61 pontos. Isso significa que o número de pessoas que assistiu ao debate na íntegra foi maior do que o daqueles que viram a sua edição no JN. Mas o episódio provocou um inequívoco dano à imagem da TV Globo. Por isso, hoje, a emissora adota como norma não editar debates políticos; eles devem ser vistos na íntegra e ao vivo. Concluiu-se que um debate não pode ser tratado como uma partida de futebol, pois, no confronto de ideias, não há elementos objetivos comparáveis àqueles que, num jogo, permitem apontar um vencedor. Ao condensá-los, necessariamente bons e maus momentos dos candidatos ficarão fora, segundo a escolha de um editor ou um grupo de editores, e sempre haverá a possibilidade de um dos candidatos questionar a escolha dos trechos e se sentir prejudicado (GLOBO, 2015).

A Rede Globo vem perdendo índices de audiência todos os anos. Esses episódios de clara manipulação, tendem a minar a legitimidade do Jornal Nacional e do Jornalismo da Rede Globo como um todo. Ademais, a intensa informatização dos meios de comunicação, e a Internet como veículo propagador de informação, de uma forma ou de outra, ainda que de forma superficial, melancólica e também tendenciosa, acabam por levar mais informações ao eterno telespectador do Jornal Nacional.

Com informações chegando de várias fontes, o telespectador, ainda que de forma quase inconsciente, com o passar do tempo, percebe que nem tudo o que o Jornal Nacional diz é verdade e que algumas informações transmitidas por outros meios não são veiculadas neste Jornal. A própria concorrência de jornais do SBT, da Rede Bandeirantes,

da TV Cultura, ajudam nesta perda de legitimidade do Jornal Nacional como a voz incontestável do jornalismo nacional.

**Grande mídia ainda fala, mas cada vez mais ouve.** Os mais observadores talvez já constatem mudanças no jornalismo, televisivo ou não: visto que agora todos produzem algum tipo de informação, os telejornais precisam correr para se adaptar e a concorrer com as versões dos fatos vindas do “mundo lá fora”, e por isso menos associadas a este “padrão Rede Globo” de falta de transparência. Ou por que você acha, caro leitor, que cada vez mais as emissoras têm utilizado materiais gerados pelos seus espectadores? Por outro lado, é preciso manter a sobriedade para não superestimar esta formação da “massa crítica” ou, mais arriscado ainda, acreditar no discurso fantasioso de que um maior acesso à comunicação signifique, necessariamente, uma melhor qualidade naquilo que se fala. Afinal, o discurso da desconfiança também pode ser raso e virar a regra. Basta ver que as opiniões do ódio continuam assaltando o espaço do debate consistente – razão que levou ao jornalista Leonardo Sakamoto a fechar os comentários em seu blog e *Veja* continua disparada como a publicação jornalística mais lida do país. Parafraseando o texto de Azenha: sim, os grandes veículos jornalísticos ainda falam, mas cada vez mais ouvem – porém, estejamos certos de que estão sempre bem propensos a adaptar o que escutam para os seus próprios interesses (OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, 2015).

Dizer que o telespectador está mais exigente altera pouco sua condição de dominado, servo da televisão. Nos extremos dessa equação, o telespectador, assíduo da programação televisiva, e, na ponta de cima a classe dominante, representante da burguesia, que pode até ouvir o telespectador manipulado, mas ainda fala e determina muito mais do que o telespectador. E o discurso ideológico é o mesmo.

No entanto, Margarethe Born Steinberger, no artigo intitulado “A ética do jornalismo latino-americano na geopolítica da pós-modernidade”, direciona o entendimento de que o jornalismo é ainda um dos bastiões do Iluminismo:

Numa concepção simplificada, da lógica pós-moderna, a utopia iluminista é apenas um resíduo no discurso jornalístico. As novas tecnologias, de um lado, e o alargamento dos preceitos éticos, de outro, permitiriam refabricar artificialmente a equação noticiosa: os fatos, o tempo e/ou espaço em que ocorrem, o interesse do público. Dentro dessa lógica, o jornalismo é um conjunto de artifícios e estratégias para construir a impressão de verossimilhança. E um instrumento temporário do pacto cultural e hibridizante com as classes populares (STEINBERGER, 2000, p.184).

Se o Jornalismo e a própria Rede Globo entraram em uma crise de legitimidade, por parte dos receptores da notícia, é natural, como uma empresa capitalista, que busque alternativas para sair da crise e alavancar os negócios. Afinal, não podemos nos esquecer que o Grupo Globo e seus acionistas buscam o lucro, custe o que custar.

Em 1º de abril de 1996, Willian Bonner assumiu a bancada do Jornal Nacional, ao lado da jornalista Lilian Wite Fibe, dupla que trabalhou junto até 1998, quando Fátima Bernardes passou a dividir essa bancada, formando o casal JN. (GLOBO, 2015).

A busca pela revitalização do Jornal Nacional foi a tônica, haja vista que muitos dos episódios desastrosos atribuídos ao jornalismo, acabaram ficando impregnados em seus antigos âncoras, Cid Moreira e Sérgio Chapelin. Era como se trocar os âncoras, a página fosse virada. Mas o jornalismo do Grupo Globo patrocinou outros episódios caricatos de manipulação, mesmo após a morte de seu fundador.

Episódio que merece ser lembrado ocorreu em matéria veiculada sobre a morte do Jornalista Roberto Marinho. Willian Bonner começa a notícia agradecendo as manifestações que geraram “um minuto de silêncio” em respeito à morte do referido Jornalista (GLOBO, 2015). Assim agradeceu os jogadores e os juizes de futebol, ao povo, à Câmara dos Deputados (que interrompeu uma votação importante e guardou o minuto de silêncio), chamando o jornalista Roberto Marinho de “pai de todos”. Em uma matéria de mais de quatro minutos Willian Bonner chama Roberto Marinho de pai por mais de uma vez, agradece o povo também por mais de uma vez, enaltece a vida e obra do jornalista falecido e fala da responsabilidade deixada por ele, no que diz respeito à ética jornalística.

Willian Bonner cita as empresas do Grupo Globo, como o “legado do nosso pai”: a Globo, o Globo (jornal, “onde tudo começou”), o Extra, o Diário de São Paulo, o Sistema Globo de Rádio, a Editora Globo, a Globosat e a Globo.com, “porque todos retratam e defendem o nosso país”, afirma Willian Bonner. O âncora do Jornal Nacional afirma que é na Globo que o povo informa e se diverte. E mais adiante cita que a obra deixada por “nosso pai”, defende os valores democráticos e a cultura de nosso país. Willian Bonner, nesta reportagem cita dezenas de vezes a palavra povo, buscando estabelecer o “povo” como protagonista que está legitimando as decisões da Globo e sendo o maior beneficiário da família Marinho. Já na parte final da carta lida por Willian Bonner, creditada aos filhos e à atual esposa do falecido, o âncora parece se emocionar,

mas diz que vai terminar. Terminada a leitura dessa ode a Roberto Marinho, a câmera do Jornal Nacional vai ao fundo do cenário, local onde dezenas de jornalistas trabalham. Nesse momento estão todos de pé em um silêncio profundo, e alguns visores mostram a face de Marinho.

Assim, por meio de uma concessão de serviço público o jornalista Roberto Marinho, saiu da vida para entrar na história. Contudo, após ler essa apologia ao “grande pai” da Rede Globo, difícil é imaginar que alguns episódios que deslegitimaram o Jornal Nacional tenham mesmo ficado no passado, devido ao enraizamento dos valores de seu fundador. Alguns episódios recentes reforçam as teorias de que o Jornal Nacional ainda carrega em seu espírito jornalístico, um ranço dos “velhos tempos”, em que o Doutor Roberto era reverenciado pelos presidentes da República deste país.

Luiz Inácio Lula da Silva vence as eleições presidenciais no ano de 2002, com mandato a se iniciar em 01º de janeiro de 2003. Aquele mesmo indivíduo que no final da década de setenta e início da década de oitenta, se transformou no maior líder sindical da história do país e que, à frente de milhões de trabalhadores, fez estremecer as bases do militarismo. Aquele mesmo indivíduo que sofreu com as edições dos debates presidenciais no ano de 1989, realizados sob o pálio do Jornalismo do Grupo Globo, torna-se presidente da República Federativa do Brasil. Mesmo as artimanhas perpetradas pela Rede Globo, não impediram o Partido dos Trabalhadores (de Lula) governar o país durante 14 (catorze) anos, o que atesta que há resistência por parte do telespectador, que não recebe passivamente a notícia. Contudo, o capital financeiro internacional, aliado à burguesia nacional, e endossado pela própria Rede Globo obteve êxito no golpe que destituiu a presidenta Dilma do Executivo Federal, ceifando seu segundo mandato presidencial, o qual vencera legitimamente nas urnas.

Por outro lado, a Família Marinho, sempre se mostrou uma exímia representante da classe dominante: pelo acervo mantido no site da memória da Globo, tranquilamente você se depara com o Jornalista Roberto Marinho praticando automobilismo, hipismo, caça submarina. Em 1939 Roberto Marinho iniciou sua coleção de obras de arte, sendo que participou de centenas de exposições em que apresentava seu acervo à elite nacional. (GLOBO, 2015)

Em 2015, segundo dados da Revista Forbes, a Família Marinho, representada pelos irmãos, José Roberto Marinho, Roberto Irineu Marinho e João Roberto Marinho, possuem uma fortuna estimada em dez bilhões, cada irmão. (FORBES, 2015)

Ainda, que a Rede Globo e seus colaboradores mais apaixonados, insistam que a Globo é o povo, que a Globo trabalha pela educação e cultura do país, a realidade é que a Rede Globo representa o maior oligopólio midiático do país, um dos maiores do mundo. E toda essa produção de mercadorias da mídia, produzidas nas empresas do Grupo Globo, como os programas de entretenimento, as telenovelas, os telejornais, exploram o capital humano de seus colaboradores, e, com a extração da mais valia, acumulam dinheiro e enriquecem.

É até difícil de imaginar que o jornalista Roberto Marinho, ou os seus filhos e netos, tenham alguma “afinidade” por Luiz Inácio Lula da Silva, enquanto candidato e ocupando efetivamente cargos públicos, ou por Governos com tendência à esquerda, que tendem a investir na melhoria das condições de vida dos pobres.

Mas, diante da perda de legitimidade por parte do Jornalismo da Globo, nas eleições de 2002, o Jornal Nacional tentou buscar a igualdade de tratamento dos candidatos, como assevera no Site Memória Globo:

A eleição de Lula. Em 2002, houve eleição para Presidente da República. **A partir de 1º de julho, o Jornal Nacional passou a acompanhar o dia a dia dos quatro principais candidatos: Anthony Garotinho, do PSB; Ciro Gomes, do PPS; José Serra, do PSDB e Luiz Inácio Lula da Silva, do PT. (...) Um marco da cobertura foram as entrevistas com os candidatos à presidência, ao vivo, na bancada do JN, entre os dias 8 e 11 de julho. (...) Lula e Serra disputariam o segundo turno. Naquela noite, os dois candidatos deram entrevistas, ao vivo, no JN sobre os novos rumos das campanhas. Lula foi entrevistado por Carlos Dorneles no Comitê Nacional do PT, em São Paulo, e Serra conversou com William Waack na produtora onde o candidato gravava os programas eleitorais. A partir do dia 8 de outubro, o JN passou a acompanhar o dia a dia da campanha dos dois candidatos em diversos estados. (...) Com o presidente eleito sentado ao seu lado na bancada, Bonner apresentou o JN direto de São Paulo. Lula foi entrevistado pelo próprio Bonner e por Fátima Bernardes, que fazia perguntas do estúdio no Rio de Janeiro.** O presidente mais votado da história do Brasil, com 61,27% dos votos válidos, o equivalente a mais de 52.790.000 votos, falou sobre os rumos do país. Apesar da insistência dos entrevistadores, não quis adiantar nomes de futura equipe. No encerramento, foi apresentado um clip

em homenagem ao presidente eleito, com imagens das eleições ao som do Hino Nacional. Quando acabou o telejornal, todos da redação aplaudiram e foram cumprimentar Lula, o novo presidente do Brasil. (GLOBO, 2015).

Apesar do esforço hercúleo do Jornalismo do Grupo Globo em tentar mudar sua imagem (manipuladora de informações), através de Willian Bonner, aquele mesmo que chama o jornalista Roberto Marinho de “pai de todos”, de “homem adorado pelo povo”, o âncora e responsável pelos debates presidências de 2002 e 2006, soa muito artificial.

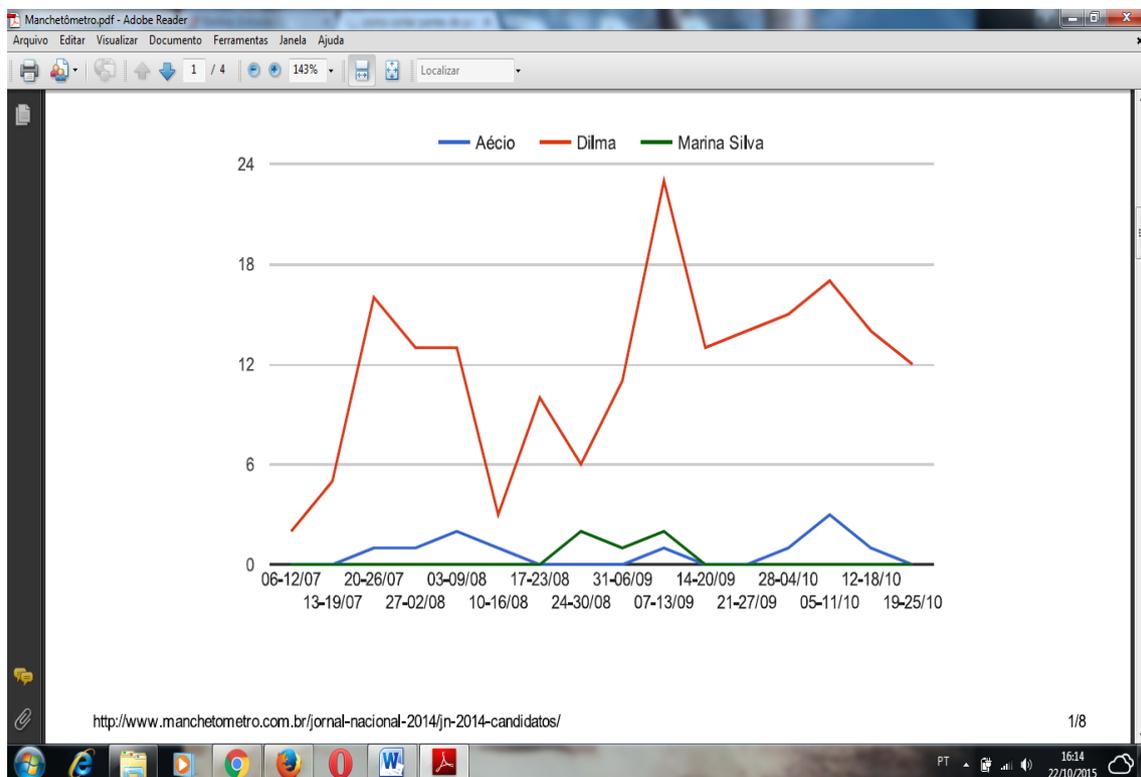
Willian Bonner acredita que o Jornal Nacional produz um jornalismo de qualidade, em outras palavras ele está imerso em sua própria ideologia. Não consegue perceber que a própria forma de seleção das informações, as imposições de formas, as perguntas, as nuances de suas faces ao noticiá-las, estão impregnadas pela ideologia burguesa: a mesma ideologia que omitiu os acordos com a Time Life na década de sessenta, que desvirtuou os reais motivos da greve dos metalúrgicos no final da década de setenta, que tentou fraudar as eleições ao Governo do Rio e prejudicar publicamente Leonel Brizola, que editou acintosamente o debate Collor e Lula em 1989.

A mesma Ideologia que hoje, ajudou a derrubar uma presidenta democraticamente eleita, Dilma Vana Rousseff. Será que a Rede Globo de Televisão, por meio de seu principal veículo de imposição de formas, o Jornal Nacional, não seria capaz disso?

O LEMEP – Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública, coordenado por João Feres Júnior (Doutor em Ciência Política), mantido pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), criou o “Manchetômetro”. Essa ferramenta, de nome tão peculiar, operada por pesquisadores da UERJ, demonstra a parcialidade do Jornal Nacional. A Ilustração Figura 01 representa parte da cobertura do Jornal Nacional no que tange aos candidatos da corrida presidencial de 2015.

A legenda da Ilustração Figura 01, *ipsis litteris*: No gráfico abaixo temos o número de matérias contrárias a cada candidato ao longo do tempo, dividido em semanas, tomando como começo da série o início do período oficial de campanha, 6 de julho. Visando retratar a intensificação da politização da cobertura às vésperas do primeiro turno da eleição, optamos por agregar sob o rótulo Dilma as codificações Dilma, PT, Governo e Economia; sob o rótulo Marina, as codificações Marina, Eduardo Campos e PSB; e sob o rótulo Aécio, Aécio e PSDB.

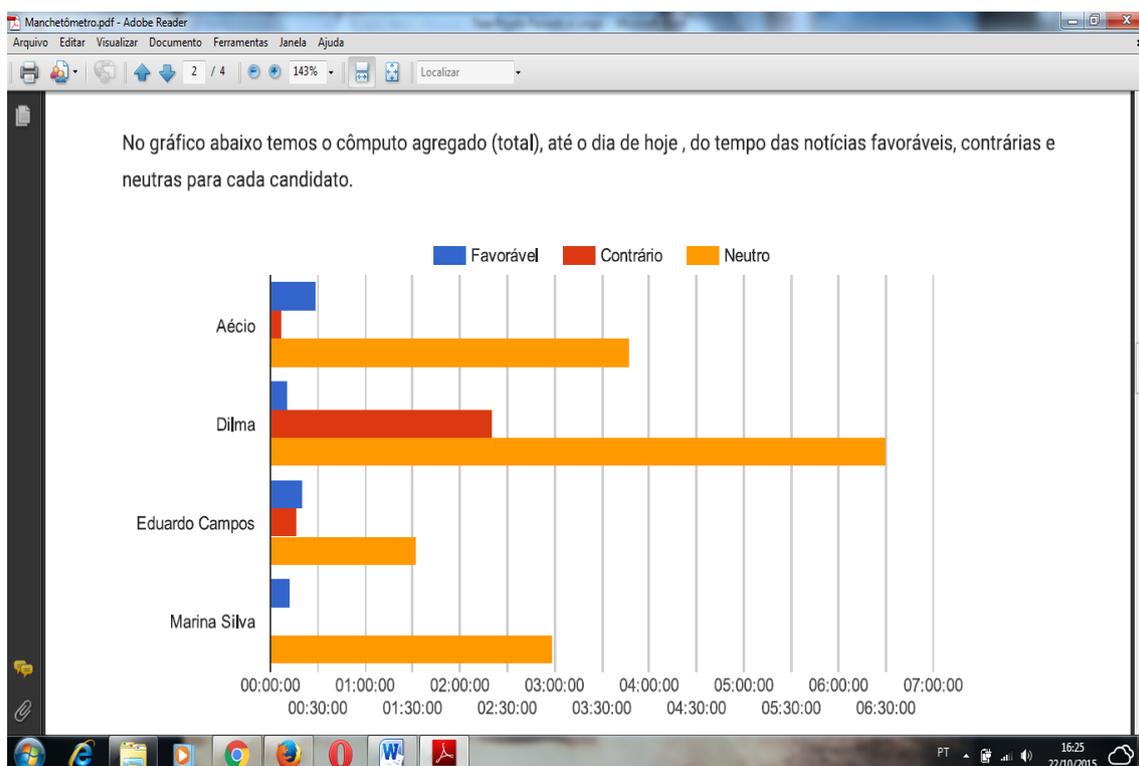
Ilustração Figura 01. Manchetômetro matérias jornalísticas contrárias a Aécio Neves, Dilma Rousseff e Marina Silva, da semana 06-12 de julho de 2014 a semana 12-18 de outubro de 2014.



Fonte: LEMEP, 2016.

Na Ilustração Figura 02 os pesquisadores computam o agregado, do tempo das notícias favoráveis, contrárias e neutras para cada candidato:

Figura 02. Manchetômetro matérias jornalísticas contrárias a Aécio Neves, Dilma Rousseff e Marina Silva, cômputo do tempo total dedicado à cada candidato de 06/07/2014 a 25/10/2014.



Fonte: LEMEP, 2016.

As Ilustrações Figura 04 e 05 apontam que o Jornal Nacional dedicou muito mais tempo para falar de Dilma, do PT, do Governo e da Economia, mas em relação aos demais candidatos, também dedicou mais tempo em transmitir notícias desfavoráveis da candidata Dilma. A veiculação desmedida de matérias desfavoráveis relacionadas à Dilma, seu partido e seu Governo, não é mera questão matemática, são informações transmitidas como imposições de formas, conforme o alvitre do Jornal Nacional, resguardando interesses da Família Marinho. Interessante observar que não há nada contrário a Marina Silva. Lembrar que sua candidatura foi insuflada pela Direita (leia-se Globo), naquela eleição (2010), para, talvez, derrotar Dilma no 2º Turno, o que resultou em “ledo engano”.

Jesus Martín-Barbero (2000, p. 31-32) discorrendo sobre política e televisão, aponta o papel decisivo da televisão sobre o rumo das formas de se fazer política, de se tentar eleger candidatos. Ainda assim, com a democratização desse aparelho, que passa pela democratização de costumes locais e da própria cultura política e com o avanço da televisão em ocupar espaços deixados por sua própria programação, a televisão surge como espaço estratégico para produção e reprodução das imagens que queremos fazer de nós mesmos e daquelas por quais queremos sermos vistos. Mas como a televisão consegue ser o principal propagador de ideias da classe que está no poder? Martín-Barbero (2000, p. 32) tece algumas considerações a respeito, argumentando que na América Latina a televisão reina de forma soberana, e ao mesmo tempo em que oferece conteúdos culturais, o faz com meandros de globalização, deslocando e desorientando o telespectador.

A massificação provocada pela indústria cultural, por meio dos programas televisivos padronizados, que se permite produzir um programa único para transmitir para todo o Brasil, sufoca, estrangula, a própria manifestação cultural das localidades aonde essa programação chega. A mídia hegemônica produz telespectadores padronizados, incapazes de se soltarem da “camisa de força” implementada pela mídia. Demonstrando essa poderosa força dos meios de comunicação, Martín-Barbero (2000, p. 37), leciona que os meios de comunicação se perfazem no meio mais intenso de propagação do horizonte cultural de um povo. Contudo, com viés homogeneizante dos aspectos culturais, a televisão contribui para a fragmentação dos referentes tradicionais de identidade.

O Grupo Globo, trabalha em favor da classe dominante, reforçando, sempre que possível, a ideologia burguesa impregnada em nossa sociedade, ou, como diz o apresentador Willian Bonner, está apenas produzindo um jornalismo de qualidade, conforme ensinou o “pai de todos”, o jornalista Roberto Marinho? Tentaremos captar o fenômeno e suas contradições, tendo como foco o Jornal Nacional.

Dessa forma, por meio da análise do conteúdo das notícias veiculadas pelo Jornal Nacional, em um período de dezesseis meses, e por meio de pesquisas semi-dirigidas aos telespectadores do Jornal Nacional em Araraquara/SP, esse trabalho observou, como tendenciamento desse Jornal, no sentido de derrubar uma presidenta democraticamente eleita, repercutiu nas atitudes de pessoas de diferentes classes sociais.

Voltando à discorrer sobre a estratégia de lançamento do Jornal Nacional pela Rede Globo, Lins da Silva (1985, p. 35) escreveu que esta foi perfeita. Referido periódico diário foi comprimido entre duas telenovelas, e de certa forma se aproveitava da audiência destas para fincar sua própria audiência. Para Lins da Silva a estratégia foi ainda mais longe, pois tendo a novela das sete um enredo mais leve e bem-humorado, abriria, naturalmente, espaço para o início do JN, e após sua dose diária de veneno midiático, a novela das oito, mais dramática, fechava a noite daqueles que iam dormir para acordar cedo no dia seguinte e trabalhar. E justamente no horário em que a família brasileira estava toda reunida em casa, para o jantar, começava o Jornal Nacional.

A Rede Globo de Televisão mantém diversas telenovelas diariamente: a “novela jovem” denominada Malhação, a chamada novela das seis (horas), entra um jornal regional, depois a chamada novela das sete (horas), o Jornal Nacional (desde 1º de Setembro de 1969), depois a novela das oito (horas). No período da tarde a Rede Globo costuma transmitir o “Vale a Pena Ver de Novo”, que seria uma retransmissão de uma telenovela apresentada em um dos horários citados, e em algumas ocasiões, a Rede Globo produz e transmite também a novela das onze (horas).

Enfim, Lins e Silva, na obra, Muito Além do Jardim Botânico, procurou demonstrar o poder da Rede Globo, por meio da utilização de seu instrumento ideológico, o Jornal Nacional. Vale a pena recordar suas mais contundentes análises.

O JN é o segundo noticioso do mundo em termos de número de espectadores e tem um impacto considerável sobre a opinião pública. O regime sabe que sua imagem depende muito do que é lido e mostrado ali e a Rede Globo sabe que deve muitos favores a este regime, que continua no poder, apesar de bem mais fraco do que há algumas décadas. As críticas que o Sr. Roberto Marinho recebe ao final de cada edição do JN são, não raramente, do próprio presidente da República e com frequência de ministros de Estado. As maiores autoridades da República, como sabem da estreiteza das relações entre a Globo e o Planalto, procuram interpretar as edições do JN como se fossem mensagens cifradas do “sistema”. No final de outubro de 1983, por exemplo, às vésperas das eleições presidenciais na Argentina, uma matéria extraordinariamente bem cuidada, com quase vinte minutos de duração sobre o clima pré-eleitoral naquele país, de responsabilidade exclusiva da redação do JN, foi interpretada pelo Governador do Ceará como uma demonstração inequívoca de que o presidente Figueiredo iria promover o retorno das eleições diretas no Brasil. A matéria ainda estava no ar quando o Sr. Roberto recebeu um telefonema do governador do Ceará tentando

conformar sua interpretação que era, é óbvio, totalmente infundada.  
(LINS DA SILVA, 1985, p. 40-41)

Lins da Silva escreveu sua obra *Muito Além do Jardim Botânico* em 1985, quando ainda imperava o regime militar no Brasil. De acordo com a pesquisa deste autor, o jornalismo do Grupo Globo convivía em harmonia com o regime autoritário que pairava sobre o país.

Lins da Silva (1985, p. 41) recebeu participação de colaboradores, produtores, do próprio *Jornal Nacional* na elaboração de sua pesquisa. Em uma dessas colaborações, um membro da coordenação nacional do JN afirmou que nem sempre as notícias veiculadas precisam dizer tudo para serem entendidas, “basta que nós levantemos a bola para que os outros chutem”, afirmou o colaborador. Segundo Lins da Silva, basta o JN mostrar que o assunto já ganha credibilidade, passa a ser respeitável. É a ideologia da classe dominante em seu êxtase: a imprensa amiga não precisa defender diretamente um protegido seu, ou demonizar frontalmente um inimigo de esquerda, basta dar “dicas” sobre como um amigo político de ocasião merece respeito por inaugurar uma obra (ainda que esta seja fictícia, ou superfaturada), ou dar “dicas” de como aquele fulano de esquerda pode desestabilizar a economia (ainda que ele tenha ideias para diminuir a segregação econômica-social do país), para aquele garantir sua reeleição e este amargar perda de votos. Isto somado ao fato deste veneno midiático ser diário, contumaz, martelado cotidianamente nas mentes dos telespectadores, para ter-se um ambiente propício para a propagação da ideologia da classe dominante.

Contudo, com a possibilidade de redemocratização do país, a própria direção da Rede Globo, por meio de seu mandatário o empresário Roberto Marinho, iniciou um processo de desvinculação da imagem do *Jornal Nacional* da face de conivência com a ditadura militar, conforme relata Lins da Silva (1985, p. 41). Assim, por exemplo, com a criação do programa *O Povo e o Presidente*, no qual o próprio Presidente expunha suas ideias e opiniões ao público, Roberto Marinho “desafogava” o *Jornal Nacional* dessa incumbência.

Nessa esteira, importante destacar o processo ideológico, que pode ser representado neste trecho da obra de Lins da Silva:

O processo é todo complexo e cheio de meandros. Qualquer observador arguto do JN sempre percebeu que os políticos do governo tinham espaço de tempo muitos maiores que os da oposição. Sem dúvida que isto se devia a uma política da casa de prestigiar o regime e esvaziar as oposições. Mas, em parte, também era o resultado, segundo o relato de um editor do JN, de um discurso muito radical dos políticos da oposição. “Normalmente, mesmo depois de 1980, não se salvava nada do depoimento de um deputado, já era evidente que não poderíamos colocar no ar expressões como ditadura militar”. Aos poucos, como explica esse editor, os oposicionistas foram aprendendo a falar à Globo, moderando o tom retórico, mas nem por isso deixando de expor suas ideias. E foi possível aproveitar seus depoimentos com mais frequência. (LINS DA SILVA, 1985, p. 42)

A indústria cultural, permeada pela massificação dos produtos, além de neutralizar a cultura regional, contribui para fazer infiltrar os interesses da classe dominante no modo de vida da classe dominada, de modo que esta passa a defender os interesses daquela. Segundo Lins da Silva (1985, p. 21), no interior da criação de um telejornal, existe o confronto entre os interesses dos donos da empresa e os ideários de seus funcionários, que se exprime no conteúdo ideológico do que irá ser transmitido. Ou vencem interesses dos donos da empresa ou trocam-se os funcionários. Contudo, lembra Lins da Silva que essas contradições existem tanto no momento da produção do conteúdo jornalístico quanto no momento da recepção do produto pelo receptor. O que nem sempre representa um interesse monolítico daquela classe burguesa e nem sempre é consumido de forma passiva e uniforme por todos os telespectadores.

Aliás, objetivando ilustrar as tensões vivificadas pelas lutas de classes por meio deste aparelho tecnológico denominado televisão, vamos analisar, neste momento do texto, as notícias veiculadas pelo Jornal Nacional entre as semanas de 08/05/2017 a 13/05/2017 e de 15/05/2017 a 20/05/2017.

Referida análise será pautada pela escolha das notícias que envolverem os nomes de Lula, Dilma, PT, Temer, Aécio, PSDB, haja vista que durante essas semanas muito se noticiou em telejornais e jornais impressos sobre Luiz Inácio Lula da Silva, Dilma Rousseff, Michel Temer e Aécio Neves.

Tentamos decodificar o tratamento dado pela reportagem do Jornal Nacional, e, indiretamente, pela Família Marinho, para cada um desses personagens da política contemporânea.

No dia 08 de maio, “Defesa de Lula pede adiamento de interrogatório em Curitiba”. No dia 09 de maio, “Juiz Federal determina a suspensão das atividades do Instituto Lula”. No dia 10 de maio, “Lula é interrogado como réu pela segunda vez na Lava Jato”, “Lula tenta suspender prazos do processo desde o início de maio”, “Lula chega a Curitiba às 10h30 em voo fretado e encontra Dilma, “Em depoimento de cinco horas, Lula se declara inocente”, “Lula participa de ato público em Curitiba”, “Moro chama Lula de senhor ex-presidente” e pergunta sobre tríplice”, “Lula fala de encontro com Renato Duque”, “Em ato de apoio, Lula se emociona e diz estar em busca da verdade”, “Juiz esclarece sobre Instituto Lula”, “Lula nega ter pedido a Leo Pinheiro para destruir provas”, “Moro pergunta se Lula desconhecia propina da Petrobras”, “Lula nega veementemente ser dono do tríplice”, “Lula diz que procurou Duque para saber se ele tinha conta no exterior”, “Advogados de Lula defendem que ele esclareceu que não é dono do Tríplice”, ou seja, no dia 10 de maio de 2017, das 23 reportagens exibidas no Jornal Nacional, incluindo as informações sobre o tempo e os esportes, 14 notícias são diretamente ligadas à pessoa do político Lula.

No dia 11 de maio, “Não tenho desavença pessoal, diz Sérgio Moro a Lula em interrogatório”, “Nunca solicitei e nunca recebi apartamento, afirma Lula a Moro”, “Lula se recusa a responder qualquer pergunta sobre sítio em Atibaia”, “Lula diz que MP teria induzido testemunhas a acusa-lo”, “Moro confronta Lula com afirmação sobre conta de propina da OAS”, “Moro pergunta se Lula sabia dos crimes de Duque na Petrobras”, “Moro insiste nas perguntas (a Lula) sobre relações entre Vaccari e Duque”, “Moro pergunta (a Lula) sobre nomeação de diretores para a Petrobras”, “Lula nega ter influência dentro do Partido dos Trabalhadores”, “Lula diz que usou força de expressão quando ameaçou prender”, “Nas considerações finais, Lula faz defesa de seus mandatos”, Ex-presidente (Lula) critica a imprensa e se diz massacrado”, “Após interrogatório de Lula, processo entra na fase final”, “Dilma tratou de pagamentos ilegais dentro do Alvorada, diz Mônica Moura”, isto é, das 26 reportagens exibidas no Jornal Nacional, incluindo as informações sobre o tempo e os esportes, 13 notícias são diretamente ligadas à pessoa do político Lula, ainda que na chamada de duas reportagens o nome de Lula esteja omissa.

No dia 12 de maio, “Mônica diz que pagou cabeleireiro de Dilma mesmo após campanha”, “Dinheiro para pagamento (das contas de Dilma) era até escondido nas meias, diz Mônica”, “Dilma sugeriu o nome de Iolanda para e-mail, revela publicitária”, “Em 2014, houve estremecimento entre Dilma e Lula, diz Mônica Moura”, “Temer reúne

ministros para registrar um ano de governo”, neste dia, algumas reportagens sobre a colaboração da publicitária Mônica Moura ao Poder Judiciário, nos processos que investigam possíveis irregularidades nas contas apresentadas pela candidata Dilma Rousseff.

No Jornal Nacional exibido em 13 de maio de 2017, não houve menção direta nas chamadas das reportagens à Lula, Dilma, PT, Temer, Aécio e MDB. Acreditamos que é outra estratégia da Rede Globo que, ao chegar ao final de semana, aproveita para “criar” um clima ameno para seu telespectador, optando por reportagens sobre esportes, religião, datas comemorativas (dia das mães em 14 de maio), abrindo passagem para sua programação dominical: Globo Rural, Globo Esporte, Faustão e Fantástico – “o Show da Vida”. De toda forma, isso merece uma reflexão, ainda que não seja o objeto da presente pesquisa. No dia 13 de maio de 1888 foi declarada extinta a escravidão no Brasil, decretada e sancionada pela Princesa Isabel Imperial Regente, em nome de Sua Majestade o Imperador, o Senhor D. Pedro II, por meio da Lei n.º 3.353 (Planalto, 2017). Ainda que o próprio movimento negro não “comemore” a data do dia 13 de maio, pois referida data, como os próprios movimentos afirmam, necessita ser “reelaborada” (Geledés, 2017), uma emissora de televisão, como concessão de serviço público, por meio de um telejornal de alcance nacional, tem o dever de discutir, refletir, debater, arrazoar, tão emblemático assunto.

Voltando à captação das reportagens, na semana que começou no dia 15 de maio: “Moro nega pedidos de Lula e do MP para ouvir mais testemunhas”, “Ação da chapa Dilma-Temer no TSE é liberada para ser votada no plenário”. No dia 16 de maio: “TSE marca julgamento contra chapa Dilma-Temer para 6 de junho”.

Entre os dias 15 e 16 de maio de 2017, após uma semana em que o nome de Lula fora citado de forma contumaz pelo Jornal Nacional, sendo que em dois dias consecutivos, metade das reportagens foram destinadas diretamente ao Lula, o Jornal Nacional se mostrou, digamos neutro com relação às questões políticas.

No dia 17 de maio de 2017: “Dono da JBS grava conversa com Michel Temer, diz o Globo”, “Gravação revela que Aécio pediu R\$ 2 milhões a Joesley Batista”, “Temer interrompe reunião e Padilha e Maia correm para o Planalto”, “TRF autoriza volta de atividades do Instituto Lula”, “Lula se reuniu com ex-diretores da Petrobras 28 vezes, diz MPF”.

Guardadas as devidas proporções, mas buscando analisar esses dados, na semana de 08 à 13 de maio de 2017 houve uma concentração da palavra chave Lula nas reportagens veiculadas pelo Jornal Nacional, sendo que de um total de 49 matérias jornalísticas veiculadas pelo Jornal Nacional, entre os dias 10 e 11 de maio, 27 trataram diretamente de Lula e das questões de seu depoimento à Justiça Federal.

Como o próprio nome da matéria jornalística denota, “Moro chama Lula de senhor ex-presidente”, o político Luiz Inácio Lula da Silva não ocupa nenhum cargo político atualmente, mas, ainda assim, o Jornal Nacional dispensa metade de seu tempo de transmissão para dizer sobre esta figura pública, em dois dias consecutivos.

Para auxiliar nesta análise, vamos retroceder no tempo, mais precisamente nas eleições presidenciais de 1989, quando a Rede Globo de Televisão admitiu que realizou a edição do último debate entre Collor e Lula, informação encontrada no próprio site de Memória Globo (Globo, 2017), oportunidade na qual o jornalismo da Globo admitiu e transmitiu aos seus telespectadores ter sido o candidato Fernando Collor, o vencedor deste tão importante debate. O próprio José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, executivo do Grupo Globo, assume publicamente a edição do debate, afirmando que fora procurado por um dos assessores do então candidato à presidência da República, Fernando Collor de Mello. Nessa conversa, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, entendendo que “Lula era o povo” e “Collor era a autoridade”, criou situações para aproximá-los, como, por exemplo, retirando a gravata do Collor, passando glicerina para simular suor em seu rosto, e, principalmente, simularam denúncias contra o Lula, por meio da inserção de pastas deixadas ao lado de Collor que estavam vazias ou com folhas em branco. Após essas manipulações diretas na própria forma de apresentação do candidato Collor, buscando, a Rede Globo aproximá-lo do “povo”, e, de forma pertinaz, idealizando denúncias irreais quanto ao candidato Lula, o jornalismo da Rede Globo editou o próprio debate, demonstrando sua prioridade pelo candidato Collor.

Este segundo e último debate entre os candidatos Collor e Lula, disputando o segundo turno das eleições presidenciais, pelo voto direto, após 29 anos (Globo, 2017), fora editado pelo telejornalismo da Rede Globo e transmitido pelo Jornal Nacional, tendo favorecido o candidato Fernando Collor de Mello tanto na seleção dos melhores momentos, quanto no tempo dedicado, em detrimento ao candidato Lula. (Globo, 2017).

Sobre o episódio, a página eletrônica da Memória Globo assume:

Mas o episódio provocou um inequívoco dano à imagem da TV Globo. Por isso, hoje, a emissora adota como norma não editar debates políticos; eles devem ser vistos na íntegra e ao vivo. Concluiu-se que um debate não pode ser tratado como uma partida de futebol, pois, no confronto de ideias, não há elementos objetivos comparáveis àqueles que, num jogo, permitem apontar um vencedor. Ao condensá-los, necessariamente bons e maus momentos dos candidatos ficarão fora, segundo a escolha de um editor ou um grupo de editores, e sempre haverá a possibilidade de um dos candidatos questionar a escolha dos trechos e se sentir prejudicado. (MEMÓRIA GLOBO, 2017)

Àquela época, o Grupo Globo assumiu ter editado o debate de 1989, que ajudou a levar Fernando Collor de Mello à Presidência da República (Globo, 2017), preterindo o candidato Lula. Hoje o Grupo Globo, controlado pela Família Marinho, talvez tenha outros interesses próprios seus, ou até os mesmos interesses de seus de acionistas, que se assemelham aos interesses de grandes empresários, anunciantes, políticos, para se esforçar tanto em desgastar a imagem do ex-presidente Lula. Ainda em 2017, dedica metade de seu tempo, em dois dias seguidos, para falar exclusivamente desta figura política.

No dia 17 de maio, além de minimizar o número de matérias jornalísticas, acerca de um possível envolvimento do Presidente da República, Sr.º Michel Temer, frente às acusações de corrupção, o Jornal Nacional ainda suavizou a gravidade da situação na própria chamada da matéria jornalística: “Dono da JBS grava conversa com Michel Temer, diz o Globo”. Outrossim, creditou a matéria ao jornal O Globo. Impor a forma (por meio da informação) de que o dono da JBS gravou conversa com Michel Temer, é minimizar o fato de que o dono da JBS buscou formas de provar que o Presidente do Brasil age corrompendo interesses públicos em benefício próprio.

Para termos uma ideia da gravidade da situação, o Jornal impresso Folha de São Paulo, tratou o assunto no dia 18 de maio de 2017, como “Governo Encurralado” e a matéria denominada como “STF autoriza inquérito contra Temer, que responsabiliza deputado por pedido à JBS”. O jornal impresso Estadão, neste mesmo dia, ao tratar desta matéria, a denomina como: “Fachin autoriza inquérito contra Temer, que pede acesso a áudios”.

O jornal impresso do próprio Grupo Globo, denominado O Globo, a chamada para a matéria jornalística referente ao caso envolvendo o presidente Temer e o Senador Aécio

Neves chama-se “Flagrantes da corrupção: as imagens que provam a entrega de propina a indicados de Temer e Aécio”.

No dia 18 de maio, o Jornal Nacional, assim tratou a questão do Sr. Michel Temer e do Sr. Aécio Neves: “Aécio Neves é afastado da função de senador e deixa presidência do PSDB”, “Delator diz que senador Aécio pediu R\$ 2 milhões para pagar defesa”, “Polícia Federal prende em Minas irmã e primo de Aécio Neves”, e após seis reportagens sobre outros assuntos, finalmente o Jornal Nacional abordou o tema Michel Temer: “Joesley pediu intervenção de Temer em pendência entre Petrobras e JBS”, “Temer abriu caminho para Joesley conseguir acordo de delação”, “Não renunciarei. Sei o que fiz e sei da correção de meus atos, diz Temer”, “Temer se reúne com ministros para avaliar estragos causados por delação”, “Oposição protocola oito pedidos de impeachment de Temer”, “Após pronunciamento de Temer, capitais registram protestos”, e a reportagem “O que acontece se Temer renunciar? A Constituição explica”.

Das 23 matérias jornalísticas veiculadas pelo Jornal Nacional no dia 18 de maio de 2017, 03 trazem a figura de Aécio Neves, e nove matérias jornalísticas tratam diretamente de Michel Temer. Ocorre que, percebe a sutileza das chamadas jornalísticas, promovendo um ar de estadista ao Sr.º Michel Temer: “Não renunciarei. Sei o que fiz e sei da correção de meus atos, diz Temer”, ou da chamada pedagógica “O que acontece se Temer renunciar? A Constituição explica.

Visando ilustrar a análise em comento, colacionamos trecho da questão n.º 14, respondida por um dos entrevistados, morador do Bairro denominado Selmi Dei (Setor 5) no Município de Araraquara/SP, com 43 anos de idade e ensino médio completo, que afirmou assistir o Jornal Nacional:

Pergunta n.º 14: Questão aberta. Dispondo desta ímpar ocasião: você vê, percebe, sente alguma relação entre as matérias jornalísticas veiculadas pelo J. N. e o processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff? Por favor, explique por quais motivos.

Resposta: Isso foi óbvio; Pois percebi que quem derruba ou elege é a Globo. Quando eles querem algo, eles falam quantas vezes for preciso, e, infelizmente o povo, escuta algo, mentira ou verdade, e não procura se aprofundar na informação.

No dia 19 de maio de 2017, voltando às matérias veiculadas pelo Jornal Nacional, envolvendo nas chamadas os nomes-chaves de Lula, Dilma, PT, Temer, Aécio e PSDB:

“Rodrigo Janot vê indícios de crimes cometidos por Michel Temer”, “Executivo diz que Rocha Loures era mensageiro indicado por Temer”, “JN ouve políticos e juristas sobre encontro de Temer com delator”, “Fachin sobre Aécio: indícios de atividade delituosa múltipla”, “Saud diz que Joesley tentou não pagar os R\$ 2 milhões a Aécio”, “Joesley revela contas correntes no exterior em nome de Lula e Dilma”, “Kassab recebeu propina para PSD apoiar Dilma em 2014, diz executivo”, “Temer sanciona, sem vetos, a lei de recuperação fiscal dos estados e DF”, ou seja, das 30 matérias jornalísticas, apenas 4 matérias jornalísticas ligadas diretamente à Michel Temer, apesar da gravidade das denúncias, e, ainda, uma das matérias jornalísticas, tem chamada muito positiva, pois informa aos telespectador que o presidente sanciona, sem vetos, lei que de auxílio fiscal aos Estados e ao Distrito Federal.

Outrossim, o Jornal Nacional faz sempre questão de trazer chamadas exclusivas com os nomes de Aécio Neves (na época afastado de suas funções políticas pelo Supremo Tribunal Federal), e os nomes dos ex-presidentes do Brasil, pertencentes à sigla partidária PT (Partido dos Trabalhadores), Dilma Rousseff e Lula. Esses noticiários com chamadas de outros nomes públicos auxiliam a criar uma véu, uma nuvem sobre os fatos que comprometem o presidente Michel Temer.

No sábado, dia 20 de maio, o Jornal Nacional, abarcou os seguintes noticiários, contemplando as palavras-chaves de Lula, Dilma, PT, Temer, Aécio e PSDB: “Presidente Michel Temer pede suspensão da investigação”, “PGR pede a continuidade do inquérito contra o presidente Temer”, “Temer diz que segue na Presidência e pede suspensão do inquérito”, “Peritos analisam fita com conversa entre Michel Temer e Joesley Batista”, “Pronunciamento de Temer repercute entre aliados do governo e oposição”, “Delatores da JBS contam que Michel Temer recebeu propina”, “Joesley fala de conversas com Lula e Dilma sobre dinheiro no exterior”, “Áudios mostram versão de Aécio para pedido contra chapa Dilma-Temer”, ou seja, das 23 reportagens exibidas no sábado, dia 23 de maio de 2017, sete reportagens incluem Temer, sendo que em uma delas o nome delas aparece atrelado ao nome de Dilma. Ademais, das seis reportagens em que o nome de Temer aparece diretamente, em apenas um delas, “Delatores da JBS contam que Michel Temer recebeu propina”, tem caráter negativo, as demais ou possuem caráter demonstrando aspectos de defesa de Temer ou aspectos “neutros”.

Outra matéria jornalística exibida neste dia 21 de maio que demonstra o controle ideológico da Rede Globo, por meio de seu telejornalismo, é a chamada “Fantástico mostra os desdobramentos das delações que atingem grandes nomes da política”. O programa denominado Fantástico é também chamado por seus apresentadores como o “show da vida”, uma mescla de jornalismo com entretenimento, que incluiu em suas matérias jornalísticas além de grandes recursos cinematográficos (como filmagens em ambientes inóspitos, poucos explorados pelo homem), também os chamados “furos de reportagem” (denúncias, vindas de fontes asseguradas pelo sigilo constitucional da fonte), e até mesmo depoimentos de celebridades, políticos, especialistas em suas profissões, desconstruindo e construindo a notícia dosando cultura e ideologia conforme os interesses da própria emissora.

Os estudos carreados até o momento levam ao entendimento da existência de certo poder da Rede Globo enquanto influência midiática, ainda que um poder de representação dos interesses da classe dominante no país. No capítulo IV vamos observar como se dá essa influência em diferentes classes sociais da cidade de Araraquara/SP – parte fundamental desta Tese, pela presença da resistência encontrada em diferentes momentos da pesquisa.

### CAPÍTULO III - MÍDIA TELEVISIVA E PODER ECONÔMICO

Muniz Sodré (1984, p.14), em sua obra o Monopólio da Fala, argumenta que a televisão (chamada por ele de “engenhoca tecnológica”), do ponto de vista das necessidades mercadológicas próximas, é capaz de magnetizar todos os dias milhões de telespectadores, com imagens cinéticas. Ademais, entende Sodré que a televisão representa um elemento de uma abundância desnecessária, não respondendo por uma necessidade real de comunicação por imagens. Para Sodré (1984, p. 14) não existia nenhuma expectativa específica ou aguardada da comunicação social que justificasse o surgimento da televisão. Entende o autor que o próprio mercado, por meio da autonomia dos bens eletrônicos, fez surgir esse aparelho, que acabou por legitimar necessidades sociais do homem, como o acesso às informações. Na atualidade, outras “engenhocas tecnológicas” estabelecem relações semelhantes às da televisão e merecem também investigações, que certamente estão em pauta. Mas não são o alvo específico deste trabalho (apesar de aparecerem na questão 13 do nosso questionário) e, além disso, utilizam estratégias semelhantes, além das que são específicas. Estamos falando dos Smartphones, Tablet’s, Celulares de última geração, Notebook’s, e Computadores.

Porém, Muniz Sodré aponta o conteúdo ideológico deste poderoso instrumento da comunicação, pois para ele, a televisão entremeando conteúdos de entretenimento e pedagógicos, é capaz de alterar comportamentos e atitudes de seus telespectadores. Ainda, acrescenta Sodré:

**O processo modernizador dos tempos correntes tem servido à causa da dominação pelo consumo e da discriminação de classes pelas diferenças de poder aquisitivo, alimentada pela produção monopolística.** (SODRÉ, 1984, p. 30) (Destaques nossos)

Apesar da efemeridade da sensação causada pela aquisição das mercadorias, (pelo menos conscientemente) seus reflexos (ainda que inconscientemente) são perenes, capazes de estender a satisfação pelo consumo por mais tempo, mantendo a sociedade devidamente domesticada.

Para entender a televisão, não podemos nos ater apenas à dicotomia emissor-receptor, na qual o emissor transmite a informação que lhe interessa e o receptor absorve passivamente seu conteúdo. Os meandros existentes entre a programação televisiva e os telespectadores são muito mais complexos e sofrem pressões de diversos grupos: dos proprietários da emissora, dos receptores das informações, dos jornalistas que produzem

as matérias veiculadas, e de outros grupos organizados da sociedade e entidades de classe, como a CNBB (Confederação Nacional dos Bispos do Brasil) ou a OAB (Ordem dos Advogados do Brasil), por exemplo.

José Manuel Morán (Morán, 1982, p.07) em artigo publicado nos Cadernos Intercom, ao trabalhar com as contradições e perspectivas da televisão brasileira preleciona que o referido sistema televisivo reflete o grau hermético ou participativo no sistema político, assim como as batalhas institucionais internas pelo poder, os interesses de grupos conflitantes. Ainda, Morán entende que algumas notícias escolhidas para serem veiculadas, podem reforçar a posição de certos grupos e enfraquecer a de outros grupos, ou mesmo buscar preservar interesses pessoais arraigados.

As lutas pelo poder são emblemáticas, pois o poder, em qualquer sociedade, identifica-se com os interesses dos grupos dominantes. Os grupos mais fortes, que ideologicamente detém o poder e alienam os dominados, são os grupos empresariais, sempre preocupados com a acumulação de riqueza de suas empresas e famílias. Morán (1982, p. 08) tenciona um ponto importante dessa discussão pelo poder a ser exercido na televisão, ao afirmar que os meios de comunicação, por serem serviços de utilidade pública, pertencem a todos. As chamadas frequências ou ondas do rádio e da televisão estão presentes no ar, e pertencem à coletividade.

Contudo, a realidade é outra, pois de um lado os proprietários dos meios de comunicação estão cada vez mais ricos (a família Marinho, dona do Grupo Globo, possui significativa fortuna, na casa dos vinte e cinco bilhões de reais, e figura entre as mais ricas do país), e do outro lado a sociedade pouca influência tem na programação das televisões. (FORBES, 2017)

Assim, “é notícia o que os proprietários das televisões disserem que é notícia”. Apesar de esta afirmação ser relativizada nos dias de hoje, pela abertura da Internet e das Redes Sociais como propagadores de “informações”, ainda há informações que depois de trabalhadas pela televisão, tendenciam aos seus próprios interesses ou de grupos econômicos controladores, como anunciantes. Mas, então, o que é a notícia? Se a notícia veiculada pelos meios de comunicação, em especial o telejornalismo, é aquela que interessa aos grupos dominantes, então a notícia já nasce maculada pela ideologia burguesa.

Vamos nos ater a uma reflexão: o programa de transferência de renda denominado Bolsa Família. Percepções indicam que não são raras as reportagens do Jornal Nacional citando exemplos de fraudes no programa Bolsa Família. Contudo, é raríssima uma reportagem do Jornal Nacional informando sobre benefícios desse programa, como por exemplo, garantir alimentação básica, garantir um substrato mínimo de dignidade às pessoas que recebem o benefício, além de garantir que as crianças beneficiadas estejam na escola.

Em reportagem do Jornal Nacional, disponibilizada no site deste telejornal no dia 25 de maio de 2013 (GLOBO, 2013) foi divulgada a notícia de que a Caixa Econômica Federal antecipou o pagamento do Bolsa Família, devido a uma série de boatos sobre seu fim. A reportagem afirma que houve uma confusão generalizada por parte do Governo, demonstrando a eficácia do Jornal Nacional em desmoralizar o Governo Dilma e os programas de transferência de renda implementados em seu governo e no de Lula.

Em outra reportagem, Willian Bonner anuncia a notícia: “A Polícia Federal descobriu uma fraude no Bolsa Família, na região de fronteira com o Uruguai. Entre os beneficiários do programa foram identificados até estrangeiros e gente que já morreu”. As palavras do apresentador são permeadas por sinais claros de desaprovação ao programa, vindos de suas feições faciais negativas. Reportagem apresentada em 16 de dezembro de 2013. (GLOBO, 2013)

O Programa Bolsa Família possui uma vinculação forte com os Governos de Lula e Dilma. Assim, quando o Jornal Nacional veicula somente informações de fraude, omitindo o singular resgate da dignidade humana de milhares de beneficiados, não cumpre o papel que se espera de um jornalismo isento, imparcial.

Se no caso do Bolsa Família a reportagem do Grupo Globo opta por reportagens que demonstrem a fragilidade da fiscalização do programa, abrindo margem para possíveis fraudes (leia-se casos isolados) há casos em que o Grupo Globo e sua “staff” de jornalistas optam por tentar salvar a imagem do próprio Grupo.

Assim, episódio polêmico ocorreu devido a um possível empréstimo do BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – objetivando saldar dívidas do Grupo Globo. O Grupo sempre negou esse empréstimo, mas, de qualquer forma,

existiram negócios entre o referido Banco, mantido com dinheiro público, e a poderosa emissora:

O boato de que o BNDES teria emprestado dinheiro para salvar a Globopar provavelmente está relacionado a dois episódios. O primeiro diz respeito ao fato de que o BNDES – sócio da Globo Cabo desde 1999 – acompanhou o aumento de capital realizado por todos os sócios da empresa em 2002. O banco injetou mais R\$ 156 milhões, e a operação – que em outras circunstâncias seria considerada corriqueira – acabou gerando polêmica. (GLOBO, 2015)

Ainda que guardadas as devidas proporções, e a devida equidistância entre os Programas do Bolsa Família e de Investimentos do BNDES, o fato é que o dinheiro público é o que gere os dois “programas”. Mas, a Globo considera “corriqueiro” o aporte de mais de R\$ 156 milhões de dinheiro público em um investimento privado, ao passo que se esforça para demonstrar possíveis fraudes no Bolsa Família, um importante programa de transferência de renda.

A televisão também é vista como veículo de educação constante da sociedade. Além de seu mote econômico, que busca angariar dividendos para seus acionistas, a televisão pode exercer um papel de educador das massas? Moacir Gadotti (1982, p. 66), no artigo intitulado A Televisão como Educador Permanente das Classes Trabalhadoras, ao defender a função econômica, no que tange a sustentação do capital, como a função principal da televisão, paralelamente a coloca como uma indústria cultural, que, ao difundir, reproduzir e legitimar os ideários dominantes, funciona como uma amálgama à ideologia burguesa. Mas nesse ponto há um dilema posto: a televisão educa a massa de telespectadores (incluído os trabalhadores), ou simplesmente as manipula e aliena, mantendo-as, enquanto classe dominada, subalternos e obedientes? Talvez não seja um dilema, mas uma dupla manipulação, como se houvesse duas camisas de força invisíveis, mas eficientes, a serviço da classe dominante: a televisão e a escola. Nossos dados empíricos demonstram, no entanto, que há resistência por um lado, e que, por outro lado, diferentes classes sociais, além das camadas de baixa renda, também são manipuladas.

Para Gadotti (1982, p.66), a classe dominante prepara, elabora, a educação, a cultura e o lazer para as classes dominadas, para a grande massa dos trabalhadores, e, por meio de controles políticos, conforme o meio de manipulação, quais sejam a televisão ou a escola, a ideologia vai sendo dosada.

Na escola a sedimentação ideológica é mais vagarosa, pois realizada em diversos ciclos, separados por anos e idade do manipulado, mas na televisão a ideologia invade rapidamente a vida das pessoas, com conteúdos mais atuais e atraentes. Na escola, ao contrário, algumas matérias das humanidades, como a História (que foi escrita pela classe dominante), vai sedimentando nos alunos a ideia de que sempre existiu quem domina e quem são os dominados.

Podemos trazer à tona exemplos clássicos de “heróis” nacionais e regionais, retratados nos livros de história, mas que tiveram um fim trágico: Zumbi dos Palmares, Tiradentes, Antônio Conselheiro, guardadas as proporções, Lampião e seu “bando”, o jornalista Vladimir Herzog representando todos os mortos e torturados pela ditadura. Ser “herói” e revolucionário no Brasil pode ser perigoso.

A educação de massa, no entanto, sofre influência desse poderoso aparelho estatal-ideológico de dominação. A educação massificada, retratando a história escrita e contada pela classe dominante, tenta manter a classe trabalhadora domesticada e inerte frente aos reais problemas do país. O tempo livre das pessoas também é apropriado pelo capital. Se o trabalhador decide passar a noite em sua casa, estará cercado por uma programação “didaticamente” criada para sua domesticação. Ou acompanhará, religiosamente, as novelas, ou, então, não perderá uma apresentação do Jornal Nacional. Se ousar, poderá partir para outros programas de entretenimento, onde a exploração do infortúnio alheio é o mote, como o “Programa do Ratinho” (SBT, 2017) ou o Superpop (Rede TV, 2017), apresentado por Luciana Gimenez. De todo modo, imperioso ressaltar que a classe trabalhadora é tomada aqui em sentido amplo, haja vista que a manipulação midiática não encontra barreiras, alcançando também as camadas médias da população.

Nesta pesquisa acompanhamos o Jornal Nacional por dezesseis meses, tomando nota das principais notícias, divididas em Política, Crime, Informações Gerais, Notícias Internacionais, focando nas notícias de percepção mais tendenciosa e anotando as omissões de outras informações. Vejamos então o cotidiano do telespectador, segundo Ciro Marcondes Filho.

Oito horas da noite. O homem salta do ônibus, caminha até seu prédio; o porteiro lhe abre eletronicamente a grade. Ele entra e, enquanto espera o elevador, dá uma olhadela na correspondência que havia sido guardada para ele. O elevador chega; já há mais gente esperando. Ele sobe. Está cansado; souo o dia inteiro; não vê a hora de jogar-se numa

poltrona e descansar. Entra em casa. Cheiro de jantinha pronta. Beija a mulher, os filhos vêm saudá-lo pulando e agarrando-se em suas pernas. Para eles tudo é festa, tudo é motivo para uma nova brincadeira. A sopa está quentinha e cai como um bálsamo. Na televisão, o apresentador do telejornal começa a falar com voz firme e oficial sobre os acontecimentos do dia, ao som alucinante das rotativas da imprensa. É o show de notícias que vai começar. O homem toma silenciosamente sua sopa, mal conversa com a mulher que acompanha à mesa; as crianças correm pelo apartamento, indiferentes ao cansaço do pai. A televisão fala, mostra cenas, fotografias, desenhos. Uma coisa atrás da outra, num ritmo tão louco que nem dá para prestar atenção. São cores, sons, impactos, vozes, caras, tudo um após o outro. O dia foi exaustivo. Este homem só quer entregar-se ao sofá. Tem pouco ânimo para falar, para fazer qualquer coisa – muito menos para ouvir reclamações da mulher, do vizinho ou da mãe, que vive lhe telefonando pedindo para não esquecer dela. (MARCONDES FILHO, 1988, p. 05)

O Autor peca nesta visão idílica, pois a mulher também trabalha e chega em sua casa cansada, após um dia inteiro de labor. As crianças e adolescentes, do mesmo modo, chegam em casa após um dia de estudos. O modelo de família utilizado por Marcondes Filho não se sustenta mais em nossa atual sociedade, contudo sua análise do conteúdo e acerca da proposta ideológica e dominadora da televisão é perfeita: Marcondes Filho descreve a chegada de um trabalhador à sua casa, e como, após passar, no mínimo oito horas trabalhando e mais algumas horas no percurso, resta-lhe o sofá e a televisão. Como se livrar do controle ideológico transmitido pela televisão se é um costume, um hábito arraigado em nossa sociedade, chegarmos em nossa residência, e ao nos reunirmos na sala com nossa família, ligarmos o aparelho de T.V., autorizando que o controle ideológico entre e faça parte de nossas vidas? Assim, como apontam nossos dados, o alvo da televisão é na verdade toda a população.

Ao traçar um estudo sobre as diversas formas de tentativa do homem de avançar sobre a exaurabilidade do corpo, procurando eternizá-lo, Marcondes Filho (1998, p.13) comparando a percepção das imagens pela fotografia e pela televisão, argumenta que na televisão não há tempo hábil para os telespectadores explorarem as imagens transmitidas, pois estas passam rapidamente. Nesse sentido, Marcondes Filho entende que na fotografia o receptor escolhe os detalhes que mais lhe interessam, detendo-se em sua análise, mas na televisão, em que pese o telespectador receber imagens previamente trabalhadas, impostas (pelo programa jornalístico que busca afagar seus anunciantes) para narrar

determinado fato (notícia e opinião), sequer tem direito à livre concentração e reflexões sobre a imagem.

Marcondes Filho (1988, p. 31) ainda argumenta que o conteúdo propagado pelos meios de comunicação, é fruto de uma industrialização, de uma mercantilização das notícias, do que será apresentado, trazendo prejuízos consideráveis a identidade cultural de quem assiste, pois a televisão recolhe produtos de seu lugar de origem e os multiplica para pessoas de territórios e regiões diversas. De outra forma, considera Marcondes Filho, a televisão transforma os fatos sociais crus, adaptando-os, interpretando-os, traduzindo-os para seu público, contribuindo para o deslocamento temporal e espacial de seus telespectadores.

O Jornal Nacional não escapa a esta tendência. No ar desde o ano de 1969 (Globo, 2017), este poderoso telejornal noturno do Grupo Globo, também industrializa seus fatos sociais, políticos e econômicos, transformando-os em mercadorias padronizados de modo a serem adequadamente consumidas pelos telespectadores, que poderão sentir algum tipo de emoção. Mas certamente os impulsos advindos dessas emoções não serão mais do que a simples aquisição de mercadorias.

Em relação ao poder exercido pela mídia, Muniz Sodré (1984, p. 42) tenciona a obra de Kafka, com as relações de poder na sociedade, argumentando que a angústia do personagem de Kafka, tanto em *O Castelo*, como em *O Processo*, surge de sua impossibilidade de responder, de contradizer, a imposição de informações unilaterais, dirigida por uma instância anônima, remota, inacessível. Não é apenas o conteúdo da mensagem remetido, mas a relação incontestável de poder que angustia o personagem de Kafka.

As contradições existentes nas relações de poder, dentro do sistema televisivo, são por elas mesmas negadas, segundo Sodré (1984, p. 42) a unilateralidade e univocidade do sistema de transmissão de notícias (informação + opinião) persistem, pois não assumem sua contradição. A dicotomia e o distanciamento entre falante e ouvinte é perene.

Para Sodré (1984, p. 43), o monopólio instituído pela televisão pode ser explicado pelo controle ideológico da fala, pois referido monopólio se lastreia no processo de

significação, já que o próprio sistema monopolístico encontra-se engendrando ideologicamente em toda a sociedade.

Porém, Sodré (1984, p. 50 - 52), argumenta que o poder exercido por meio do controle ideológico da sociedade não necessita ser, necessariamente, explícito, pois a espécie de relação humana propagada pela transmissão das notícias pela televisão, é por si repressiva e castradora. Essa universo maniqueísta perverso criado é reproduzido por seus consumidores, seja por uma solicitação explícita, seja por provocação oriunda do sistema. Prosseguindo suas análises Sodré entende que o sistema televisivo elimina a gratuidade do diálogo, a liberdade de se falar o que quiser e quando quiser, a pluralidade dos contextos sociais, a sociabilidade incrementada pelas diversas inter-relações sociais. (SODRÉ, 1984, p. 52).

Qual a relação desta contextualização proposta por Sodré (1984, p. 52), com a manutenção do poder exercido pela mídia televisiva? Com a eliminação da gratuidade do diálogo, e a implementação de fórmulas pré-determinadas com a finalidade produtiva (SODRÉ, 1984, p. 52), a mídia televisiva assume seu caráter manipulador, direcionador, de informações. Informação é poder. E informação é aquilo que as grandes mídias transformam em notícia. O Jornal Nacional segue essa receita desde 1969 (GLOBO, 2017).

Na mesma linha de raciocínio, quando o sistema televisivo elimina a liberdade de falar o que se quiser e no momento que se quiser (SODRÉ, 1984, p. 52), a mídia televisiva concentra ainda mais seu poder, pois quem fala o que quer e no momento que quer, são as pessoas escolhidas pela mídia, isto é, os representantes da classe dominante, ou que estão a serviço da ideologia.

Ainda, Sodré (1984, p. 52) aponta que o sistema televisivo elimina a pluralidade das situações sociais. Esse elemento específico de cerceamento cultural ocasionado pela mídia televisiva é extremamente danoso à sociedade. Em nome de uma mídia global, a televisão padroniza programas, telejornais, eliminando diferenciações culturais regionais e contribuindo para estranhamentos entre culturas dentro do mesmo país.

Marilena Chauí, observando as relações sociais e políticas, tece algumas considerações:

As relações interpessoais, as relações intersubjetivas e as relações grupais aparecem com a função de ocultar ou de dissimular as relações sociais e as relações políticas enquanto políticas, uma vez que a marca das relações sociais e políticas é serem determinadas pelas instituições sociais e políticas, ou seja, são relações mediatas, diferentemente das relações pessoais, que são imediatas, isto é, definidas pelo relacionamento direto entre pessoas, e por isso mesmo nelas os sentimentos, as emoções as preferências e os gostos têm papel decisivo. As relações sociais e políticas, que são mediações referentes a interesses e a direitos regulados pelas instituições, pela divisão social das classes e pela separação entre o social e o poder político, perdem sua especificidade e passam a operar sob a aparência da vida privada, portanto referidas a preferências, sentimentos, emoções, gostos, agrado e aversão. (CHAUI, 2006, p. 09)

Recorrendo a Chauí (2006, p. 10), poderíamos argumentar que a mídia televisiva ao privatizar categorias do social e do político, transformando fatos sociais e políticas em notícias conforme seus próprios interesses, manipula, sistematicamente, a opinião pública?

George Orwell, em sua obra 1984, retrata um mundo totalitário em que o Ministério da Verdade, que tem como objetivo produzir a mentira, cria a “novilíngua”, uma linguagem que transmite apenas o que a classe dominante quer que seja dito. Os dirigentes desse mundo de George Orwell se mantêm no poder à custa da intensa vigilância sobre a população – câmeras de monitoramento nas residências, no trabalho, nas ruas –, e manipulando, distorcendo, a verdade, mantendo a opinião pública totalmente alienada do que realmente ocorre no mundo real.

No transcursar desta pesquisa, revisando parte da bibliografia especializada, reanalisando as notícias veiculadas pelo Jornal Nacional, e, mais especificamente, analisando os questionários aplicados à população da cidade de Araraquara/SP (à luz das teorias da informação – comunicação e dos conceitos da cultura e da ideologia), vimos que o poder da mídia, existe, atua, tal como já parece óbvio a partir dos teóricos mais críticos. No entanto, há resistências e contradições que desvelam um processo mais dialético, conforme demonstram os dados empíricos coletados e por nós analisados.

Por agora, vamos voltar às análises do poder concentrado na mídia televisiva, nesta trama ideológica-cultural, que se utiliza de um casal (um homem – uma mulher), pessoas de boa aparência, vestidas adequadamente, voz firme e decidida, à frente de um

telejornal, transmitindo um discurso, como se fosse o discurso verdadeiro, mas que, na realidade, é o discurso das classes que estão no poder.

Guy Debord (1997, p. 14) em sua obra *A sociedade do Espetáculo*, leciona que o “show” é apresentado como uma parte da sociedade (setor que concentra o olhar e a consciência) e como instrumento de unificação. Contudo, pelo fato dessa parte da sociedade estar separada, ela é o lugar do iludido olhar e da falsa consciência, e a unificação produzida é apenas a da linguagem oficial da separação efetuada.

Novamente a questão da falsa consciência volta a emergir. A ideologia como falsa consciência, como simulacro da verdade, como manipulação das informações, como simulação e dissimulação dos fatos sociais, econômicos e políticos, transforma fatos em notícias com imposição de formas. Parte do poder do *Jornal Nacional* é originário desta receita básica de manipulação da opinião pública.

Sobre a mercantilização da cultura de massas e a transformação das informações em mercadorias padronizadas, McLuhan (1997, p. 147) já entendia que estamos vivenciando uma época de transição, passando de produtores de mercadorias empacotadas para o empacotamento de informação, invadindo culturas integrais com informação, diversão e ideias standardizadas.

Claude Lefort argumenta que, como o discurso da classe dominante é inominado e impessoal, as informações perpassam a figura do agente comunicador (âncora do telejornal), dando-lhe generalidade social, mas ao mesmo tempo transmitindo ares de princípios democráticos:

O rádio, a televisão, o cinema, os jornais e as revistas de divulgação tornam viáveis sistemas de representação que seriam impossíveis sem eles. Com efeito, para que a ideologia possa ganhar generalidade suficiente para homogeneizar a sociedade no seu todo é preciso que a mídia cumpra seu papel de veicular a informação não de um pólo particular, mas de um foco central circunscrito que se dirige ao todo indeterminado da sociedade. Com debates públicos virando espetáculos e discutindo tudo: economia, política, arte concreta, sexo, educação, música pop, arte clássica e contemporânea, do gênero mais nobre ao mais trivial, cria-se a imagem de uma reciprocidade verdadeira e definida nas relações sociais. Essa imagem é duplamente eficaz, pois, ao mesmo tempo, exalta a comunicação, independe de seu conteúdo e de seus agentes, e simula a presença de pessoas. (...) A eficácia do discurso veiculado pelos meios de comunicação decorre do fato de que ele não se

explicita senão parcialmente como discurso político e isso lhe confere generalidade social. São as coisas do cotidiano, as questões da ciência, da cultura que sustentam a representação de uma democracia perfeita, na qual a palavra circula sem obstáculos. (LEFORT, 1982, p. 320-321)

Como ocorre esse processo ideológico de legitimação das informações passadas pela mídia televisiva, pelos telejornais? Se a notícia é veiculada, diariamente, pelo mesmo telejornal, há aproximadamente cinquenta anos (Jornal Nacional, Grupo Globo), há uma predisposição de aceitarmos como verdadeiros seus noticiários. Marilena Chaui (2006, p. 77) argumenta sobre a ideologia do especialista enredando os formadores de opinião e dos comunicadores, que sob a eiva de astutos conhecedores de certos (e todos) os assuntos possíveis, nos ensinam as melhores posições do sexo, a cultivar um jardim, a se tornar um “chef” de cozinha, a como melhor educar nossos filhos, a tornar nossa casa atrativa e bem decorada, a nos comportar e ter boas maneiras, nos ensinam os especialistas a nos vestir bem, a manter um corpo atlético, a como ganhar dinheiro sem suar, e nos ensinam também a rezar e ganhar o reino dos céus. Em apertada síntese, o especialista é o “formador de opinião”, o “comunicador”.

Chaui, finalizando o capítulo que trata sobre o poder como questão central dos meios de comunicação (2006, p. 72), registra seu entendimento sobre a origem da força do poder dos meios de comunicação de massa: a capacidade mágica de criar o mundo, a capacidade de criar a realidade, igualando-se ao divino. Para Chaui (2006, p. 78), o poder ideológico-político se realiza com a produção de simulacros com feição de realidade.

Entretanto, entendemos, que a mídia televisiva, objetivando salvaguardar interesses de seus proprietários, acionistas, anunciantes, e demais adeptos, além de avocar para si essa capacidade mágica de criar o real, também se utiliza de outra antiga emoção humana, para manter as classes trabalhadoras devidamente dominadas: o medo.

Chaui (2006, p. 99 – 100) refletindo sobre essa relação de dominação que se utiliza das manutenções das relações de medo sociais e econômicas, argumenta que mesmo vivendo em sociedades econômica, cultural e socialmente desiguais, as injustiças políticas não se apresentam como injustas e tampouco desiguais.

Em paralelo à questão do poder exercido pela mídia, mas importante tal qual, é a questão da servidão voluntária do ser humano. O filme-documentário “A Servidão Moderna”, de Jean-François Briant e Victor León Fuentes (2007), é um trabalho de

caráter altamente crítico ao atual sistema de produção capitalista, sistema que impinge ao homem uma pseudoliberalidade, uma condição de cidadãos incompletos. Abaixo, segue o introito do referido documentário:

A servidão moderna é uma escravidão voluntária, aceita por essa multidão de escravos que se arrastam pela face da terra. Eles mesmos compram as mercadorias que lhes escravizam cada vez mais. Eles mesmos correm atrás de um trabalho cada vez mais alienante, que lhes é dado generosamente se estão suficientemente domados. Eles mesmos escolhem os amos a quem deverão servir. Para que essa tragédia absurda possa ter sucedido, foi preciso tirar desta classe, a capacidade de se conscientizar sobre a exploração e a alienação da qual são vítimas. Eis então a estranha modernidade da época atual. Ao contrário dos escravos da Antiguidade, aos servos da Idade Média e aos operários das primeiras revoluções industriais, estamos hoje frente a uma classe totalmente escrava, que no entanto não se dá conta disso ou melhor ainda, que não quer enxergar. Eles não conhecem a rebelião, que deveria ser a única reação legítima dos explorados. Aceitam sem discutir a vida lamentável que foi planificada para eles. A renúncia e a resignação são a fonte de sua desgraça. Eis então o pesadelo dos escravos modernos que só aspiram a deixar-se levar pela dança macabra do sistema de alienação. A opressão se moderniza estendendo-se por todas as partes, as formas de mistificação que permitem ocultar nossa condição de escravos. Mostrar a realidade tal qual é na verdade e não tal como mostra o poder constitui a mais autêntica subversão. Somente a verdade é revolucionária. (BRIENT, FUENTES, A servidão Moderna, 2007)

Em que pese o caráter crítico do trecho inserido acima, fazem-se necessárias algumas indagações. Será que somos escravos do atual sistema de produção capitalista? Mas, se as pessoas são livres para escolher onde trabalhar, são livres para escolher o que pensar, então não há que se falar em escravidão? Será que somos tão livres assim? Não, não somos. Se pensarmos como a mídia televisiva opera, com seus viés mercadológico ideológico permeado entre toda a sociedade, capilarizando e sedimentando os ideais da classe dominante, na realidade, somos reprodutores das mensagens ovacionadas pela classe que está no poder, a classe dirigente.

Sobre o paradoxo da servidão voluntária, Chauí (2006, p. 142) esclarece, recorrendo a La Boétie, que para o compreendermos, precisamos perceber como o poder se difunde no interior da sociedade. Assim, discorre que a sujeição é encarnada nas diversas formas de existência social por seus membros pois estes esperam sujeitar, submeter os outros ao seu próprio poder, ou seja, nossa sociedade tiranizada

voluntariamente serve ao tirano pois cada membro submetido à tirania, em outro momento irá tiranizar quem ele considera inferior.

Assim, com a contextualização dos conceitos da informação e da comunicação interseccionados aos conceitos da cultura e da ideologia, na interpretação dos noticiários do Jornal Nacional e dos questionários aplicados, continuaremos a expor a presente pesquisa, em sua parte teórica.

## **A - AS TEORIAS DA INFORMAÇÃO – COMUNICAÇÃO**

Chomsky (1996) sintetiza o ideal, na visão da classe dominante, do que seria uma sociedade domesticada, obediente aos interesses do capital, quais sejam, as pessoas e seus aparelhos de TV.

A pessoa devotada à televisão tende a ficar isolada do mundo que a cerca. O que lhe é apresentado na TV corresponde “à verdade” (e a cada dia o computador se solidifica ao lado da televisão). Dessa forma, com a apresentação de telenovelas (a maior rede de televisão aberta do Brasil atualmente conta com seis telenovelas, aproximadamente cinco horas de sua programação), programas de variedades (que proliferaram nos últimos anos), jornais doutrinados seguindo a cartilha institucional dos interesses dos seus proprietários (grandes empresários capitalistas), a mídia e seus dirigentes (altos executivos que buscam o mesmo que qualquer grande executivo, o lucro) contribuem para tornar a sociedade cada vez mais alienada e alijada da vida real.

O filme “Rede de Intrigas” (Network, 1976), que levanta a questão da manipulação do jornalismo televisivo, ambientado nos Estados Unidos no final da década de 60, apresenta a reação de um “âncora” que à frente de um telejornal por mais de uma década, entre em colapso nervoso, após passar por sérios problemas de família e ser demitido da referida rede de televisão. Os diálogos do filme são reveladores. Expõem uma rede de televisão que na realidade são números, de audiência, e cifras, lucros e acumulação de capital. Talvez as empresas privadas existam para isso mesmo, proporcionar lucro e boa vida aos seus acionistas, por meio da exploração da força de trabalho de seus empregados, e, mais especificamente no caso das redes de televisão, mantendo seus telespectadores alienados. Mas, no caso de “Rede de Intrigas” a

manipulação realizada pela rede de televisão avança dos programas (imbecilizantes) de entretenimento para o “sério” telejornalismo praticado por referida emissora.

Em um desses diálogos do filme, o âncora, que neste momento voltou a ser admitido pela emissora (seus rompantes de loucura à frente do telejornal acabaram alavancando a audiência da emissora), argumenta em seu novo programa, como uma espécie de profetizador:

**Por que estaríamos com problemas?** Porque vocês, pessoas, e 62 milhões de outros americanos estão me ouvindo nesse exato instante. Porque menos de 3% de vocês leem livros. Porque menos de 15% de vocês leem jornais. **Porque a única verdade que vocês conhecem é a que sai desse tubo. Há uma geração inteira que nunca aprendeu nada que não tivesse saído desse tubo. Esse tubo é seu evangelho. É a revelação máxima.** Esse tubo pode fazer ou depor Presidentes, Papas e Primeiros Ministros. Esse tubo é a maior força que existe em todo o mundo de Deus, e estamos ferrados se ela cair nas mãos de pessoas erradas! (...) Televisão não é a verdade. (...) Televisão é um circo, um carnaval... (...) Estamos num negócio que a única coisa que importa é matar o tédio. (...) **Nós te contamos qualquer coisa que você quiser ouvir. Mentimos sem remorso.** (...) Estão começando a acreditar até nas mentiras que estamos lhes dizendo. **Vocês estão começando a acreditar que o tubo é de verdade e que suas vidas são de mentira.** (Network, 1976) (Grifos nossos)

Por esta mensagem deixada pelo âncora-profeta do filme “Rede de Intrigas” podemos suscitar diversas indagações: se lêssemos mais livros e nos informássemos por meio de uma pluralidade de informações (e não apenas pela T.V.), seríamos mais atentos a episódios como o que culminou no impeachment de Dilma Rousseff? Estaríamos mais politizados se os telejornais transmitissem as informações com isenção, sem a pecha do interesse dos proprietários das redes de televisão? O formato e a forma de transmissão dos telejornais são um reflexo do modo de vida capitalista, e quanto a isso não podemos mudar? Trazendo a afirmação de que nós estamos começando a acreditar nas “mentiras” contados nos telejornais para nossa “vida real”, será mesmo que estamos trocando a “vida do tubo” por nossa vida cotidiana?

Luci Mara Bertoni (2008) observa que a televisão é o instrumento mais eficaz da indústria cultural. A diversão (programas de variedades) é valorizada pelo trabalhador. Este possui meios escassos de entretenimento e assim adotou a televisão como um

amuleto. Pode-se dizer que a televisão faz parte da família brasileira, assim como demonstram nossos dados empíricos, os trezentos entrevistados possuem, pelo menos, um aparelho de televisão em sua residência, alguns possuindo dois, três e até cinco.

Nesse diapasão, a televisão tornou-se o meio mais rápido e eficaz de fazer um produto vender. Afinal, as corporações estão produzindo, quebrando recordes de eficiência e desempenho, e precisam criar as necessidades para seus produtos serem consumidos. Assim produzirão mais e seus acionistas ficarão satisfeitos. Contudo, os acionistas nem sempre assistem televisão: para se entreter, possuem seus próprios meios de diversão. Afinal, como classe dominante são diferenciados.

Pierre Bourdieu (1997) traduz com clareza a força da televisão. Bourdieu observa que se não podemos dizer nada na televisão (sem que nos sejam impostas certas regras) então dever-se-ia concluir que deveríamos nos abster de falar nela! Bourdieu ressalta que as pessoas (escritores, intelectuais, artistas) buscam ser vistos na televisão, almejam ser percebidos pelos jornalistas e pelo grande público. Mesmo que seu discurso seja pré-concebido, direcionado, com tempo limitado, ser percebido é mais importante do que fazer valer suas ideias por elas mesmas.

Bourdieu (1997) afirma em sua obra “Sobre a Televisão” que as notícias de variedades (mesmo na televisão em que o tempo é algo raro, oneroso) são uma espécie elementar de “fatos-ônibus”, ou seja, fatos que interessam a todo mundo, mas que não chocam ninguém, fatos que formam consenso, não dividem opiniões, mas que também não tocam em nada de importante. Refletindo sobre tais fatos Bourdieu ainda argumenta que a televisão possui uma espécie de monopólio de fato sobre a concepção e formação das mentes de parcela significativa da população, mesmo porque muitas pessoas são devotas exclusivamente deste aparelho tecnológico.

Guardadas as devidas proporções, as lições de Bourdieu (1997) podem ser estendidas aos espetáculos televisivos proporcionados pela espécie propaganda, do gênero da publicidade. Para Bourdieu (1997) existem pessoas “devotadas de corpo e alma à televisão como fonte única de informações”; Bertoni (2008) observa que a televisão “se tornou um dos veículos de comunicação de fácil acesso que adentra os lares das diversas camadas sociais da população brasileira”. Isso para os empresários torna-se uma oportunidade de apresentação de suas mercadorias e os publicitários são contratados para aproveitar essa oportunidade baseada na concentração de telespectadores.

Os meios de comunicação e, em especial a televisão, são os instrumentos utilizados para tentar moldar a mente do consumidor. Este, por estar inserido no processo ideológico do sistema de produção capitalista e, conseqüentemente alienado mentalmente, não compreende que está sendo direcionado para o consumo, pensa que a sua vontade é própria. Contudo está preso às imagens invertidas inseridas pelo sistema capitalista, que mal consegue desmistificar.

Bourdieu (1997) assinalava que a televisão é o veículo de massa de maior envergadura, no que tange ao público atingido. Mas como o sistema dominante é quem dita as regras para vivermos em sociedade, também é esse sistema quem estabelece os entretenimentos aos quais a classe trabalhadora pode ter acesso. Pode não ser interessante para a classe dominante coexistir com uma classe de operários que saiba pensar e questionar.

Assim há a falsa consciência, que se apodera de todas as classes sociais e manipula a classe dominada, na qual se imagina que os programas exibidos por esse veículo de comunicação de massa, a televisão, estão sendo transmitidos porque eles escolheram seu conteúdo e que são programas adequados ao seu estilo de vida, o que não é verdade. É a classe dominante, detentora dos meios de produção e porque não dizer detentora dos meios de comunicação, quem estabelece o entretenimento e o lazer à classe dominada.

Os programas exibidos pela mídia televisiva possuem uma grande diversidade: programas de variedades apresentam assuntos que interessam a todos, geram consenso, mas não geram uma discussão aprofundada de ideias. Esses programas são um misto de jornalismo, com comentários sobre o andamento das novelas, comentários sobre esportes (principalmente futebol), assuntos que geram interesse na coletividade, mas que, pela própria dinâmica e falta de tempo dos programas, são discutidos de forma superficial. O que nos chama a atenção, além do fetiche que esses programas encarnam nos seus produtos na forma de “merchandising”, é a generalidade das informações, que pouco ou nada agregam à vida do indivíduo.

No entanto, Whitaker (2005), em artigo intitulado “A Comunicação Televisiva e as Metamorfoses da Ideologia” explana parte de sua visão sobre a televisão, enfatizando contradições.

A TV – enquanto veículo de comunicação que ao mesmo tempo apreende, revela, e oculta o real – pode ser acusada (ou absolvida) de todos os males da contemporaneidade, dependendo obviamente do recorte feito pelo pesquisador, do seu ângulo de análise e do próprio tema da investigação escolhido a partir da infinita rede de relações estabelecida por esse poderoso instrumento de divulgação da Indústria Cultural. (WHITAKER, 2005, p. 211)

Para desvelar ideologicamente as manifestações envolvidas, as intenções subjacentes encontradas no fenômeno da indústria cultural, mormente a TV, é necessária uma compreensão realizada à luz da Sociologia, embasada nas mais diversas relações e contradições presentes nos fenômenos televisivos. (WHITAKER, 2005)

A televisão é um dos meios de diversão e entretenimento mais acessível ao trabalhador, ou seja, a massa de trabalhadores pode ser tranquilamente manipulada por esse veículo de comunicação, assim como as demais classes sociais também são controladas pela televisão, ainda que de forma contraditória à manipulação da classe trabalhadora. Nessa esteira, a classe dominante, representada pela burguesia nacional e internacional, manipula as informações que chegarão aos seus telespectadores. O jornalismo televisivo opera a favor dos interesses das corporações. Salienta-se que tal interesse por vezes se sobrepõe aos interesses do Estado.

O atual modelo organizacional das corporações de mídia e entretenimento possui como eixo central a formação de oligopólios (Moraes, 2001, p.13) no Brasil o maior exemplo é a Rede Globo de Televisão, que faz parte do atual Grupo Globo.

Mas qual o papel da informação na comunicação televisiva?

A informação pode ser visual, escrita, ou simplesmente falada. O cinema apresenta informações visuais de maneira contundente. Para Gilbert Cohen-Séat e Pierre Fougeyrollas, citados no artigo “A Forma da Sociedade de Informação”, de autoria do Professor Gabriel Cohn, “a informação visual se apresenta como um conjunto de técnicas entre todas as demais, na medida em que elas dão forma à representação que nossos contemporâneos fazem de si mesmos e do mundo”.

Para esses autores a informação deve ser tomado em seu conceito aristotélico, qual seja informação como imposição de formas. Para Gabriel Cohn (2001, p. 22), a sociedade da comunicação é sobredeterminada pela informação – como determinação de formas a

serem comunicadas. Assim a informação não está relacionada a transmissão de conteúdo, mas sim o domínio é o da escolha daquilo que tendo valor significativo comporá a gama de conteúdos a integrarem a comunicação. Se a informação é uma determinação de formas, que passa pela “ação produtiva” dos meios de comunicação, então ela é transformada em uma mercadoria, com vida própria. A transmissão das informações que sobreviverem ao crivo selecionador da ideologia pode ser feita por alguns dos produtos oferecidos pela programação das emissoras, como telejornais, novelas, programas de “entretenimento”. Estamos presenciando a Sociedade Capitalista da Informação (Cohn, 2001, p. 25). Segundo Cohn, “uma sociedade em que as determinações regidas pela produção e reprodução do valor são sobredeterminadas pela informação (...)”. As informações, como imposições de formas, revestem-se com uma modelagem emitida pela classe dominante da sociedade capitalista.

Barbero (2001, p.30) citando Lipovetsky para trazer outra mudança engendrada na sociedade moderna que não seguindo mais a “forma religiosa do dever”, mas entrando na sociedade do pós-dever, busca satisfazer desejos imediatos, a paixão do ego, a felicidade reservada e materialista. A imposição de formas transmitida pelos veículos de comunicação, de natureza ideológica-capitalista, encontra um grupo de telespectadores sedentos por liberdade, sob o espectro de um individualismo exacerbado, são capazes de beijar a própria imagem. Entretanto Barbero (2001, p.34) salienta que essa “reaproximação” do mundo, traz consequências na forma de percepção das informações pelos indivíduos, pois as tecnologias da informação e da comunicação estão tornando este mundo intercomunicado cada vez mais opaco.

Barbero entende que essa “opacidade”, significa que a única dimensão realmente mundial é o mercado, e se a liberdade dá lugar ao domínio, a cooperação cede espaço à competitividade: é a mundialização do mercado capitalista às custas da imposição de formas, manipulando informações e reduzindo novamente o mundo a um pequeno negócio muito lucrativo, no qual se alguns milhões de pessoas sofrem com as consequências dessa exploração, como fome, morte precoce, epidemias, falta de água potável, esses são considerados meros efeitos colaterais desse perfeito sistema. O mercado, sempre o mercado, ditando as regras. O lucro, sempre o lucro, à frente de todos os princípios que regem a vida.

## **B – CONCEITO DE CULTURA**

Whitaker (2003) observa que o conceito de cultura foi criado pelos antropólogos, que pretendiam entender outros modos de vida, outras sociedades, que não a sociedade dita ocidental, à qual pertenciam. Dessa forma, o conceito de cultura surgiu para derrubar a tendência que o indivíduo tem de depreciar a forma de viver de outros povos. Tenta-se com ele combater o etnocentrismo do homem ocidental.

O conceito de cultura visava, como visa realmente, derrubar o etnocentrismo do homem ocidental, no sentido de criar pontes de comunicação e compreensão com outras formas de ser historicamente (WHITAKER, 2003, p. 15)

O conceito de cultura migra da Antropologia para a Sociologia. Desse modo, os sociólogos começam a utilizar o referido termo cultura como uma grande ideia unificadora de compreensão da maneira de ser do outro (WHITAKER, 2003, p.16). O ser humano nasce apenas com rica herança genética. Com a internalização da cultura presente na sociedade é que o ser humano se humaniza, desenvolvendo a herança genética que fora apenas potencialidade, conforme lembra Whitaker (2003, p.16).

Nesse diapasão, a cultura possui inúmeras formas de manifestação no seio de um povo, tais como a magia, a técnica, a arte (o lúdico), a moral, a religião, o direito, a filosofia, a política, e muitas outras formas, a depender da sociedade estudada. E essas formas de manifestação são multiplicadas por outras diversas atividades como a música, o teatro, a televisão, as manifestações religiosas, os conceitos éticos e morais, as leis, as relações criadas e difundidas entre as pessoas de uma determinada sociedade.

Assim, conforme o escólio de Whitaker (2003), o ser humano se humaniza quando em contato com aquele todo complexo e global de juízo de valores, de práticas, de modos de ser da cultura material e espiritual. Assim, o ser humano é uma categoria da cultura, embora seja também uma categoria da natureza.

Essas características são importantes, haja vista que o homem começa a dedicar tempo para a família, a educação dos filhos, a arte, o lazer, o pensamento livre. E a cultura flui naturalmente.

Para Hilário Franco Júnior (2001, p. 138), cultura pode ser equacionada como tudo aquilo que o homem cria para se relacionar com outros homens, nas mais diversas searas do convívio social. Hilário Franco entende que todas as formas de relacionamento criadas

pelo homem por meio de sentimentos (literatura, arte), domínio social (ideologias), técnicas de controle sobre a natureza, busca de compreensão do mundo (filosofia, teologia), estão superpostas e se explicam, se reproduzem, se alteram. De todo modo, no tocante a ideologia, Whitaker aponta que esta se encontra em outro plano, já que não humaniza, muito pelo contrário.

Assim, para Hilário Franco Júnior a cultura é um complexo de inter-relações do homem, que através dos seus sentidos e, mesmo de seu inconsciente, cria, elabora, uma teia de significações para as diversas interações entre homem e sociedade.

É através da linguística e da etimologia da palavra que Alfredo Bosi (1992), elabora sua definição de cultura:

O termo, na sua forma substantiva, aplicava-se tanto às labutas do solo, a agri-cultura, quanto ao trabalho feito no ser humano desde a infância; e nesta última acepção vertia romanamente o grego “pai-deia”. O seu significado mais geral conserva-se até nossos dias. Cultura é o conjunto das práticas, das técnicas, dos símbolos e dos valores que se devem transmitir às novas gerações para garantir a reprodução de um estado de coexistência social. A educação é o momento institucional marcado do processo. A terminação – “urus”, em “culturus”, enforma a ideia de porvir ou de movimento em sua direção. Nas sociedades densamente urbanizadas cultura foi tomando também o sentido de condição de vida mais humana, digna de almejar-se, termo final de um processo cujo valor é estimado, mais ou menos conscientemente, por todas as classes e grupos. (BOSI, 1992, p. 10)

Para Bosi, a ideia de cultura relaciona-se com a ideia de educação, objetivando que as futuras gerações sejam instigadas a conhecer a cultura em que convivem, por meio de educação devidamente planejada.

Clifford Geertz (2008, p. 10) defende e assume o conceito de cultura como uma espécie de teia, um emaranhado de significados criados pelo próprio homem para expressar-se em sociedade. Esse emaranhado de significados criados e experimentados pelo homem é a cultura. Em relação a ela o antropólogo está à procura de um significado.

Para Geertz (2008, p. 16) a cultura pode ser entendida como contexto e não necessariamente como poder, pois como sistemas imbricados de signos interpretáveis a cultura não significa necessariamente poder, mas sim um enredo complexo em que acontecimentos sociais, comportamentos, instituições e processos são contextualizados. Aprofundando um tanto

mais no conceito de cultura, Geertz leciona que quanto mais tentamos compreender a cultura de um povo, como tentamos realizar o que eles realizam, mais lógicos eles nos parecerão.

Geertz tenta nos ensinar que em um primeiro momento costumes e práticas de determinado povo podem nos parecer alheios, podem nos causar estranheza, mas, quanto mais tomamos contato com referido povo, com suas práticas, com suas danças, com seu folclore, com sua culinária, com sua religião, com seus costumes, menos estranhos eles nos parecerão e mais iguais a nós eles se tornarão.

Após evidenciar que Geertz se debruça sobre essas questões de significado, de simbolismo e de interpretação no que tange às manifestações do conceito de cultura, Thompson (2011, p. 175) desenvolve seu próprio conceito de cultura como sendo uma hierarquia de estruturas expressivas, gestos, manifestações verbais. Ademais, completa argumentando que ao analisar a cultura adentramos num mundo de significados, descritos e redescritos no transcorrer da vida diária.

Com base nos escritos dos estudiosos que embasam nossa pesquisa, podemos entender, a cultura como esse todo complexo de significados que nós próprios criamos e do qual dependemos para conviver em sociedade. Mas, não é só isso, cultura é muito mais. É tudo aquilo que o homem cria para se humanizar.

Dessa forma, Thompson elabora sua “concepção estrutural” de cultura, pelo qual o referido autor busca a subsunção entre o caráter simbólico do conceito de cultura e o fato de os fenômenos culturais estarem presentes sempre em contextos sociais estruturados:

Podemos oferecer uma caracterização preliminar dessa concepção definindo a “análise cultural” como o estudo das formas simbólicas – isto é, ações, objetos e expressões significativas de vários tipos – em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados dentro dos quais, e por meio dos quais, essas formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas. Os fenômenos culturais, deste ponto de vista, devem ser entendidos como formas simbólicas em contextos estruturados; e a análise cultural – para usar uma fórmula abreviada que explicarei mais amplamente adiante – deve ser vista como o estudo da constituição significativa e da contextualização social das formas simbólicas. Enquanto formas simbólicas, os fenômenos culturais são significativos assim para os atores como para os analistas. (THOMPSON, 2011, p. 181)

De qualquer forma, entendemos que um fenômeno cultural “puro” ocorre enquanto não intercedido por um terceiro, a menos que o terceiro faça parte do fenômeno. Mas, conforme diagnosticado por Thompson, como os fenômenos culturais ocorrem em contextos sociais estruturados, e, enquanto formas simbólicas, os fenômenos culturais são significativos para toda a sociedade.

O antropólogo Claude Lévi-Strauss (1982, p. 42), dissertando sobre onde termina a natureza e onde começa a cultura, raciocina que o um método de análise seria isolar uma criança recém-nascida, observando suas reações as primeiras horas ou dias depois do nascimento. Assim, ainda que por suposição, poderíamos dizer que as respostas do recém-nascido seriam de natureza psicobiológicas, não dependendo de composições culturais ulteriores.

No filme “O enigma de Kaspar Hauser” (Werner Herzog, 1974), o personagem que dá origem ao título do filme, desde a mais branda idade, é privado da vida social, sem acesso às diferentes formas de manifestações culturais. Sua formação como pessoa humana restou comprometida, pois quando teve contato com a vida em sociedade, não sabia o que fazer diante das situações mais triviais da vida social. A ausência do conhecimento da linguagem e a falta de interação com outros indivíduos comprometeram sua vida em sociedade para o restante dela, mesmo após ter sido inserido na sociedade com uma dose expressiva de educação e cultura.

Em certo episódio do filme, seu tutor arremessa uma pequena bola ao solo e esta, naturalmente, pelas leis da física, segue determinado percurso e acaba por terminar seu curso entre as folhas de uma vegetação gramínea. Kaspar Hauser, que nesta ocasião já havia recebido educação e certa dose de cultura, afirma que a pequena bola estava com medo e, por isso, se escondeu entre as folhas da vegetação gramínea. Ele não disse isso por brincadeira, como pode parecer, mas essa era sua percepção da realidade naquele momento.

Assim, conforme o escólio de Lévi Strauss (1982, p.42), o ser humano se humaniza quando em contato com aquele todo complexo e global de juízo de valores, de práticas, de modos de ser da cultura material e espiritual. Assim, o ser humano é uma categoria da cultura, embora seja também uma categoria da natureza. Se Kaspar Hauser, ao nascer, tivesse sido inserido em uma alcateia, na certa teria adquirido os hábitos de vida e comportamentos dos lobos. Ou se tivesse sido criado em um ambiente familiar, de

certo teria adquirido o modo de vida e comportamentos do ser humano, tido como homem médio. O conceito de cultura é importante para qualquer análise do comportamento humano, já que não existe comportamento humano fora da cultura. Daí nosso interesse em situá-lo na parte teórica desta Tese. Tentar captar atitudes políticas como apresentaremos no Capítulo III exige pensar nos meandros da cultura, pois só apoiados neste conceito podemos resistir às seduções da Ideologia como forma de PODER – resistência esta que aparece em nossos dados. Face a isso, precisamos resgatar também o conceito de ideologia.

### **C – CONCEITO DE IDEOLOGIA**

Marx e Engels (1980), ao justificarem a forma de estudo do conceito de ideologia, afirmam que tal estudo não partirá do que os homens dizem, imaginam ou pensam, menos ainda daquilo que são nas suas palavras, no pensamento, na imaginação ou em representações, mas sim, afirmam os autores, que o estudo partirá dos homens e de sua atividade real. Assim, as fantasmagorias e ilusionismos criados no cérebro humano partem de situações desenvolvidas no espectro das repercussões ideológicas deste processo vital real, ou seja, as relações sociais de produção.

Para Whitaker (2003), o conceito de ideologia, tal como proposto por Marx e Engels (1980), é diametralmente oposto ao conceito de cultura. Segundo tais autores a ideologia inverte a percepção dos fenômenos, tornando-a útil às formas de poder geradas historicamente. “Desse modo, o conceito de ideologia, tal como elaborado por Marx e Engels (1980), seria para desmistificar, desmascarar, denunciar, desvelar a sociedade ocidental” e consequentemente o sistema de produção imposto pelo modo de produção capitalista (WHITAKER, 2003). Se o conceito de cultura surge para auxiliar na compreensão e aceitação de outras sociedades, o conceito de ideologia possui um caráter desvelador e de recusa, ou seja, não aceitação, pois ao tentar compreender o sistema de produção capitalista é preciso desmascará-lo e denunciar a exploração que promove.

A ideologia não é simples de ser entendida. É um complexo de ideias, que varia no tempo e no espaço, segundo interesses da classe dominante. Alguns estudiosos afirmam que a Ideologia faz parte da cultura, embora reconheçam que na cultura nem tudo é ideologia.

O conceito de ideologia era exatamente o contrário do conceito de cultura. O conceito de cultura era para compreender outros povos, outras sociedades e o conceito de ideologia era para desmistificar, desmascarar, denunciar, desvelar a própria sociedade ocidental. O conceito de ideologia era aplicável à sociedade capitalista e não havia nele nenhuma boa vontade para com aqueles que tinham que ser desmascarados, assim, a classe dominante impunha uma visão de mundo sobre os dominados que a incorporavam. (WHITAKER, 2003, p. 16)

Depreende-se, portanto, à luz dos ensinamentos de Whitaker, que a Cultura, possuidora de uma série de valores (responsável por elaborar sentimentos humanos de alto significado) é invadida pela ideologia, que usurpando esses valores, transforma-os em instrumentos de dominação. Contudo, a passagem da cultura para a ideologia, ainda que realizada às escâncaras, possui na mídia um instrumento de ocultação do real e perpetuação das amarras da dominação (WHITAKER, 2003, p. 31). Entretanto, aqui cabe uma diferenciação: a ideologia como falsa consciência e a ideologia como visão de mundo. A ideologia como falsa consciência permeou os estudos marxistas até o início do século XX. A falsa consciência seria derivada da percepção que a classe dominante e o sistema propõem para as ideias e relações que mantinha com o proletariado, mantendo este dominado (MARX, 1980).

Assim, fenômenos tão antagônicos, cultura e ideologia, fazem parte da nossa sociedade e estão presentes na nossa vida. A televisão, devido ao seu alcance e popularidade na sociedade torna-se o veículo de comunicação mais propício para divulgação de cultura, mas é claro que o interesse da classe dominante prevalece e a incipiente cultura que é dedicada ao telespectador e parece ficar ao alcance do proletariado chega eivada de forte carga ideológica. Podemos dizer que o ser humano, nas relações de poder, é um homem ideologizado, haja vista sua subserviência ao processo industrial capitalista.

Para Whitaker (1982, p. 10), a complexidade da natureza humana, entremeada pela própria evolução histórica do conceito de ideologia, explica a sedimentação da ideologia no âmago da sociedade:

“... é a própria História do Homem que fornece as condições para o desmascaramento ideológico e para a construção das utopias que se transformam em ideologias. Quando se observa a História encontram-se as gigantescas racionalizações coletivas que sempre foram produzidas pelas religiões, no sentido de fornecer requisitos psicossociais para a manutenção dos sistemas” (WHITAKER, 1982, p. 10)

Para Marx (1978, p.16), o homem torna-se cada vez mais pobre e precisa cada vez mais do dinheiro para apossar-se do outro. Cada geração explora os materiais, os capitais e as forças produtivas que lhes foram transmitidas pelas gerações que a precederam no tempo e no espaço. O modo de produção, *a priori*, também é transmitido, contudo cada nova geração apenas reformula o modo de produção, pois o Capitalismo vem sendo reformulado, mas não superado. A transformação e o aproveitamento da economia preconizada na geração anterior a uma nova realidade é determinante para designar os novos rumos do modo de produção desta sociedade.

Com este pequeno introito histórico, procuramos argumentar que Marx (1980) elaborou conceitos convergentes, quais sejam o conceito de ideologia e a ideia do comunismo. E influenciou gerações de cientistas, pesquisadores, políticos. No parágrafo seguinte retratamos um exemplo ímpar da manipulação que a ideologia capitalista é capaz de criar, ao descobrir que o fenômeno ideológico não é o resultado da incapacidade humana de apreender a verdade, e sim muito mais, ele se constitui em inversão, em ilusionismo, e uma espécie de fantasmagoria, engendrados pela estrutura social e principalmente pela dominação (WHITAKER, 1982, p. 08)

Muniz Sodré (1984, p. 122), ao elaborar seus argumentos acerca do conceito de ideologia, tenciona o modo de produção capitalista e suas instituições como alicerces do conceito. Assim referido autor argumenta que ideologia é o modo de coerência alegórico do modo de produção capitalista, com seus conteúdos produzidos pelas instituições (jurídicas, políticas, morais, religiosas, informativas) que formam a sociedade. Dessa forma a ideologia é a forma, o modo, de coerência significativa do modo de produção capitalista ocidental.

A ideologia nasce com o próprio modo de produção capitalista (SODRÉ, 1984, p. 122). Na realidade a ideologia justifica o próprio modo de produção capitalista: mantém os trabalhadores produzindo o excedente (o lucro, a mais-valia), em troca de um salário que não paga a integralidade de seus esforços laborais, mas que lhe concede o acesso a algumas mercadorias, e, conseqüentemente, os impede de se rebelar contra a classe dominante que acumula riqueza sem a devida contraprestação do esforço físico.

Para os autores frankfurtianos Adorno e Horkheimer (1973, p. 184), uma grande constatação preliminar é a de que o conceito de ideologia deve ser considerado histórica e contextualmente. Assim, a cada momento histórico e contexto social o conceito de

ideologia poderá ter um valor, um significado, um léxico cervical a lhe embasar. E continuam os frankfurtianos Adorno e Horkheimer (1973, p. 185), pugnando que as ideologias somente podem ser compreendidas se reconhecermos seu movimento histórico (o que eles nomeiam como movimento histórico da coisa).

Contudo, Adorno e Horkheimer (1973, p. 191), entendem também que o próprio movimento histórico do conceito de ideologia lhe garante um determinado significado, uma dada feição. Há uma dimensão política presente no conceito de ideologia, funcionando como uma espécie de contrabalanceamento de ideias e relações de poder antagônicas. Assim, os frankfurtianos Adorno e Horkheimer não entendiam pela ideologia pura e simplesmente como falsa consciência, mas também possuidora de elementos de verdade, de coerência (ADORNO, HORKHEIMER, 1973, p. 191). Seria então a ideologia não verdade total, mas, também não mentira pura. No entanto, sempre na seara da falsa consciência para os referidos autores.

Nesse ponto, imperioso trazer o escólio de Whitaker, resgatando a ideia de ideologia como falsa consciência:

Em “Ideologia y Acción”, Horkheimer situa as perplexidades que assaltam o intelectual diante do “esvaziamento” do conceito de Ideologia e preconiza que tal conceito seja preservado em suas origens históricas, isto é, que seja reservado para aquilo que é antitético com respeito à verdade, e ao saber que é inconsciente da sua dependência. (WHITAKER, 1982, p. 09)

O conceito de ideologia nasce justamente com a sociedade burguesa. A sociedade burguesa nasce com os ideais de liberdade, igualdade e fraternidade, em oposição ao regime monárquico, antítese dos sistemas medieval e feudal, e uma forma da burguesia em ação econômica. Ocorre que a própria sociedade burguesa não logra êxito em estender esses direitos, que alicerçaram seu nascimento, a toda a sociedade, ao povo, aos trabalhadores. Gabriel Cohn (1986, p. 12) analisando os textos frankfurtianos, assinala que a experiência social que não se reconhece e se dissolve no geral, é o dado ideológico. É a falsa consciência social, que é incapaz de realizar e reconhecer sua verdade no que concerne ao resultado de uma atividade social determinada.

Adorno e Horkheimer (1973, p. 191) detectaram que a ideologia também possui a justificação como uma de suas características e enfatizaram que assim ela pressupõe a experimentação de uma condição social que se tornou problemática, mas que ainda assim

precisa ser defendida. Para eles seria a ideia de justiça que sem a qual essa necessidade de defesa persistente não subsistiria.

A burguesia ao tentar superar a monarquia e o período feudal exaltava princípios como liberdade, igualdade e fraternidade. Trazendo à contemporaneidade, a Constituição Federal da República Federativa do Brasil de 1988, possui em seu preâmbulo:

Nós, representantes do povo brasileiro, reunidos em Assembleia Nacional Constituinte para instituir um Estado Democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social (...). (CONSTITUIÇÃO FEDERAL 1988, 2017)

No preâmbulo de nossa Carta Magna constam valores que alicerçaram o levante da burguesia, no século XVIII, como liberdade, igualdade e sociedade fraterna. Mas, mesmo hoje no Brasil, conseguimos alcançar esses valores? Somos cidadãos plenos? O modelo social democrata subsiste, talvez justificado pela busca dos valores e princípios insculpidos no preâmbulo (e no artigo 5º) da Constituição Federal de 1988.

Ousamos dizer, embasados nas palavras destes próprios Autores, que aquela hipótese por eles propostas do movimento histórico da ideologia, que possui características de justificação política, relações de poder, pode ser equacionada com a triangularização dos valores que alicerçaram o nascedouro da sociedade burguesa e os princípios que regem nossa própria Constituição: liberdade, igualdade, sociedade fraterna, mas que ainda não foram plenamente alcançadas.

Se princípios basilares como liberdade, igualdade e fraternidade ainda não estão presentes de forma contundente na sociedade, ainda que estejam presentes em documentos oficiais como a própria Constituição Federal de 1988, é sinal de que há um viés ideológico impregnado em toda a sociedade?

Voltando ao conceito de ideologia propriamente realizado, Adorno e Horkheimer (1973, p. 202) se debruçam sobre a massificação dos produtos culturais, a chamada Indústria Cultural e seu poder de dominação, entendem que os homens se convencem de ter encontrado nos produtos culturais seu próprio mundo, quanto mais esses bens culturais criados forem à eles proporcionalmente ajustados.

A massificação dos produtos culturais, por meio da mercantilização de seus produtos, filmes, novelas, propagandas, programas de entretenimento, promete felicidade e realização pessoal e alavanca cada vez mais consumidores. A mídia televisiva se torna um importante instrumento ideológico de dominação da Indústria Cultural.

Mas, para Adorno e Horkheimer (1973, p. 203), a sociedade tem consciência de que está sendo manobrada, mas se adapta ou se acomoda à realidade do espectro ideológico que nos permeia, como peças de um jogo. Para tanto entendem que a própria ideologia já não garante coisa alguma, a não ser afirmar que as coisas são do jeito que são, e os homens mesmo enxergando esse paradoxo, se adaptam. O pessimismo desses autores se justifica pela época em que elaboraram suas teorias (ascensão do nazismo na Alemanha e de outras formas totalitárias de Estado em diversos países), mas a história mostra resistências e busca de Utopias.

Entretanto, a ideologia se ramifica por toda a sociedade, assim argumentando Gabriel Cohn (1986, p. 13) que a sociedade é a própria ideologia. Assim entende que ao universalizar a primazia do valor de troca sobre o valor de uso, a sociedade se auto imprimiu o valor da ideologia.

Ainda que valores como igualdade e dignidade da pessoa humana sejam corolários da Constituição Federal de 1988, no plano real, existe apenas a igualdade formal (de tratamento perante a Lei), mas inexiste a igualdade material (na fruição dos bens da vida). Ou seja, impera a desigualdade, a injustiça, a marginalização de alguns, mas a força ideológica amalgamada na sociedade impede a percepção sobre o mínimo de injustiça. Impera o reino da meritocracia, da falsa consciência do mundo, enfim, o espectro da ideologia amalgamado na sociedade. Para Adorno e Horkheimer (1973, p. 203), seria simples ao espírito se livrar da carga ideológica, discernindo ideologia da realidade, e se livrando desse manto de aparências, mas referido esforço de entendimento parece ser o mais difícil para a sociedade.

Em sua Obra *A Interpretação das Culturas*, Geertz se debruça também sobre o conceito de ideologia:

É fato perfeitamente reconhecido que a concepção da ideologia hoje em voga nas ciências sociais é inteiramente valorativa (isto é, pejorativa). “O estudo da ideologia lida com um modo de pensamento que é afastado do seu curso certo”, informa-nos, Werner Stark; “o

pensamento ideológico é ... algo indefinível, algo que deve ser superado e banido de nossa mente”. Não é o mesmo (exatamente) que mentir, pois enquanto o mentiroso atinge pelo menos o cinismo, o ideólogo permanece apenas um tolo. “Ambos se preocupam com a inverdade, mas enquanto o mentiroso tenta falsificar o pensamento dos outros, e seu pensamento continua certo, enquanto ele mesmo sabe qual é a verdade, a pessoa que aceita uma ideologia se ilude no seu próprio pensamento e, se consegue convencer outros, o faz sem querer e sem consciência. Seguidor de Mannheim, Stark afirma que todas as formas de pensamento são condicionadas socialmente na própria natureza das coisas, mas que a ideologia tem como acréscimo a infeliz qualidade de ser psicologicamente “deformada” (“deformada”, “contaminada”, “falsificada”, “distorcida”, “sombreada”) pela pressão das emoções pessoais, como ódio, o desejo, a ansiedade ou o medo. (GEERTZ, 2008, p. 109)

Geertz, diferencia o indivíduo que adota uma mentira daquele que adota uma ideologia; o primeiro diferencia a verdade da ilusão, já o segundo, seja pela perspicácia do sistema ou pela fineza da situação desenvolvida, não consegue se desvencilhar da própria ideologia praticada.

Ainda na Obra que dedicou ao estudo das Culturas, Geertz (2008, p. 111), defendeu duas abordagens para o conceito de ideologia, sendo a teoria do interesse e a teoria da tensão. A teoria do interesse pugna que a ideologia possui uma aparência e é uma arma, e suas declarações ideológicas são enxergadas pressionando o pano de fundo da luta universal por vantagens. Na teoria da tensão, como sendo um sintoma e um remédio, a ideologia pressiona o pano de fundo do esforço contumaz em corrigir o desequilíbrio sócio psicológico. Assim, os homens acossam o poder e tentam se livrar da ansiedade, nada mais contemporâneo. Para Geertz as teorias se completam, não sendo contraditórias, mas a teoria da tensão, por ter mais penetração no veio social e estar mais próxima da realidade é mais abrangente.

Discorrendo sobre ideologia, Geertz, entende que a ausência de modelos utilizáveis, para compreensão do universo dos direitos e das responsabilidades no qual as pessoas estão envolvidas, leva à uma perda de orientação e que dá origem à atividade ideológica. (GEERTZ, 2008, p. 124).

Em sua obra O Monopólio da Fala, Muniz Sodré (1984, p. 46) discorrendo sobre aspectos culturais e ideológicos, argumenta que é a Ideologia o modo discursivo do exercício do poder na sociedade capitalista. Ela determina aquilo que se pode ou se deve

realizar, e paulatinamente, introduz na sociedade instantes produzidos pela máquina ordenadora do consumo. Assim nos satisfazemos e regozijamos com instantes em que podemos escolher entre determinada marca de produto, ou com momentos em que podemos escolher entre a Pepsi ou a Coca-Cola.

Slavoj Zizek (2009), filósofo e psicanalista, em entrevista no programa Roda Viva, exibido em fevereiro de 2009, faz referência ao conceito da Ideologia. Maria Rita Kehl, psicanalista e escritora, aproximadamente aos cinquenta minutos de entrevista pergunta a Zizek sobre a “moral do gozo”, como uma forma de agenciamento de poder, mas que em suas obras Zizek diz que pode ser tirânica e levar a uma culpa generalizada em relação ao que é ofertado. Ela questiona se essa culpa generalizada avocada pelas pessoas pode ser traduzida no aumento do número de casos de depressão na sociedade hodierna. Zizek argumenta que o paradoxo é que o prazer em si se transforma em um dever. O prazer visto como obrigação escraviza os indivíduos, e o sentimento de culpa ao não nos depararmos com o prazer causa frustração e ansiedade.

Zizek (2009) conclui sua resposta dizendo que essa obrigação de alcançar o prazer leva sim, pessoas, à depressão melancólica. E finaliza articulando que essa questão está relacionada ao capitalismo atual. E pergunta, por que a Coca-Cola é o objeto máximo de desejo? E, ele mesmo responde: “Porque é uma bebida estranha que, basicamente, não mata sua sede, mas o deixa com mais sede ainda”. Quanto mais você bebe, mais você tem que beber. É uma bela reprodução do paradoxo fundamental do superego, finaliza o autor.

Mas, em uma sociedade pautada pelo consumo e pela individualidade, tais passagens ilusórias escapam ao senso comum. Estamos muito preocupados em ter alguma coisa, ter um novo celular, ter um novo equipamento tecnológico, consumir nosso dinheiro, seja por compras virtuais, seja nos templos de consumo do capitalismo, o Shopping Center.

Com o aprofundamento das relações capitalistas, já no século XX, a televisão adquire importância, pois esse meio de comunicação está presente na vida das pessoas, como nenhum outro. Se já houve no país a “época de ouro do rádio” atualmente vivemos a época de ouro da televisão. Aliás, há várias décadas a televisão é a responsável por entreter, informar, ensinar, fazer rir e fazer chorar, estabelecer modas, discutir assuntos polêmicos para a sociedade (drogas, homossexualismo, violência doméstica). Mas acima

de tudo objetiva dominar, mantendo a massa de telespectadores “domesticada”, sem motivos para esboçar reação frente à dominação engendrada no meio social.

Nesse ínterim, a televisão condiciona o telespectador a ficar sentado e olhando-a como se fosse um ser estático. Nesse sentido, as propagandas da televisão tendem a ser mais eficientes, no sentido de provocar no consumidor uma sensação de que se comprar determinado produto, certa mercadoria, será um indivíduo mais feliz, mais completo.

A classe dominada possui a sensação de que está no poder. E a televisão ajuda a materializar essa sensação. Por meio dos mais diversos tipos de programas de entretenimento, por meio das telenovelas, do direcionamento de propagandas, onde os assuntos e temas são de grande interesse, a televisão tenta solidificar a impressão de que quem está no controle é a classe dominada, a classe de trabalhadores.

Programas diários ou semanais, telejornais, telenovelas, propagandas, contribuem para tornar a sociedade alienada. O modo de produção capitalista venceu. A massa de trabalhadores acredita que está devidamente empregada e ainda possui a falsa percepção de que consome de acordo com suas necessidades. Por que mudar?

A publicidade, por meio de propagandas televisivas (comerciais, ou um termo mais antigo: os reclames), criadas por agentes humanos que transbordam talento, dose cultura e ideologia, como se fossem conceitos idênticos, e insere na mente dos consumidores que eles necessitam consumir, adquirir certa mercadoria. Para John B. Thompson (2011, p. 77), ao analisar como as formas simbólicas se entrecruzam com as relações de poder, entende que a ideologia está primeiramente interessada nas formas como o sentido é mobilizado, reforçando pessoas e grupos em posições de poder. Para Thompson fenômenos ideológicos podem se tornar simbologia significativa desde que convenham ao estabelecimento e recrudescimento das relações de dominação em determinada condição social-histórica da sociedade.

As relações de dominação voltam a influenciar o entendimento do conceito de ideologia traçado por John B. Thompson (2011, p. 77). Os meios de comunicação, mais especificamente, o Grupo Globo, por meio do Jornal Nacional, representa uma parte da classe dominante da sociedade brasileira atual? Para Thompson (2011, p. 81), a ideologia pode operar por meio de alguns modos, como a legitimação, a dissimulação, a unificação, a fragmentação e a reificação.

Como legitimação discorre Thompson, as relações de dominação aparentam ser representadas como justas e dignas de apoio. Por ações dissimuladas, as relações de dominação ideológicas passam ocultas, são negadas ou obscurecidas, ou o foco de sua verdadeira intenção é desviado. Ademais, a unificação em torno de uma identidade coletiva, padronizada, estandardizada, que favoreça a dominação, também é um modo de agir da ideologia. O quarto modo de agir da ideologia, proposto por Thompson é o da fragmentação, qual seja, dirigindo grupos ou indivíduos a um potencial alvo da classe dominante, como um partido político, ou mesmo um político em si. O quinto modo de operação da ideologia, é a reificação, a transformação das relações de dominação ideológica em coisas – naturais – comuns – aceitas como parte de um todo maior. (THOMPSON, 2011, p. 83-87)

Mas, quais os reais interesses da classe dominante? Manter-se no poder, continuar no controle e na propriedade dos meios de produção e comunicação, enriquecer cada vez mais: são vários os fatores que norteiam os objetivos e atitudes da classe dominante. Para ser mais rica e opulenta, a classe dominante precisa explorar (aqui entra o modo de produção capitalista), e oprimir, de forma sutil, a classe dominada, a massa de trabalhadores.

## **D – COMUNICAÇÃO, CULTURA E IDEOLOGIA**

Whitaker anota que a cultura humaniza e é humanizada pelo homem (2003, p. 18). Contudo, para tentar entender os meandros existentes nas subdivisões criadas pelo próprio homem na sociedade (culturas juvenis, políticas, subculturas), Whitaker, entende necessário buscar o conceito de ideologia, harmonizando-o ao de cultura. Ademais, pensando na questão da dominação devemos sim criticar o que é tido como cultural, sob pena de justificar tudo, como por exemplo o uso da burca em alguns países árabes, que tolhem o direito pleno à sociabilidade da mulher, ou a chamada “farra do boi” no Brasil, que traz prejuízos significativos a saúde do animal, ou ainda, justificar feminicídios como sendo a exaltação da honra masculina. (Whitaker, 2003, p. 21 – 22)

Continuando a análise, Whitaker (2003, 23 a 25) lança suas ideias sobre o conceito de ideologia, objetivando, nos auxiliar na compreensão do fenômeno televisivo e seu real poder de intervenção social. Segundo a Autora há uma inversão que embaraça e de certa

forma bloqueia a percepção daquilo que está acontecendo realmente, inversão esta engendrada pelas relações de poder da classe dominante que busca manter os dominados inertes às injustiças sociais. Mais ainda, por meio da carga ideológica vertida em nossa sociedade, as causas e os efeitos são invertidos, o que dá ensejo a declararem o pobre responsável por sua pobreza ou a mulher responsável por um ato de assédio. É preciso justificar a dominação, pelo homem branco, europeizado, com instrução formal ou com dinheiro, ou com ambos, sobre a grande parcela trabalhadora, ou mesmo marginalizada da sociedade. Em outras palavras, não é interessante para a classe dominante que os dominados reivindiquem maiores salários, ou melhores condições de trabalho, ou mesmo que consigam viajar e descansar nas suas férias, mas sim, é interessante que os trabalhadores se mantenham assim, apenas trabalhando e aumentando a acumulação de riqueza das demais classes sociais.

Gabriel Cohn (2001, p. 21 – 22) no artigo “A forma da sociedade da informação” traz elementos importantes para auxiliar em nossa análise, na busca do desvelamento entre ideologia e cultura. Em outras palavras, como a Rede Globo de Televisão, mais precisamente por meio de seu telejornalismo, o Jornal Nacional, opera com a cultura nacional (camuflando a cultura regional)? E como a ideologia da classe dominante interseccionando-as às teorias da informação e da comunicação opera para manter e controlar seus telespectadores?

Nesse caleidoscópio de conceitos, Jesus Martín-Barbero, no artigo “Política, Televisão e Novos Modos de Representação”, buscando explicar os tardios contextos políticos na América Latina e, como referidos contextos interagiram com as atmosferas culturais dos seus respectivos países, elabora e denomina alguns conceitos:

Tecnofascinação: pois ela alia a fascinação tecnológica ao realismo do convidativo e se traduz, de um lado, em uma “cultura do software que permite conectar a razão instrumental à paixão pessoal” e, de outro, em uma multiplicidade de paradoxos densos e desconcertantes: a convivência da opulência comunicacional com o enfraquecimento do público, a maior disponibilidade de informação com a palpável deterioração da educação formal, a contínua explosão de imagens com o empobrecimento da experiência, a multiplicação infinita dos signos em uma sociedade que padece o maior déficit simbólico. A convergência entre “sociedades paralelas”: a dos conectados à infinita oferta de bens e saberes e a dos excluídos cada vez mais abertamente, tanto dos bens mais elementares como da informação exigida para poder decidir como cidadãos.

Secularização: Primeiro, foi a secularização como processo de conquista da autonomia do Estado, das esferas da arte, da ciência e da moral em relação à igreja convertida em poder político e social. (...) Em sua segunda fase, a secularização marca hoje o cenário da luta por uma nova autonomia – a do sujeito. (...). Mas a defesa da privacidade tem também muito a ver com a desprivatização a que se vê submetida a vida da família e a intimidade dos indivíduos, especialmente pela intromissão dos meios de comunicação de massa, de tal maneira que o direito à privacidade se converteu num dos mais importantes na hora de regular coletivamente os novos processos e tecnologias de comunicação.

Desencanto: Em sua genealogia das relações entre secularização e poder, G. Marramao examina como a racionalização constitutiva da modernidade, segundo Weber, vai implicar na reorganização da sociedade como “mundo administrado”, no qual a política não pode ser compreendida fora da burocracia, que é o modo “formalmente mais racional de exercício do poder” e que desembocará na conformação da jurisdição secular do Estado moderno. (...) O desencantamento da política transforma o espaço público em espaço publicitário, convertendo o partido em um aparelho-meio especializado de comunicação e o carisma em algo fabricável pela engenharia mediática. (...) (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 29-30)

Ainda no bojo desta discussão, Martín-Barbero (2001, p. 31) argumenta que a televisão se estabeleceu como uma instituição decisiva das formas de se fazer política, seja para mudar algo que interessa aos seus proprietários e anunciantes, seja para manter privilégios que possui. Martín-Barbero (2001, p. 32), entende que a televisão ao mesmo tempo em que fascina, pode ocultar ou desvirtuar o real. Nas imagens da televisão o telespectador recebe sua dose diária da cultura moderna em sua plenitude de diversidades, mesmo que essa massificação cultural provoque a desorientação do telespectador.

Guardadas as devidas proporções, o tratamento dado às informações (fatos noticiosos), transformando-as em mercadorias da comunicação televisiva, caminham por este viés que vai da cultura à ideologia abruptamente e, imperceptivelmente aos olhos dos telespectadores. A cultura que pode ser específica de uma região é transmitida às demais regiões, como única, restringindo o fenômeno, e a ideologia é a da classe dominante.

Acrescente-se à fórmula do Jornal Nacional, após o tratamento das notícias que poderão virar reportagens, e serão carreadas de imagens e sons magníficos (para ficar na memória do telespectador), a figura de seus âncoras: um homem e uma mulher, trajando roupas de fino trato, elegantes, cabelos bem arranjados, todos os movimentos articulados, uma boa oratória, contracenando com o telespectador como se fosse um casal de bons e

velhos amigos adentrando em nossas residências todas as noites, há mais de quarenta anos.

O jornalista Mino Carta (1999) escreveu sobre a grande imprensa como sendo “uma das vergonhas brasileiras”, que defendeu o golpe de 64 e o golpe de 68 (AI – 5). Mino entende que a elite brasileira é prepotente, além de ignorante e covarde. É um ponto de vista, o dele. Podemos entender a elite brasileira como ideologicamente inteligente se levarmos em consideração que o Brasil possui uma das mais significativas desigualdades sociais (seja de capital econômico ou cultural), e ainda assim obteve êxito no Golpe que levou a destituição de uma presidenta democraticamente eleita e que se digladiava com o Congresso Nacional para que a saúde educação nacional recebessem a maior parte, senão o todo, dos lucros e dividendos da exploração da camada do pré sal pela Petrobras.

A seguir vamos apresentar nossos dados de pesquisa que dialeticamente confirmam e negam os teóricos apresentados até aqui. Ou seja, para uma análise quantitativa e ao mesmo tempo qualitativa, não podíamos dispensar as contribuições teóricas que nos ajudaram a perceber o que se esconde por traz dos dados.

## **CAPÍTULO IV - A INFLUÊNCIA DO PODER ECONÔMICO POR MEIO DA MÍDIA TELEVISIVA (RESULTADOS)**

Conforme já explicitado, na aplicação dos questionários, os bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo foram escolhidos como representantes da classe social de baixa renda; os bairros do São José e Santa Angelina, como bairros nos quais os questionários foram aplicados às pessoas da classe média e, os bairros da Vila Harmonia e Fonte Luminosa como representantes da classe média-alta. Os sujeitos da pesquisa são pessoas da própria população, maiores de idade, nos bairros citados acima.

O questionário tratou de temas como número de televisores por domicílio, programas mais assistidos, questões sobre o jornalismo da Globo, por pessoas residentes em Araraquara/SP. Ainda, o questionário foi apurado por bairro da cidade de Araraquara/SP, idade, sexo, e grau de instrução, sendo apresentados durante a análise, que foi quantitativa e qualitativa conforme o teor.

Foram aplicados 300 questionários divididos entre os moradores dos bairros dentro do perímetro do espaço empírico da pesquisa. Foram aplicados cem questionários entre os moradores dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo, foram aplicados cem questionários entre os moradores dos bairros São José e Santa Angelina e cem questionários entre os moradores dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, entre os meses de dezembro de 2016 e janeiro de 2017.

Os questionários foram aplicados a uma pessoa maior de 18 (dezoito anos) encontrada na residência. Ainda que houvesse mais de uma pessoa com idade igual ou superior a 18 (dezoito anos) em determinada residência, apenas um questionário foi aplicado, sendo assim, cem representantes de cem residências dos respectivos bairros foram entrevistados. Se não houvesse nenhum morador na residência naquele momento, ou se somente houvesse moradores menores de idade, aquela casa não era considerada na pesquisa.

Não houve subdivisão no momento da pesquisa nos bairros, ou seja, uma residência era escolhida desde que pertencesse àquele bairro objeto da pesquisa. Dessa forma, cada questionário, com 14 (catorze) perguntas cada, foi aplicado em cem residências dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo, em cem residências dos bairros São José e Santa Angelina e foram aplicados em cem residências dos bairros Vila Harmonia

e Fonte Luminosa, totalizando 300 (trezentos) questionários e 4.200 (quatro mil e duzentas) perguntas, 1.400 (hum mil e quatrocentos perguntas por grupo de bairro).

Neste momento, vamos nos debruçar sobre as questões de número 01, 02, 03, 04, 04.1, 07 e 13, por serem perguntas nas quais as respostas são dados objetivos. São as seguintes perguntas, destacadas do questionário da pesquisa por nós projetada.

- 1- **Você tem televisão? ( ) Sim ( ) Não Quantas:**
- 2- **Qual o canal que você assiste a maior parte do tempo?**
- 3- **Quais os seus programas prediletos? Cite 03, por favor.**
- 4- **Curiosidade minha: Você nunca assiste o Jornal Nacional?**

#### **4.1 – Qual telejornal você assiste?**

5- Em sua opinião, o noticiário do Jornal Nacional exerce influência sobre os telespectadores?

6- Houve algum momento em que você mudou sua opinião após assistir o Jornal Nacional?

7- **Entre as afirmações abaixo com qual você concordaria?**

( ) **alguns políticos são honestos e outros são desonestos – o que precisamos é saber escolher.**

( ) **os políticos são todos desonestos e não adianta votar nesse ou naquele.**

( ) **tenho outra opinião. Por favor, esclareça.**

8- Quais as qualidades do candidato que você leva em conta quando vota para Presidente da República?

9- Como você fica sabendo as qualidades do seu candidato?

10- Questionar a resposta do entrevistado acerca da questão 09. Diálogo entre entrevistador e entrevistado.

11- E você acha que o Jornal Nacional informa adequadamente os eleitores? Por quê?

12- E quanto a Internet – você deixaria de assistir o Jornal Nacional para se informar a partir da Internet? Por quê?

13- **Além da Televisão, que outros meios de comunicação você utiliza? Por favor, escolha três na lista abaixo:**

( ) Jornais (Quais?)

( ) Revistas (Qual delas?)

( ) Livros (Lê algum ultimamente? Qual?)

( ) Tablet

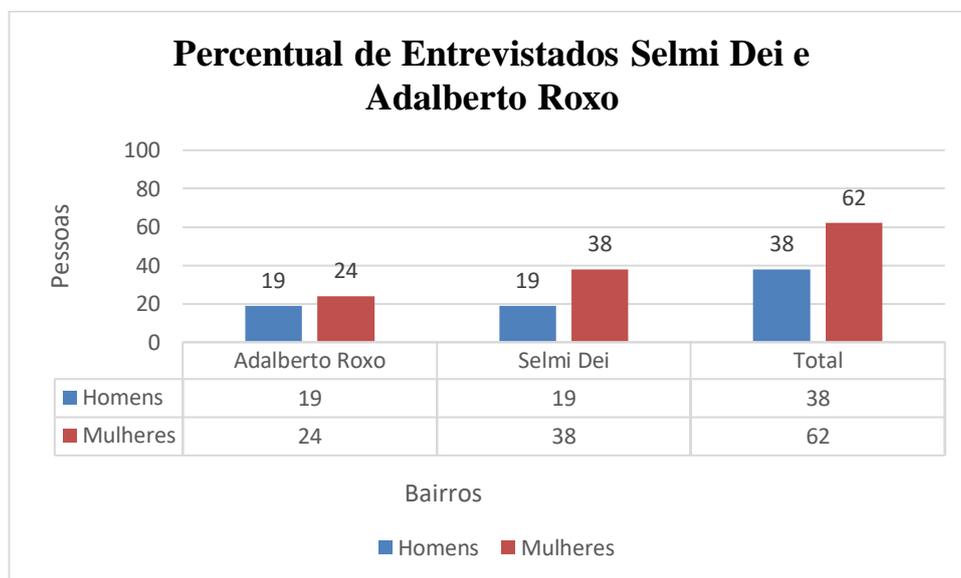
( ) Smartphone

( ) Celular

14. Questão aberta. Dispondo desta ímpar ocasião: você vê, percebe, sente alguma relação entre as matérias jornalísticas veiculadas pelo J.N. e o processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff? Por favor, explique por quais motivos.

Síntese do agrupamento dos dados objetivos, nos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo.

Gráfico 01. Percentual de Entrevistados nos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo.

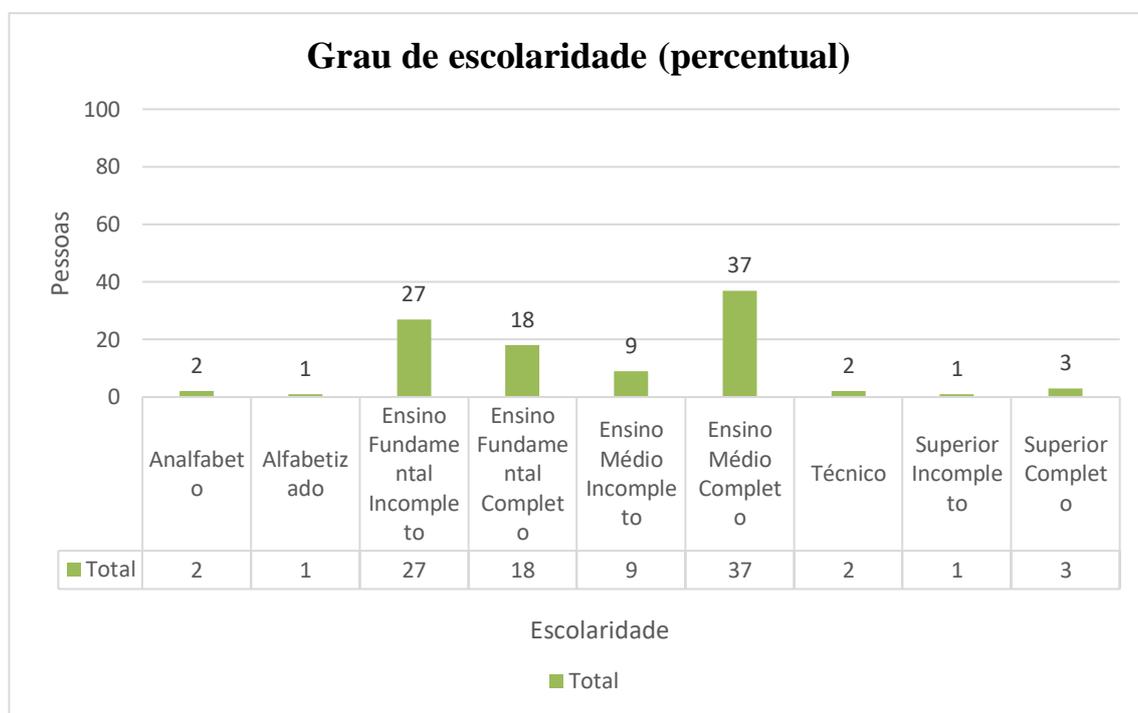


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

As mulheres formaram a maioria de entrevistados nos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo. Esse fenômeno ocorreu em todos os três espaços averiguados, ou seja, as mulheres também formaram a maioria de entrevistados nos bairros São José e Santa Angelina (Gráfico 12) e nos bairros da Vila Harmonia e Fonte Luminosa (Gráfico 24).

Importante frisar que a coleta dos dados operou-se em dias úteis e dentro do chamado horário comercial. Assim, a presença de um maior número de mulheres como entrevistadas, o fato de serem encontradas mais mulheres do que homens nas residências objeto da pesquisa, nos remete a algumas hipóteses: as mulheres estão assumindo a responsabilidade como “chefes de família” em mais lares brasileiros, sendo por isso presença marcante nos questionários, ou, ainda que estejam assumindo a responsabilidade à frente de mais lares brasileiros, o fato de serem encontradas no horário da entrevista em casa deve-se ao fato de estarem trabalhando à frente da casa enquanto seus companheiros trabalham fora de casa?

Gráfico 02. Grau de escolaridade dos entrevistados nos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo.



Fonte: Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

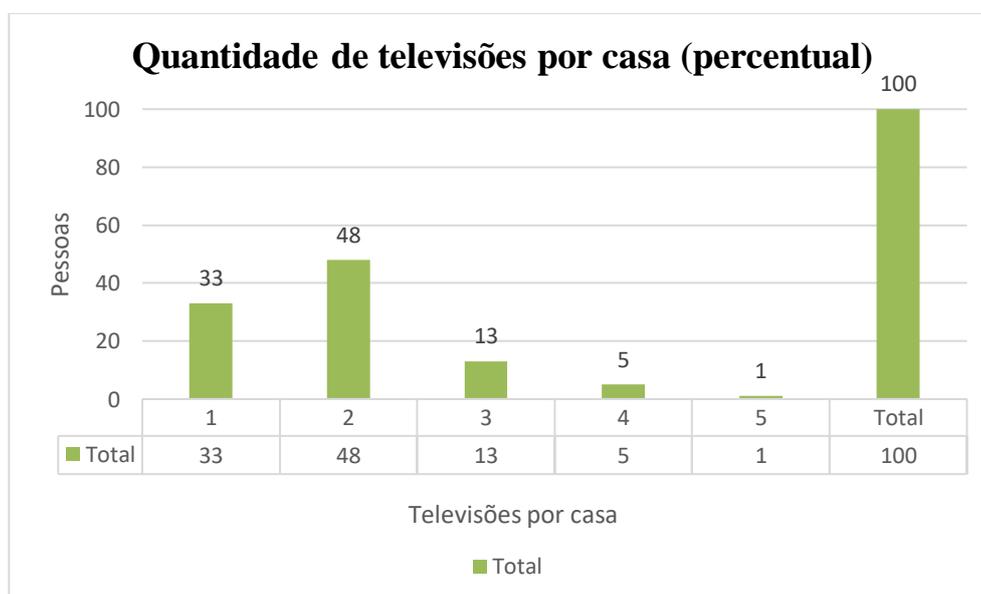
De 100 entrevistados nos bairros periféricos do Selmi Dei e Adalberto Roxo, apenas 37 pessoas afirmaram possuir ensino médio completo. Isto é, apesar da expansão do ensino médio, muitas pessoas, mais de cinquenta por cento dos entrevistados, não chega sequer a concluir o ensino médio. Ainda, podemos inferir que, mesmo com a expansão do ensino médio, a graduação em curso superior ainda é realidade para poucas pessoas. No caso em questão obtivemos apenas 03 pessoas com graduação superior declarada completa.

Façamos rápida comparação. Nos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, em um universo de cem entrevistados, encontramos apenas 03 pessoas com grau de escolaridade nível superior completo. No Gráfico 13, que cuida do grau de escolaridade das pessoas entrevistadas nos bairros do São José e Santa Angelina, das cem pessoas entrevistadas, 28 declararam possuir, como grau de escolaridade, nível superior completo, e, ainda, uma pessoa declarou estar cursando Mestrado e outra pessoa declarou possui Pós-Graduação completa. No Gráfico 25, que trata do grau de escolaridade dos entrevistados nos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, 35 pessoas declararam possuir nível superior completo como grau de escolaridade e, ainda, 03 (três) pessoas declararam possui Pós-Graduação.

Isso demonstra que nos bairros (periféricos) Selmi Dei e Adalberto Roxo, ou, também podemos denominá-los de bairros dormitórios de Trabalhadores (que neste universo de pesquisa, de 100 entrevistados, apenas 03 (três) declaram possuir ensino superior completo), o direito ao acesso ao ensino à nível superior alcança apenas 3% (três por cento) daquela população. **O artigo 6º, “caput”, da Constituição Federal de 1988, afirma que a educação faz parte do rol dos direitos sociais, e o artigo 7º, inciso IV, indica que o salário mínimo do Trabalhador deve ser suficiente para atender às necessidades vitais básicas deste e de sua família, incluindo a educação como um destes direitos. Contudo, percebemos que a educação a nível superior, a graduação, como um motor propulsor de ascensão social, não alcança a periferia.**

Qual a relação do grau de escolaridade desta região periférica com um possível controle ideológico da população por parte da mídia, no caso o Jornal Nacional? Com um índice ínfimo de moradores que alcançam os cursos universitários superiores, a região do Selmi Dei e Adalberto Roxo é mais susceptível às tramas da ideologia perpetrada pelo jornalismo da Rede Globo? Essas crenças fazem parte do senso comum da sociedade, são colocações discutíveis que pretendemos desvelar com nossas análises. Essas discussões são retomadas nos comentários aos Gráficos 13 e 25, que tratam do grau de escolaridade nos demais conjuntos de bairros, São José e Santa Angelina e Vila Harmonia e Fonte Luminosa, respectivamente.

Gráfico 03. Quantidade de aparelhos de TV por residência, nos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo.

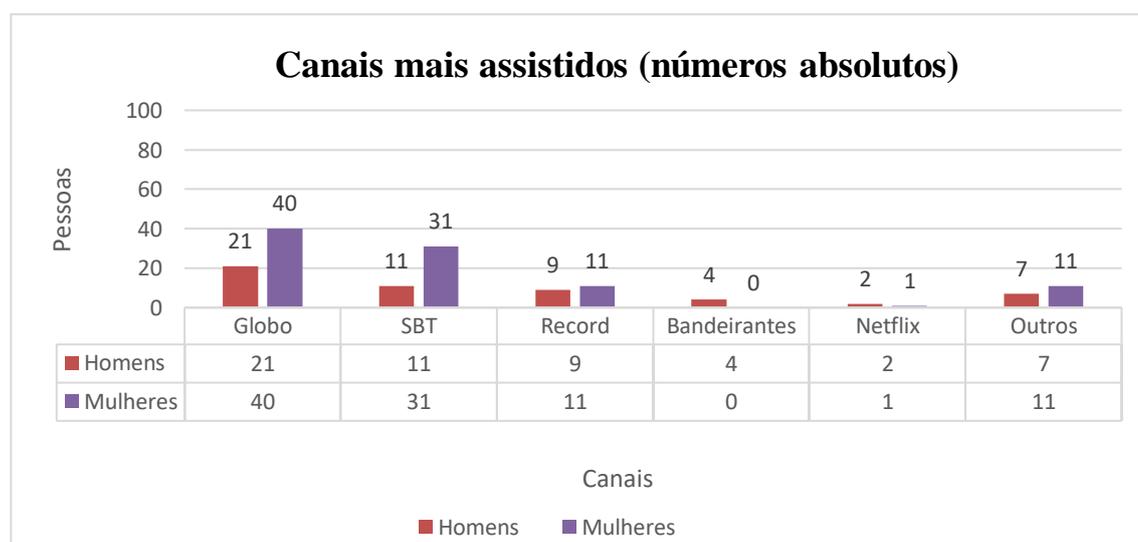


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Os dados do Gráfico 03 confirmam Teorias sobre a importância da Televisão ainda na atualidade digital. Observa-se que mesmo nas classes trabalhadoras, moradoras de periferias urbanas, temos uma alta frequência de dois televisores por moradia (quarenta e oito entrevistados declararam ter dois televisores em sua residência). Ainda, 14 entrevistados declararam ter 03 televisores em casa e 05 pessoas declararam ter 04 televisores em sua residência. Um dado significativo para os bairros em questão, Selmi Dei e Adalberto Roxo. A aquisição de bens materiais é uma característica crescente da sociedade de consumo, o que explica, em parte, a maioria das casas possuir televisão e além disso, possuir mais de uma televisão. Ademais, a busca por certo conforto (e mesmo esse relativo individualismo também presente em nossa sociedade) igualmente ajuda a explicar a presença de mais de um aparelho televisor nas residências, pois as pessoas buscam distribuir aparelhos de televisão pelos cômodos da casa, retirando da sala (de estar) aquele hábito de sociabilidade familiar.

Gráfico 04 e Quadro 01. Opções de canais favoritos, moradores dos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo. No Gráfico 04 estão destacados os dados, no caso os programas, que foram citados por 03 ou mais entrevistados, e o Quadro 01 destaca os programas que foram citados por 02 ou menos entrevistados, objetivando uma visão panorâmica dos dados coletados.

Gráfico 04.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Quadro 01. Outras opções de canais: moradores dos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo.

Canais	Homens	Mulheres
Rede Vida	0	2
GNT	0	2
Globo News	1	0
Cultura	1	0
Multishow	0	1
AXN	0	1
Discovery Kids	0	1
Record News	1	1
Telecine	1	1
Cartoon	0	1
Fox	1	0
ESPN	1	0
TV Aparecida	0	1
Sport TV	1	0
Total	7	11

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

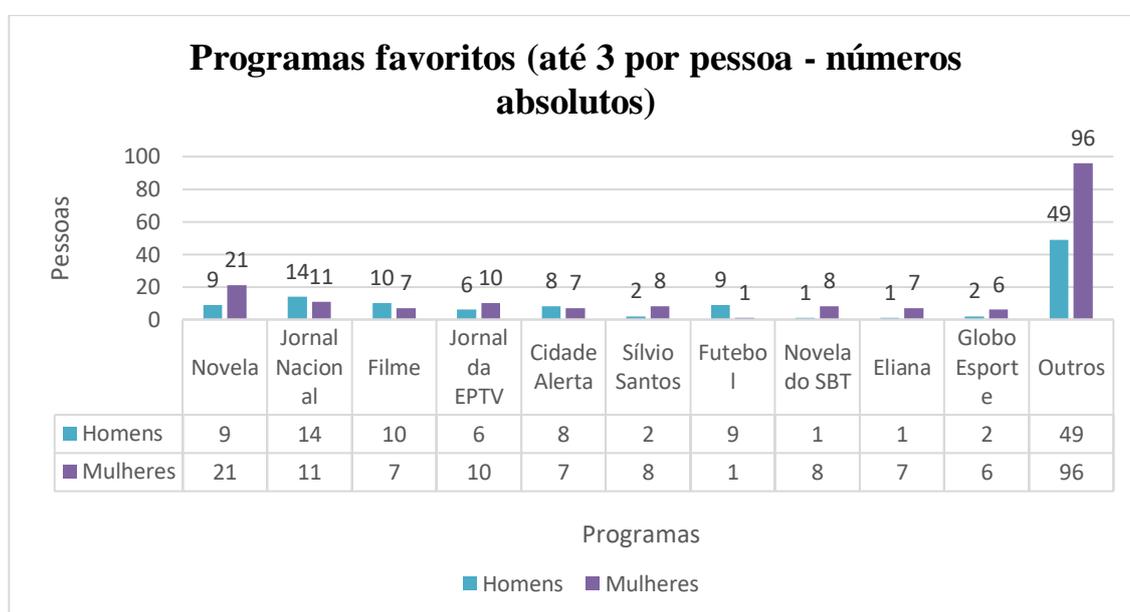
O Gráfico 04 aponta a Rede Globo como o canal predominante entre as classes sociais, chamadas de populares pelo mercado. SBT e Rede Record seguem em segundo e terceiro colocados, respectivamente. A Rede Netflix também aparece como canal preferido nas classes trabalhadoras, demonstrando a força dos canais provedores de conteúdo específico a certo segmento do mercado, nesse caso a Netflix como provedora de séries, seriados, filmes e documentários. Ainda, podemos inferir que as despesas, a chamada mensalidade, para ser e se manter assinante de produtos como o da Netflix são acessíveis às classes da periferia.

Mas, voltando à Rede Globo de Televisão, neste Gráfico 04, das 148 citações de canais assistidos, 61 citações foram diretamente para a Rede Globo, ou seja, 41,22% da amostra dos canais citados possuem a Rede Globo como canal preferido. Nessa miríade de dados, em referência ao Gráfico 03, que trata do número de televisores que há na residência entrevistada, nota-se que, das cem pessoas entrevistadas, que se referem a cem residências diferentes, existem 196 aparelhos de televisão: em outras palavras,

aproximadamente, em média, dois aparelhos de televisão por residência. Em se relacionando os dados de 02 aparelhos de T.V. por casa, Gráfico 03, com os dados de que 41,22% desses televisores estarão ligadas na Rede Globo de Televisão, Gráfico 04, evidencia-se certa hegemonia desta Rede de Televisão.

Ademais, o Quadro 01 aponta que dos 18 Entrevistados tabulados em “outros”, apenas 12 assistem canais da chamada “TV Fechada”, ou canais pagos.

Gráfico 05. Programas mais assistidos entre os moradores dos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo. Gráfico tabulado por ordem decrescente de resposta.



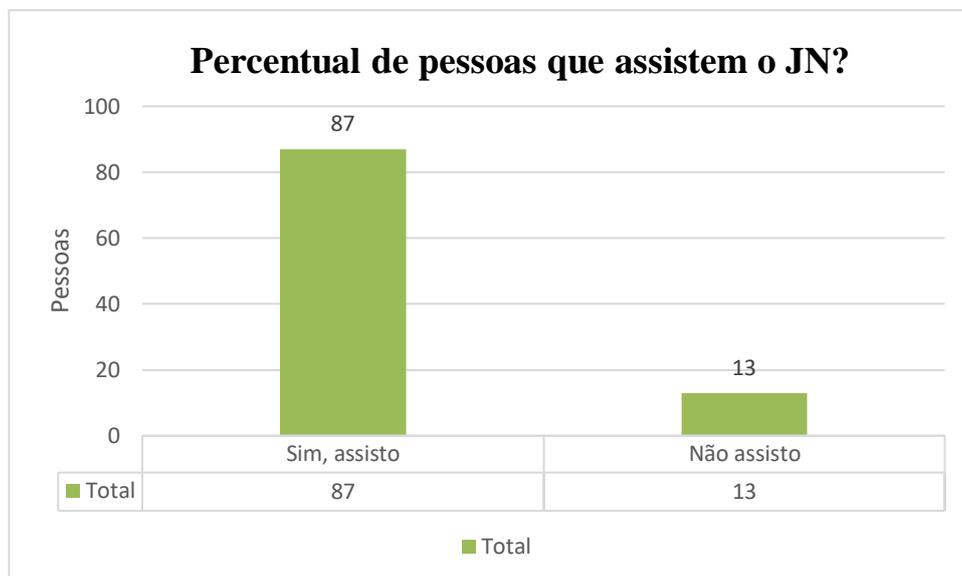
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 05, que neste exemplo foi condensado com os resultados mais expressivos (maior ou igual a sete) demonstra a influência das Telenovelas, com predominância de telespectadores do sexo feminino, entre os programas preferidos dos moradores entrevistados nos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo. Os Telejornais também marcam um bom espaço de predominância entre os entrevistados, principalmente do sexo masculino, com destaque para o próprio Jornal Nacional, seguido da categoria filme, do Programa Sílvio Santos (que subsiste há décadas) e do futebol (“paixão nacional”). As Telenovelas são a mercadoria da Rede Globo mais vendida, inclusive com alto índice de distribuição para outros países, das mais diversas línguas do Globo Terrestre (Site Memória Globo).

Mas, analisando esse fenômeno das telenovelas em nosso país, temos uma mercadoria com diversas nuances: os enredos e as tramas da novela retratam fatos cotidianos da nossa vida, atual ou de certas épocas específicas, pelo menos na visão dos autores das novelas; os fatos retratados pelas novelas combinam cultura e ideologia, em outras palavras, trabalham com aspectos culturais presentes em nossa sociedade, mas, como a própria sociedade é permeada pelas ideologias de sua localização geográfica e tempo (Rodrigues Alves, 2014), as mais diversas formas de ideologia, como de gênero, político-partidária, de classes, de subdivisões da raça humana, religiosas, da educação familiar e formal, permeiam os episódios das telenovelas; os atores que “representam” nas telenovelas são tratados com honras e cobertos por glórias, representando uma classe privilegiada, uma espécie de extraclasse, acima daqueles seres humanos ditos normais. Aliás, é comum, é notório, para aqueles que assistem o programa dominical vespertino denominado “Domingão do Faustão”, programa exibido desde 1989 pela Rede Globo (Site Memória Globo), o seu apresentador Fausto Silva perguntar às atrizes e atores que vão ao programa, em uma espécie de ode às telenovelas, se há mais algum artista na família ou se o restante da família é composto por pessoas normais; outro traço marcante das telenovelas, é que não é incomum que as pessoas que as assistem criem, elaborem uma opinião “séria” sobre os personagens das novelas e que essa opinião por vezes extravasa para o ator em si. Assim, são elaborados as “mocinhas” e “mocinhos”, os “malandros”, as pessoas de “bem” e aquelas que não são tão bem vistas, os símbolos de virilidade, os símbolos de sexualidade, enfim, as personagens ganham vida no cotidiano das pessoas, e nesse espeque, os autores das novelas vão recriando personagens, dosando suas atitudes, ou simplesmente os excluindo.

Entendemos que essa marca “cultural” da sociedade brasileira, representada nesta pesquisa pelos moradores dos bairros objeto da pesquisa, de envolvimento com as telenovelas, não pode ser descartada quando analisamos a influência do Jornal Nacional na vida política de nosso país, haja vista que o JN é, adequadamente, exibido no horário nobre das entre novelas das sete e das oito. O Telespectador não é uma máquina que liga e desliga seus sentimentos, suas sensações, suas emoções, recebidos das telenovelas, com os valores, e demais sentimentos que experimenta ao assistir os telejornais.

Gráfico 06. Percentual de pessoas que assistem, ou não, o Jornal Nacional, entre os moradores dos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo.

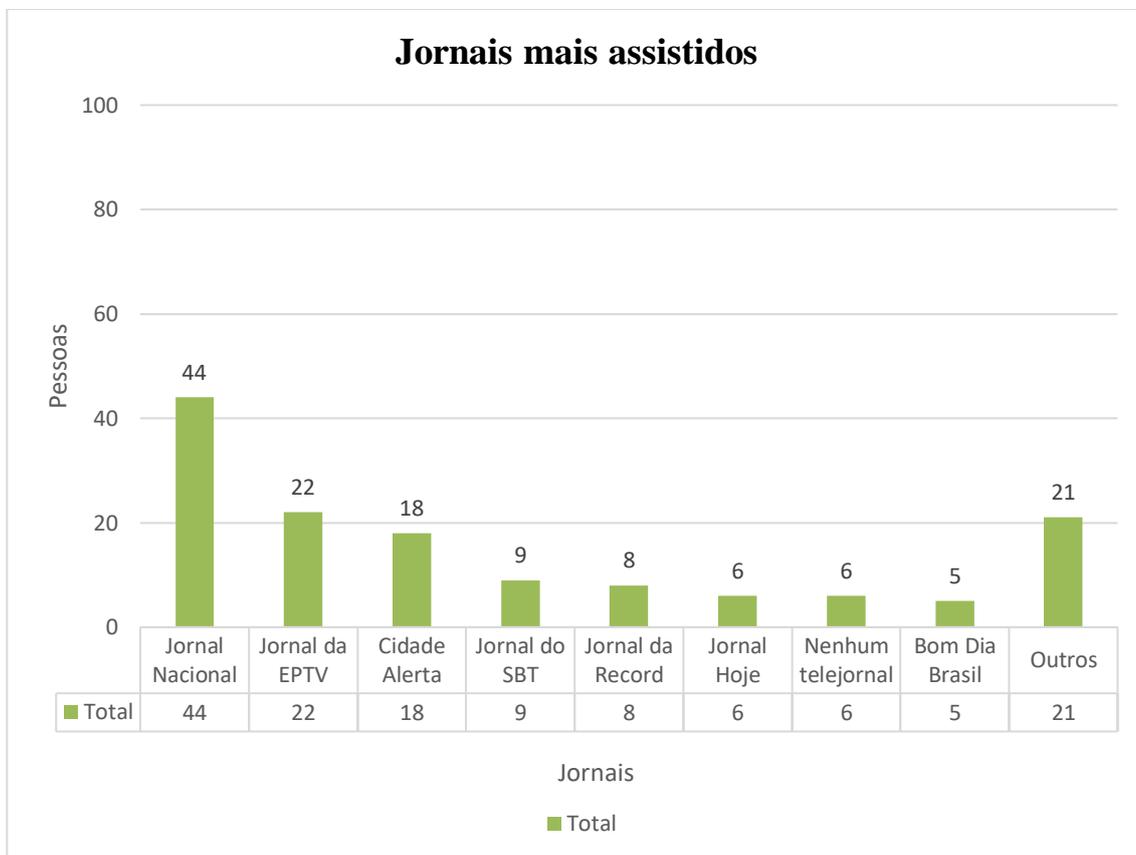


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 06 demonstra a força do Jornal Nacional, 88% dos entrevistados afirmaram que assistem o Jornal Nacional. Não quer dizer que esses entrevistados assistem assiduamente, ou integralmente o JN, mas quer dizer que em algum dia da semana (lembrando que o JN é exibido de segunda a sábado, no chamado horário nobre da Rede Globo), pelo menos, o entrevistado assiste o referido telejornal. Como um jornal televisivo pode sobreviver tanto tempo sendo exibido diariamente de segunda a sábado, ininterruptamente, há cinco décadas? (Em 01º de setembro de 2019 o JN comemora 50 anos de transmissão, 50 anos “no ar”, conforme dados do Site Memória Globo). Começa a confirmar-se o acerto de, em nossa Tese, estudar o J.N. como veículo privilegiado da ideologia em nosso país.

Gráfico 07 e Quadro 02. Telejornais mais assistidos entre os moradores dos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo.

Gráfico 07.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Quadro 02. Outros telejornais apontados entre os moradores dos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo, divididos por sexo.

<b>Qual telejornal você assiste mais frequentemente?</b>		
Jornais	Homens	Mulheres
Bom dia SP	1	2
Record News	1	1
Hora um	1	0
Noticidade	1	0
Jornal das Mulheres	0	2
Programa do Madalena	0	1
Jornal da Cultura	1	0
Jornal da Band	2	0
Fox Esporte	1	0
Globo News	1	0
Esporte Espetacular	0	1

Balanço Geral	0	2
Jornal da Globo	0	1
Profissão repórter	0	1
Painel Paulista	0	1
Total	9	12

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Em mais uma oportunidade, desta vez pelos dados do Gráfico 07 e Quadro 02, a Rede Globo exibe sua força e a influência de seu telejornalismo, sendo o Jornal Nacional o mais assistido pelos telespectadores entrevistados nos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo. Ainda, o Jornal da EPTV é citado com destaque. A EPTV é afiliada do Grupo Globo na região de Campinas. Não apenas por isso, mas os Telejornais Bom dia São Paulo e Bom dia Brasil também são do Grupo Globo.

Em outras palavras, da amostra apresentada de telejornais mais assistidos, Gráfico 07, o Jornal Nacional representa, sozinho, 31,65% da preferência, sendo que levando em consideração os telejornais citados que possuem a marca Globo, como Jornal da EPTV, Jornal Hoje, Bom Dia Brasil e outros citados, esse número alcança 61,15% da amostra de telejornais mais assistidos. A hegemonia do telejornalismo do Grupo Globo, tendo o Jornal Nacional como destaque, vai confirmando nossos acertos a partir das teorias e do histórico do Grupo Globo.

Quadro 03. Compilação sobre percepção dos Entrevistados dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo, acerca dos políticos.

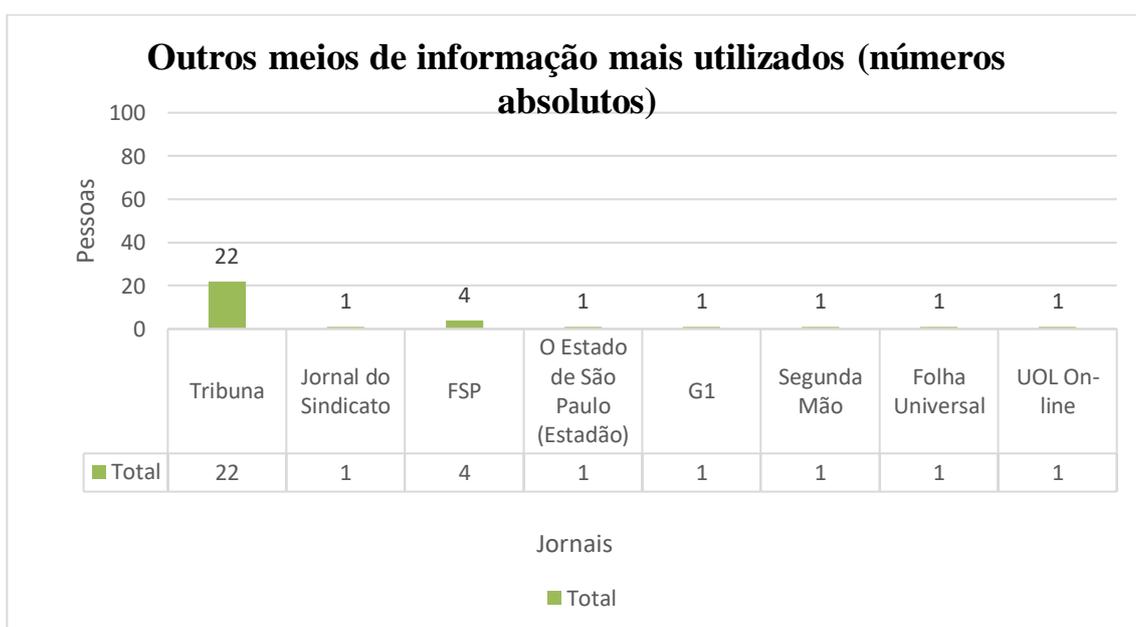
<b>Quadro 03: 7ª Questão - Entre as afirmações com qual você concordaria?</b>		
<b>Afirmações</b>	<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>
Alguns políticos são honestos e outros desonestos, o que precisamos é saber escolher	22	33
Os políticos são todos desonestos e não adianta votar nesse ou naquele	14	30
<b>Outras opiniões</b>		
O povo é desonesto e por isso vota em políticos desonestos	1	0
Eu preferiria que tivesse um rei e rainha, que tivesse uma família sobre o comando	1	0
Não tem político honesto, talvez alguns que podemos confiar um pouco mais	1	0

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Quadro 03 demonstra um tendenciamento, nas opiniões, acerca dos políticos, de uma forma geral, entre as classes trabalhadoras que residem na periferia, lembrando que a presente pesquisa foi aplicada nos bairros citados entre os meses de dezembro de 2016 e janeiro de 2017. A mídia televisiva, impressa ou digital, contou com um aumento de matérias jornalísticas “negativas” para a classe política no decorrer do ano de 2017, apesar de o Jornal Nacional ainda amenizar as matérias jornalísticas negativas que envolvem os nomes de Michel Temer e Aécio Neves, em detrimento de nomes como Dilma ou Lula. Assim, nota-se uma parcialidade na imposição das formas dos noticiários, conforme análise do Capítulo 02 do presente estudo, principalmente nas análises do Manchetômetro e das páginas 90 e seguintes da presente pesquisa.

Apesar do modo de imposição das formas pelo JN, em se analisando o Quadro 03, percebe-se que 55% dos entrevistados resistem, entendendo que precisamos saber escolher nos políticos (honestos) em quem votar. Os Quadros 07 (61%) e 11 (58%), que cuidam das manifestações dos entrevistados dos bairros centrais e das classes altas, respectivamente, em relação à 7ª questão, também demonstram que a maioria das pessoas ainda resiste ao dilúvio de notícias formatadas contra os políticos (notadamente os de partidos de esquerda), pois a maior parte dos entrevistados ainda acredita que podemos votar nos mais honestos (eles ainda existem).

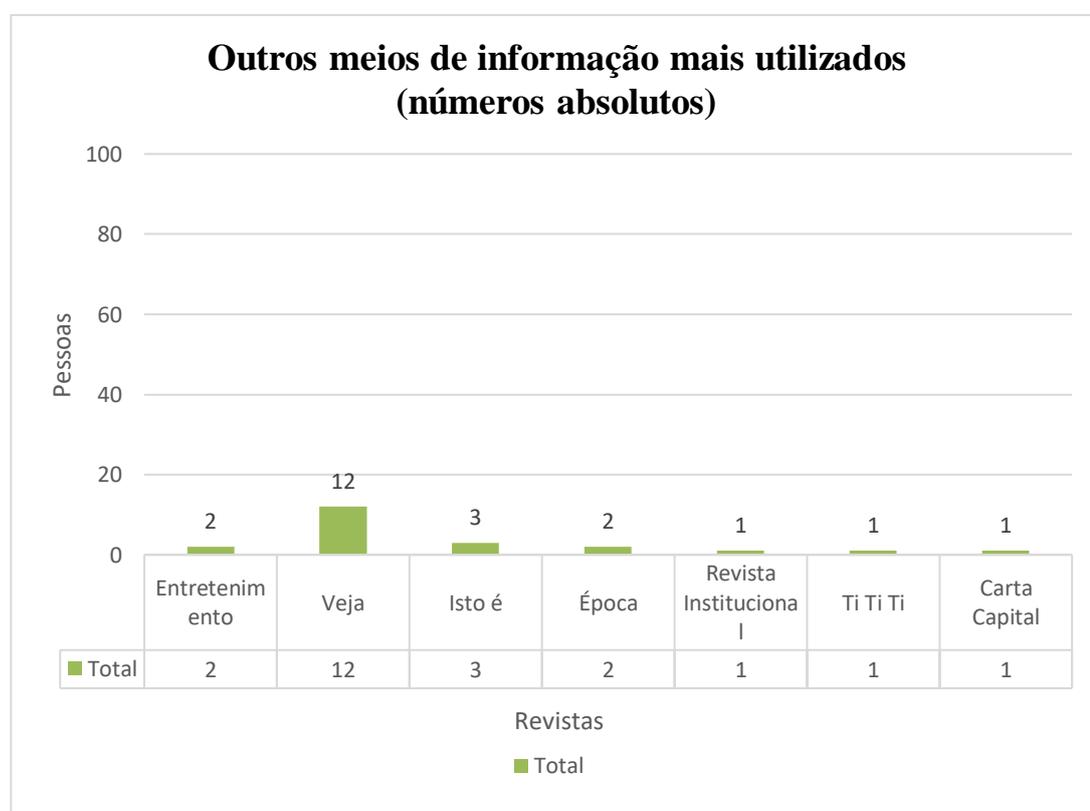
Gráfico 08. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do Selmi Dei e Adalberto Roxo, no caso os jornais impressos.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 08 aponta o Jornal Tribuna Impressa (que deixou de circular em janeiro de 2017) como o mais utilizado entre os entrevistados do Selmi Dei e Adalberto Roxo. A Folha de São Paulo e o Estado de São Paulo aparecem com número tímidos. Primeiramente podemos inferir que os moradores dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo não possuem envergadura econômica para assinarem periodicamente jornais, mas também podemos inferir que falta hábito, falta costume dentre esses moradores de assinar jornais. De uma forma ou de outra, se vivemos em uma democracia, e se respeitamos a liberdade de expressão em sentido amplo (ou respeitamos apenas a liberdade de expressão dos donos dos jornais?), **devemos trabalhar para que as mais diversas fontes de informação (jornais, revistas, livros, simpósios, seminários, congressos) cheguem a todas as chamadas classes sociais.**

Gráfico 09. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do Selmi Dei e Adalberto Roxo, no caso as revistas.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Os dados do Gráfico 09 demonstram que a Revista Veja é de predominância entre os entrevistados dos bairros da periferia. Quais os motivos que levam as pessoas a citarem a Revista Veja como fonte de obtenção de informações? As pessoas moradoras destes bairros assinam essa revista? Entendemos como hipótese mais provável o fato de a Revista Veja estar mais presente, em relação às outras revistas citadas, nas dependências de prestadores de serviços, como clínicas de médicos, consultórios de dentistas, escritórios de advocacia. Segue na Ilustração Figura 03 um exemplo de sensacionalismo, estampado desde a capa da revista, em prejuízo dos governos de esquerda, ou, se preferirem, dos governos do PT (Partido dos Trabalhadores). Temos também a hipótese ainda não confirmada, mas segundo fontes fidedignas a serem contactadas, de que o Governo do Estado de São Paulo assina essa revista e a distribui nas Escolas Públicas. Ilustração Figura 03.

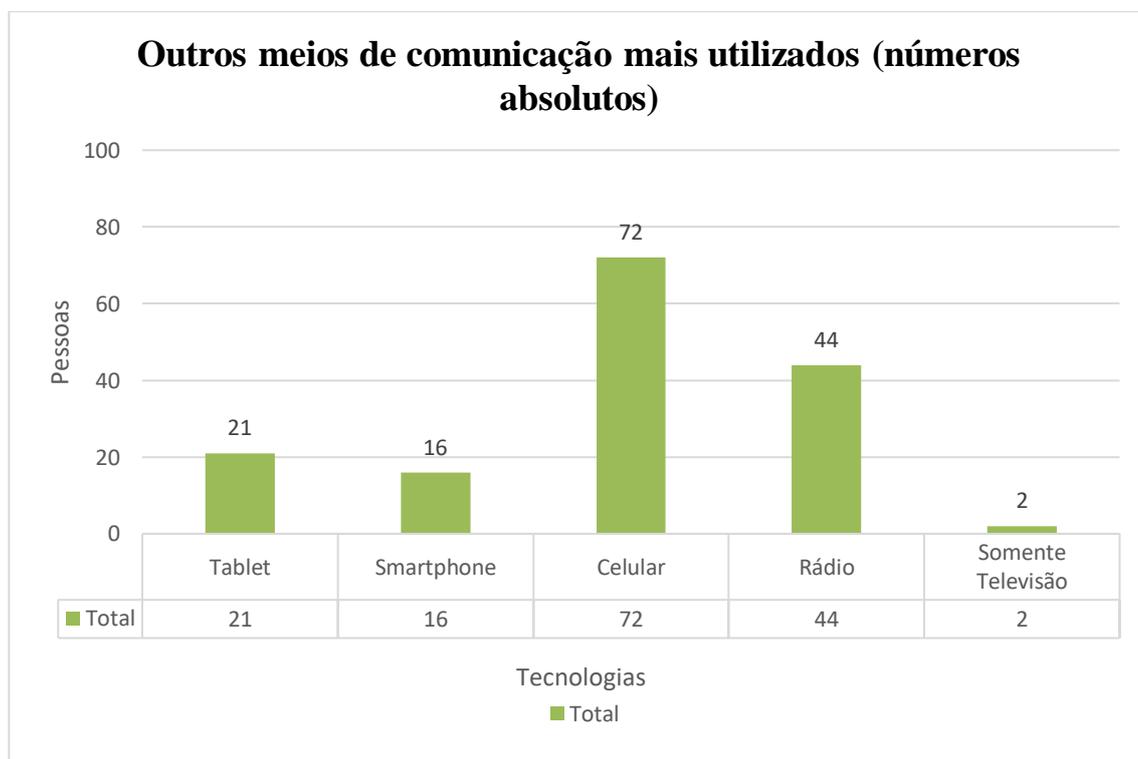


Fonte: Editora Abril, 2017.

Nesse quadro de dados não podemos deixar de destacar, do Gráfico 09, a marca de 01 Revista Carta Capital citada como fonte de informações, diversas da Televisão, por um morador dos bairros periféricos. A Revista Carta Capital possui como Editor Mino Carta e é uma revista conhecida por possuir um editorial diferente daquele utilizado por outras revistas de circulação nacional, como a Veja, do Grupo Abril ou a Época da Editora Globo. Podemos dizer que a Revista Carta Capital é um oásis entre editoriais alienantes e despolitizados, uma forma de resistência ao Editorial do Grupo Globo – que, utilizando apenas fontes citadas na coleta de dados, possui como veículos de formação de notícias o Jornal Nacional, o Jornal da EPTV (em dois horários diários), o Bom Dia Brasil, o Bom Dia São Paulo, o Jornal da Globo, o Jornal o Globo, a Tribuna Imprensa, a Revista Época,

o Portal G1, enfim, seja na mídia eletrônica convencional, na mídia impressa ou nas mídias eletrônicas propriamente ditas, o Grupo Globo forma um oligopólio privado (ainda que suas empresas sejam autorizadas a funcionar por concessões públicas) no que concerne à formação de notícias, veiculação, alienação, domesticação das classes oprimidas. O Grupo Globo “envenena” ao mesmo tempo em que oferece o “antídoto”, ou seja, produzindo e veiculando informações conforme seus interesses (e de seus anunciantes), é capaz de permanecer por vários minutos, no Jornal Nacional, transmitindo informações objetivando desgastar a imagem da Presidente Dilma Rousseff, e logo após permear cultura e ideologia, provocando sentimentos e sensações de êxtase, de deslumbramento por meio de sua “novela das oito”.

Gráfico 10. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do Selmi Dei e Adalberto Roxo, no caso aparelhos eletrônicos distintos da Televisão.

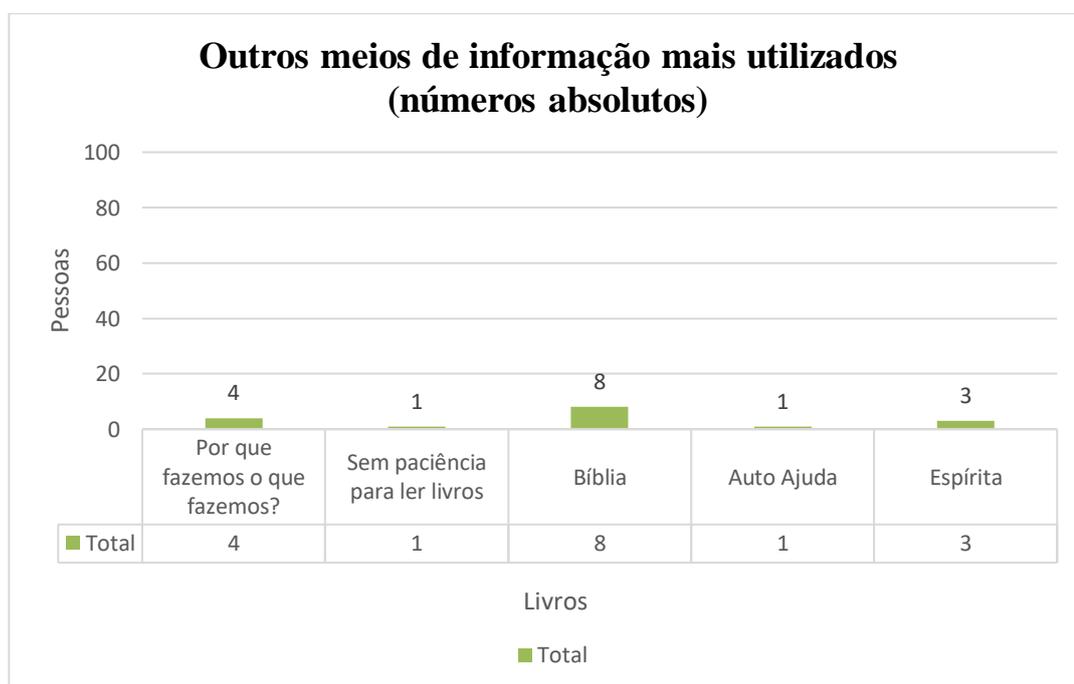


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 23, que demonstra outros meios de comunicação mais utilizados pelos entrevistados dos bairros São José e Santa Angelina, oferece a citação de 104 aparelhos eletrônicos, divididos em Tablet, Smartphone e Celular. Já o Gráfico 34, que trata dessa

variável entre os Entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, foram citados 98 vezes os aparelhos eletrônicos Tablet, Smartphone e Celular. Neste Gráfico 10, que cuida da citação de outros meios de comunicação utilizados pelo Entrevistados dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo, os aparelhos Tablet, Smartphone e Celular foram citados 109 vezes, ultrapassando as citações nos demais grupos de bairros pesquisados. Outro ponto que podemos destacar é a citação do aparelho eletrônico celular: no grupo de bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa o celular foi citado 46 vezes; nos bairros formados por São José e Santa Angelina o celular foi citado 52 vezes e no grupo dos bairros da periferia, quais sejam, Selmi Dei e Adalberto Roxo os Entrevistados citaram 72 vezes o celular. Dentre os aparelhos tecnológicos citados acima, o Celular tende a ser o menos custoso, pois também pode não possuir as funcionalidades do Tablet e do Smartphone.

Gráfico 11. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do Selmi Dei e Adalberto Roxo, no caso livros.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

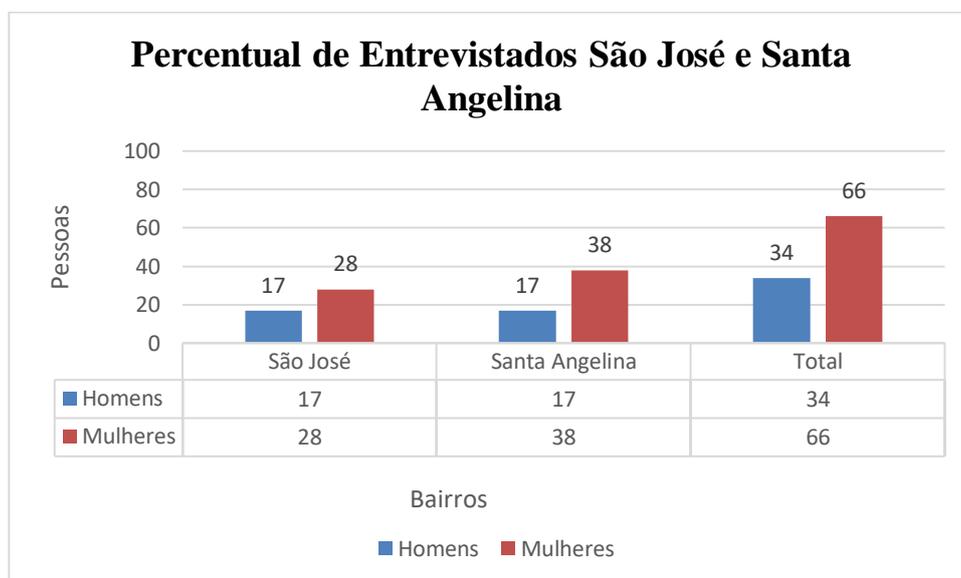
O Gráfico 11 demonstra que entre os moradores dos bairros da periferia, objeto da pesquisa, predomina a leitura de livros religiosos e de autoajuda. De toda forma, entre cem pessoas entrevistadas, apenas 16 pessoas demonstraram estarem lendo no momento

da pesquisa algum livro. Entendemos que 17% de leitores de livros é um número pequeno, se comparados, por exemplo, com o número de televisores presentes nas residências entrevistadas. Não podemos desconsiderar que todos os livros citados nas entrevistas são livros de autoajuda, livros religiosos ou doutrinários, ou seja, mesmo considerando que a leitura, de forma geral é positiva, agregadora de conhecimento, sentimos falta de uma maior diversidade de temas dos livros lidos por esta parcela da população entrevistada.

Em análise ao Gráfico 02 é possível apurar que 03 pessoas possuem graduação superior completa, nos bairros periféricos pesquisados, e, em análise ao Gráfico 11 evidenciamos o tipo de leitura realizado por essas pessoas que possuem ensino superior completo. Esta amostra pode corroborar que, mesmo entre as pessoas que concluem algum curso de graduação superior, a leitura, especializada ou literatura em geral, seja de qual natureza for, não é hábito entre nós brasileiros.

Síntese do agrupamento dos dados objetivos, nos bairros do São José e Santa Angelina.

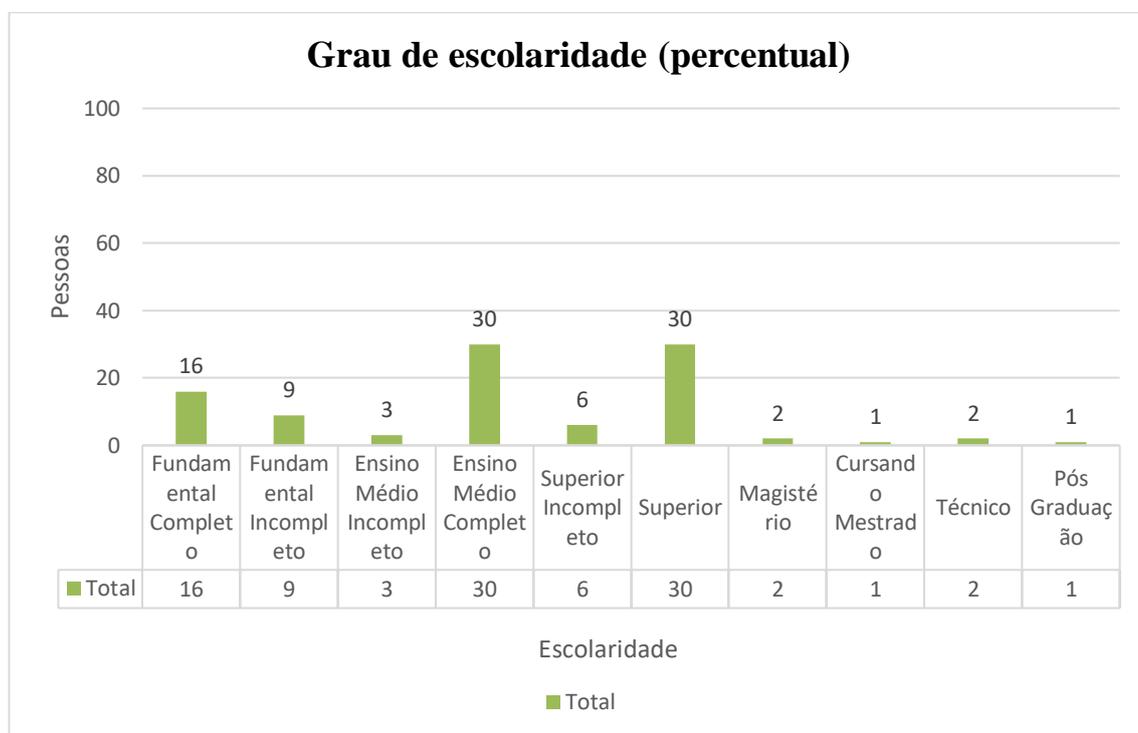
Gráfico 12. Percentual de Entrevistados nos bairros do São José e Santa Angelina, divididos por sexo.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Predominância de mulheres entrevistadas nas residências em que os pesquisadores aplicaram o questionário, apontam os dados do Gráfico 12, sendo que há análise suscitada no Gráfico 01 (Entrevistados nos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo), acerca deste fenômeno, qual seja, a hipótese de que o dia e o horário da coleta dos dados influenciaram o resultado dos dados da variável sexo dos entrevistados. Nessa senda, o Gráfico 24, que cuida dos Entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, também apresenta predominância de mulheres como entrevistadas, conforme veremos adiante.

Gráfico 13. Grau de escolaridade dos entrevistados nos bairros do São José e Santa Angelina.

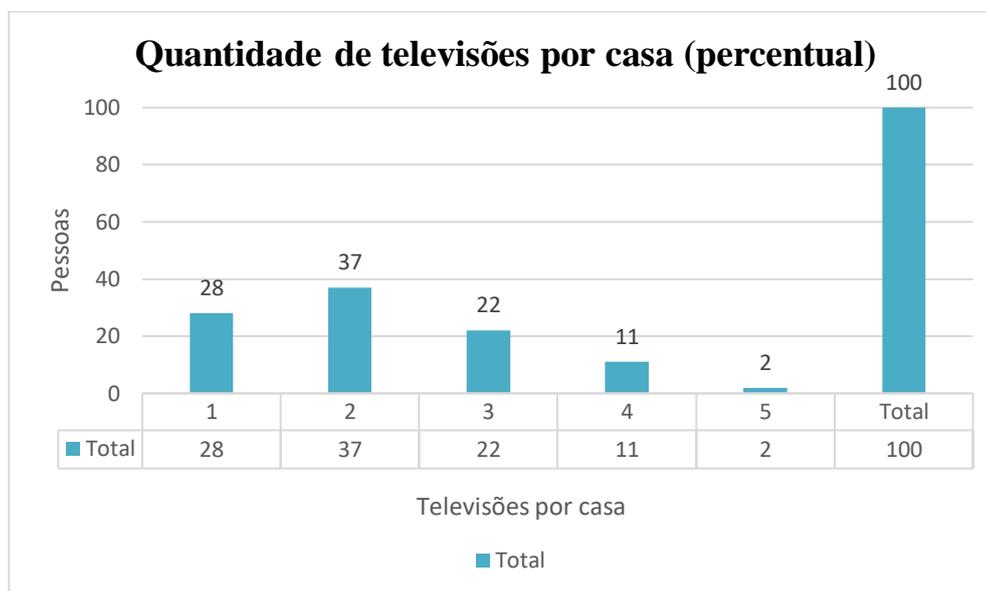


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Neste Gráfico 13 há dados que apontam 30 pessoas se declarando com curso superior, 01 pessoa cursando Mestrado e 01 pessoa com Pós-Graduação. Em comparação ao Gráfico 02, que aponta apenas 03 pessoas com curso superior completo, podemos dizer que os moradores entrevistados nos Bairros São José e Santa Angelina, bairros próximos ao centro da cidade de Araraquara/SP, possuem maiores oportunidades em cursar a graduação em nível superior do que os moradores entrevistados nos bairros periféricos. O local de moradia, na periferia ou na parte central da cidade, pode ser um indicador de que haverá, ou não, oportunidade de cursar uma graduação, dada a correlação encontrada.

Na análise do Gráfico 02 (grau de escolaridade entre os entrevistados dos bairros periféricos) apuramos que 37 pessoas declararam possuir ensino médio completo, índice menor neste Gráfico 13, já que apenas 30 entrevistados declararam possuir ensino médio completo. No caso dos Bairros São José e Santa Angelina, menos pessoas com ensino médio completo significa mais pessoas com curso superior completo.

Gráfico 14. Quantidade de TV's por residência, nos bairros São José e Santa Angelina, divididos por sexo.



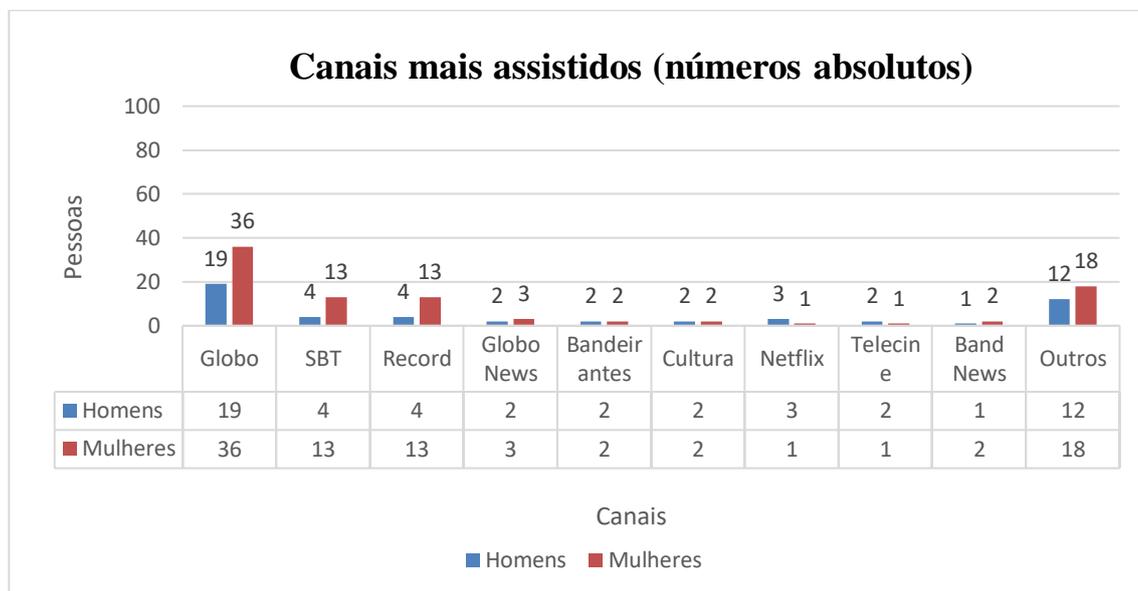
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 14 demonstra uma predominância de residências com mais de dois televisores por casa. Diverso do Gráfico 03, que cuida do número de aparelhos de televisão entre as residências dos entrevistados dos bairros periféricos objetos desta pesquisa, onde a predominância é de dois televisores por residência (o que já é um dado expressivo), o Gráfico 14 demonstra, dentre outras análises possíveis, que a renda per capita familiar nesses bairros mais centrais, considerados por nós como de classe média, é maior do que a renda per capita familiar dos bairros periféricos, levando em consideração que o acúmulo de bens materiais é uma das características do homem médio na sociedade capitalista.

Um ponto importante para discussão é que, mesmo com renda maior e grande proximidade com os centros de diversão (ou com maior acesso a livros), os moradores dos bairros mais centrais provavelmente necessitam da T.V. em maior número, para entretenimento.

Gráfico 15. Opções de canais favoritos, moradores dos bairros do São José e Santa Angelina, divididos por sexo. Quadro 04 demonstrativo dos canais agrupados na Categoria Outros do Gráfico 15.

Gráfico 15.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Quadro 04. Demonstrativo dos canais agrupados na Categoria Outros do Gráfico 15.

Canais	Homens	Mulheres
Record News	1	0
Discovery	1	1
Discovery Turbo	1	1
Animal Planet	1	0
Curta	0	1
Canal de Esporte	1	0
Arte	0	1
Futura	0	1
GNT	0	1
NHK	0	1
Home e Healt	0	1
Discovery Kids	0	1
Viva	1	1
Rede vida	0	1
Fox	2	1
Sport Tv	2	1

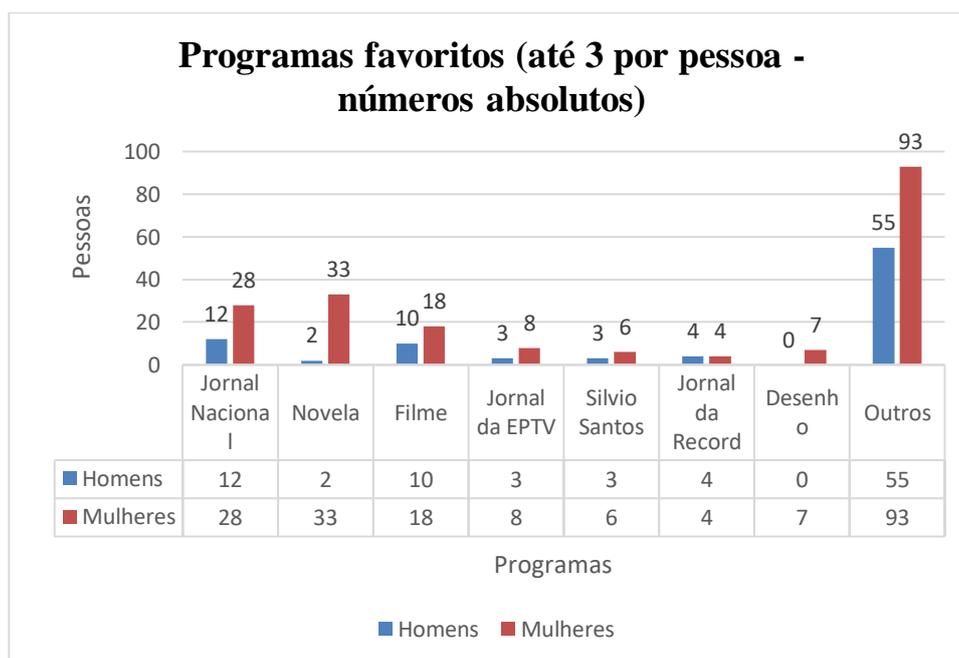
TNT	1	1
History Chanel	0	1
Canal Sony	0	1
HBO	1	1
Rede TV	0	1
Outros	12	18

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 15 demonstra, dentre outras análises, que a Rede Globo, seguida pelo SBT e pela Rede Record são os canais de predominância entre os Entrevistados dos Bairros do São José e da Santa Angelina, assim como o são esses mesmos canais os predominantes entre os entrevistados dos Bairros do Selmi Dei e do Adalberto Roxo, como demonstra o Gráfico 04. Esses dados, talvez, apontem no sentido de que a massificação de produtos propostos pela indústria cultural, consegue atingir mais de uma classe social ao mesmo tempo, ainda que em horários ou programas diversos.

Ademais, o Quadro 04 aponta que dos 30 Entrevistados tabulados, 24 assistem canais da chamada “TV Fechada”, ou canais pagos.

Gráfico 16. Programas mais assistidos pelos moradores dos bairros do São José e Santa Angelina. Gráfico tabulado por ordem decrescente de resposta.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

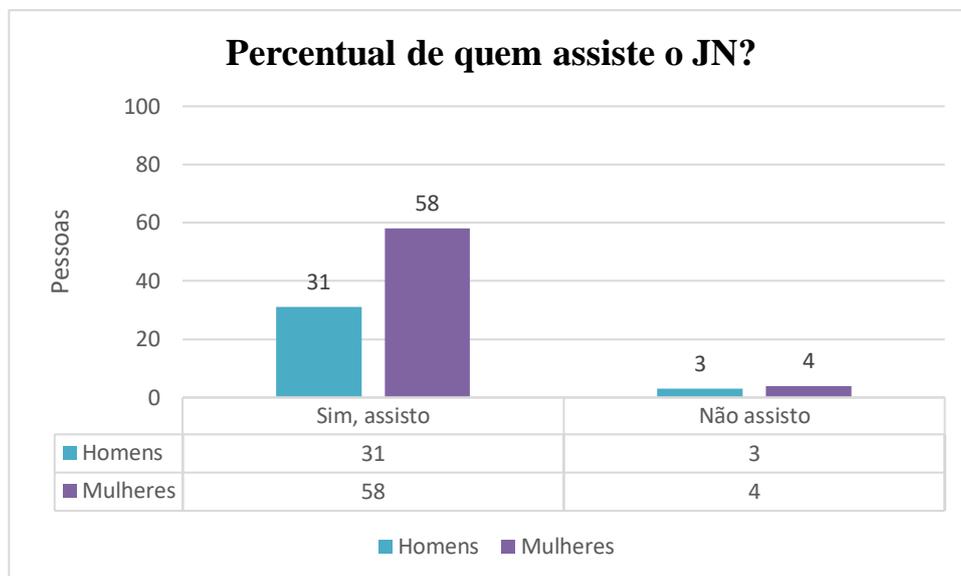
Assim como a análise do Gráfico 04 aponta relativa força das telenovelas e do telejornalismo (ambos da Rede Globo) como predominantes entre os Entrevistados dos bairros da periferia, este Gráfico 16 aponta na mesma direção para os Entrevistados dos Bairros do São José e do Santa Angelina. A indústria cultural, ao massificar a produção dos conteúdos televisivos, não faz conta de quem será a classe social atingida? Ou o conteúdo televisivo das telenovelas, dos telejornais, agrada as pessoas independentemente de classe social? O fato é que sendo o JN, estrategicamente, exibido entre os horários de duas telenovelas, as chamadas “novelas das sete” e “novela das oito”, esse fenômeno cultural da sociedade em acompanhar, sofrer, rir, chorar, criticar os personagens das telenovelas, não pode ser desconsiderado quando analisamos justamente o JN, que também possui a marca cultural e ideológica de nossa época.

Quadro 05 e Gráfico 17: demonstra se o percentual dos Entrevistados que assistem, ou não, o Jornal Nacional, entre os moradores dos bairros do São José e Santa Angelina, divididos por sexo.

<b>Assiste o JN?</b>	Homens	Mulheres
Sim, assisto	31	58
Não assisto	3	8
<b>Seja porque:</b>		
Odeia	0	1
Não gosta	1	1
Não assiste jornal	2	2

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 17. Percentual de quem assiste, ou não, o Jornal Nacional, entre os Entrevistados dos bairros São José e Santa Angelina.

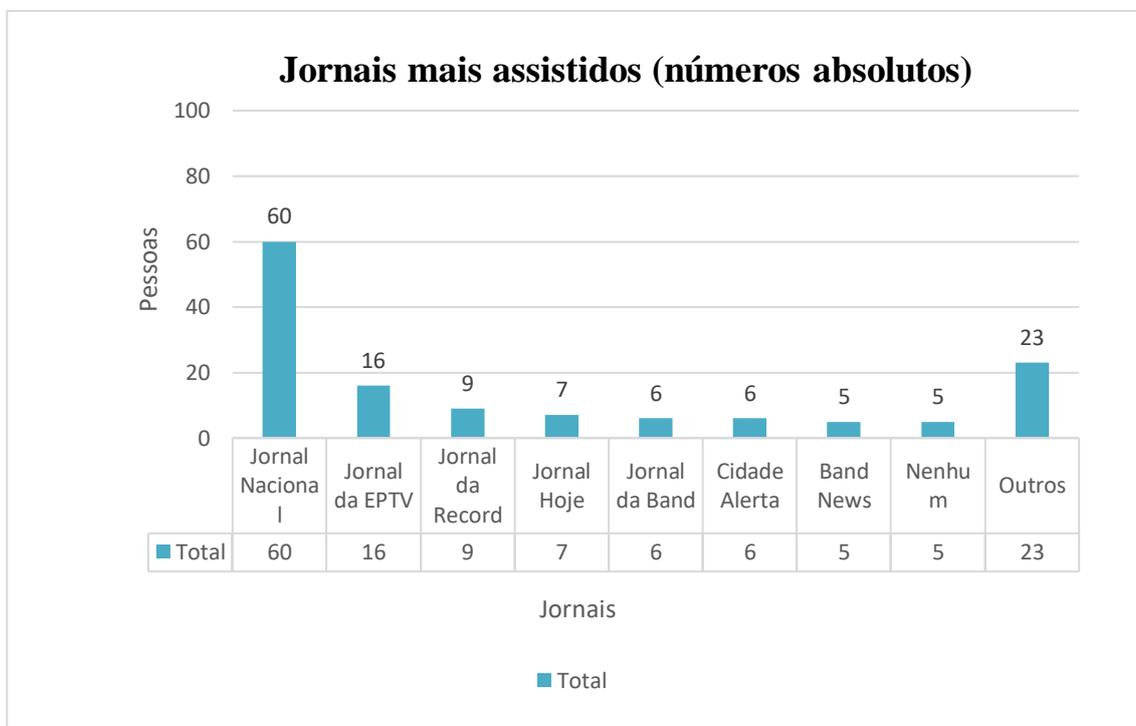


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Quadro 05 e o Gráfico 17 demonstram a força do Jornal Nacional: aproximadamente 90% dos Entrevistados dos bairros São José e Santa Angelina declararam assistir ao Jornal Nacional. Ainda que essas pessoas não assistam o JN assiduamente ou integralmente, de qualquer forma este telejornal está presente de forma contumaz na vida dessas pessoas.

Gráfico 18 e Quadro 06. Telejornais mais assistidos pelos moradores dos bairros do São José e Santa Angelina.

Gráfico 18.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Quadro 06. Outros telejornais apontados pelos moradores dos bairros do São José e Santa Angelina.

<b>Qual telejornal você assiste mais frequentemente?</b>		
Jornais	Homens	Mulheres
Jornal da Cultura	1	1
Bom Dia Brasil	1	2
Bom Dia São Paulo	2	1
Jornal da Clube	0	1
Jornal da Globo	1	2
Notícias na Internet	0	2
Jornal do SBT	2	1
Globo News	1	3
Hora Um	0	1
Rede Tv News	0	1
Total	8	15

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 18 e o Quadro 06 dão conta da superioridade do Jornal Nacional (e demais telejornais da Rede Globo), quando o assunto é preferência por Telejornal entre os entrevistados dos Bairros do São Jose e da Santa Angelina.

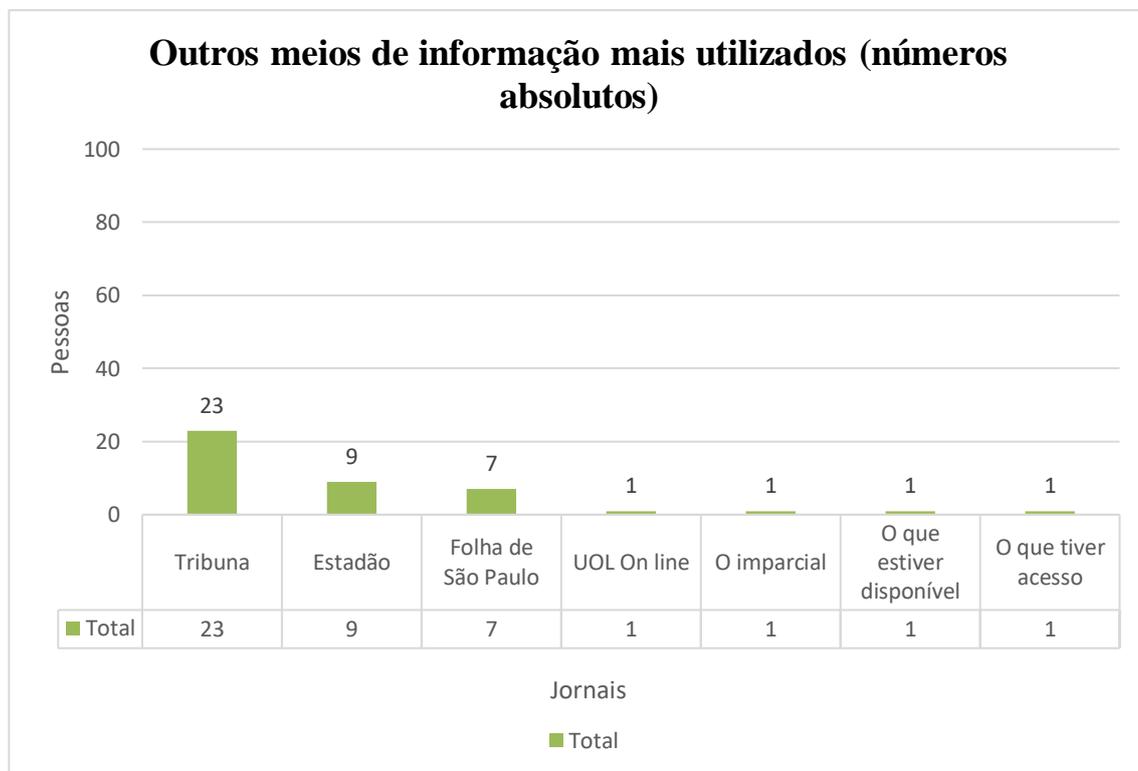
Quadro 07: Compilação sobre percepção dos Entrevistados dos bairros São José e Santa Angelina, acerca dos políticos.

<b>Quadro 07 Questão 07<sup>a</sup> - Entre as Afirmações com qual você concordaria?</b>		
<b>Afirmações</b>	<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>
Alguns políticos são honestos e outros desonestos, o que precisamos é saber escolher	20	41
Os políticos são todos desonestos e não adianta votar nesse ou naquele	11	24
<b>Outras opiniões</b>		
Os políticos agem de acordo com seus interesses e de acordo com o cenário atual	0	1
Depois que está nesse meio, quem é honesto deixa de ser	1	1
Prefiro não dar a minha opinião	0	1
Se o candidato não entra no ritmo do sistema, ele é banido	1	0

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Os entrevistados entre os moradores dos Bairros do São José e Santa Angelina estavam mais politizados, naquele momento da entrevista, se comparados os dados com o Quadro 03 (dados dos entrevistados moradores dos Bairros periféricos da pesquisa), no qual houve uma certa paridade de opiniões.

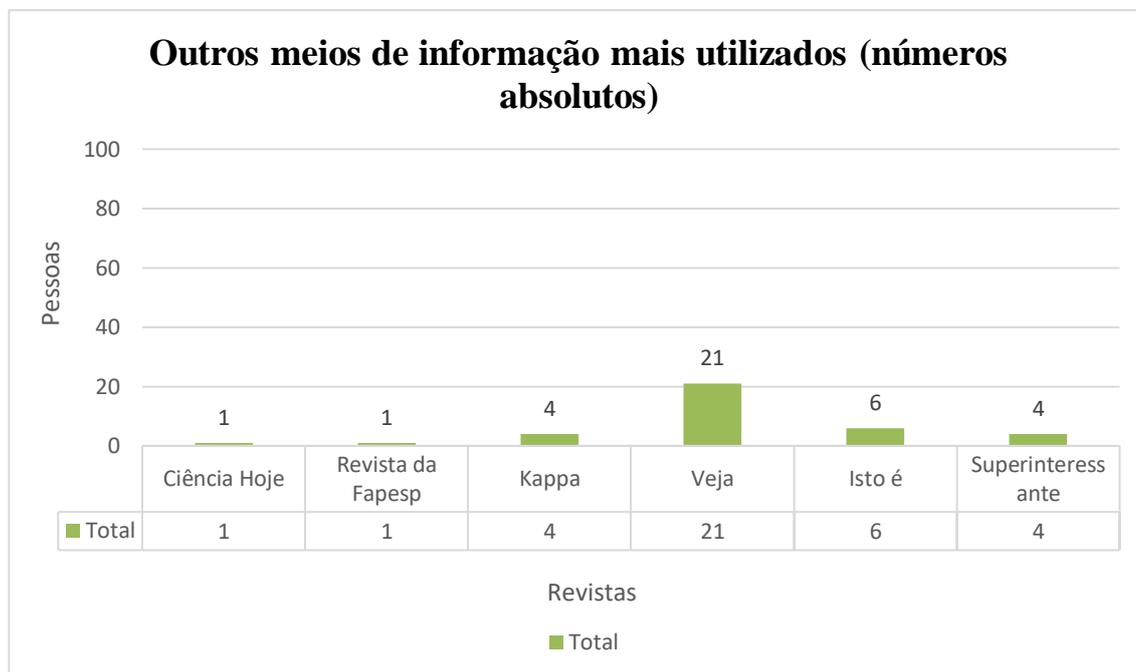
Gráfico 19. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do São José e Santa Angelina, no caso os jornais impressos.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

De acordo com o Gráfico 19, o jornal a Folha de São Paulo e o jornal o Estado de São Paulo, começam a aparecer, mais significativamente, como fonte de informações, pelo menos para os moradores desses bairros mais centrais da cidade. O poder aquisitivo das famílias representadas pelos entrevistados desses Bairros, São José e Santa Angelina, lhes outorgam uma autonomia econômico-financeiro em contratar assinaturas mensais de jornais impressos? Por outro lado, se esse for um fenômeno cultural, qual seja, a leitura de jornais por esta classe social denominada de média, precisamos urgentemente transpor barreiras e exportar essa característica cultural para os bairros periféricos. Na realidade, ao negar o direito à informação aos moradores dos bairros periféricos está manipulando e perpetuando a ideologia da classe dominante.

Gráfico 20. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do São José e Santa Angelina, no caso as revistas.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 20 aponta a revista Veja como a predominante entre os sujeitos da pesquisa que residem nos bairros da chamada classe média, citada 21 vezes como meio alternativo ao Jornal Nacional pelos moradores dos Bairros do São José e Santa Angelina. O Gráfico 09, entrevistados dos bairros periféricos, apontou que 12 pessoas citaram a revista Veja, e dos Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa 19 entrevistados citaram a revista Veja.

Levando-se em consideração que as revistas foram citadas por apenas 38 Entrevistados do Gráfico 20, e desse valor, 21 pessoas nomearam a revista Veja como fonte alternativa de obtenção de informações, temos que 55,26% dessa sub-amostragem se refere a Revista Veja.

Quadro 08. Referido Quadro demonstra, quais outros meios de informação utilizados pelos moradores do São José e Santa Angelina, no caso as revistas.

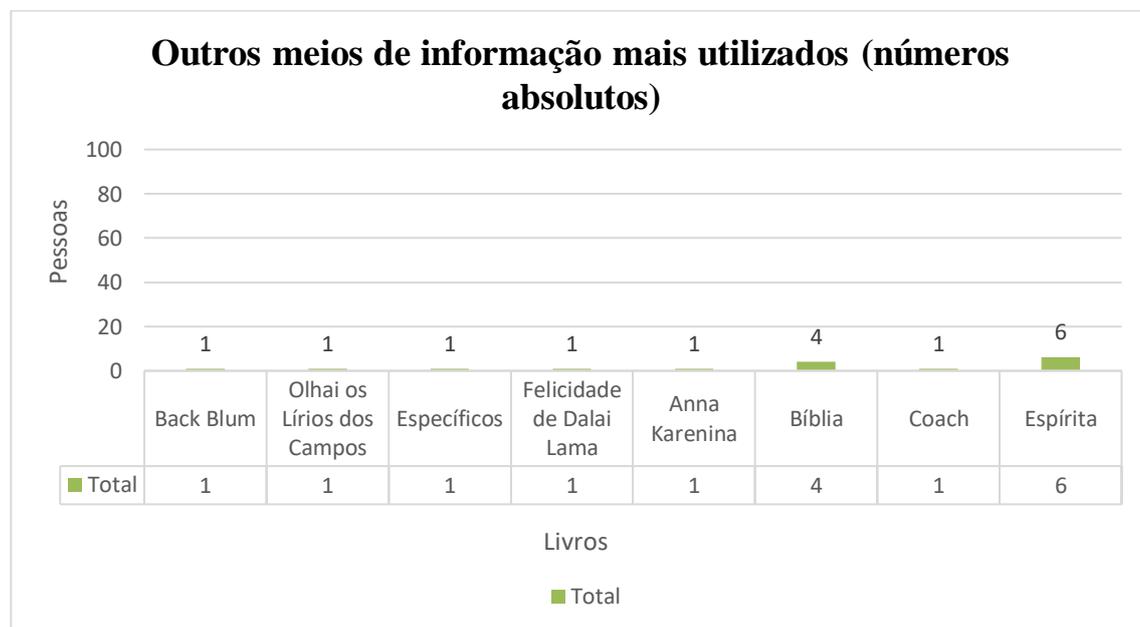
Revistas	Homens	Mulheres
Ciência Hoje	1	0
Revista da Fapesp	1	0
Kappa	0	4

Veja	6	15
Isto é	2	4
Superinteressante	0	4
Canção Nova	0	1
Periódicos Acadêmicos	0	1
Jardim Casa	0	1
Casa e Comida	0	1
Seleções	0	1
Máxima	0	1
Viva Saúde	0	1
Ego	0	1
Caras	1	2
Revista Jurídica	1	0
Revista de Moda	0	2
Estilo	0	1
Metafísica e Esotérica	0	1
PME	0	1
Revista do Comércio	0	1
Exame	1	0
Silvio Santos	0	1

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

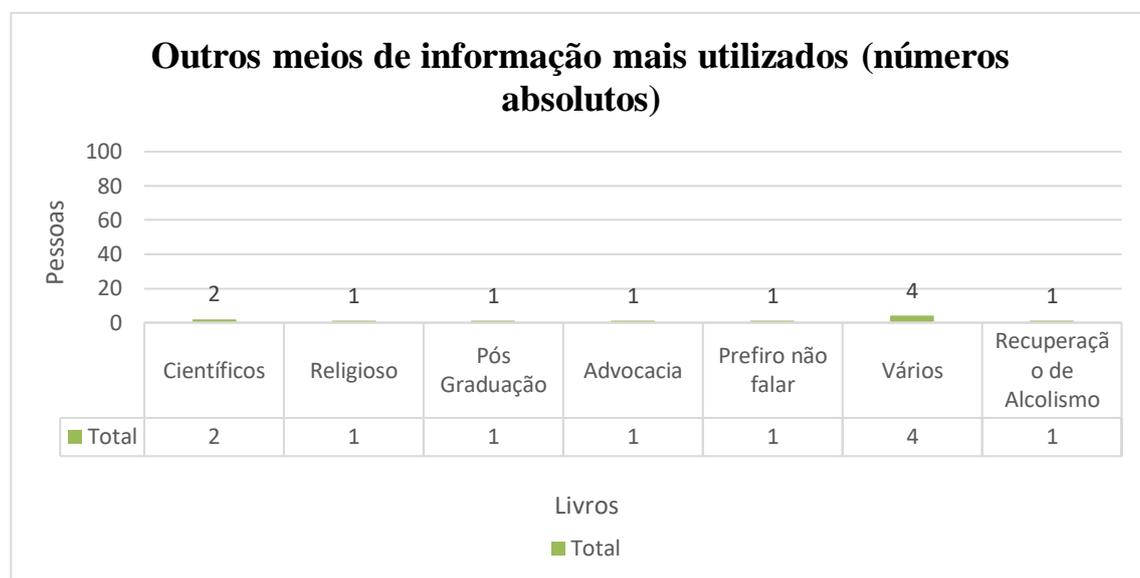
Gráfico 21, Gráfico 22. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do São José e Santa Angelina, no caso livros.

Gráfico 21.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

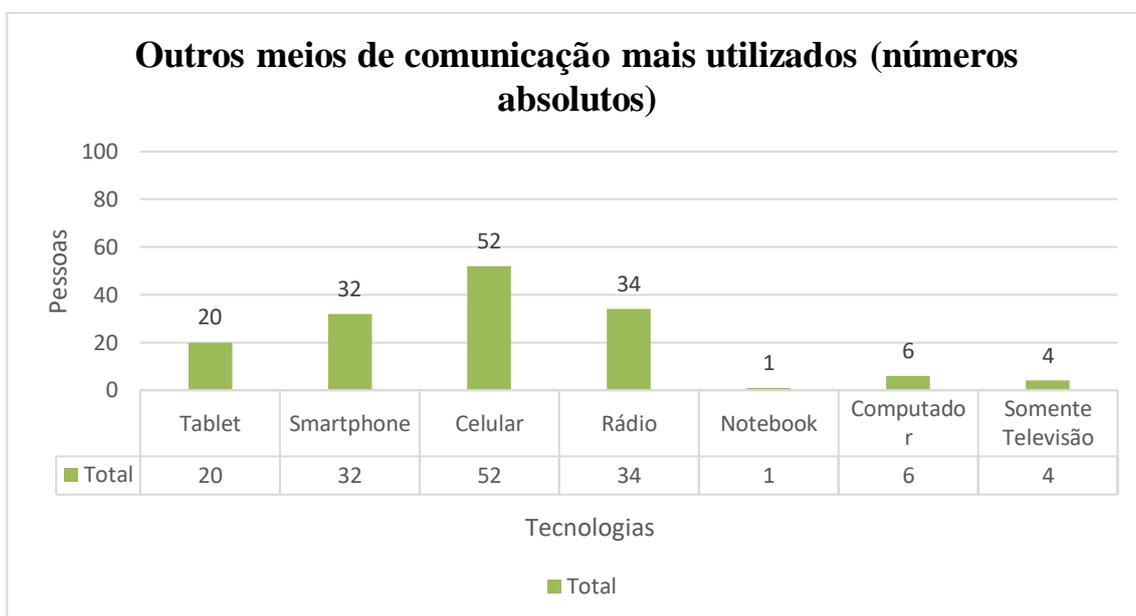
Gráfico 22.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Os Gráficos 21 e 22 apontam um hábito de leitura maior entre os sujeitos da pesquisa residentes nos bairros da classe média, bairros mais próximos ao centro, se compararmos aos Gráficos que tratam do hábito da leitura entre os sujeitos da pesquisa que moram na periferia (Gráfico 14). Podemos ilustrar com os exemplos dos livros *Olhai os Lírios do Campo*, de Érico Veríssimo e *Anna Karenina* de Liev Tolstói. Na periferia há mais a presença da Bíblia, na classe média começam a aparecer os livros espíritas. Podemos elencar como hipóteses: mais evangélicos na periferia, talvez inspirados pela Teologia da Prosperidade; mais intelectualizados nos bairros centrais, que tendem ao espiritismo, talvez tentando racionalizar suas interpretações para o evento vida e morte.

Gráfico 23. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores do São José e Santa Angelina, no caso aparelhos eletrônicos distintos da Televisão.

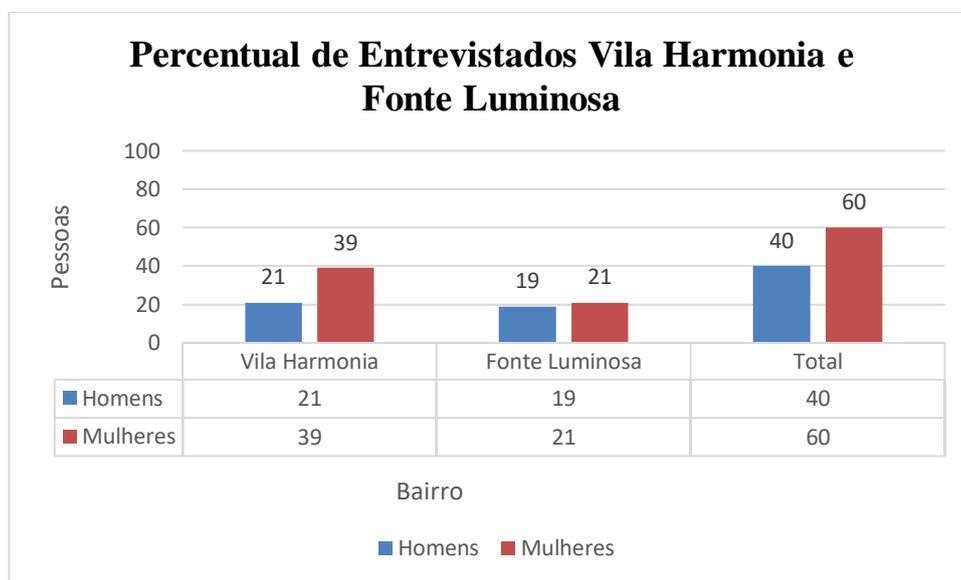


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 10, que apontou outros meios de comunicação mais utilizados pelos entrevistados dos bairros da periferia, com a citação de 109 aparelhos eletrônicos, divididos em Tablet, Smartphone e Celular (aparelhos que possuem basicamente as mesmas ferramentas, servem como meio de comunicação entre as pessoas, possuem câmera fotográfica, e disponibilizam os mesmos serviços, como acesso à Internet e ao Whatsapp), e no Gráfico 23 podemos averiguar que houve 104 citações destes mesmos aparelhos eletrônicos. Se por um lado isso aponta uma tendência dos moradores dos bairros periféricos e centrais à aquisição desses aparelhos eletrônicos de comunicação interpessoal a distância, por outro lado, é preciso assinalar que por esses mesmos aparelhos eletrônicos, quais sejam o Tablet, o Smartphone e o próprio Celular (variações tecnológicas do telefone que buscam aumentar as vendas) as pessoas tem acesso a Televisão, e à sua programação ideologicamente comprometida.

Síntese do agrupamento dos dados objetivos, nos bairros da Vila Harmonia e Fonte Luminosa.

Gráfico 24. Percentual de Entrevistados nos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa, divididos por sexo.

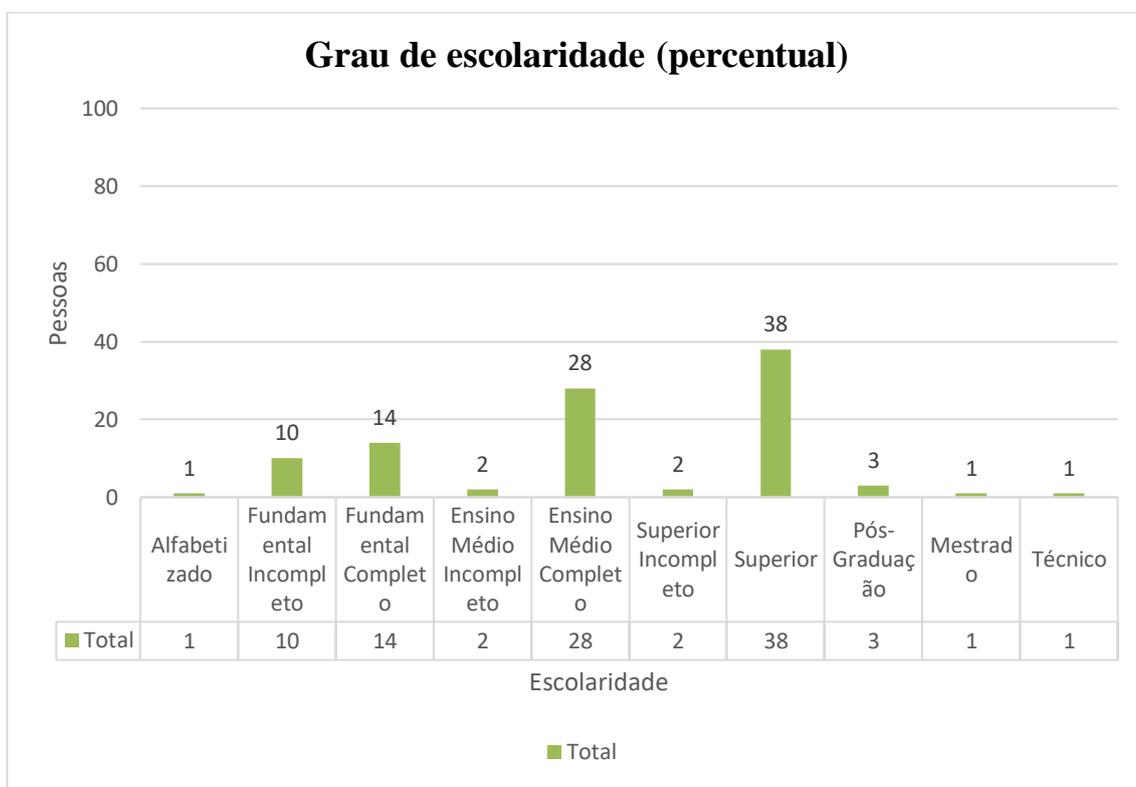


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Assim como nos demais bairros objetos da pesquisa, na Vila Harmonia e na Fonte Luminosa, bairros de classe média alta, ou, se preferirem bairros onde a renda per capita das famílias se sobrepõe à renda per capita dos moradores dos bairros periféricos, Selmi Dei e Adalberto Roxo (Gráfico 01) e dos moradores dos bairros mais próximos ao centro da cidade, no caso São José e Santa Angelina (Gráfico 12), há predominância das mulheres como entrevistadas. Uma das hipóteses para os outros bairros seria o horário (comercial) e o dia (úteis) da coleta de dados, sendo que nestes dias e horários a presença das mulheres nas casas predominou.

Por outro lado, a permanência das mulheres de classe alta em casa pode ter causas diferentes daquelas sugeridas para outras camadas sociais. Mesmo quando arcando com o cargo de “chefe de família”, mulheres das classes privilegiadas podem se dedicar tranquilamente ao lar, e mesmo quando trabalhando em empresas, ou cargos executivos podem permanecer mais tempo em casa.

Gráfico 25. Grau de escolaridade dos entrevistados nos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa.



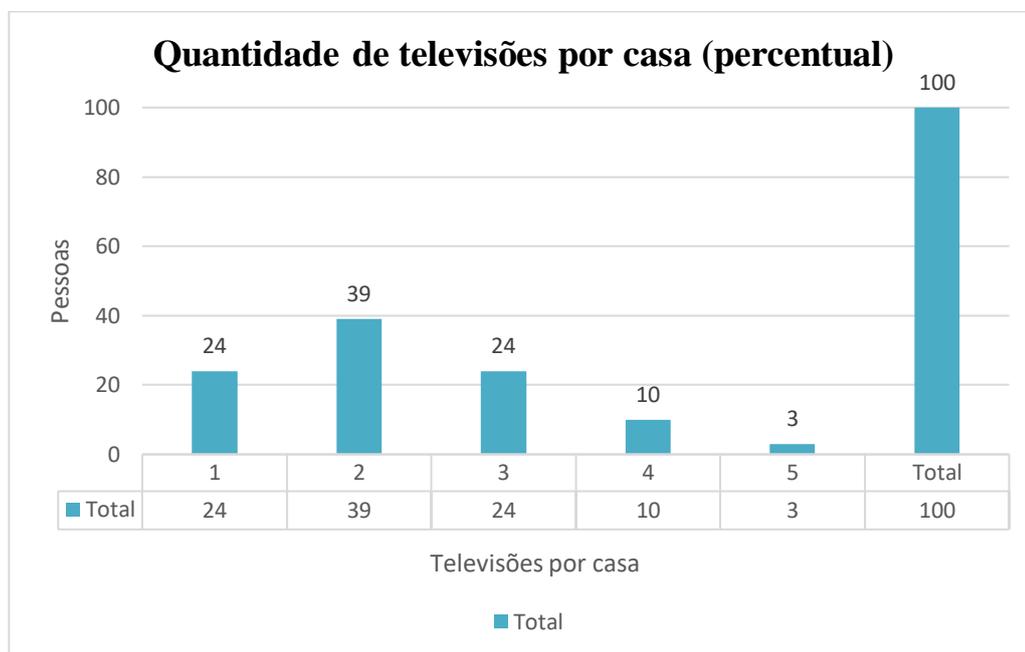
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Acerca dos dados concernentes aos entrevistados que declararam possuir Ensino Médio Completo, o Gráfico 02 apontou que 37 pessoas que possuem domicílio dos bairros periféricos possuem ensino médio completo, e o Gráfico 13 apontou 30 entrevistados dos bairros centrais com essa formação. Já este Gráfico 25 apontou que dentre os entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa apenas 28 pessoas declaram possuir ensino médio completo. Moradores dos bairros centrais e dos bairros onde residem os que possuem maior renda per capita, as chamadas classes média e média alta, estudam mais e vão além do ensino médio. Ou seja, têm mais oportunidades de valorizar o ensino formal se comparados aos moradores dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo, pessoas que muitas vezes precisando conciliar os estudos com o trabalho e acabam optando pelo trabalho, pois precisam se sustentar e/ou ajudar no melhor sustento da família. Estes dados apenas confirmam desigualdade de oportunidades bem equacionadas por teóricos em diferentes países capitalistas.

Os dados dos sujeitos da pesquisa moradores dos Bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa, apontam um maior número de pessoas com grau de escolaridade em nível superior completo, inclusive com Pós-Graduação e Mestrado, se comparados com os Gráficos 02 e 13, que apontam os dados do grau de escolaridade dos entrevistados moradores dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo e do São José e Santa Angelina, respectivamente. O Gráfico 02 aponta que apenas 03 entrevistados dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo possuem curso superior completo, enquanto que o Gráfico 13 é no sentido de 28 entrevistados com graduação superior completa e neste Gráfico 25 temos 35 entrevistados com curso superior completo. A disparidade é abissal, ou seja, ascender socialmente por meio da educação não é apenas uma escolha, mas sim transcender sua própria origem, lutar contra o quadro estabelecido, instituído, buscar oportunidades onde existem à mingua, criar suas próprias oportunidades.

Outro dado que pode ser extraído da análises dos Gráficos que cuidam do Grau de Escolaridade é que mesmo nos bairros centrais e nos bairros mais abastados economicamente dizendo, onde há maior concentração de pessoas com curso superior completo, não observamos essa crescente nos cursos de pós-graduação e tampouco no Mestrado. Talvez possamos pensar que Mestrado ou Doutorado atraem mais as camadas médias, que tendem a valorizar mais a educação via ensino formal e regular, por meio da obtenção dos diplomas de pós-graduação, que levam a titulação de Mestre ou Doutor.

Gráfico 26. Quantidade de TV's por residência, nos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, divididos por sexo.



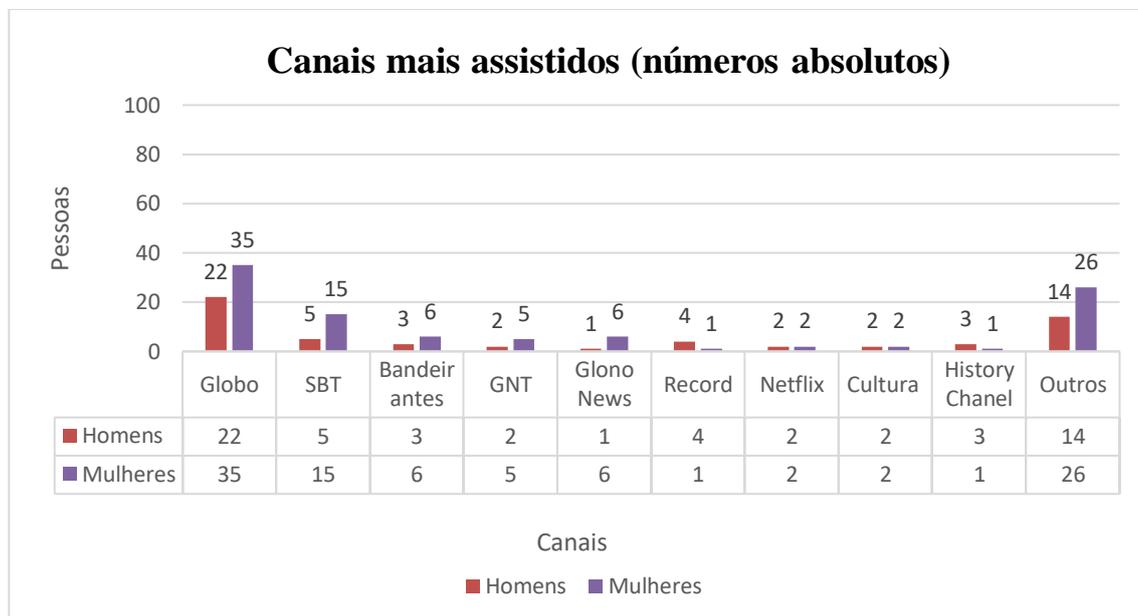
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 26 aponta que 37 entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa possuem entre 03 e 05 aparelhos de Televisão, enquanto que nos bairros São José e Santa Angelina, pela análise do Gráfico 14, 35 entrevistados declaram possuir entre 03 e 05 aparelhos de televisão. Nos Bairros da periferia, Gráfico 03, o número de pessoas que declaram possuir entre 03 e 05 televisores em sua residência foi de apenas 20 entrevistados.

Ou seja: mesmo para as camadas mais altas da sociedade que tem acesso a entretenimentos mais sofisticados (por exemplo, o Teatro Municipal de Araraquara se localiza no bairro Fonte Luminosa) a Televisão continua um equipamento crucial, tão crucial quanto é para a classe média, dados que corroboram a hipótese de que, apesar do propalado avanço das outras mídias, a T.V. continua a exercer influência sobre a maioria da população. Até porque, é possível assistir “televisão” pelos aparelhos eletrônicos Tablet, Smartphone e Celular.

Gráfico 27 e Quadro 09. Opções de canais favoritos, moradores dos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa, divididos por sexo.

Gráfico 27.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Quadro 09. Outras opções de canais entre moradores dos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa, divididos por sexo.

Canais	Homens	Mulheres
HBO	1	0
Fox	1	1
Fox Sports	1	0
Animal Planet	1	0
Globo On-Line	1	0
Viva	1	0
Band News	1	1
Gazeta	0	2
Rede Tv	0	1
Discovery Kids	0	2
Discovery	1	0
Telecine	0	2
ID	0	1
Disney	0	1
Record News	0	1
Rede Vida	0	2

Canção Nova	0	1
National Geografic	0	1
MTV	0	1
SKY	1	0
ESPN	1	0
Sport Tv	1	0
AXN	0	2
TNT	0	1
Universal Chanel	0	1
Multishow	0	1
Youtube	1	0
Tv Escola	1	0
Canal Brasil	1	0
Warner	0	1
Sony	0	1
Tv Aparecida	0	1
Tv News	0	1
Total	14	26

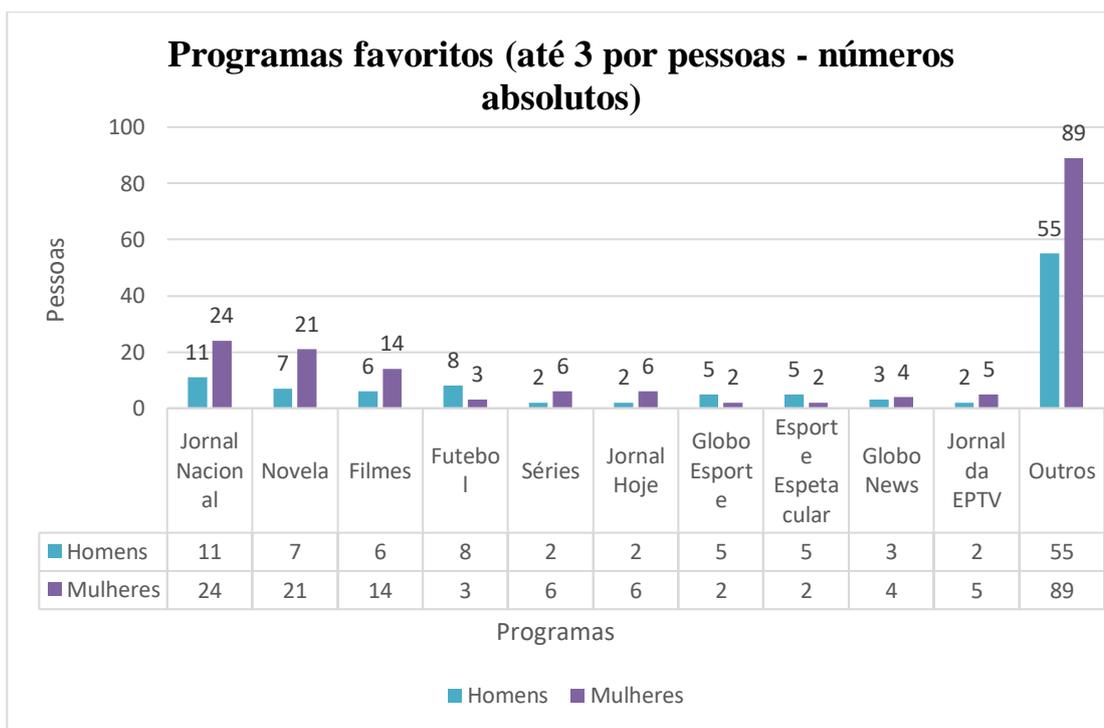
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 27 que trata dos canais de televisão de maior predominância entre os sujeitos da pesquisa moradores dos bairros da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, não destoam muito dos dados que apontam os canais de preferência entre os entrevistados dos bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo (Gráfico 04), e dos bairros São José e Santa Angelina (Gráfico 15), com a Rede Globo líder absoluta de preferência e em segundo lugar o SBT. Podemos notar que entre os entrevistados dos Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, o terceiro lugar de predominância de canal pertence à Bandeirantes, deixando a Rede Record para trás, o que pode ser explicado pelo fator político-religioso, demonstrando os moradores entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa preferirem o lado político da Bandeirantes ao lado religioso da TV Record. O senso comum denomina a Bandeirantes como “quintal da Globo”, uma referência a ser a Rede Bandeirantes uma extensão e defensora dos interesses da Rede Globo, talvez por ser a Bandeirantes, que figura entre as 04 maiores redes nacionais, a de menor envergadura econômica, já que a Globo é a potência econômica que conhecemos (e se precisar recebe recursos do BNDES para sobreviver), o SBT possui o Carnê do Baú da Felicidade (e mais

atualmente a empresa de cosméticos Jequití), e a Rede Record é o braço midiático da Igreja Universal do Reino de Deus.

Ademais, contrapondo os dados do Gráfico 27 aos do Quadro 09, observamos que mesmo nos investimentos no mercado de canais pagos, a “marca” Globo predomina entre seus concorrentes, haja vista que o Gráfico 27 aponta que seis entrevistados preferem a Globo News, ao passo que o Quadro 09 aponta que apenas 02 entrevistados preferem a Band News.

Gráfico 28. Opções de programas favoritos, moradores dos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa, divididos por sexo. Gráfico tabulado por ordem decrescente de resposta.



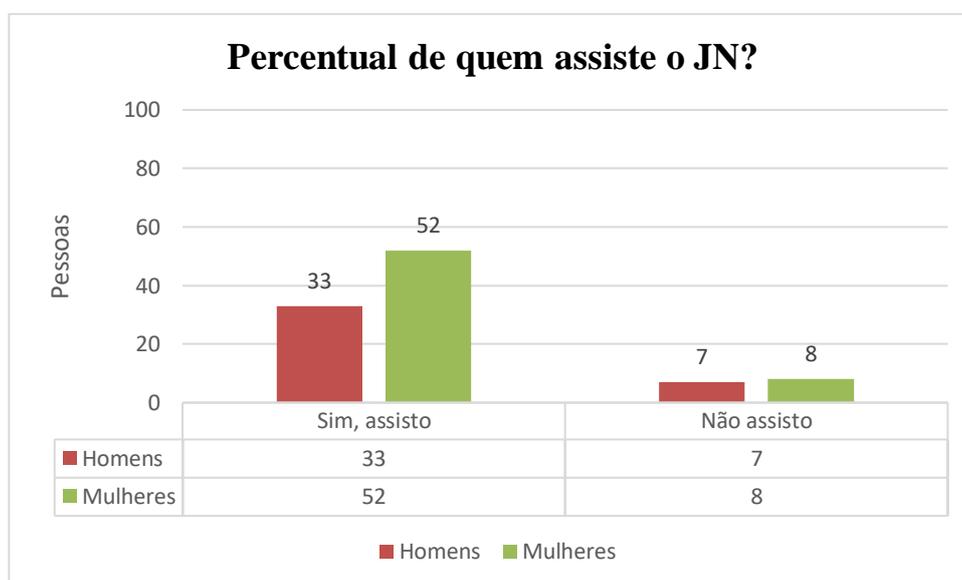
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

As novelas e os telejornais estão entre os programas preferidos pelos moradores da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, assim como o são para os sujeitos da pesquisa residentes na periferia (Gráfico 05) e nas regiões mais próximas ao centro (Gráfico 16). Uma diferença é que entre os entrevistados apontados neste Gráfico 28, predominam também os programas de esportes, tendenciando uma possível prática de esportes por

parte desses sujeitos residentes nestas regiões mais abastadas economicamente falando, ou, no mínimo um interesse diferenciado pela prática de esportes.

Assim como o Gráfico 16, que trata dos Programas Favoritos entre os moradores entrevistados nos bairros centrais, este Gráfico 28 aponta também a predominância das mulheres como protagonistas nas categorias Novela, Jornal Nacional e Filmes, e os homens protagonistas em programas específicos e genéricos que tratam de esportes. Ainda que, gradativamente, as mulheres tenham sido a maioria das pessoas entrevistadas, podemos confirmar a preferência das mulheres pelas novelas (ou a omissão dessa preferência pelos homens) e ressaltar que as mulheres também fazem parte do público que prefere os telejornais. Ou seria porque estão estrategicamente alocados entre duas novelas?

Gráfico 29. Percentual de pessoas que assistem, ou não, o Jornal Nacional, entre os moradores dos bairros do Vila Harmonia e Fonte Luminosa, divididos por sexo.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

A pesquisa aponta, no Gráfico 06, que 13 Entrevistados dos Bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo declararam não assistir o Jornal Nacional, e pela análise do Gráfico 17, 11 Entrevistados dos Bairros São José e Santa Angelina declararam não assistir o referido periódico televisivo, e o Gráfico 29 aponta que 15 pessoas entrevistadas nos Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa não assistem o Jornal Nacional. Sendo que dos 11 sujeitos

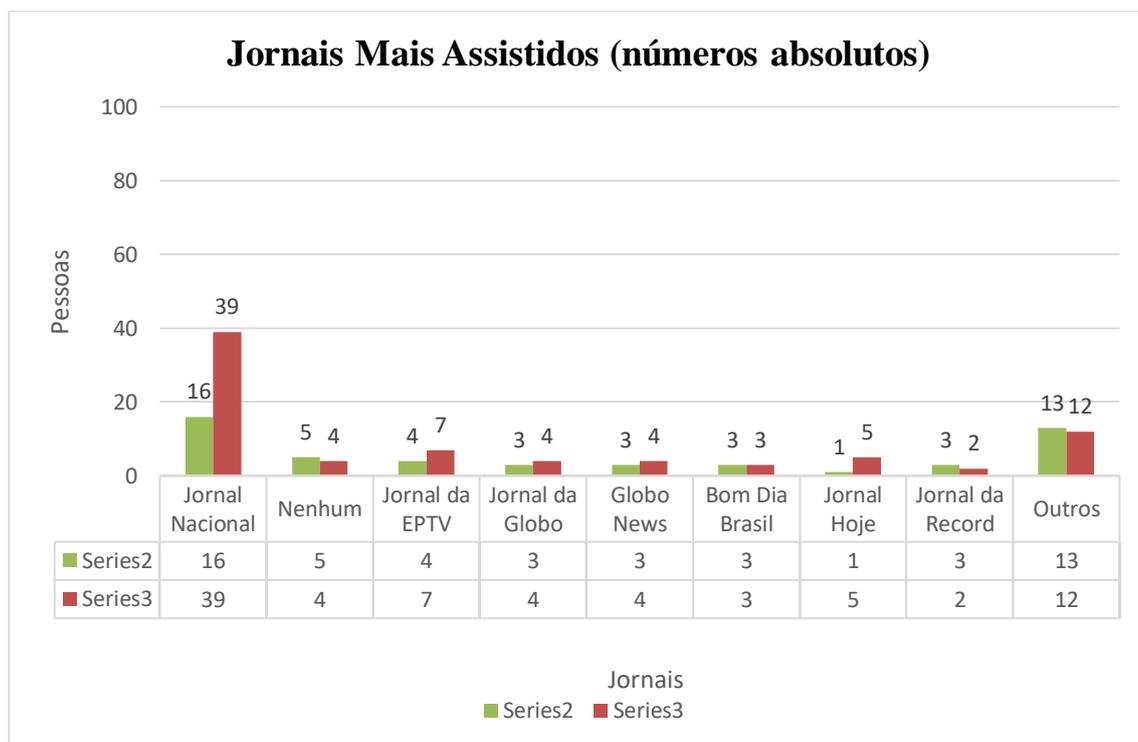
da pesquisa dos bairros mais próximos ao centro, São José e Santa Angelina, 03 pessoas fizeram questão de frisar que não assistem ao Jornal Nacional por “odiá-lo” ou por “não gostar dele”.

De toda forma, a grande maioria dos entrevistados nos 03 Grupos de Bairros, declarou assistir o Jornal Nacional. Este Gráfico 29 confirma também a hipótese já ventilada quando da análise do Gráfico 17, ou seja, a presença constante do J.N. nas classes sociais mais altas, mesmo que referidas classes sociais (sejam os moradores dos bairros mais centrais ou os moradores dos bairros de predominância de famílias com maior poder aquisitivo) possuam mais condições de estar fazendo outra coisa naquele momento, ao invés de assistir o J.N.

Confirma-se, portanto, a relevância e a necessidade de estudos como este, que avaliem a penetração e a influência específica desse poderoso instrumento da ideologia, criado à época da ditadura e cuja história já está bem contada por importantes teóricos conforme apresentado no Capítulo III.

Gráfico 30 e Quadro 10. Telejornais mais assistidos pelos moradores dos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa.

Gráfico 30.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Quadro 10. Outros telejornais apontados pelos moradores dos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa.

<b>Qual telejornal você assiste mais frequentemente?</b>		
Jornais	Homens	Mulheres
Bom Dia São Paulo	0	2
Jornal da Cultura	2	0
Rádio	1	0
Jornal do SBT	0	3
Jornal da Band	2	2
Jornal da Gazeta	0	1
Jornal da Morada	0	1
Internet	1	0
Record News	1	1
Cidade Alerta	2	0
Hora 1	3	0
Band News	0	1
Jogo Aberto	1	0
Balanço Geral	0	1
Total	13	12

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 30 e o Quadro 10, apontam a liderança do Jornal Nacional e dos demais telejornais da Rede Globo como predominantes entre os sujeitos da pesquisa entrevistados nos bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa. Esses dados significam simples hegemonia do Grupo Globo ou interesse próprio das camadas mais altas na busca desses telejornais?

Quadro 11. Compilação sobre percepção dos Entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, acerca dos políticos.

<b>Quadro 11: 7ª Questão - Entre as afirmações com qual você concordaria?</b>		
Afirmações	Homens	Mulheres
Alguns políticos são honestos e outros desonestos, o que precisamos é saber escolher	21	37

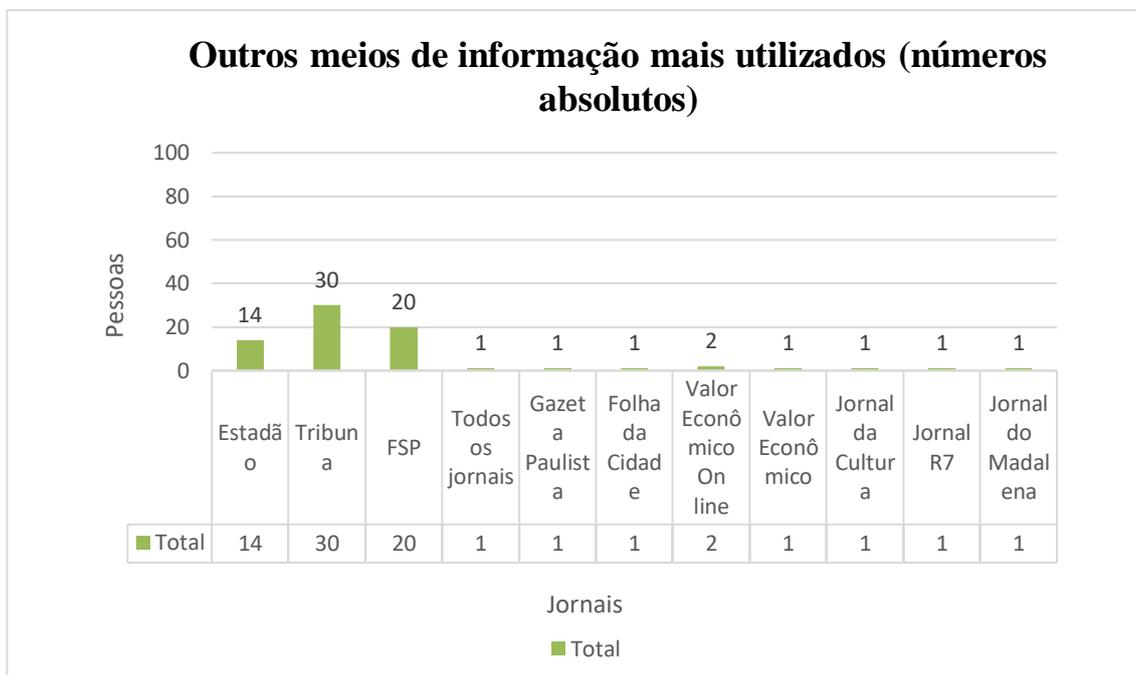
Os políticos são todos desonestos e não adianta votar nesse ou naquele	15	19
<b>Outras opiniões</b>		
O sistema é corrupto e não adianta votar com um sistema desses	1	0
Não tem como saber quais são desonestos ou não, pois eles fingem na hora da eleição e não como saber	1	0
Acho que deveria ser como os EUA, liberdade de expressão, porque lá ninguém é obrigado a votar	1	0
Concordo com a 1ª alternativa, mas o próprio sistema corrói a pessoa	0	1
99,99% são desonestos, o que precisamos é de uma reforma política	0	1
Concordo com a 1ª alternativa, mas é uma porcentagem mínima	0	1
Teria que ter uma renovação completa	0	1
É uma porcentagem mínima de honestos	1	0

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Quadro 11, demonstra que entre os sujeitos da pesquisa concernentes aos Bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa, muitos preferiram dar sua opinião sobre a questão dos políticos e de suas relações com o valor da honestidade, o que estava previsto na própria questão.

Ademais, confirmando a resistência ao aluvião de informações (formatadas segundo o interesse do Grupo Globo, como um braço dos “donos do dinheiro”, um defensor dos interesses dos milionários tupiniquins e dinheiro especulativo internacional) perpetrados pelo Jornal Nacional, temos dados no Quadro 11 que demonstram 58 Entrevistados na Categoria “alguns políticos são honestos e outros desonestos, o que precisamos é saber escolher”, e apenas 34 entrevistados na Categoria “os políticos são todos desonestos e não adianta votar nesse ou naquele”. São dados interessantes, que demonstram que há uma resistência, ainda que de forma genérica, pois a maioria das pessoas acredita no sistema republicano – democrático instaurado no Brasil.

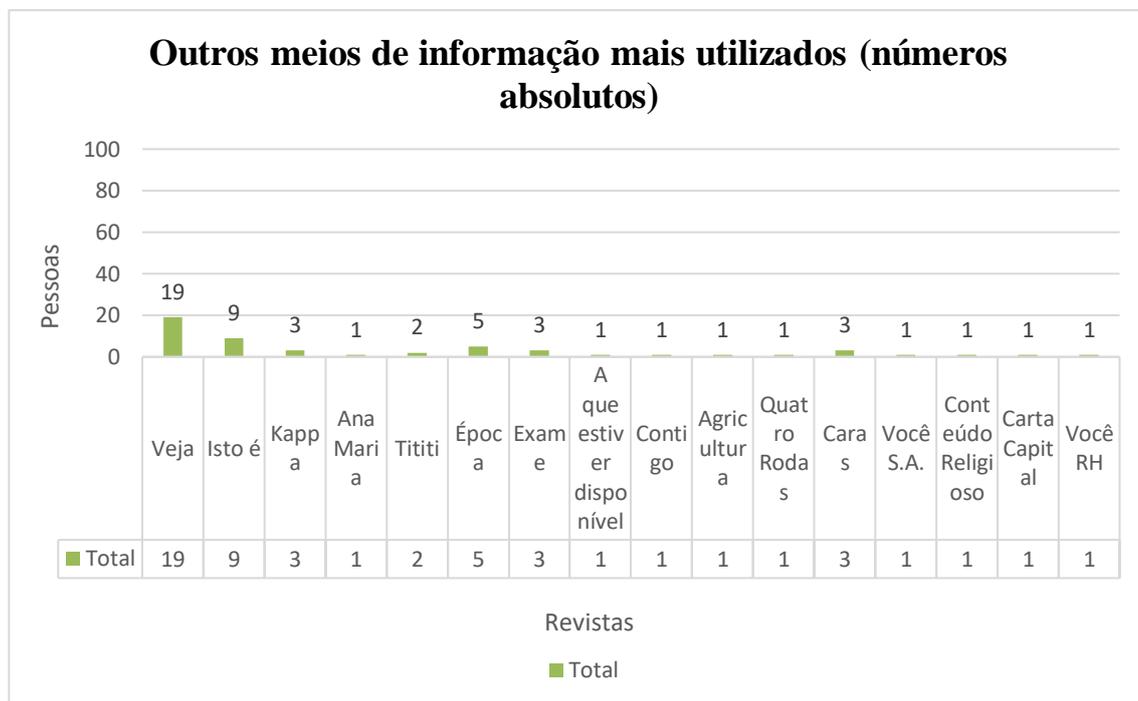
Gráfico 31. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, no caso os jornais impressos.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 31 aponta a Tribuna Imprensa como o jornal mais acessado pelos sujeitos entrevistados na Vila Harmonia e Fonte Luminosa, mas o Estado de São Paulo (Estadão) e a FSP (Folha de São Paulo) também são acessados por esses referidos sujeitos. Nesses bairros, onde o poder aquisitivo de compra é maior, a tentativa de acesso a múltiplas formas de obter informação é acentuada. De toda forma, a Tribuna aqui como jornal impresso da EPTV, faz parte do portfólio de produtos Globo, sendo que a Tribuna Imprensa de Araraquara deixou de circular em janeiro de 2017 para dar lugar ao projeto ACIDADE ON, da EPTV. Enfim, representadas pelas Empresas Pioneiras (EP), estão a EPTV Campinas, EPTV Ribeirão Preto, EPTV Central e EPTV Sul de Minas; na Internet pelas Empresas Pioneiras estão o canal G1, o GloboEsporte.com, o GShow e ACIDADE ON Araraquara e Ribeirão Preto; as rádios EPR (Emissoras Pioneiras de Rádio), CBN Ribeirão Preto, e JP (Jovem Pan) Araraquara e Ribeirão Preto; a Oceano Azul como produtora de eventos artísticos; e o Jornal A Cidade de Ribeirão Preto, demonstrando a envergadura do Grupo Globo.

Gráfico 32. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, no caso as revistas.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Quadro 12: demonstra quais outros meios de informação utilizados pelos moradores da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, no caso as revistas.

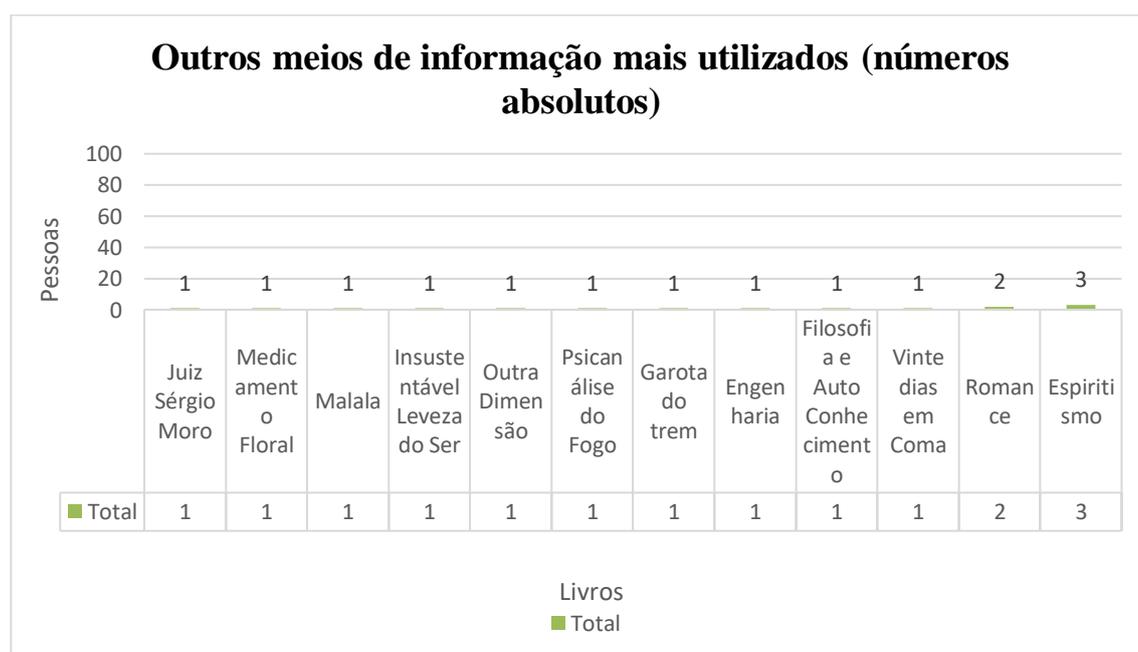
Revistas	Homens	Mulheres
Veja	12	7
Isto é	6	3
Kappa	0	3
Ana Maria	0	1
Tititi	0	2
Época	2	3
Exame	3	0
A que estiver disponível	0	1
Contigo	0	1
Agricultura	0	1
Quatro Rodas	1	0
Caras	1	2
Você S.A.	1	0
Conteúdo Religioso	1	0
Carta Capital	1	0
Você RH	1	0

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Analisando o Gráfico 32, observamos que a Revista Veja se destaca como fonte de informações diversas da Televisão, com 19 apontamentos, seguida por 09 apontamentos da Revista Isto É e 05 citações à Revista Época. Mas também temos como ponto significativo a citação à Revista Carta Capital, uma mídia impressa que segue um editorial diverso daquele utilizado pela Revista Veja, ou seja, como sendo a leitura de revistas um hábito pouco difundido, pela análise dos Gráficos que tratam dessa seara, ser a Revista Carta Capital citada entre os Entrevistados demonstra redutos de resistência à grande mídia hegemônica.

O Gráfico 09, que tratou das revistas citadas pelos moradores entrevistados dos bairros periféricos, também contém a menção de 01 entrevistado como leitor da Revista Carta Capital. Isso demonstra que, apesar do vácuo econômico-social que separa aquele morador do bairro periférico desse morador dos Bairros Vila Harmonia E Fonte Luminosa (Gráfico 32), existe uma resistência ao mercado controlado pela mídia hegemônica (Grupo Globo, Editora Abril) tratada na pesquisa.

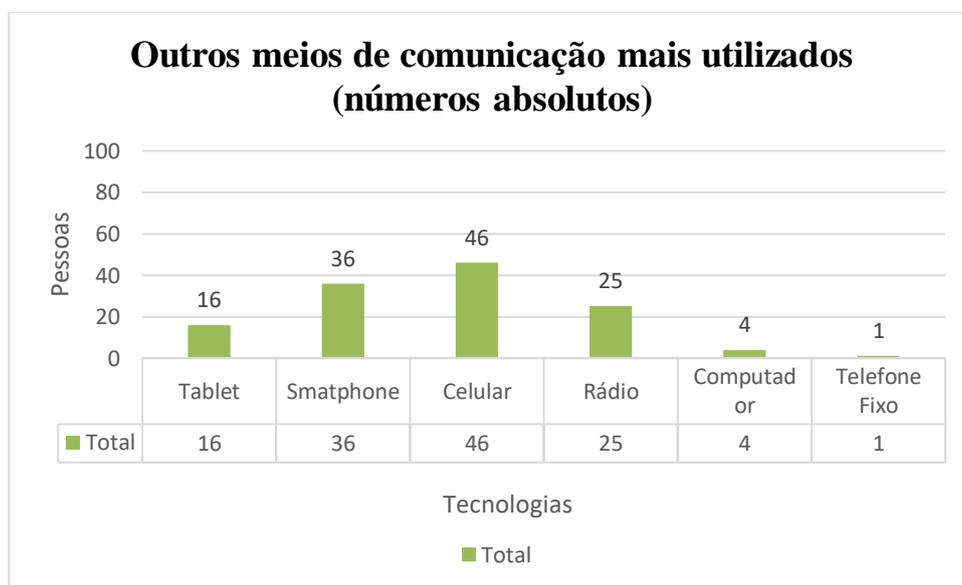
Gráfico 33. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, no caso livros.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 11 demonstrou a maioria de leitores da Bíblia (08) em cotejo ao menor número (03) de leitores de livros espíritas, entre os moradores dos bairros periféricos. Já entre os moradores dos bairros centrais, São José e Santa Angelina, Gráficos 21 e 22, a Bíblia sequer foi citada, 06 entrevistados citaram a leitura de livros espíritas e 01 entrevistado mencionou, genericamente, ler livros religiosos. Neste Gráfico 33 novamente a presença de leitores de livros espíritas, 03 no total, sendo que a Bíblia, assim como nos bairros centrais, sequer foi citada. Uma hipótese é a de que, pelo menos confirmada pela amostra coletada, conforme a ascensão social as pessoas passam a se interessar pelo Espiritismo, chamado de Doutrina Espírita, e se distanciam da Bíblia. Ainda como parte da hipótese, ainda que as pessoas não digam abertamente que abandonaram a Igreja Católica, estão se dedicando, por vezes paralelamente, ao Espiritismo. Ademais, o avanço da leitura da Bíblia se deve, também, observando a “olho nu” ao avanço das denominações evangélicas.

Gráfico 34. Além da Televisão, outros meios de informação utilizados pelos moradores da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, no caso aparelhos eletrônicos distintos da Televisão.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O Gráfico 10 que demonstra os meios de comunicação mais utilizados pelos entrevistados dos bairros da periferia, aponta a citação de 109 aparelhos eletrônicos, divididos em Tablet, Smartphone e Celular (aparelhos que possuem basicamente as

mesmas ferramentas, servem como meio de comunicação entre as pessoas, possuem câmera fotográfica, e disponibilizam os mesmos serviços, como acesso à Internet e ao Whatsapp), e no Gráfico 23 podemos averiguar que houve a citação de 104 destes mesmos aparelhos eletrônicos. Já neste Gráfico, esses aparelhos foram citados 98 vezes. Se por um lado isso aponta uma tendência dos moradores dos bairros periféricos e centrais à aquisição desses aparelhos eletrônicos de comunicação interpessoal a distância (dados muito próximos entre análise dos bairros periféricos e dos bairros centrais), por outro lado, é preciso repetir que por esses mesmos aparelhos eletrônicos, quais sejam o Tablet, o Smartphone e o próprio Celular (variações tecnológicas do telefone que buscam aumentar as vendas) as pessoas tem acesso a Televisão. Este Gráfico 34 aponta que 98 Entrevistados dos Bairros com moradores que possuem as maiores condições socioeconômicas (pelo menos em tese) também se utilizam de aparelhos de tecnologia para se informar. Podemos visualizar as pessoas, principalmente quando aglomeradas, por exemplo nos centros das cidades, nas praças de alimentações dos Shopping Center's, ou em pontos de ônibus, portando esses aparelhos tecnológicos e interagindo com os mesmos, expressando, em diagnóstico já elaborado pelas teorias, um comportamento coletivo moderno.

De agora em diante, vamos nos debruçar, e refletir, sobre as questões de número 05, 06, 08, 09, 10, 11, 12 e 14, perguntas nas quais as respostas são discursivas, reflexivas, argumentativas. São as perguntas destacadas do questionário abaixo:

- 1- Você tem televisão? ( ) Sim ( ) Não Quantas:
- 2- Qual o canal que você assiste a maior parte do tempo?
- 3- Quais os seus programas prediletos? Cite 03, por favor.
- 4- Curiosidade minha: Você nunca assiste o Jornal Nacional?

4.1 – Qual telejornal você assiste?

**5- Em sua opinião, o noticiário do Jornal Nacional exerce influência sobre os telespectadores?**

**6- Houve algum momento em que você mudou sua opinião após assistir o Jornal Nacional?**

7- Entre as afirmações abaixo com qual você concordaria?

( ) alguns políticos são honestos e outros são desonestos – o que precisamos é saber escolher.

( ) os políticos são todos desonestos e não adianta votar nesse ou naquele.

( ) tenho outra opinião. Por favor, esclareça.

**8- Quais as qualidades do candidato que você leva em conta quando vota para Presidente da República?**

**9- Como você fica sabendo as qualidades do seu candidato?**

**10- Questionar a resposta do entrevistado acerca da questão 09. Diálogo entre entrevistador e entrevistado.**

**11- E você acha que o Jornal Nacional informa adequadamente os eleitores? Por quê?**

**12- E quanto a Internet – você deixaria de assistir o Jornal Nacional para se informar a partir da Internet? Por quê?**

**13- Além da Televisão, que outros meios de comunicação você utiliza? Por favor, escolha três na lista abaixo:**

( ) Jornais (Quais?)

( ) Revistas (Qual delas?)

( ) Livros (Lê algum ultimamente? Qual?)

( ) Tablet

( ) Smartphone

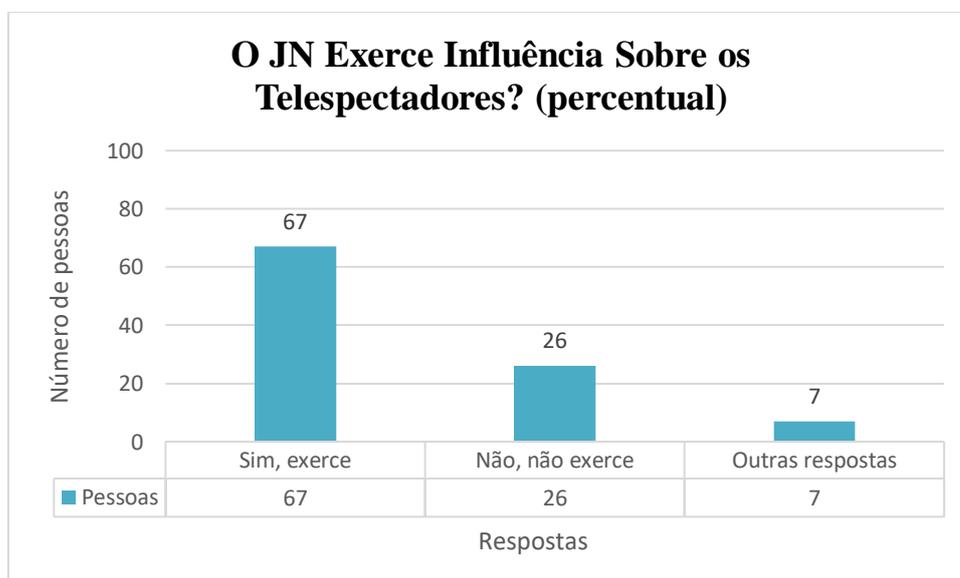
( ) Celular

**14. Questão aberta. Dispondo desta ímpar ocasião: você vê, percebe, sente alguma relação entre as matérias jornalísticas veiculadas pelo J.N. e o processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff? Por favor, explique por quais motivos.**

Neste momento da pesquisa vamos trazer, apresentar e analisar os gráficos relativos à questões que, de forma geral, demandaram respostas mais elaboradas.

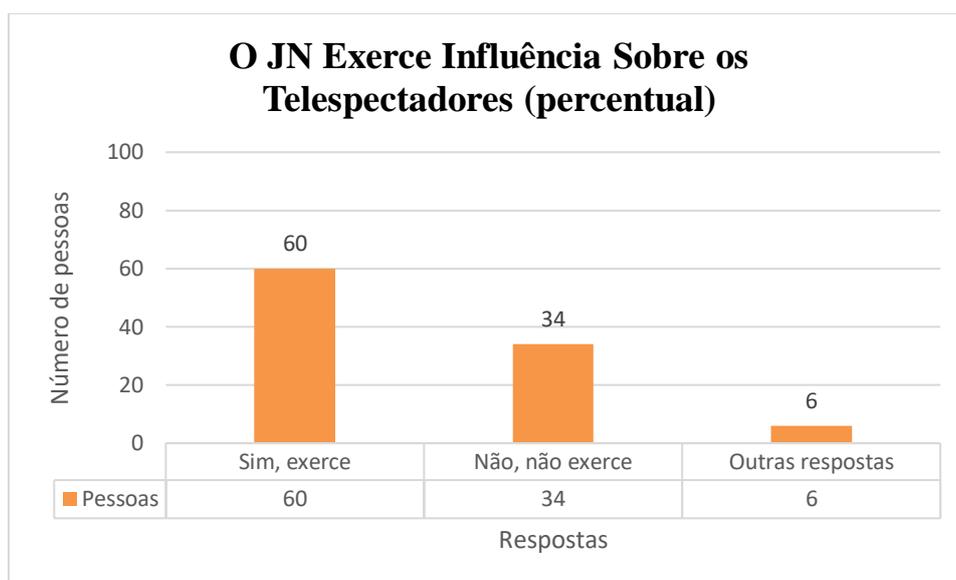
Gráficos 35, 36 e 37: 5ª questão - Em sua opinião, o noticiário do JN exerce influência sobre os telespectadores?

Gráfico 35. Bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo.



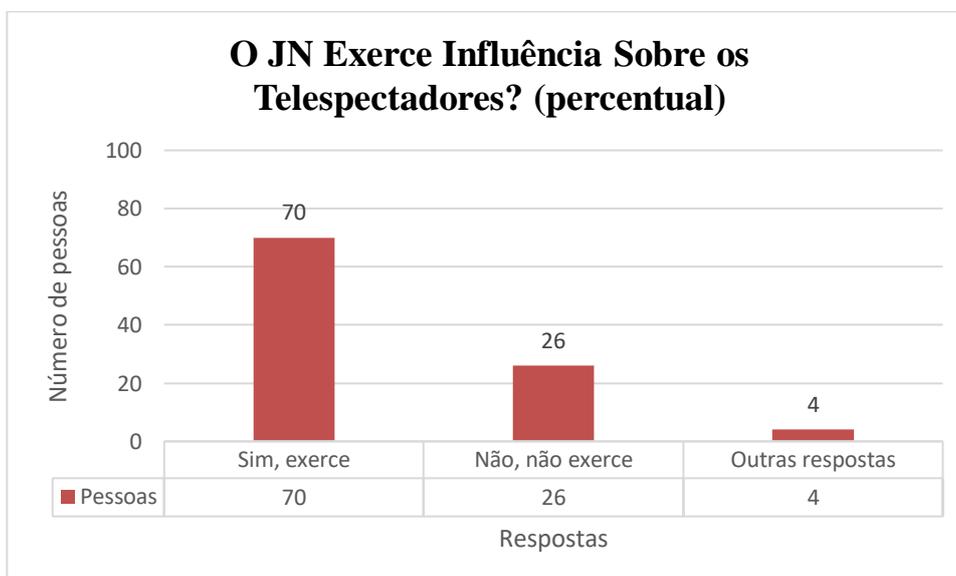
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 36. Bairros do São José Santa Angelina.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 37. Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Sobre a questão de n.º 05, de um total de 100 questionários, 67 entrevistados dos Bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo entendem que sim, o JN exerce influência sobre seus telespectadores. Em contrapartida, 26 entrevistados entendem que não, que o JN não exerce influência sobre seus telespectadores. Já entre os entrevistados dos Bairros São José e Santa Angelina, 60 entendem que sim, o Jornal Nacional exerce influência e 34

entrevistados entendem que não, que o JN não exerce influência sobre seus telespectadores. Nesse compasso, dos 100 entrevistados nos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, 70 entendem que o JN exerce influência e 26 entendem que não, que o JN não exerce influência sobre seus telespectadores.

Estas opiniões pouco esclarecem sobre os sujeitos participantes desta pesquisa, se não forem analisadas em consonância com outras variáveis. Mas, como são respostas comentadas por eles, seus comentários nos ajudam a avaliar as opiniões sobre o telejornal em questão. Passamos então a explicar os critérios que utilizamos para captar essas opiniões.

Como as respostas da pergunta 05 foram argumentativas, abriu-se espaço para o Entrevistado manifestar sua opinião, sobrepujando o “sim” e o “não”. Assim, para aprimorar a análise das respostas à referida pergunta, “o JN exerce influência sobre os telespectadores”, categorizamos as respostas em Positiva, Negativa ou Neutras (em relação ao Jornal Nacional), tendo sido consideradas positivas as opiniões que valorizam ou elogiam o J.N. e negativas aquelas que acusam esse noticiário de manipulado ou manipulador. Neutras são obviamente as justificativas que apenas ficam no “sim” ou “não” sem valorização ou crítica negativa.

Nesta categorização, em respostas positivas, negativas ou neutras, em relação ao JN, obtivemos as seguintes opiniões:

Bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo: Positivas: 45 respostas foram positivas em relação ao trabalho jornalístico desenvolvido pelo JN; Negativas: 18 respostas foram negativas; Neutras: 36 respostas foram neutras em relação à percepção do entrevistado sobre o Jornal Nacional.

Bairros São José e Santa Angelina: Positivas: 44 respostas positivas em relação ao JN; Negativas: 37 respostas negativas em relação ao JN; Neutras: 20 respostas neutras, em relação ao trabalho do JN como veículo tele informador.

Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa: Positivas: 22 respostas positivas em relação ao JN, apenas; Negativas: 49 respostas negativas em relação ao JN; Neutras: 29 respostas neutras.

Objetivando ilustrar e contextualizar a análise, vamos expor dois exemplos de respostas consideradas positivas em relação ao JN, dois exemplos de respostas consideradas negativas e dois exemplos de respostas neutras, no grupo de Bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo.

Bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo: Conotação positiva em relação ao JN, extraídas das respostas dadas à questão 05. O entrevistado número 002, entendeu que sim, o JN exerce influência, “porque passa a realidade”, já o entrevistado de número 068 expressou que “Sim (exerce influência), porque é o mais verdadeiro e mais antigo”. Ou seja, pessoas que consideram que o Jornal Nacional até exerce influência, mas entendem que essa influência tem raízes em valores positivos praticados pelo JN, como a ética em ser fiel à realidade e a credibilidade em ser o jornal que expõe a verdade, além da experiência no telejornalismo.

Respostas com conotação negativa em relação ao JN, bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo. O entrevistado de número 18, ao entender que sim, que o JN exerce influência sobre os telespectadores, cravou uma sensação negativa no modo como o JN exerce essa influência, complementando sua resposta com “depende da notícia, porque manipulam a informação”. O entrevistado de número 41, respondeu “Sim. Porque eles manipulam as ideias das pessoas”, oferecendo também um sentimento de negatividade na forma como o JN influencia seus telespectadores. Esses dois entrevistados entendem que o JN exerce influência sobre seus telespectadores, manipulando-os.

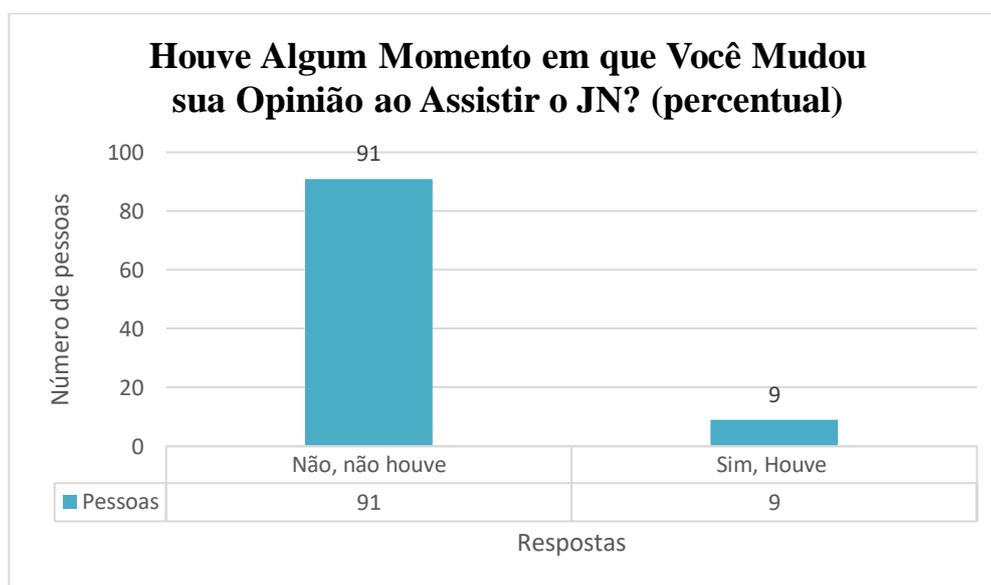
Respostas com conotação neutra em relação ao JN. O entrevistado 20 entende que “às vezes sim” há influência do JN, e complementa “depende da informação que a pessoa tem”. O entrevistado 45 respondeu que sim, o JN exerce influência, “porque tem pessoas que se deixa influenciar”. As respostas dos entrevistados 20 e 45 até penderam para admitir que o JN exerce influência, por meio das notícias que transmite aos seus telespectadores, mas não expressaram em suas respostas se, em relação ao próprio JN, suas impressões são negativas ou positivas, atribuindo responsabilidade aos telespectadores.

A complexidade do tema é considerável. De forma direta, 67 entrevistados nos Bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo consideraram que o JN exerce influência, mas 45% desses entrevistados entendem que a forma como o JN exerce a influência é positiva, ou seja, eles até entendem que há influência, mas que essa forma de influenciar possui

contornos, formas, nuances positivas. Nessa esteira, apenas 18% dos entrevistados entendem que a forma como o JN exerce essa influência é negativa. E, ainda, deste universo, 36% das respostas foram neutras em relação ao JN.

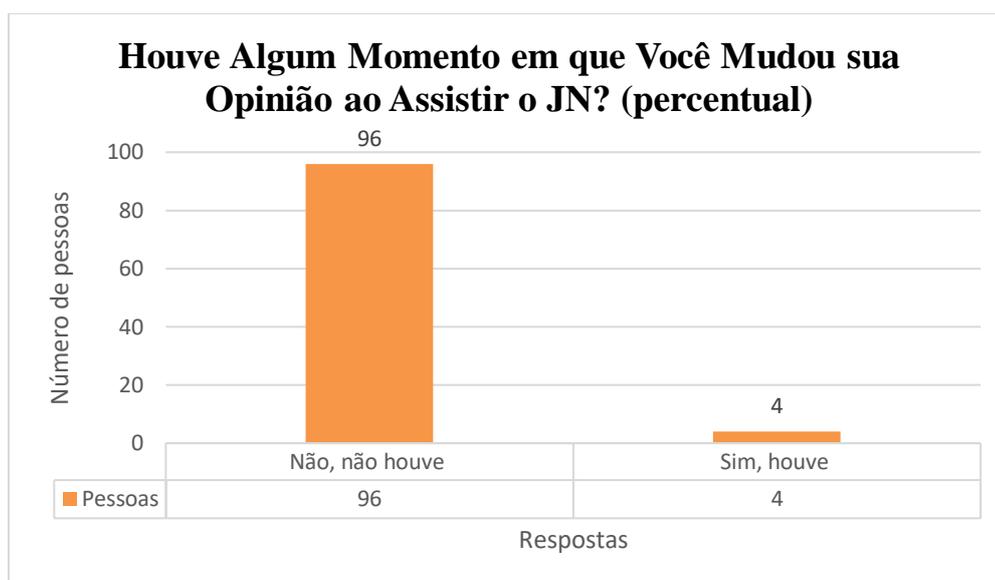
Gráficos 38, 39 e 40: 6ª questão - Houve algum momento em que você mudou sua opinião após assistir o JN?

Gráfico 38. Bairros do Selmi Dei e Adalberto Roxo.



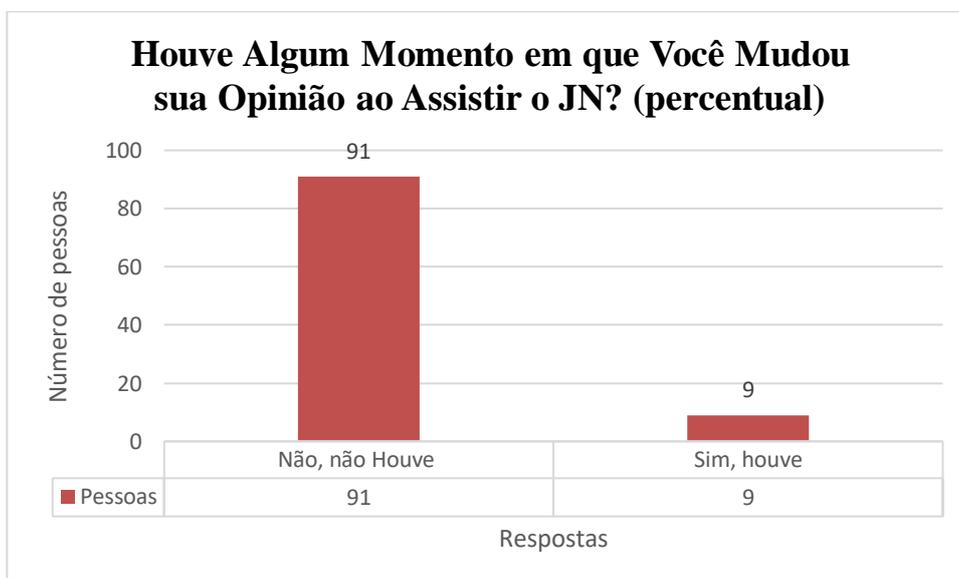
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 39. Bairros São José e Santa Angelina.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 40. Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Esse “silêncio”, essa omissão, demonstrada pelos moradores dos três grupos de bairros, ao afirmarem em maioria (92,67% dos entrevistados) que “não, não houve nenhum momento em que eu mudasse de opinião ao assistir o JN”, é contraditório, mas também é revelador. Contraditório, pois a maior parte (65,67%) dos entrevistados dos três grupos de bairros entendem que o JN influencia sim os seus telespectadores, mas, a

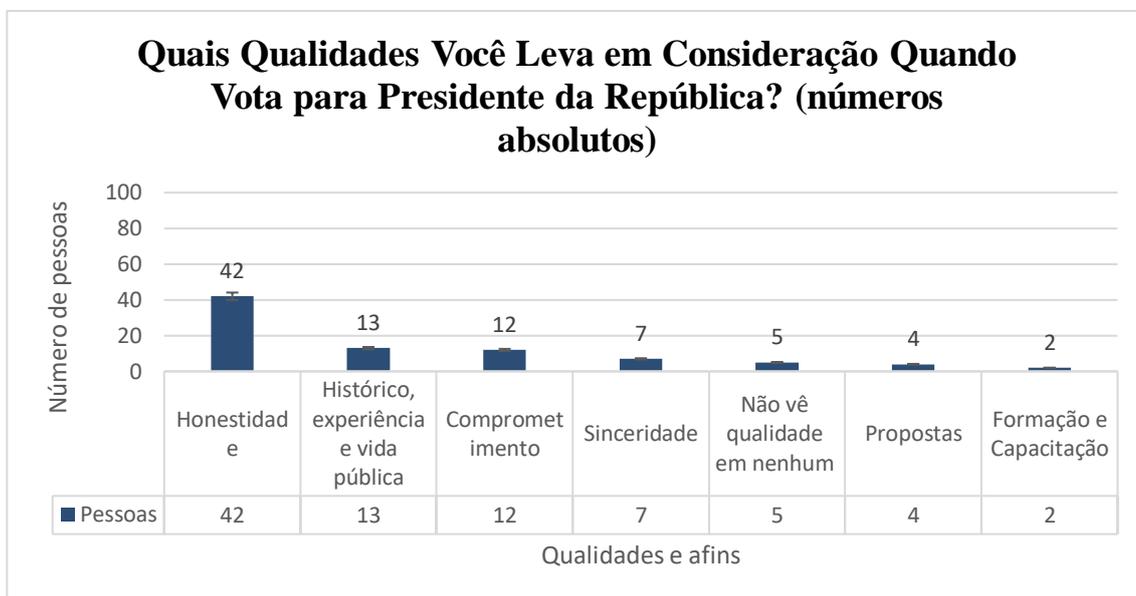
grande maioria dessas pessoas que acreditam que o JN exerce influência, afirmam que nunca mudaram de opinião ao assistir o JN. Em outras palavras, os entrevistados entendem que o JN exerce influência sobre seus telespectadores, mas essa influência não é capaz de alterar a própria opinião.

Contudo, a expressividade de 92,67% dos entrevistados afirmando que nunca mudaram de opinião ao assistir o JN também é reveladora pois desvela algumas características de nossa sociedade patriarcal, mantenedora de valores capitalistas. Sendo uma sociedade patriarcal, temos (mulheres e homens) a sensação de estarmos no controle da situação, no controle pleno, correto e moral de nossas vidas, inclusive servindo nós como exemplos de conduta moral e ética aos outros personagens desta mesma sociedade. Como “patriarcas” de nossas vidas, e da vida dos que nos cercam, não podemos assumir que podemos ser manipulados, quiçá influenciados, pelas notícias de um telejornal, ainda que, possamos admitir, que este mesmo telejornal possa influenciar, mas no caso, influenciar outras pessoas, nunca nós mesmos.

Tomando como base o individualismo presente em nossa sociedade, característica de uma sociedade que transforma tudo em mercadoria e faz do ato do consumo sua maior marca, nos encarceramos em nosso mundo, sozinhos, isolados, e, mesmo quando estamos caminhando em meio a uma multidão de pessoas, nos sentimos isolados. Esse individualismo transpassa o próprio indivíduo, refletindo em suas percepções e desembocando em suas opiniões. Assim, o indivíduo, no caso o entrevistado, se recusa a assumir que muda de opinião ao assistir o JN, pois é oportuno para o mesmo, ainda que inconscientemente, atribuir essa “fragilidade” de ser influenciado (alguns entrevistados utilizam o termo “cabeça fraca” para aqueles que se deixam influenciar pelas notícias propaladas pelo JN”), aos outros indivíduos presentes na sociedade.

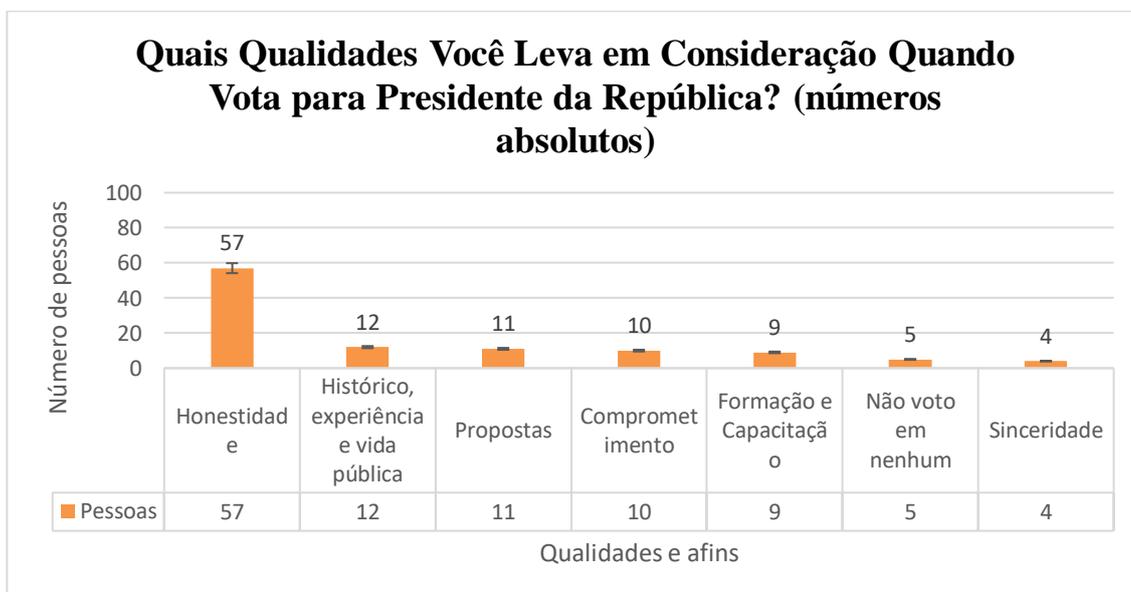
Gráficos 41, 42 e 43: 8ª questão – Quais as qualidades do candidato que você leva em conta quando vota para Presidente da República?

Gráfico 41. Bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo.



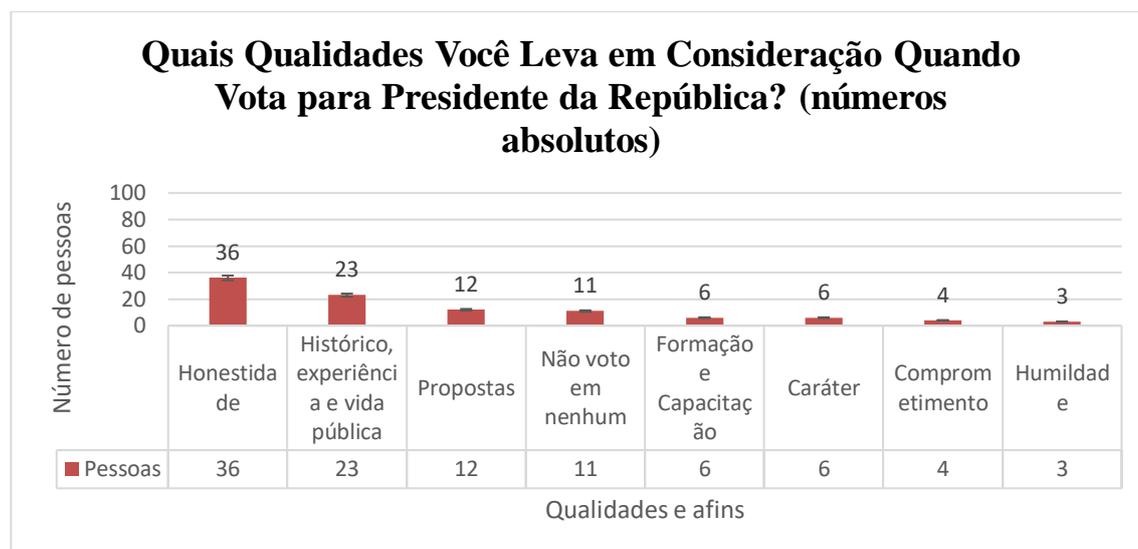
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 42. Bairros São José e Santa Angelina.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 43. Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Nos gráficos que cuidam das respostas dos entrevistados dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo e São José e Santa Angelina, as sete qualidades mais citadas entre os dois grupos de bairros são semelhantes. Eles citam a Honestidade, o Histórico a Experiência e a Vida Pública, a Formação e Capacitação, as Propostas assumidas pelos candidatos, Comprometimento e Sinceridade, como as qualidades que levam em consideração quando votam para Presidente da República.

Ainda sobre as respostas dos entrevistados dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo, 05 Entrevistados disseram que não enxergam qualidade em nenhum candidato, e outros 05 Entrevistados dos bairros São José e Santa Angelina disseram que não votam em nenhum candidato.

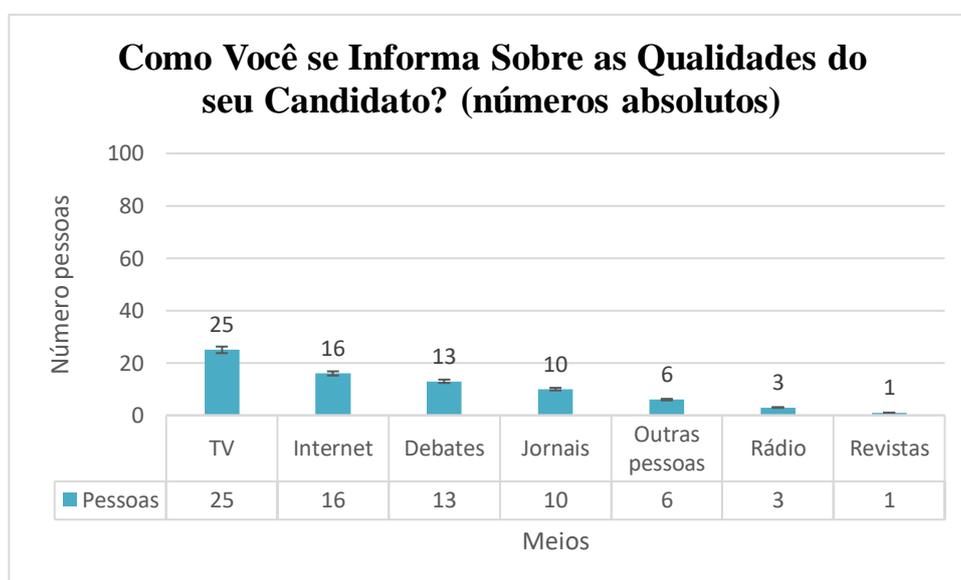
No gráfico que trata das respostas dos entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, as qualidades mais citadas foram Honestidade, Histórico Experiência e Vida Pública, Propostas, Formação e Capacitação e Comprometimento, qualidades também citadas pelos outros dois grupos de bairros. Além dessas qualidades, os entrevistados da Vila Harmonia e Fonte Luminosa também citaram Caráter e Humildade. E, assim como nos bairros São José e Santa Angelina, 11 entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa citaram que não votam em nenhum candidato.

Outrossim, a opção Honestidade, presente nas três classes sociais, deve ser analisada em relação com a próxima questão. O que aparentemente seria uma opção

consciente e atenta aos fatos, na verdade tem a ver com a televisão, ou seja, ao confiar na T.V. para “saber” as qualidades dos candidatos, a maioria dos participantes (nos três casos) estão revelando sua dependência em relação a esse sempre presente meio de comunicação. Pergunta-se, o “martelar” dos jornais em torno do problema da corrupção predomina em relação a quem? Não é por acaso que a opção Honestidade apareça em maioria nos três casos.

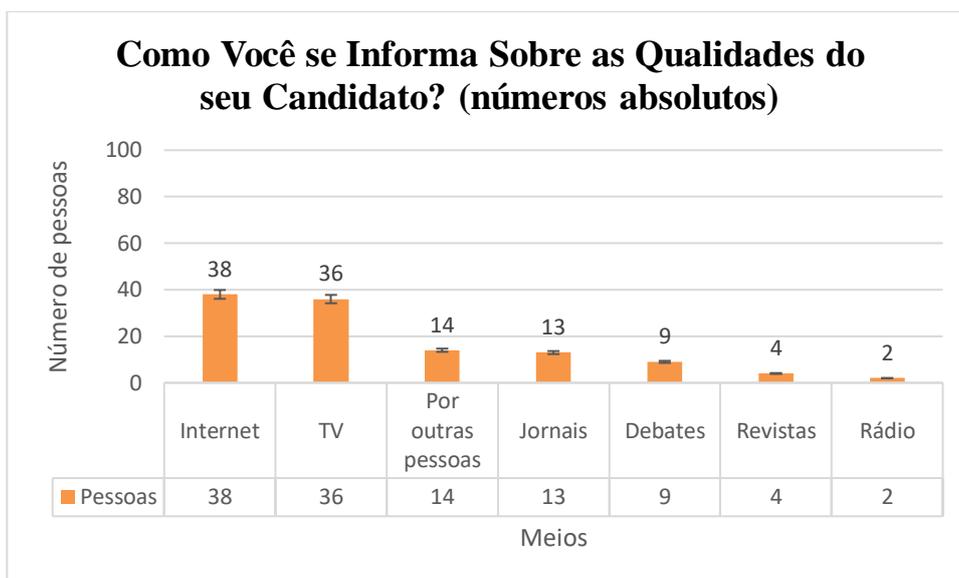
Gráficos 44, 45 e 46: 9ª questão – Como você fica sabendo as qualidades do seu candidato?

Gráfico 44. Bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo.



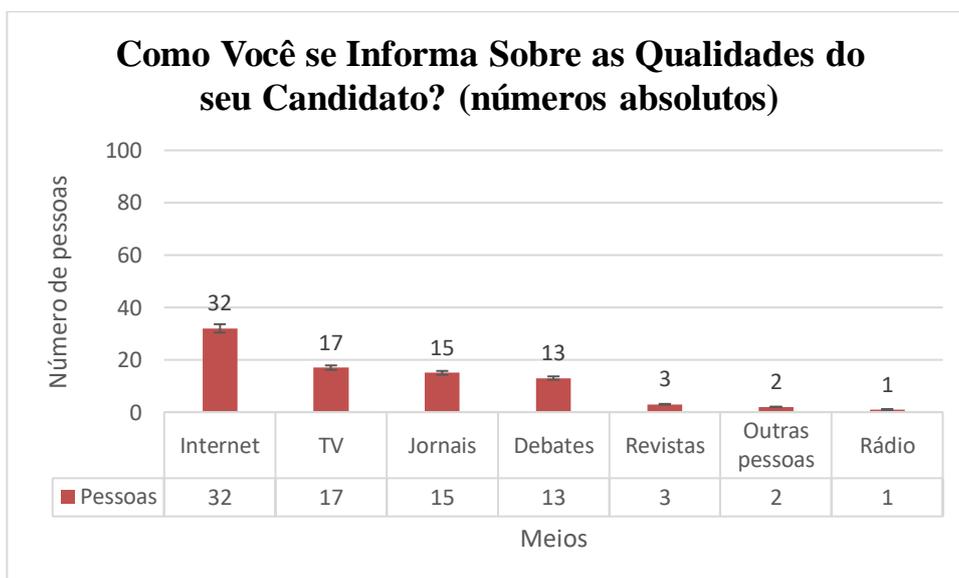
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 45. Bairros São José e Santa Angelina.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 46. Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

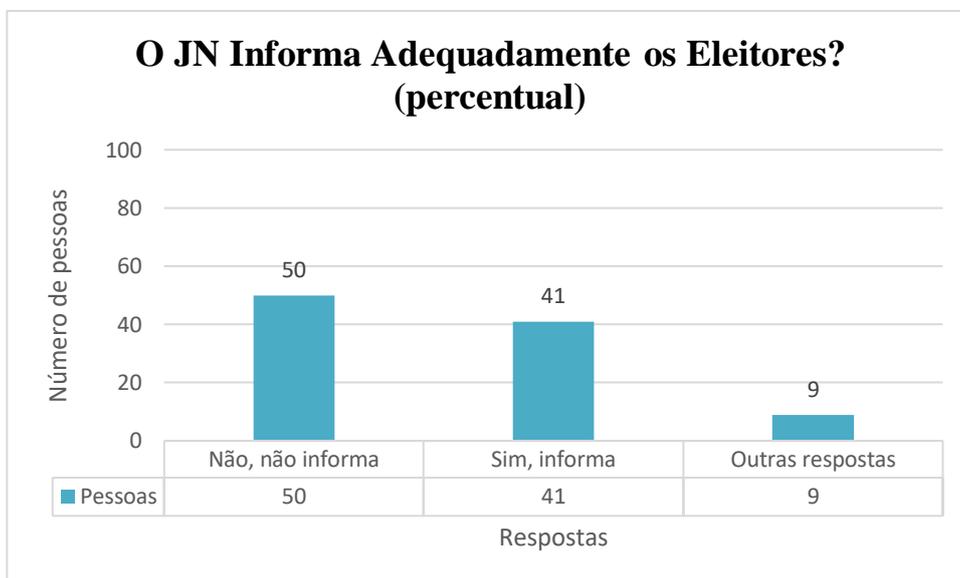
Observem que o item Revistas, que poderia ser uma opção mais variada, aparece em escolhas menores nos três casos. Também, debates, que poderia ser estimulante da crítica recebe poucas escolhas (semelhantes nos três casos). Não há uma opção diretamente politizada, como por exemplo, Sindicatos, Movimentos Sociais ou Filiação a Partidos.

Os entrevistados dos três grupos de bairros citaram a Internet, a Televisão, os Jornais, os Debates, as Revistas, as “outras pessoas”, e o rádio, como fonte de informações das qualidades de seus pretendidos candidatos. Os Debates geralmente estão incluídos na programação dos canais de televisão, e mesmo dos rádios. O item “outras pessoas” significa que por meio de conversas informais esses entrevistados se informam sobre a vida e qualidades de seus candidatos. Por hipótese, entendemos que a televisão perpetua sua força, ainda que não seja mais na “sala de estar” das residências, mas sim distribuída em diversos cômodos, pois nos isolamos até mesmo em nossas residências. Ainda, a Internet despontando como um agente que virá para substituir os aparelhos de televisão, na propagação de informações e entretenimento, sendo que nos Bairros da Vila Harmonia e Fonte Luminosa (considerados bairros com renda per capita maior do que os outros dois grupos de bairros), a Internet apareceu como a preferência dos eleitores para buscar informações acerca dos candidatos a cargos eletivos, o que indica certa elitização e não garante boas escolhas através de sites, blogs, etc.

No grupo de Bairros São José e Santa Angelina 14 entrevistados afirmaram que se informam da qualidade de seus candidatos por outras pessoas, valorizando o debate público, o interesse coletivo, e o escambo de ideias. No outro extremo dentre os Entrevistados dos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, apenas 02 disseram que se informam das qualidades dos seus candidatos por outras pessoas. Seriam os bairros do São José e Santa Angelina mais antigos, com a presença de moradores que se conhecem há anos, mais propensos ao diálogo com os demais moradores destes bairros? Seriam os bairros da Vila Harmonia e da Fonte Luminosa os bastiões do capitalismo araraquarense, donde o individualismo e os valores masculinos do capitalismo e da sociedade mais se revelam?

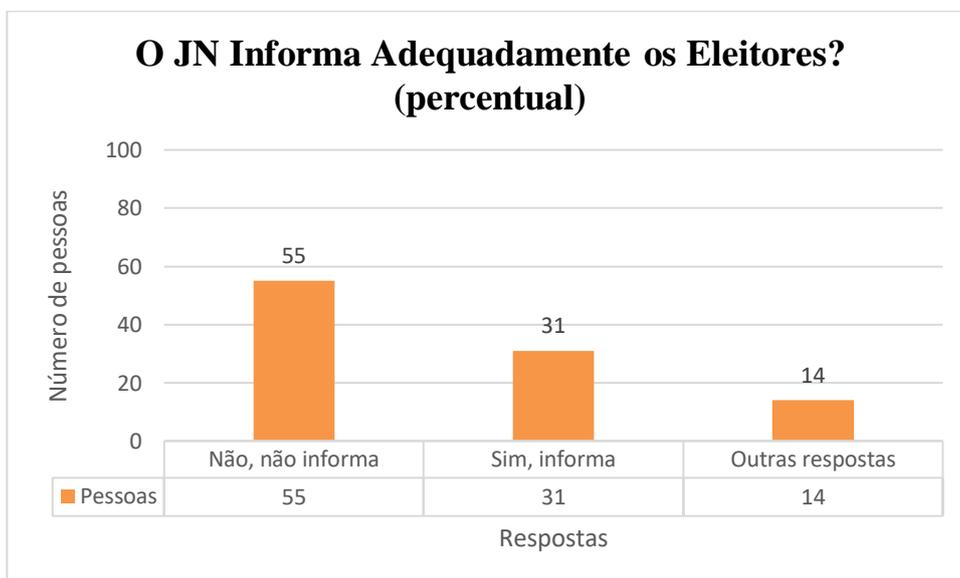
Gráficos 47, 48 e 49: 11ª questão – E você acha que o JN informa adequadamente os eleitores?

Gráfico 47. Bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo.



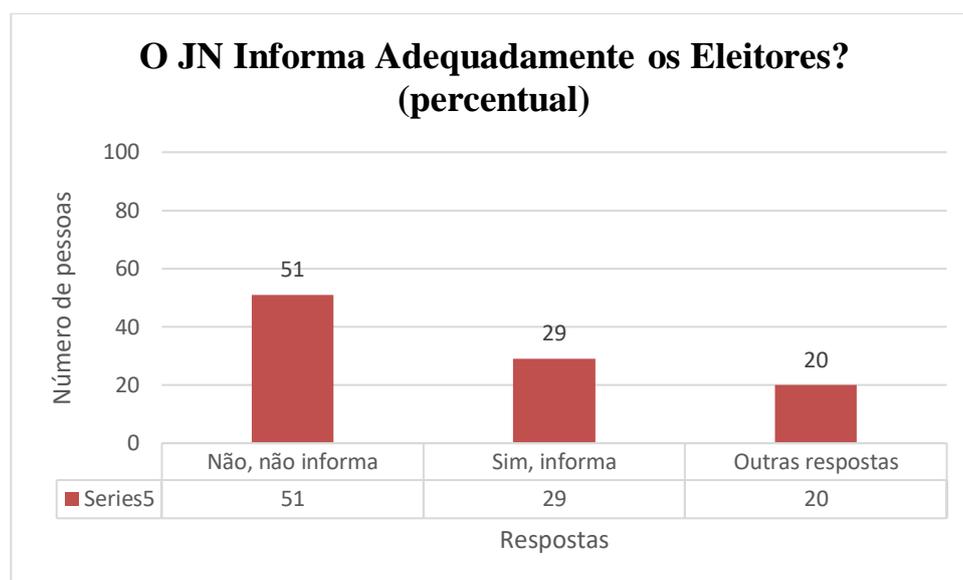
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 48. Bairros São José e Santa Angelina.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 49. Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Os gráficos 47, 48 e 49 apresentam a condensação das respostas à pergunta “O JN informa adequadamente os eleitores”? Em sua forma bruta as respostas demonstram que 52% dos entrevistados dos três grupos de bairros, acreditam que o JN não informa adequadamente seus eleitores e 33,67% da totalidade dos entrevistados entende que sim, que o JN informa adequadamente seus eleitores.

A primeira hipótese ventilada é a de que estes Gráficos revelam resistência. Se o Jornal Nacional é transmitido diariamente há aproximadamente 50 anos (Site Memória Globo”, se o Jornal Nacional é, astutamente, exibido entre os horários da “novela das sete” e da “novela das oito”, se o Jornal Nacional é exibido de segunda a sábado, no chamado “horário nobre da T.V., se este telejornal vem, sistematicamente, formatando e produzindo o que é notícia conforme seus próprios interesses (Rede Globo e a poderosa Família Marinho), quais razões levam a mais de 50% dos Entrevistados considerarem que o J.N. não informa adequadamente seus eleitores?

Temos que o telespectador não é assim tão passivo como o senso comum por vezes propala. O fato de o telespectador receber as informações passivamente (não há espaço para dialogar, contrapor as ideias, ideais e interesses trazidos pelo J.N.), nessa relação transmissor e receptor, não quer dizer que ele concorde com o modo e com as próprias informações veiculadas. Na realidade os três casos demonstram o contrário, uma

resistência à passividade imposta por esta relação, pois mais da metade dos Entrevistados entendem que o Jornal Nacional não informa adequadamente os eleitores.

Essa resistência é também confirmada pelos dados dos Quadros 03, 07 e 11, que tratam da honestidade ou não do político brasileiro. Dos bairros periféricos, 55% dos Entrevistados optaram pela alternativa “alguns políticos são honestos e outros desonestos, o que precisamos é saber escolher”, dos bairros centrais esse percentual salta para 61% e dos bairros dito nobres é de 58%. Ou seja, mesmo o telejornalismo martelando diariamente que os políticos são corruptos (preferencialmente os do Partido dos Trabalhadores), os telespectadores resistem às investidas, em porcentagens significativas.

Avançando nas análises da 14ª questão, a qual cuida da percepção do telespectador em relação ao processo de impeachment da ex-Presidente Dilma Rousseff e as matérias jornalísticas exibidas pelo J.N. no referido período, que também demonstra resistência por parte dos telespectadores, vamos trazer uma hipótese dos motivos da deflagração do processo de impeachment, em uma aliança entre o capital especulativo (nacional e internacional), nossos políticos (do Legislativo e do Executivo), e a grande mídia nacional, objetivando defender os interesses dos “donos do dinheiro”, daquela ínfima fração de famílias que detém a maior parte do dinheiro que circula: a corrosão, o desgaste da soberania nacional, objetivando garantir a exploração das jazidas de petróleo do pré-sal para o capital especulativo internacional. Em outras palavras, a Petrobras legitimada a explorar a maior parte das jazidas do pré-sal, significaria mais recursos represados dentro do país, e sendo investidos em educação, saúde, segurança, mas, por outro lado, o afastamento das grandes empresas internacionais exploradoras e refinadoras de petróleo. Esse cenário, por mais interessante que fosse para o país, o investimento dos dividendos da exploração do pré-sal em políticas voltadas ao bem estar e sadio desenvolvimento da população, foi o motivo do impeachment da ex-Presidente Dilma Rousseff. Contraditório? Com o Congresso Nacional avalizando os interesses das petroleiras internacionais, e com a grande mídia demonizando o Partido dos Trabalhadores, mesmo existindo resistência, nós, brasileiros, fomos “forçados” a atentar contra nossos próprios interesses, abrindo a exploração do pré-sal ao capital especulativo internacional, diminuindo a parte a ser explorada exclusivamente pela Petrobras, e, assim, ao mesmo tempo em que os dividendos não serão mais investidos em projetos nacionais, vão encher os bolsos dos grandes especuladores da área de energia.

Mas, para contextualizar, vamos trazer a lume algumas “justificativas” dadas pelos entrevistados nesta questão de o Jornal Nacional informar, ou não, adequadamente, seus eleitores.

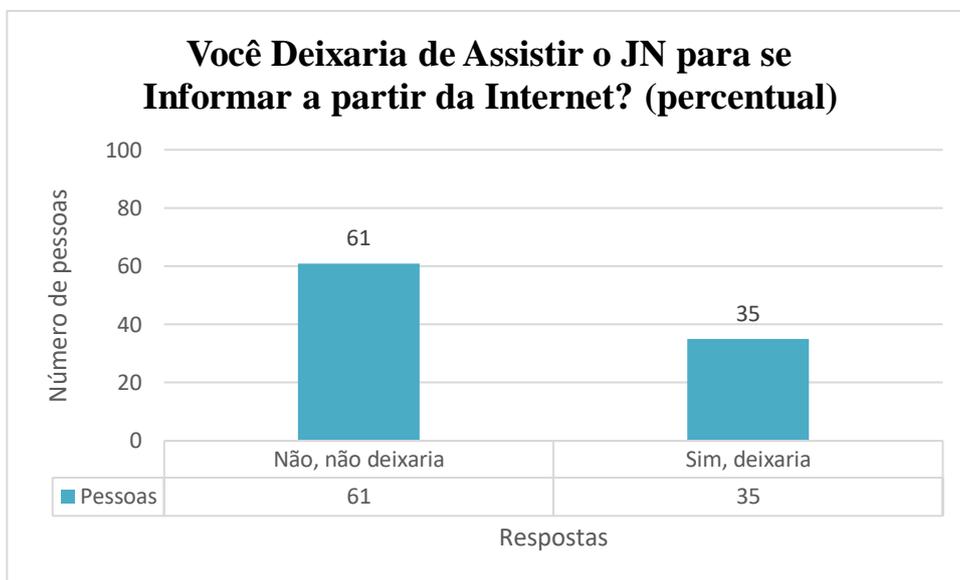
Entrevistados Selmi Dei e Adalberto Roxo, ao responder “sim, o JN informa adequadamente seus eleitores”: entrevistado 020- Sim. O jornal é imparcial com relação as informações; entrevistado 051- Sim, porque tudo que passa na Globo sobre eleições, eles passam corretamente. Entrevistados Selmi Dei e Adalberto Roxo, ao responder “não, o JN não informa adequadamente seus eleitores”: entrevistado 001- Não é confiável. Eu acho que eles informam o que querem; entrevistado 085- Não, porque não passa toda a verdade, eles exibem o que querem e tem preferência por partido de burguês.

Entrevistados São José e Santa Angelina, ao responder “sim, o JN informa adequadamente seus eleitores”: entrevistado 016- Sim, eles só mostram a notícia, nada além disso; entrevistado 065- Sim, porque as pesquisas, por exemplo, são encomendadas de fontes seguras, desde de que não seja IBGE (não acho o IBGE confiável). Entrevistados São José e Santa Angelina, ao responder “não, o JN não informa adequadamente seus eleitores”: entrevistado 015- Não, quando eles tem um candidato, eles focam nisso; Entrevistado 037- Não, como já disse eles apoiam sempre um lado, as vezes acho que são comprados pelas opiniões dentro das reportagens.

Entrevistados Vila Harmonia e Fonte Luminosa, ao responder “sim, o JN informa adequadamente seus eleitores”: entrevistado 048- Sim, eles só informam a notícia, não pendem sobre a reportagem para lado nenhum, são imparciais; entrevistado 061- Sim, eu acho um dos jornais mais completos, pois é um jornal renomado. Entrevistados Vila Harmonia e Fonte Luminosa, ao responder “não, o JN não informa adequadamente seus eleitores”: entrevistado 015- Não, eles manipulam as informações, por exemplo, fica mostrando IBOPE e as pessoas votam em quem está com mais votos; entrevistado 038- Não, eles tem tendência a ser mais “esquerdista” (!?).

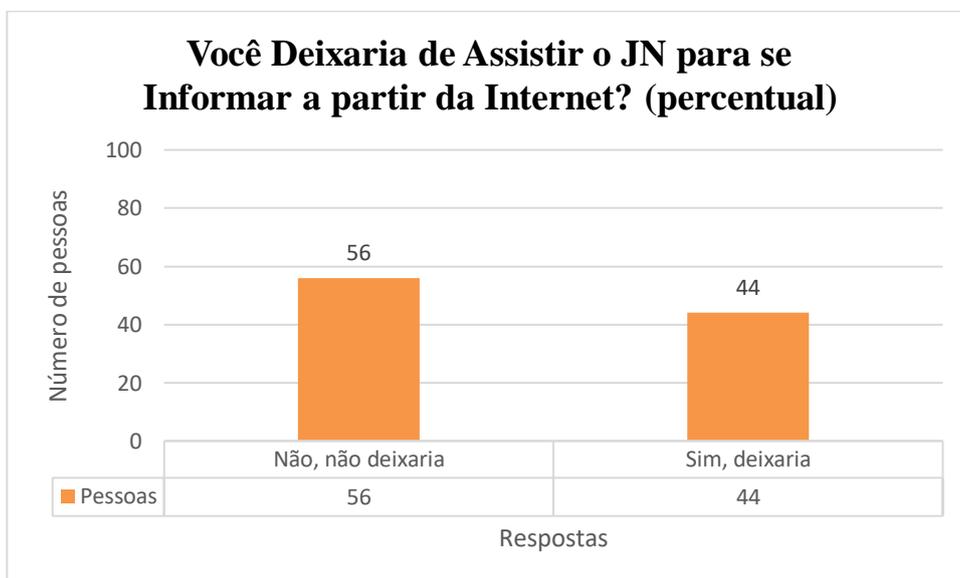
Gráficos 50, 51 e 52: 12ª questão – “Você deixaria de assistir o JN para se informar a partir da Internet.

Gráfico 50. Bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo.



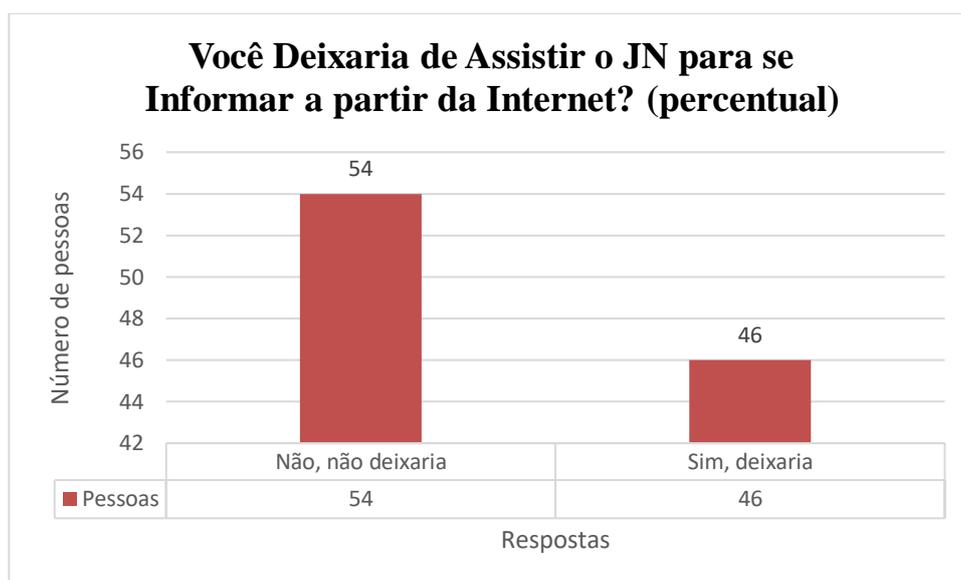
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 51. Bairros São José e Santa Angelina.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 52. Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa.

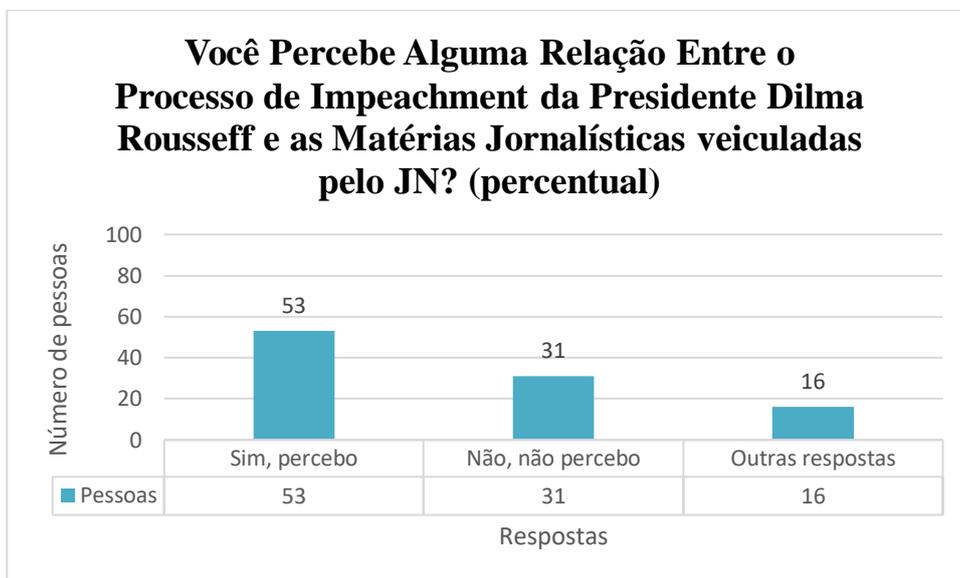


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

De uma forma geral, os gráficos 50, 51 e 52, confirmam que, os entrevistados ainda demonstram um certo apego à Rede Globo e ao JN, como fonte propagadora de informações, e uma relativa dificuldade de se desvencilhar deste Canal e deste Telejornal para se informar apenas pela Internet. Ademais, podemos diagnosticar que a Rede Globo e o seu mais famoso Telejornal (JN) desfrutam de certa credibilidade, pois a maior parte dos Entrevistados podem até se informar pela Internet, mas como uma fonte adicional, que acrescerá informações às informações transmitidas pelo Jornal Nacional. Entretanto, esse apego ao Aparelho de Televisão é mais premente (58,5%) nos grupos de bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo e São José e Santa Angelina, pois nos Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa apenas 46% dos Entrevistados não deixaria de assistir o JN para se informar exclusivamente pela Internet.

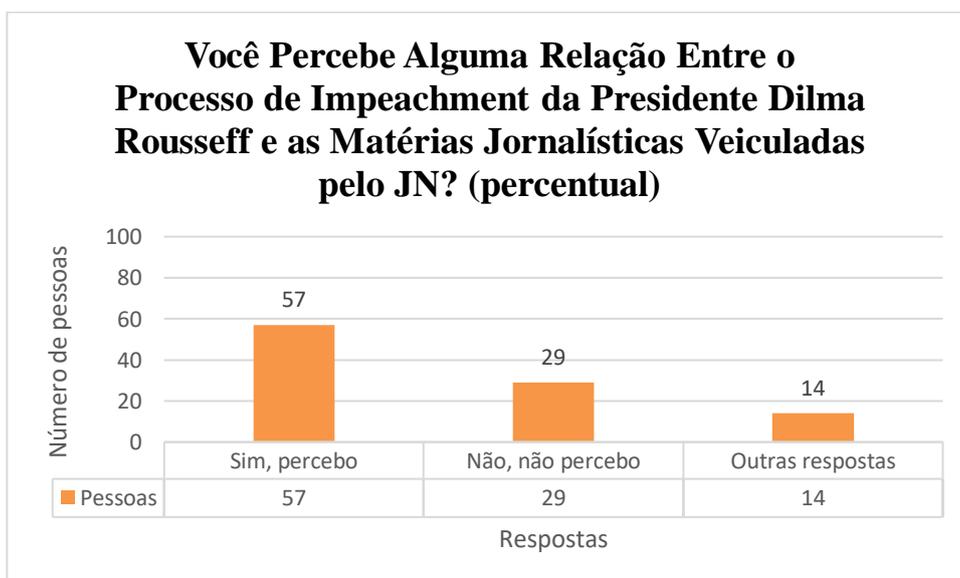
Gráficos 53, 54 e 55: 14ª questão – Dispondo desta ímpar ocasião: você vê, percebe, sente alguma relação entre as matérias jornalísticas veiculadas pelo JN e o processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff?

Gráfico 53. Bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo.



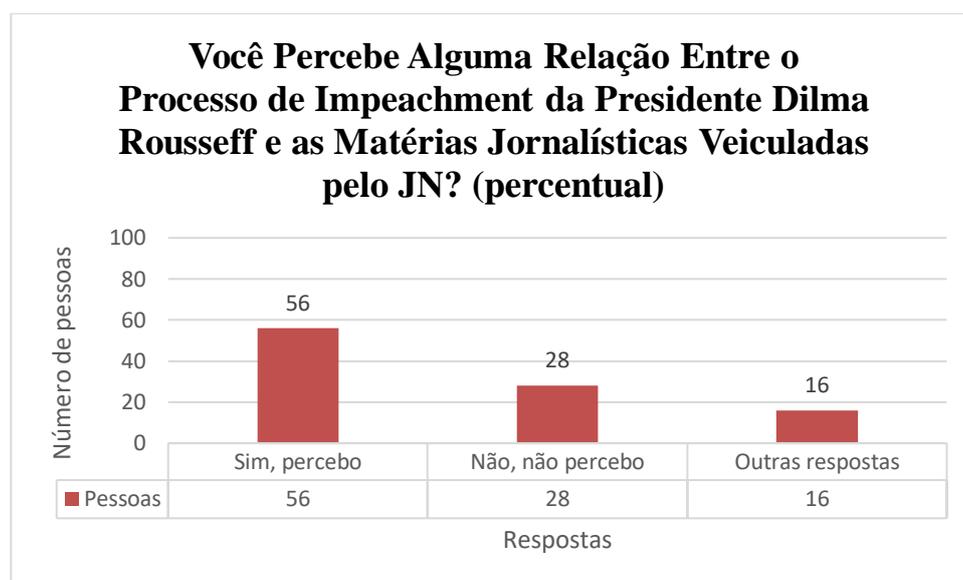
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 54. Bairros São José e Santa Angelina.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 55. Bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Os gráficos 53, 54 e 55 cuidam da sistematização das respostas à 14ª questão da entrevista, objetivando tentar levantar a percepção dos entrevistados em relação ao impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, e as matérias veiculadas pelo Jornal Nacional naquela ocasião. Os gráficos apontam a prevalência do “sim, percebo alguma relação entre as matérias veiculadas pelo JN e o impeachment da ex-presidente Dilma Vana Rousseff. Mas, para nos aprofundarmos nas análises vamos colacionar e analisar algumas explicações realizadas pelos entrevistados, quando além do “sim” e do “não” registraram seus sentimentos, suas posições, suas convicções, em relação ao impeachment da ex-presidente Dilma e às matérias jornalísticas exibidas pelo JN naquele momento político.

Preliminarmente, estes dados, que apontam 55,33% dos Entrevistados dos três casos, afirmando que percebem alguma relação entre as matérias jornalísticas exibidas pelo J.N. e o processo de impeachment da ex-Presidente Dilma Rousseff, são contraditórios com a questão analisada nos Gráficos 35, 36 e 37, oportunidade em que 65,67% dos entrevistados afirmaram que o Jornal Nacional exerce influência sobre os telespectadores.

De toda forma, nesta primeira análise da 14ª questão, optamos, neste momento, por analisar as respostas entendidas como não acomodadas na categoria do “sim” e, tampouco na categoria do “não”, mas categorizadas como “outras respostas”.

Nos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo, entrevistado 003- As informações me deixam confusa, uma hora apoia, outra hora não apoia; entrevistado 005- Não acompanhei, só fiquei sabendo depois; entrevistado 015- Não, porque não acompanhei; entrevistado 027- Não, porque não acompanhei; entrevistado 028- Não notei nada, pois não assisto o JN, não sei opinar; entrevistado 042- Não, porque não acompanhei; entrevistado 045- Não sei, porque não acompanhei; entrevistado 047- Não vi o que falaram, não posso opinar; entrevistado 049- Não sei te dizer, como já te disse não assisto o JN; entrevistado 052- Não sei te dizer, porque não gosto de ficar vendo esse tipo de reportagem; entrevistado 062- Eu não assisti, não gosto desse assunto como já te falei; entrevistado 068- Não sei responder; entrevistado 069- Não sei opinar sobre isso; entrevistado 086- Não posso opinar porque não assisto; entrevistado 087- Não posso opinar, pois não assisti, eu trabalho nesse horário; entrevistado 088- Não sei dizer, porque não assisto o JN;

No grupo de bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo, na resposta à questão 14, no grupo de respostas entendidas como “outras”, os entrevistados se consideraram inaptos para responder a esta pergunta devido não terem acompanhado o processo de impeachment (pelo menos pelo JN), ou mesmo entenderem que não possuem condições de analisar o ocorrido no episódio.

O entrevistado 003, dos bairros Selmi Dei e Adalberto Roxo sintetiza sua apreensão em relação ao episódio do impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff: “as informações me deixam confusa, uma hora apoia, outra hora não apoia”. A manifestação da Entrevistada 003 é significativa, pois um telejornal que poderia iluminar os fatos, acaba por deixar a referida Telespectadora mais “confusa”. Os demais Entrevistados se abstiveram de manifestar opinião para a 14ª questão.

Nos bairros São José e Santa Angelina: entrevistado 002- Não acompanhei sobre isso; entrevistado 015- Não vou opinar, porque não acompanhei; entrevistado 022- Não acompanhei; entrevistado 026- Mais ou menos, acho que eles fantasiaram um pouco, porque eu acho que o PT ajudou muito os pobres; entrevistado 030- Não sei dizer, porque não entendo nada do que eles explicam e falam; entrevistado 035- Talvez, as reportagens “abriram os olhos” das pessoas que viram o que estava acontecendo; entrevistado 036- Mais ou menos, pois informam a notícia como eles querem; entrevistado 039- Mais ou menos, porque eles passaram tanto sobre os erros dela, mas ninguém prova nada sobre

ela; entrevistado 044- Não sei dizer porque assisto muito raramente e não me lembro de ter visto o JN na época do processo; entrevistado 058- Não acompanhei; entrevistado 059- Não sei se tem relação, mas que forçosamente influenciou a grande massa da população isso é fato; entrevistado 066- Essa não sei te responder; entrevistado 085- Não sei dizer, não tenho uma opinião formada sobre esse assunto; entrevistado 100- Não sei responder, não tenho uma opinião formada sobre isso.

Nos bairros São José e Santa Angelina, os entrevistados que deixaram de responder diretamente a questão de número 14, informaram que deixaram de acompanhar o fato, não possuíam uma opinião formada sobre o episódio do impeachment em relação as matérias jornalísticas veiculadas pelo JN, ou, ainda, possuíam uma tendência de posicionamento, mas ainda pesavam contornos turvos sobre suas convicções.

Neste grupo de bairros, São José e Santa Angelina, o entrevistado 059, ainda tem ofuscada a nitidez dessa relação mídia (Rede Globo e, no nosso caso, JN) e o processo de impeachment, evidenciado pela resposta “não sei se tem relação, mas que forçosamente influenciou a grande massa da população isso é fato”.

Vamos dividir, a resposta do entrevistado 059, do grupo de bairros São José e Santa Angelina, para melhor analisá-la: “Não sei se tem relação, mas que forçosamente influenciou a grande massa da população isso é fato”. Ao dizer que “não sei se tem relação”, o entrevistado demonstra pairar dúvidas, ou seja, suspeita que possa (ou não) haver relação das matérias jornalísticas do JN como um canhão deflagrador e fomentador do processo de impeachment, mas não possui certeza (s) sobre o episódio. Seguindo na análise, ao afirmar “mas que forçosamente influenciou a grande massa da população”, o entrevistado 059 novamente dá sinais de ambiguidade em sua resposta, pois mesmo no significado literal da palavra “forçosamente” como “decisivamente”, “incisivamente”, é possível vislumbrar diversos entendimentos de como se operou essa “forçosa influência”, como, por exemplo, o JN dedicou tempo precioso de sua programação para desconstruir a imagem da ex-presidente Dilma Rousseff, ou, até, entendermos que o JN noticiou os fatos como eles ocorreram (no entendimento deles), sendo que de ambas as formas o Jornal Nacional tenha contribuído para o impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff. Por fim, ao dizer que “influenciou a grande massa da população, isso é fato”, o entrevistado 059, morador do grupo de bairros São José e Santa Angelina, demonstra um certo “ranço social”, ao se distanciar do povo, ao se distanciar da grande massa “facilmente”

influenciável da população, demonstra sinais do patriarcado, como sendo o entrevistado 059 imune as investidas do JN, por ser um ser humano destacado da sociedade, um ser humano letrado, que acompanha de longe as ignorâncias manifestadas pelo povo.

No grupo de bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa: entrevistado 008- Mais ou menos, porque passou muita informação sobre isso; entrevistado 011- Não sei dizer, mas que falaram muito sobre tudo o que aconteceu, falaram; entrevistado 017- Sinceramente, não assisti nada; entrevistado 022- Não sei responder, prefiro não falar nada; entrevistado 029- Não acompanhei; entrevistado 033- Não posso opinar, porque mudava de canal quando o assunto era esse; entrevistado 038- Não acompanhei; entrevistado 042- Não acompanhei sobre esse assunto; entrevistado 043- Não tenho opinião quanto esse assunto; entrevistado 048- Talvez influenciou, pela credibilidade de tantos anos no ar, e pelo renome da emissora; entrevistado 052- Não acompanhei, só fiquei sabendo depois o que tinha acontecido; entrevistado 062- Não acompanhei o que passa no JN sobre esse assunto; entrevistado 074- Prefiro não responder essa questão; entrevistado 077- Prefiro não opinar sobre isso, já passou, acabou, acabou; entrevistado 082- Não acompanhei, sou leiga nesse assunto; entrevistado 097- Não assisti, mas pelo que eu ouvi falar, eles só deram a notícia, não fizeram nada além disso.

Nos bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, aqueles entrevistados que optaram por não responder diretamente a 14ª questão, deixaram de acompanhar o episódio do impeachment (pelo menos no JN), ou ainda não possuíam opinião sobre o assunto, no caso o impeachment e a relação, ou não, com as matérias jornalísticas veiculadas pelo JN na fase “pré-impeachment”.

Nesses bairros Vila Harmonia e Fonte Luminosa, o entrevistado 048 possui dúvidas sobre o episódio de impeachment e sua relação com a mídia telejornalística representada pelo JN, contudo, o mesmo entende que, se o JN influenciou foi devido ao prestígio do JN e de sua emissora, a Rede Globo. Assim se pronunciou o Entrevistado 048 “talvez influenciou, pela credibilidade de tantos anos no ar, e pelo renome da emissora”. O entrevistado 048 da Vila Harmonia e Fonte Luminosa, também responde que ainda pairam dúvidas sobre o episódio, pois afirmou que “talvez influenciou”, mas, entende o entrevistado que se houve influência, foi pela credibilidade do Jornal Nacional e pelo renome da Rede Globo.

Adotando outra forma para analisar e categorizar os dados das “outras respostas” a questão 14<sup>a</sup>, expomos abaixo as características dos entrevistados que não sabiam muito bem o que opinar.

Selmi Dei e Adalberto Roxo: 01 pessoa “confusa”, 02 pessoas que “não gostam desse tipo de reportagem”, 06 pessoas “não acompanharam”, 08 pessoas entre “não assistem, não sabem opinar”. Total de 16 pessoas entrevistadas que entraram na categoria “outras respostas” na questão 14<sup>a</sup>, que trata da percepção do entrevistado acerca das matérias veiculadas pelo J.N. e o impeachment de Dilma Rousseff.

Nos bairros São José e Santa Angelina o número de pessoas na categoria “outras respostas” é de 12 Entrevistados: 05 pessoas “não acompanharam”, 03 pessoas entenderam que o J.N. influenciou “mais ou menos” o impeachment em comento, 02 pessoas que “não tem opinião formada”, 01 pessoa disse que “não entende o que falam”, 01 pessoa ambígua.

Vila Harmonia e Fonte Luminosa: 05 pessoas “não acompanharam”, 03 pessoas “não sabem dizer”, 03 pessoas “não assistiram”, 02 pessoas entenderam que houve uma influência “mais ou menos” por parte do J.N., 02 pessoas “preferiram não responder”, um total de 15 pessoas na categoria “outras respostas” da 14<sup>a</sup> questão.

Infere-se dessas análises que as porcentagens são semelhantes, aproximando-se os entrevistados moradores dos bairros periféricos dos entrevistados moradores dos bairros nobres. Os moradores dos bairros periféricos não parecem justificar suas opiniões, nos espaços “classe média” as justificações aparecem em maior número, sendo que os moradores dos bairros média-alta racionalizam mais suas respostas, mesmo na categoria “outras respostas”.

## CAPÍTULO V – CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Mercado de Notícias (The Staple of News, Ben Jonson, 1625) é uma peça de teatro. A trama se passa em um dia do ano de 1625, em Londres/Inglaterra. Um mendigo informa a Pila Júnior, que seu pai, Pila Pai havia falecido em distantes terras. Na realidade o mendigo é o Pila Pai, que “volta” para vigiar o que o filho fará com o dinheiro e bens recebidos em herança.

O enredo supracitado é o pano de fundo para o Ben Jonson desenvolver o tema do título de sua peça: o mercado de notícias, um comércio de notícias dirigido por Senhor Trombone e seu sócio Patranha. Jorge Furtado, em 2014, roteiriza e dirige o documentário O Mercado de Notícias – Um documentário sobre jornalismo (Jorge Furtado, 2014), no qual treze jornalistas brasileiros discorrem sobre a prática da profissão, o futuro do jornalismo e casos recentes da política brasileira.

No trecho abaixo, é explicado a Pila Júnior o que é a novidade conhecida como Mercado de Notícias:

**E quais as últimas notícias? Ah Senhor! Um mercado de notícias ou notícias de mercado se o Senhor preferir.** O que é isso? Esqueci de contar à Vossa Senhoria. Uma agência de notícias, um escritório admirável recém contado. Uma agência pra quê? Para saber todas as notícias Senhor, o tempo inteiro. E vendê-las conforme sua conveniência, será um lugar de intenso comércio. (...) Um negócio maravilhoso. (O mercado de Notícias, Furtado, 2014). (Grifos nossos)

Na continuação da cena, os Senhores Trombone e Patranha explicam a Pila Júnior a profissão de repórteres, como sendo aqueles que trabalham nas ruas, indo a qualquer lugar, em busca da melhor mercadoria, onde quer que essas notícias sejam fabricadas. Ainda eles afirmam que essa busca, localização e descoberta das notícias pode se dar por troca ou comércio.

Será que a peça de teatro de Ben Jonson, de 1625, século XVII, nos proporciona o mote do que sejam as produções dos nossos jornais? As produções de nossos telejornais, a produção responsável pelo Jornal Nacional (sendo que o editor chefe é Willian Bonner), são agências que buscam o que é notícia, mas formatam, padronizam essas notícias, à luz dos interesses da Família Marinho, antes de pautar o JN? Ou mesmo, a produção do Jornal Nacional, escolhe o que é notícia e o que não deve ser transmitido? É notícia o que a Família Marinho disser que é notícia, e transmitir no JN?

Noutra cena da referida peça de teatro, extraída do documentário de Jorge Furtado, uma Senhora chega à agência de notícias do Mercado de Notícias, buscando adquirir dez centavos de notícias, para contar ao vigário. É indagada pelos repórteres do Mercado, “quer dizer que a Senhora gosta de contos do vigário?”. Outro repórter a repreende, propalando que ela deve ter paciência, e esperar as notícias “descasarem”, pois sair às ruas prolatando contos do vigário poderá desacreditar tão sério jornal, que justamente escolhe adequadamente suas notícias.

Relacionando a questão das notas criadas e direcionadas com a perseguição do JN sobre os partidos e políticos de esquerda, trazemos as palavras de Maurício Dias, jornalista, em entrevista concedida em 2012 para a produção do documentário Mercado de Notícias (Furtado, 2014). Maurício Dias entende que há alguns motivos para a imprensa nacional desrespeitar o ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, pois ele não é um de nós, Lula é retirante nordestino (não é de família paulista), com formação escolar regular técnica (não é bacharel). Mino Carta, em oportunidade das mesmas entrevistas para elaboração do referido documentário, afirma que algo que não é perdoado é o fato de Lula ser operário (e assim não pode ser Presidente da República), de cultivar barba (como ausência de refinamento), enfim, o preconceito e o ódio de classes sendo levados a cabo pela imprensa em favor da manutenção dos interesses das classes mais abastadas.

Sobre a questão do poder da mídia, Maurício Dias (2012) afirma que o jornalismo brasileiro possui uma neurose, já que não se aceita como agente político. E omitindo sua posição ou a desvirtuando, o jornalismo brasileiro se apega a valores como isenção, imparcialidade, defensor da sociedade. Mas, como o jornal possui interesses particulares, interesses econômicos de grande envergadura (como exemplo, o lucro do JN com publicidade no seu horário “nobre”), ao produzir matérias jornalísticas tendenciosas, obscuras, opacas, ou mesmo flagrantemente posicionadas em favor de alguém, sua credibilidade se esvai, mesmo em uma sociedade estimulada a reproduzir a ideologia da classe dominante – a mesma ideologia dos donos do jornal.

Jessé de Souza (2016) na obra “A radiografia do golpe: entenda como e por que você foi enganado”, observa que para que o golpe contra a ex-presidente Dilma Rousseff ter tido êxito os responsáveis por este nefasto ato engendrado contra a própria democracia (a elite financeira, o poder judiciário e a grande imprensa “golpista”) colonizaram o

espírito do povo (e porque não, também, dos mais intelectualizados?) e sua capacidade de refletir.

Retroagindo um pouco na dicção dos fatos, Jessé de Souza (2016, p. 87) explica que o “ovo da serpente”, o canhão deflagrador do Golpe que destituiu Dilma Rousseff da Presidência da República em 2016, teve início nas festejadas manifestações de junho de 2013. Jessé de Souza questiona de que forma as manifestações de 2013 que tiveram como mote preliminar a busca de menores tarifas para o transporte público do Município de São Paulo (questões locais, portanto) se federalizou, alcançando e desgastando, de forma paulatina e contumaz, a popularidade de Dilma Rousseff.

Para Jessé de Souza (2016), o Jornal Nacional teve importância significativa, tanto na federalização das manifestações de junho de 2013, quanto na perseguição perpetrada em face de um único partido, o PT, e seus principais líderes, Lula e Dilma. É preciso indagarmos sempre, para não voltarmos a cometer os mesmos erros desse passado recente: como uma presidenta democraticamente eleita, que por meio de ações governamentais manteve grandes investimentos na saúde, nunca antes vistos na história desse país, sendo que para a educação almejava investir nada menos que todo o lucro da exploração da camada do pré sal pela Petrobras, ainda assim viu ruir seus altíssimos índices de popularidade e acabou por sofrer o Golpe (travestido de impeachment) da destituição de seu cargo?

Contudo, se a imprensa totalitária e hegemônica, representando os interesses do capital especulativo, dos donos do dinheiro (Jessé de Souza, 2016), fosse assim tão forte e influente talvez o Partido dos Trabalhadores não tivesse ficado tantos anos à frente do Governo Executivo Federal, dois mandatos com Lula e um mandato completo com Dilma. Porém a mídia hegemônica mostrou que desde o episódio do mensalão (que arranhou mas não foi capaz de derrubar o Presidente Lula) vinha aguardando o momento ideal para, junto com os demais parceiros do Golpe (a elite de endinheirados que manda nas demais elites, o Congresso Nacional, e porque não o Vice Presidente de Dilma – Michel Temer e o Estado Juiz por meio do Poder Judiciário), destituir o Governo do Partido dos Trabalhadores do Governo Federal, rompendo com um ciclo virtuoso de governança, e, ainda, tentando enterrar de vez o Partido dos Trabalhadores.

Para Jessé de Souza (2016) os telejornais e programas de entrevistas da TV Globo existem unicamente para dosar o veneno midiático diário aos seus telespectadores,

bombardeando seu público com visões parciais, fragmentadas da realidade, isso quando não com notícias (informações e opiniões) que falseiam diretamente da realidade. Em suma, o Jornal Nacional, que possui Willian Bonner como âncora principal e editor-chefe (aquele mesmo que cita Roberto Marinho como o “pai de todos”), apesar de se auto intitular como parcial, ético, na realidade manipula os fatos sociais, desvirtuando-os, interpretando-os, mascarando-os, objetivando abarcar e resguardar os interesses da Família Marinho e de seus anunciantes (a elite do dinheiro e as demais elites do país).

A análise dos dados da presente pesquisa (Rodrigues Alves, 2018) demonstraram, dentre outros pontos que a Globo é a rede de televisão mais assistida dentre o grupo pesquisado, o que confirma projeções nacionais de alcance da Rede Globo; corroboraram que o Jornal Nacional é o telejornal de preferência dos telespectadores (sendo que os demais telejornais do Grupo Globo também gozam de relativa preferência); evidenciaram que boa parte dos entrevistados entende que o Jornal Nacional não informa adequadamente seus telespectadores; e, ainda, ratificaram que, de uma forma ou de outra, o Jornal Nacional teve influência no impeachment de Dilma Rousseff.

Nesse caleidoscópio de diversas visões e análises acerca do fenômeno da transmissão televisiva de informações, tendo como sustentáculo os dados extraídos das entrevistas realizadas na presente pesquisa, várias são as indagações possíveis (algumas tratadas no decorrer desta pesquisa) mas uma talvez ainda persista: ao assumir sua posição de ataque frontal a Lula, Dilma e ao PT, por meio de noticiários tendenciosos – oriundos de vazamentos sistemáticos e selecionados de informações da Operação Lava Jato – o Jornal Nacional (representando os interesses da Família Marinho, de seus grandes anunciantes, de apadrinhados políticos de ocasião), poderia tentar desfocar denúncias de seus parceiros de Golpe (aliviando o peso de acusações contra políticos do PSDB ou do DEM), mas em algum momento deveria pautar o JN com notícias sobre as empresas envolvidas na referida Operação?

O JN ao mostrar fatos desabonadores em relação a grandes empreiteiras nacionais, o exemplo mais emblemático é a Odebrecht, não estaria arriscando contra seus próprios interesses capitalistas?

Ciro Marcondes Filho (1989, p. 54) entende que o telejornal possa sim vir a apresentar fatos que se aparentam como anticapitalistas, mormente se essa estratégia for adotada para satisfazer os interesses efêmeros dos proprietários da televisão. A longo

prazo não há prejuízos, pois na realidade, a televisão, no caso a Rede Globo por meio do Jornal Nacional busca justamente manter a ordem ideológica, econômica, política e legal pela qual a acumulação de riqueza é mantida pela elite financeira e a base da pirâmide social é cada vez mais explorada e depauperada.

Enquanto à frente do Executivo Federal, Dilma Rousseff se digladiava com o Congresso Nacional para que o lucro obtido com a extração de petróleo e derivados da camada do pré sal ficasse no país, e fosse destinado para o bem estar da população, como na melhoria da saúde e mais significativamente para a educação. Seria interessante para a elite financeira que opera no Brasil que, ao invés de o lucro do pré sal ir direto para seu bolso, fosse direto para o bolso do povo por meio de programas que resgatariam a dignidade do brasileiro?

A elite financeira, ou os “donos do dinheiro” como afirma Jessé de Souza (2016), é aquela que controla os grandes bancos e fundos de investimento. Essa elite financeira é responsável por guardar e multiplicar (por meio de taxas de juros estratosféricas imposta aos trabalhadores) o dinheiro das outras frações de endinheirados, como aqueles do agronegócio, da indústria e do comércio. E por que a elite financeira manda nas demais classes de endinheirados? Simplesmente porque as demais frações de endinheirados recorre a elite financeira para ter como investir em seus ramos de negócio.

Assim a elite financeira, parceira no Golpe que destituiu Dilma Rousseff da Presidência da República, financia as demais classes de endinheirados e ainda é responsável por guardar e maximizar o lucro desses agentes. Não precisamos trazer à tona que o dinheiro do lucro obtido pelas demais classes de endinheirados, qual seja o agronegócio, a indústria e o comércio, é obtido à custa da exploração das demais classes de agentes. Não por acaso o abismo entre a elite financeira e seus correligionários e a base social da pirâmide é cada vez mais significativo.

Seguindo a análise, quais então os interesses da mídia hegemônica, quais os interesses da Rede Globo nesta perversa equação?

Se a elite financeira financia, mantém e maximiza o lucro do agronegócio, da indústria e do comércio, estes por sua vez, investem boa parte do seu lucro em propaganda e marketing na própria Rede Globo, e em horários nobres mantidos pela exibição do Jornal Nacional. Podemos exemplificar com as extensas e contínuas propagandas do

agronegócio (“Agro é Tech, Agro é Pop, Agro é Tudo”, ou a chamada “e se não fosse a cana”), do comércio (“Quer Pagar Quanto”), ou da indústria (grandes promoções da Johnson e Johnson, da Unilever, ou os “mamíferos da Parmalat).

Sem computar que a Rede Globo recebe também dinheiro diretamente do Governo Federal, que se esmera em investir em propaganda institucional alardeando programas, investimentos e políticas adotadas em prol do “bem do povo”. Muito mais interessante para o Grupo Globo se o Governo Federal estiver alinhado à políticas que mantenham a acumulação de capital de uma lado da pirâmide e aquele mínimo existencial de sobrevivência na base da pirâmide.

O chamado homem-médio, com sua pauta diária de conflitos (família, emprego, saúde, segurança, trânsito) tende a dedicar algum tempo de seu dia à Televisão, se intoxicando ainda mais com o drama noticiado pelos Telejornais (desemprego, filas nos hospitais, violência), mas essas notícias amargas são logo remediadas pela exibição de grandes tramas nas novelas – amores impossíveis, riqueza e poder, dicotomia “bandido e mocinho” – ou na vitória de seu time preferido exibido em horário nobre. Respeitivo indivíduo está inserido neste perverso quadro social, e, cada vez mais pobre economicamente e alijado da sua própria cultura, mantém, direta ou indiretamente (por meio de impostos que taxam o consumo e não a renda, ou taxas de juros abissais), os lucros dos donos do dinheiro e demais frações de endinheirados do agronegócio, da indústria e do comércio, e, ainda ajuda a manter a Família Marinho (dona do Grupo Globo) no topo dos bilionários mundiais. Um quadro pernicioso de manutenção de privilégios e de perpetuação da pobreza, engendrada por um sistema ideológico (economicamente, socialmente e culturalmente ideológico) que, mesmo sendo sentido e de certa forma resistido pela população, continua a manter seu poder de dominação, alienação e abstração da realidade social, conforme acabamos de ver nos últimos acontecimentos políticos que abalam o país (nossos questionários demonstram que a maioria dos entrevistados entende que o Jornal Nacional influenciou o processo de impeachment de Dilma Rousseff). Assim, não temos conclusões para elencar neste final de Tese. Há um processo dialético: emissão hegemônica versus submissão/resistência da população. Parafraseando Maria Conceição D’Incao em sua famosa Tese de doutorado sobre a emergência do “boia-fria” no meio rural brasileiro, poderíamos finalizar, observando que em alguns momentos o telespectador afirma e, em outros momentos ele nega a comunicação televisiva que o submete.

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. W., HORKHEIMER, M. **Temas básicos de Sociologia**. São Paulo: Cultrix, 1973.
- AVELINO, Yvone Dia. **Comunicação e História**. In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). *Desafios da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- BARBERO, Jesus Martín-. **O Medo da Mídia – Política, Televisão e os novos modos de representação**. In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). *Desafios da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- BARREIRO FILHO, Roberto Coelho. **Comunicação: Memória e Esquecimento**. In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). *Desafios da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- BARRETO, Ecirio. **Ecologia e Desenvolvimento, Leis Ambientais e o Código Florestal**. *Geografia*. São Paulo, 42, 56 – 63, Fevereiro 2012.
- BEZERRA, Wagner. **Manual do Telespectador Insatisfeito**. São Paulo: Summus, 1999.
- BEZZON, Lara Crivelaro. **Comunicação. Política e Sociedade**. Campinas: Alínea, 2005.
- BLAINEY, Geoffrey. **Uma Breve História do Mundo**. 2. ed. São Paulo: Fundamento Educacional, 2008.
- BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- BOURDIEU, Pierre. **Sur La Télévision. Sobre a Televisão**. Tradução, Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 1997.
- BRASIL, Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. São Paulo: Saraiva, 2017.
- BRAVERMAN, Harry. **Trabalho e Capital Monopolista: a Degradação do Trabalho no Século XX**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores S.A., 1980.
- CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e Mobilização Popular**. Cadernos Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. São Paulo: Cortez, 1982.
- CHAIA, Vera. **Mídia e Marketing Político**. In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). *Desafios da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- CHAUI, MARILENA. **Simulacro e poder. Uma análise da mídia**. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.
- CHILDE, Vere Gordon. **A evolução cultural do homem**. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

COHN, GABRIEL. **Difícil reconciliação: Adorno e a dialética da cultura**. Lua Nova: revista de cultura e política, Marco Zero, 1990.

COHN, GABRIEL. **Theodor W. Adorno**. São Paulo: Ática, 1986.

COHN, GABRIEL. **A Forma da Sociedade da informação**. In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). *Desafios da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

DE ALVARENGA SARAIVA GORGATTI, Eliana Cristina. **Pesca Esportiva: Crueldade Consentida e a Glamourização do Lazer na Terra da Gente**. 120 páginas. Mestrado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente. Uniara, Araraquara/SP, 2007.

DEBORD, GUY. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

D'INCAO, Maria Conceição. **O Boia Fria – Acumulação e Miséria**. Petrópolis: Vozes, 1979.

DOWBOR, Monika; SILVA, Hélio. **Os meios de Comunicação a Serviço do Marketing**. In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). *Desafios da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.

FERNANDES, Ângela Viana Machado; DE ALMEIDA, Cíntia Pereira Dozono, WHITAKER; Dulce Consuelo Andreatta (Org.). **Educação, Juventude e Políticas Públicas: Reflexões Sobre Inclusão e Preconceito**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2008.

FERREIRA, Carolina. **A Água é Um Ser Vivo, Professora?** Nova Escola. São Paulo, 252, 68 – 70. Maio 2012.

GADOTTI, Moacir. **A Televisão como Educador Permanente das Classes Trabalhadoras**. Cadernos Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. São Paulo: Cortez, 1982.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

JÚNIOR, Hilário Franco. **Idade Média Nascimento do Ocidente**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

KONDER, Leandro. **O que é dialética**. Coleção Primeiros Passos, n.º 23. São Paulo: Brasiliense, 2011.

LEFORT, Claude. **Esboço de uma Gênese da Ideologia nas Sociedades Modernas. In: As formas da história**. São Paulo, Brasiliense, 1982.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **As Estruturas elementares do parentesco**. Petrópolis: Vozes, 1982.

LIMA JÚNIOR, Wilson Cesar. **A Relação entre o Marketing Societal e a Vantagem Competitiva: Estudo de Caso no Setor Calçadista de Jaú – SP.** 104 páginas. Mestrado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente. Uniara, Araraquara/SP, 2007.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Muito Além do Jardim Botânico. Um Estudo sobre a Audiência do Jornal Nacional da Globo sobre Trabalhadores.** São Paulo: Summus Editorial, 1985.

MARCONDES FILHO, CIRO. **Televisão A Vida pelo Vídeo.** São Paulo: Moderna, 1988.

MARRACH, Sonia Alem. **Mídias e História – a Explosão do Presente e a Mudança da Perspectiva Histórica.** In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). Desafios da Comunicação. Petrópolis: Vozes, 2001.

MARINHO, João Roberto. **Democracia é Liberdade de Expressão.** Publicação CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, 2012.

MARX, Karl. **Capítulo Inédito d’ O Capital:** resultados do processo de produção imediato. Porto: Escorpião, 1975.

MARX, Karl. Posfácio da 2ª edição d’O Capital. Londres, 24 de Janeiro de 1873.

MARX, Karl; ENGELS, F. **Ideologia Alemã.** 4ª Ed. Lisboa: Presença, 1980.

MARX, Karl; ENGELS, F. **Os Pensadores.** 2ª Ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MATTOS, Sérgio. **O Impacto da Revolução de 1964 no Desenvolvimento da Televisão.** Cadernos Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. São Paulo: Cortez, 1982.

MENDES, Ricardo. **Expansão dos Meios de Comunicação, Novas Configurações Territoriais e a Constituição do Direito Global.** In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). Desafios da Comunicação. Petrópolis: Vozes, 2001.

MENEZES, Philadelpho. **Teorias da Comunicação na Globalização da Cultura.** In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). Desafios da Comunicação. Petrópolis: Vozes, 2001.

MIOTTO, Luciana Bernardo. **A Ecoeficiência e a Responsabilidade Socioambiental das Empresas.** In: BEZZON, Lara Crivelaro. Comunicação Política e Sociedade. 1. ed. Campinas: Alínea, 2005.

MONTERO, Paula. **Cultura e Comunicação: A Tradução Cultural e a Re-Invenção da Etnicidade.** In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). Desafios da Comunicação. Petrópolis: Vozes, 2001.

MONTESQUIEU, Barão de La Brède e de. **Do espírito das Leis**. São Paulo: Nova Cultural, 2000.

MORÁN, José Manuel. **Contradições e Perspectivas da Televisão Brasileira**. Cadernos Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. São Paulo: Cortez, 1982.

MORIN, Edgar. **O Método 5: humanidade da humanidade**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MUNIZ, SODRÉ. **O Monopólio da Fala**. Petrópolis: Vozes, 1984.

OCADA, Fábio Kazuo. **A Cultura e o *Habitus* Japonês: Ingredientes da Experiência**. In: SOUZA, Eliana Maria de Melo; CHAQUIME, Luciane Penteadó; DE LIMA, Paulo Gilberto Rodrigues (Org.). **Teoria e Prática nas Ciências Sociais**. Araraquara/SP: Laboratório Editorial/FCL, 2003. (Temas em Sociologia, n.3)

OLIVEIRA NETO, Geraldo Cardoso de. **Do avanço do Planejamento, Programação e Controle da Produção como Atividades Essenciais da Empresa à Educação Ambiental**. Revista Uniara. Araraquara/SP/SP, v. 13, 11 -25, jun 2010.

OLIVETTO, Washington. **Publicidade também é Cultura**. Publicação CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, 2012.

PRADO, José Luiz Aidar. **Teoria da Comunicação e Discurso Sobre a Globalização: Crítica ou Marketing?** In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). **Desafios da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

POMER, Léon. **Los Ojos Del Amo**. In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). **Desafios da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

REALE, Miguel. **Lições Preliminares de Direito**. 21ª ed. São Paulo: Saraiva, 1994.

SIMÕES, Inimá. **Nunca fui Santa**. In: BUCCI, Eugênio. **A TV aos 50: Criticando a Televisão Brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.

THIOLLENT, Michel. **Televisão, Trabalho e Vida Cotidiana**. Cadernos Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. São Paulo: Cortez, 1982.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2011.

TREVISAN, Leonardo. **Direto para a Internet: a Convergência de Mídias no Fim da Era dos “Sem-TV”**. In: DOWBOR, L.; IANNI, O.; RESENDE, P. E. A.; SILVA, H. (Orgs.). **Desafios da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

VECCHI JÚNIOR, Sérgio Antonio, PERA, Géssica Trevizam, STEIN, Leila de Menezes Stein, SANTOS, Rodrigo dos, MILANO, Mariana Tonussi, CARVALHO, Guilherme.

**Para uma Revisão do Conceito de “Degradação do Trabalho”:** Resenha de “Trabalho e Capital Monopolista” de Harry Braverman. REDD, Revista Espaço de Diálogo e Desconexão, Araraquara/SP, v. 1, n. 2, jan./jul. 2009.

VICÁRIO OLIVIO, Dennis Henrique. **Ferramentas de Comunicação em uma Gestão Pública: Contribuições para uma Agenda Ambiental no Município de Catanduva.** 143 páginas. Mestrado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente. Uniara, Araraquara/SP, 2010.

VITORINO DA SILVA, Guilherme Volpe. **Kaizen como uma Ferramenta de Marketing.** 132 páginas. Mestrado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente. Uniara, Araraquara/SP, 2005.

WHITAKER, Dulce C. A. **Direitos Humanos e Reforma Agrária in Retratos de Assentamentos. UNIARA/NUPEDOR/CNPq/NEAD.** N. 14. Vol 02. 2012.

WHITAKER, Dulce C. A. **O Golpe que nos Desafia: Ensaio de Interpretação Geopolítica.** 2018.

WHITAKER, Dulce C. A., FIAMENGUE, Elis C. Assentamentos de Reforma Agrária: Uma Possibilidade de Diversidade Agrícola. In: BOTTA FERRANTE, Vera L. S. (org.). **Retratos de Assentamentos.** Araraquara/SP: Programa de Pós-graduação em Sociologia FCL/UNESP/NUPEDOR/CNPq. Ano VI, n.º 8. 2000.

WHITAKER, D. C. A., BEZZON, L. C. **A Cultura e o Ecossistema:** reflexões a partir de um diálogo. Campinas: Alínea, 2005.

WHITAKER, D. C. A., BEZZON, L. C. **Comunicação Política e Sociedade.** Campinas: Alínea, 2005.

WHITAKER, D. C. A. A comunicação televisiva e as metamorfoses da ideologia. IN: BEZZON, Lara C. (org.). **Comunicação Política e Educação.** Campinas: Alínea, 2005.

WHITAKER, D. C. A. **Ideologia x Cultura:** como harmonizar esses conceitos tão antagônicos? In: SOUZA, E. M. M.; CHAQUINE, L. P.; LIMA, P. G. R. (Org.). **Teoria e prática nas ciências sociais.** São Paulo: Cultura Acadêmica, 2003.

WHITAKER, V. A., DE SOUZA, M. F., DULCE, C.A.W., **Teoria dos Sistemas, Cultura e Espaços Rurais de Reforma Agrária.** Retratos de assentamentos. Araraquara: UNIARA, 2013.

WHITAKER, D. C. A. **Ideologia e Cultura no Brasil: Sugestões para uma Análise do Nosso Processo Cultural, à Luz da Teoria Crítica da Sociedade.** IN: Revista Perspectivas, 05: 05-14, 1982, p. 09.

## **REFERÊNCIAS DA WEB**

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento, Fragmentos Filosóficos**. 1947. Disponível em <<http://antivalor.vilabol.uol.com.br>> Acesso: 13 de Maio de 2012.

AESP, Associação das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo. **Quanto custa anunciar na TV?** 2017. Disponível em [http://www.aesp.org.br/noticias\\_view\\_det.php?idNoticia=16150](http://www.aesp.org.br/noticias_view_det.php?idNoticia=16150).

AHRENS, Sérgio. **O Novo Código Florestal Brasileiro. Ambiente Brasil**. Curitiba. Maio 2012. Disponível em <[http://ambientes.ambientebrasil.com.br/florestal/artigos/o\\_%26quot%3Bnovo%26quot%3B\\_codigo\\_florestal\\_brasileiro.html](http://ambientes.ambientebrasil.com.br/florestal/artigos/o_%26quot%3Bnovo%26quot%3B_codigo_florestal_brasileiro.html)> Acesso: 13 de Maio de 2012.

CHAUÍ, Marilena. **Democracia e Classe Média**. Conferência realizada no Centro Cultural Oscar Niemeyer, Projeto Café de Ideias, 2013. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=aKHvNM72HHo&hd=1>> Acesso: 05 de Maio de 2013.

CHAUÍ, Marilena. **O Gigante Acordou?** Debate realizado em parceria com FEUSP e USP, 2013. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=DnUCDSsgodE&hd=1>> Acesso: 07 de Julho de 2013.

DE MASI, DOMENICO. **Alfabeto da Sociedade Desorientada. Entrevista Jornal O Estado de São Paulo: 2017**.

GUNN, Lisa. **Consumo Sustentável: Manual de Educação**. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, Ministério do Meio Ambiente. 2002. Disponível em <[www.idec.org.br](http://www.idec.org.br)> Acesso: 24 Outubro de 2012.

IFDM, Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal. Sistema Firjan – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. 2017. Disponível em <http://www.firjan.com.br/ifdm/>.

JORNAL DO BRASIL. **Há trinta anos, “JB” revelou escândalo do Proconsult e derrubou fraude na eleição**. Disponível em <http://www.jb.com.br/pais/noticias/2012/11/27/ha-30-anos-jb-revelou-escandalo-do-proconsult-e-derrubou-fraude-na-eleicao/>. Acesso: 16 de novembro de 2017.

LEE, Rita. **Arrombou a mídia**. 2017. Disponível em <https://www.lettras.mus.br/rita-lee/870193/>.

SILVEIRA, José Paulo. **Passos em Direção a uma Estratégia Nacional de Desenvolvimento – A Experiência Brasileira Recente. Secretaria de Planejamento e Investimentos Estratégicos do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, 15 – 21. Abr. 2012**. Disponível em <[www.dominiopublico.com.br](http://www.dominiopublico.com.br)> Acesso: 21 de Abril de 2012.

VARGAS, Everton Vieira. **A década da Agenda 21**. Departamento de Meio Ambiente e Temas Especiais do Itamaraty, 111 – 113. Disponível em <[www.dominiopublico.com.br](http://www.dominiopublico.com.br)> Acesso: 21 de Abril de 2012.

VASCONCELOS, Francisco Antonio de. **A dialética em Marx**. Disponível em [http://www.iptan.edu.br/publicacoes/saberes\\_interdisciplinares/pdf/revista13/A\\_DIALETICA\\_EM\\_MARX.pdf](http://www.iptan.edu.br/publicacoes/saberes_interdisciplinares/pdf/revista13/A_DIALETICA_EM_MARX.pdf). Acesso em 16 de novembro de 2017.

ZONIN, Valdecir José; PEDROZO, Eugenio Ávila; ZONIN, Wilson João. **Articulando Stakeholder: Produção, Consumo e Desenvolvimento Sustentável**. Revista Uniara. Araraquara/SP/SP, v. 14, julho 2011. Disponível em <[http://www.uniara.com.br/revistauniara/pdf/26/artigo\\_6.pdf](http://www.uniara.com.br/revistauniara/pdf/26/artigo_6.pdf)> Acesso: de Abril de 2012.

## REFERÊNCIAS FILMES E DOCUMENTÁRIOS

Entrevista com **José Bonifácio de Oliveira Sobrinho**, ex-executivo do Grupo Globo, <https://www.youtube.com/watch?v=VrprurEkmJkU>, Acesso em 19 de maio de 2017.

Entrevista de André Trigueiro com **Hélio Mattar**, diretor-presidente do Instituto Akatu em dezembro de 2004. Disponível em <<http://www.akatu.org.br/Temas/Consumo-Consciente/Posts/GloboNews-realiza-programa-especial-com-o-Akatu>> Acesso: 25 de Maio de 2012.

Entrevista com **David Harvey**. BBC NEWS. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=W8zz8GN5Vki&hd=1>> Acesso: 10 de maio de 2012.

Entrevista com **David Harvey**. TV Caros Amigos Revista. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=zb0uIdsiMjc&hd=1>> Acesso: 15 de Maio de 2012.

Debate Noam Chomsky e Michel Foucault. **“On Human Nature”** Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=3wfnI2L0Gf8&hd=1>> Acesso: 05 de Junho de 2012.

Filme **“A Espiritualidade e a Sinuca – Somos 1 só”**. Produzido por SESCTV e TV Cultura. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=MdKATVfkyT8&hd=1>> Acesso: 10 de abril de 2012.

Filme **“As Corporações”** (Mark Achbar, 2002). Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=w3JB99zqgAc>> Acesso: 15 de Abril de 2012.

Filme **“Cidadão Kane”**. (Citizen Kane, 1941, Orson Welles).

Filme **“O Enigma de Kaspar Hauser”** (Werner Herzog, 1974). Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=9bnug0gS2wQ>> Acesso: 10 de Setembro de 2012.

Filme **“Notícias da Antiguidade Ideológica: Marx, Eisenstein, O Capital”** (Alexander Kluge). Trecho do Filme que o filósofo Peter Sloderdijk discorre sobre o Fetichismo da Mercadoria.

Filme **“Rede de Intrigas”**. (Network, 1976, Sidney Lumet).

Filme RSA Animate – **Crises of Capitalism**. David Harvey. Disponível em <[http://www.youtube.com/watch?v=qOP2V\\_np2c0&hd=1](http://www.youtube.com/watch?v=qOP2V_np2c0&hd=1)> Acesso: 05 de Junho de 2012.

Filme-documentário **“A Servidão Moderna”** (Jean-François Brient & Victor León Fuentes, 2007). Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=Ybp5s9ElmcY>> Acesso: 13 de Julho de 2012.

Filme-documentário **“Consumo: Qual o Limite”** (Ricardo Bruini, 2009). Disponível em <<http://meioambiente.culturamix.com/projetos/documentario-consumo-qual-o-limite>> Acesso: 07 de Abril de 2012.

Filme-documentário **“Muito Além do Cidadão Kane”** (Beyond Citizen Kane, 1993, Simon Hartog). Disponível em. Acesso: 19 de junho de 2018.

Letra da música **Another Brick in the Wall** da Banda Inglesa Pink Floyd, 1979. Escrita por Roger Waters. Disponível em <<http://letras.mus.br/pink-floyd/1807746>> Acesso: 16 de Maio de 2012.

Programa Globo Cidadania. **Arte Corporal e Dança**. Disponível em <<http://redeglobo.globo.com/globocidadania/videos/t/globo-universidade/v/danca-integra/2484531/>> Acesso: 10 de Outubro de 2012.

Programa Globo Cidadania. **Economia Verde**. Disponível em <<http://redeglobo.globo.com/globocidadania/videos/t/globo-ecologia/v/economia-verde-integra/2483947/>> Acesso: 05 de abril de 2013.

Programa Roda Viva. Entrevista **Noam Chomsky**, 1996. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=6HvZfzHhW5k>> Acesso: 08 de Maio de 2012.

Programa Roda. Viva. Entrevista **Oliviero Toscani**, 1995. Disponível em <<http://www.rodaviva.fapesp.br/materia/9/entrevistados/>> Acesso: 05 de Abril de 2013.

Programa Roda Viva. Entrevista **José Saramago**, 2003. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=QCACUZly3DM>> Acesso: 25 de Maio de 2012.

Programa Roda Viva. Entrevista **Slavoj Zizek**, 2009. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=boRoSOOrP5a0>> Acesso: 15 de Setembro de 2012.

Reportagem Por que os negros não comemoram o 13 de maio, dia da abolição da escravidão? Disponível em <http://www.geledes.org.br/por-que-os-negros-nao-comemoram-o-13-de-maio-dia-da-abolicao-da-escravatura/#gs.=Mii9n0> – Acesso: 18 de maio de 2017.

## APÊNDICE A

### Questionário 01

- 1- Você tem televisão? ( ) Sim ( ) Não Quantas:
- 2- Qual o canal que você assiste a maior parte do tempo?
- 3- Quais os seus programas prediletos? Cite 03, por favor.
- 4- Curiosidade minha: Você nunca assiste o Jornal Nacional?
  - 4.1 – Qual telejornal você assiste?
- 5- Em sua opinião, o noticiário do Jornal Nacional exerce influência sobre os telespectadores?
- 6- Houve algum momento em que você mudou sua opinião após assistir o Jornal Nacional?
- 7- Entre as afirmações abaixo com qual você concordaria?
  - ( ) alguns políticos são honestos e outros são desonestos – o que precisamos é saber escolher.
  - ( ) os políticos são todos desonestos e não adianta votar nesse ou naquele.
  - ( ) tenho outra opinião. Por favor, esclareça.
- 8- Quais as qualidades do candidato que você leva em conta quando vota para Presidente da República?
- 9- Como você fica sabendo as qualidades do seu candidato?
- 10- Questionar a resposta do entrevistado acerca da questão 09. Diálogo entre entrevistador e entrevistado.
- 11- E você acha que o Jornal Nacional informa adequadamente os eleitores? Por quê?
- 12- E quanto a Internet – você deixaria de assistir o Jornal Nacional para se informar a partir da Internet? Por quê?
- 13- Além da Televisão, que outros meios de comunicação você utiliza? Por favor, escolha três na lista abaixo:
  - ( ) Jornais (Quais?)
  - ( ) Revistas (Qual delas?)
  - ( ) Livros (Lê algum ultimamente? Qual?)
  - ( ) Tablet
  - ( ) Smartphone
  - ( ) Celular
- 14- Questão aberta. Dispondo desta ímpar ocasião: você vê, percebe, sente alguma relação entre as matérias jornalísticas veiculadas pelo J.N. e o processo de

impeachment da presidente Dilma Rousseff? Por favor, explique por quais motivos.

## APÊNDICE B

### Pesquisas Banco de Dados SciELO e CAPES

#### SciELO Jornal Nacional

#### CAPES Jornal Nacional

Nº	Fonte	Ano	Título	Periódico	Autores
1º	Artigo	2015	In the final analysis, are we a consumer society or not? Implications for health	Ciência & Saúde Coletiva	Eduardo Caron, Fernando Lefèvre, Ana Maria Cavalcant Lefèvre.

#### Resumo

Discute-se aqui a nossa inserção como país, hoje, nas sociedades de consumo características da modernidade, enfocando a mercantilização na área da saúde, a segmentação do sistema de saúde e as contradições do direito à saúde no contexto social em questão. São apresentados dados de pesquisa sobre o tema no Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão, durante o ano de 2012, na qual se analisa o hospital privado de alto padrão tecnológico como ícone de consumo, o subfinanciamento do sistema público de saúde e a rejeição de um Sistema Único de Saúde pobre e carente.

2º	Artigo	2014	O gênero na política: a construção do "feminino" nas eleições presidenciais de 2010	Cadernos Pagu	Mota, Fernanda Ferreira; Biroli, Flávia.
----	--------	------	---	---------------	--

#### Resumo

Este artigo discute as relações entre mídia, gênero e eleições por meio da análise da cobertura jornalística do Jornal Nacional da Rede Globo e do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral durante a campanha de 2010, com foco na cobertura e nas inserções das/os principais candidatas/os à Presidência da República, Dilma Rousseff, José Serra e Marina Silva. Não se propõe uma análise ampla da cobertura ou das estratégias eleitorais, mas um estudo sobre as marcas de gênero nesse material. Analisamos em que medida e de que forma o gênero marca a imagem de candidatas e candidato, no discurso jornalístico e no discurso da campanha. Procuramos, também, compreender diferenças e formas de reforço recíproco na mobilização de estereótipos de gênero nos dois registros.

3º	Artigo	2014	Verbo-visualidade no gênero jornalístico televisivo: leituras para a construção de estratégias de interpretação da língua de sinais	Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso	Harrison, Kathryn Marie Pacheco; Nascimento, Vinícius.
----	--------	------	---	---	--

#### Resumo

Neste artigo, apresentamos uma análise das marcas verbo-visuais constitutivas do gênero jornalístico televisivo e suas contribuições para a prática de interpretação da língua (língua brasileira de sinais) nesse gênero. A partir da análise da composição verbo-visual das produções telejornalísticas "Jornal Hoje", "Jornal Nacional" e da revista eletrônica televisiva "Fantástico", todas exibidas pela Rede Globo de Televisão, será discutido como o tradutor intérprete de

libras/português (TILSP) pode, em seu ato enunciativo-discursivo de mediação entre sujeitos falantes e não falantes da língua de sinais, construir um discurso de natureza verbo-visual coerente com o pressuposto fundante da televisão: a relação entre *texto*(independente da sua dimensão material verbal) e *imagem*.

4°	Artigo	2013	Controvérsia científica no telejornalismo brasileiro: um estudo sobre a cobertura das células-tronco no Jornal Nacional	História, Ciências, Saúde-Manguinhos.	Almeida, Carla; DalCol, Franciane Lovati; Massarani, Luisa
----	--------	------	---	---------------------------------------	--

#### Resumo

Em 1998, pesquisas com células-tronco tornaram-se objeto de intensa controvérsia. No Brasil, a polêmica atingiu seu ápice em 2008, quando o Supremo Tribunal Federal iniciou julgamento de ação legal, questionando a nova Lei de Biossegurança por permitir o uso de embriões humanos em pesquisas. Analisa-se aqui a cobertura sobre as células-tronco embrionárias humanas realizada pelo Jornal Nacional. Observa-se tom positivo, marcado pela ênfase nos potenciais benefícios oferecidos pela pesquisa e omissão de limitações e riscos envolvidos. O pequeno índice de sucesso obtido até então como resultado de pesquisas com células-tronco embrionárias e os riscos de elas induzirem a formação de tumores foram omitidos, fazendo crer que a única barreira a novos tratamentos e curas era a legislação.

5°	Artigo	2013	Rede Globo de Televisão: hegemonia e poder na trajetória do telejornalismo brasileiro	Punto Cero	Carvalho, Flaviane Faria; Gomes, Maria Carmen Aires.
----	--------	------	---	------------	--

#### Resumo

O Jornal Nacional, considerado mais antigo telejornal da Rede Globo foi palco de inúmeros episódios que retratam a construção de uma editoria jornalística que buscou sintonia com os interesses políticos de cada época. Nesse sentido, o artigo tem por objetivo reconstruir as temáticas e abordagens desenvolvidas pelo Jornal Nacional, em relação aos principais acontecimentos sociais e políticos, desde 1969, ano de sua inauguração. Será retomada a história do Jornal Nacional, por meio da sistematização de uma série de estudos nacionais, procurando identificar a consolidação do discurso da emissora, em cada momento sócio histórico de significativa representação nacional.

6°	Artigo	2006	Desvendando as implicações político-ideológicas na construção discursivo-textual do Jornal Nacional	Trabalhos em Linguística Aplicada	Carvalho, Flaviane Faria; Gomes, Maria Carmen Aires.
----	--------	------	---	-----------------------------------	--

#### Resumo

O objetivo deste artigo é discutir as implicações político-ideológicas nas construções linguístico-discursivas do gênero discursivo televisual "Jornal Nacional", através da análise textual das editorias de maior frequência, com base nos pressupostos teórico-metodológicos dos estudos discursivos críticos, em especial aos trabalhos desenvolvidos por Norman Fairclough (1989, 2001, 2003). Os resultados apontam para a construção de discursos tecnologizados, por meio de uma linguagem sensacionalista, como estratégia de comercialização de notícias.

7°	Artigo	2003	A eleição visível: a Rede Globo descobre a política em 2002	Dados	Miguel, Luis Felipe
----	--------	------	---	-------	---------------------

#### Resumo

A rede de televisão Globo realizou uma ampla cobertura do processo eleitoral de 2002 no Brasil. Durante as 17 semanas entre o final da Copa do Mundo de Futebol e o segundo turno das eleições brasileiras, a corrida presidencial ocupava aproximadamente um terço do tempo de ar na principal programa de notícias de âmbito nacional da rede, *Jornal Nacional*. Esta foi uma diferença marcante em comparação com a cobertura das eleições de 1998, que estavam praticamente ausentes das transmissões de notícias Globo. A rede também seguiu uma política de imparcialidade clara para os quatro principais candidatos presidenciais, em contraste com o seu envolvimento quase militante nas corridas anteriores. Este artigo visa demonstrar que a influência da rede Globo sobre o processo eleitoral em 2002 ocorreu principalmente através da sua colaboração na fechando o campo discursivo, exigindo que os candidatos assumam um compromisso cada vez mais profundo para a continuação das políticas macroeconômicas vigentes.

8º	Artigo	1998	Mídia e eleições: a campanha de 1998 na Rede Globo	Dados	Miguel, Luis Felipe.
----	--------	------	--	-------	----------------------

### Resumo

Em outubro de 1998, o Brasil viveu sua terceira eleição presidencial direta desde a redemocratização do país, em 1985. Foi também a primeira eleição em que o ocupante da Presidência pôde pleitear um novo mandato. O presente artigo dispõe-se a analisar a campanha eleitoral que levou à recondução de Fernando Henrique Cardoso ao cargo de presidente da República sob um ângulo específico: o do comportamento da mídia e, mais precisamente, do principal telejornal do país, o *Jornal Nacional*, assistido diariamente por dezenas de milhões de pessoas.

Nº	Fonte	Ano	Título	Periódico / Instituição	Autores
1º	Dissertação	2015	A IMAGINAÇÃO MELODRAMÁTICA NO JORNAL NACIONAL	UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS	BOLDRIN, MARIANA MARTINS.

### Resumo

Este trabalho propõe discutir de que forma a imaginação melodramática se manifesta na cobertura jornalística do que se convencionou chamar de “tragédia na Boate Kiss”. Busca-se levantar, nas reportagens do *Jornal Nacional*, o uso, por parte do telejornalismo, de recursos do melodrama, para entender a princípio o motivo dessa união e sob quais aspectos ela se dá. Em seguida, pretende-se problematizar como é construída a informação no *Jornal Nacional* e como o jornalista conta suas histórias. O objetivo é refletir sobre as consequências dessa união, que dá um destaque maior ao conteúdo ao invés da forma (linguagem), já que qualquer fato pode se tornar importante e interessante quando recursos melodramáticos são incorporados às reportagens. Para realizar este estudo será levantada a cobertura realizada pelo *Jornal Nacional* sobre o incêndio na Boate Kiss que levou à morte 242 pessoas, a maioria jovens universitários, e feriu outras 116 na cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. Tendo este material, realiza-se uma seleção das reportagens que melhor representam o tipo de cobertura feita. As matérias serão analisadas à luz da teoria do cinema de estrutura clássica, com o propósito de identificar elementos melodramáticos na construção da narrativa jornalística, constituída para conquistar o espectador pela identificação, pelas sensações, pelo conteúdo raso e pela pedagogia moralizante. Com isso, pretende-se

problematizar o jornalismo e responder se hoje o que se tem na televisão ainda é jornalismo, considerando os critérios de pertencimento ao gênero, ou se este se perdeu no sensacionalismo, baseado no suspense e na repetição

2º	Dissertação	2013	Jornal Nacional: os avanços tecnológicos e o telejornalismo 1.5	PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO	CHAGAS, JULIANO	Índices de audiência.
----	-------------	------	---	---	-----------------	-----------------------

### Resumo

O projeto de pesquisa Jornal Nacional: os avanços tecnológicos e o telejornalismo 1.5 têm como objetivo analisar o telejornal Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão do ponto de vista de suas relações com os avanços tecnológicos e com as mídias digitais, aí incluídas as redes sociais. Perguntamo-nos pelo grau de entrosamento do JN com os avanços tecnológicos das últimas décadas; com as novas formas de comunicação e pelos seus eventuais efeitos sobre os conteúdos informativos do telejornal. Outra questão é saber se tal interação estaria democratizando o telejornal, por atrair-lhe, ou não, mais telespectadores. Para tanto, compararemos os comportamentos do JN e seus congêneres no ciberespaço. O corpus da pesquisa é constituído por registros do telejornal Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão e suas extensões nas mídias digitais, a saber, seu website e suas redes sociais. Serão selecionadas e analisadas 4 edições do telejornal Jornal Nacional, a serem comparadas, tendo como ponto de partida uma edição da década de 1980, uma da década de 1990, uma do ano 2000 e finalmente a última do ano de 2013. Nessa em particular, analisaremos sua interação com as mídias digitais. Os referenciais teóricos compreendem obras de estudiosos da sociedade em rede e as consequências de uma cultura da virtualidade real como Manuel Castells e a cibercultura de Pierre Lévy; da cultura da convergência e suas novas ações participativas a uma teoria crítica das novas mídias, como Henry Jenkins e Dominique Wolton; obras que darão conta de analisar a linguagem da televisão e suas transformações tecnológicas como as de Arlindo Machado e Newton Cannito; autores e obras que destaquem a linguagem do telejornalismo como Beatriz Becker e Guilherme Jorge de Rezende, entre outros. Trabalhamos com a hipótese de que, apesar do impacto atual das mídias digitais, a televisão brasileira, e em particular o telejornalismo brasileiro, mantêm-se conservadores em matéria de adesão à interatividade, com consequências sobre o seu conteúdo. A relevância da pesquisa está na importância do Jornal Nacional, ainda ser a grande fonte de informação audiovisual do brasileiro, aferido pelos grandes

3º	Dissertação	2016	TELEJORNALISMO E MITO: DA VITÓRIA ANTECIPADA AO FRACASSO DOS "HERÓIS" BRASILEIROS NA COPA DO MUNDO PELA NARRATIVA DO JORNAL NACIONAL	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL	IHITZ, GREETCHEN FERREIRA.
----	-------------	------	--	---	----------------------------

### Resumo

Esta dissertação tem como tema a Copa do Mundo de Futebol na televisão aberta brasileira. O objetivo geral é investigar como o Jornal Nacional constrói o mito do herói nas narrativas sobre os jogadores da Seleção Brasileira de Futebol antes da Copa do Mundo de 2014 e, a partir do momento que os jogadores e os resultados não inspiram confiança, verificar qual é a estratégia utilizada pelo telejornal para não se comprometer em relação à audiência. Integram o corpus desta pesquisa a Série Seleção, exibida antes do megaevento esportivo, e matérias veiculadas durante o Mundial de Futebol. O material foi investigado a partir da Análise de Conteúdo sistematizada por Bardin (2011). Com base nas reportagens analisadas fica evidente que o Jornal Nacional produz um discurso que constrói o herói antes da Copa do Mundo a fim de vender o produto no qual está calcada uma grande cobertura midiática. A Seleção Brasileira é apresentada como vencedora, mesmo antes da competição iniciar. Mas, quando o desempenho não é o mesmo que foi prometido nas histórias das façanhas heroicas dos atletas, a desconstrução dos personagens ganha força pelo uso do estereótipo negativo. Na fundamentação teórica deste estudo foram utilizados, entre outros, os conceitos de Campbell (1990, 2005), Eliade (1989, 2006), Jung (1977), Durand (1997), Morin (1989, 1997), Ferrés (1998), DaMatta (2006), Alsina (2009), Wolton (2006), Motta (2013) e Coutinho (2012).

4º	Dissertação	2014	O julgamento do mensalão no Jornal Nacional: os recursos dramáticos utilizados na construção da narrativa	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL	SARTORI, DEBORA
----	-------------	------	---	---	-----------------

### Resumo

O objetivo desta pesquisa é analisar os recursos dramáticos utilizados na construção da narrativa sobre o julgamento do Mensalão pelo Jornal Nacional. Acredita-se na perspectiva das notícias apresentadas em telejornais como dramas cotidianos e vistas como narrativas sobre o mundo. Como métodos de investigação, utilizou-se a análise da narrativa de forma a atingir os quatro objetivos específicos propostos: identificar o conflito em torno do qual se desenvolveu a história; analisar o papel atribuído aos personagens e a ação deles dentro da narrativa; buscar modelos de roteiro da informação nas reportagens e avaliar a existência de tom moralista na fiscalização de condutas explicitadas nas matérias. O corpus de pesquisa inclui vinte reportagens, exibidas pelo Jornal Nacional nos dias 30 e 31 de julho e 23 de outubro de 2012, 18 de setembro e 15 de novembro de 2013. Conclui-se que o conflito teve papel fundamental na narrativa sobre o julgamento do Mensalão e apareceu em 95% das cabeças das reportagens, que são as falas dos âncoras no estúdio para apresentar o material que será exibido. A pesquisa registrou a transformação das fontes de informação em personagens ao longo da história, com o desenvolvimento de treze papéis, entre eles vilão, vítima, herói e defensores. Percebemos, ainda, a existência de dois modelos do que convencionamos chamar de roteiro da informação. Por fim, encontramos, em 80% das unidades de análise, a inclusão de uma lição de fundo moral. Na maioria dos casos, reforçou-se a ideia de punição ao vilão e seus aliados.

5º	Dissertação	2016	JUNHO DE 2013: A EMERGÊNCIA DA MULTIDÃO NO TELEJORNAL (NACIONAL) DA MASSA	UNIVERSIDADE FEEVALE	PIRES, DAIANE
----	-------------	------	---	----------------------	---------------

#### Resumo

A pesquisa compreende a análise de um conjunto de 38 reportagens veiculadas pelo Jornal Nacional, da Rede Globo, no período de 6 a 17 de junho de 2013, que trataram das manifestações realizadas no País nesse período. O objetivo geral do estudo é problematizar a forma como a multidão participante das mobilizações citadas foi apresentada pelo referido programa televisivo. A perspectiva metodológica de análise de conteúdo aferida por Laurence Bardin (1977) guia a escritura do texto. A discussão ganha fôlego com o tensionamento dos conceitos de massas, multidões, multidão e enxames propostos por Jean Baudrillard (2004), Gustave Le Bon (2008), Mário Gonçalves Viana (19-), Michael Hardt e Antonio Negri (2012) e Zygmunt Bauman (2003, 2007, 2008a, 2008b, 2013). Já o debate sobre as funções do Jornalismo e da televisão é feito, especialmente, desde as perspectivas de Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003), Miquel Alsina (2009) e Patrick Charaudeau (2013).

6º	Dissertação	2014	A DIFUSÃO DE REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DOS DIREITOS HUMANOS PELO JORNAL NACIONAL	UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA/JOÃO PESSOA	SANTOS, ANDERSON MATHIAS DIAS.
----	-------------	------	---	---	--------------------------------

#### Resumo

Diversas pesquisas têm mostrado o papel da imprensa, e particularmente da televisão, na formação e difusão de Representações Sociais. Em relação à televisão, tem sido destacada a importância dos telejornais como fonte de informação sobre os Direitos Humanos. No presente trabalho analisaram-se as representações sociais dos Direitos Humanos difundidas pelo telejornal de maior audiência no Brasil – Jornal Nacional. Nesta análise, buscou-se verificar: 1) quais Direitos Humanos eram veiculados pelo Jornal Nacional; 2) qual a forma como esses direitos eram veiculados; 3) como os direitos se agrupavam no discurso jornalístico; 4) possíveis diferenças na cobertura do telejornal de acordo com os tipos de direitos veiculados e; 5) se havia a defesa dos direitos veiculados e a quais direitos esses posicionamentos aparecem relacionados. A amostra foi composta por 277 notícias e reportagens referentes aos Direitos Humanos, provenientes de 54 edições consecutivas do Jornal Nacional veiculadas entre 16/04/2012 e 16/06/2012. Na amostra não constaram reportagens internacionais, sobre esportes e política. O corpus constituído foi analisado por meio do software Alceste. Dentre os resultados foi possível verificar que o conteúdo da amostra agrupava-se em quatro classes: Crimes contra os Direitos Individuais, Aspectos Econômicos dos Direitos, Direitos relativos ao Trânsito e Direito a Proteção diante de Catástrofes. A classe dos Crimes contra os Direitos Individuais (31% das UCEs selecionadas) incluiu o direito à vida, contra a violação do corpo e segurança pública. Nesta classe, foi enfatizada principalmente a violação dos direitos individuais; foi característica da cobertura desses direitos o uso da notícia curta e descontextualizada e, em geral, não se verificou a defesa dos direitos violados. A classe Aspectos Econômicos dos Direitos (33%) incluiu os direitos ao meio-ambiente, trabalhistas e do consumidor. Foram características conscientização e o uso de estatísticas; a principal abordagem nesta

classe foi a que englobava a notícia seguida de uma reportagem esclarecedora e, em geral, verificou-se a defesa dos direitos veiculados. A classe dos Direitos relativos ao Trânsito (24%) incluiu os direitos de segurança no trânsito, transporte público e greve. A forma de cobertura típica desta classe foram as reportagens longas e contextualizadas; verificou-se, nesta classe, a defesa dos direitos de segurança no trânsito e transporte público e a crítica ao direito de greve; por fim, a classe do Direito a Proteção diante de Catástrofes (12%) incluiu notícias e reportagens acerca de tragédias, notadamente, a seca no Nordeste e enchentes no Amazonas. O tipo de cobertura variou nesta classe entre as reportagens e as notícias seguidas das reportagens; o foco se concentrou no sofrimento dos moradores diante das tragédias e não se verificou a defesa dos direitos desses moradores. Por meio da literatura acerca da Teoria das Representações Sociais, dos Direitos Humanos e da Mídia discutem-se as diferenças apresentadas pelo Jornal Nacional na forma de cobertura de acordo com as classes de direitos sendo os direitos consensuais promovidos e os polêmicos evitados. Discute-se também o uso de especialistas nos temas ligados à economia e o apelo ao sofrimento das vítimas de catástrofes

7º	Dissertação	2015	Entre o espetáculo e o debate público: enquadramentos sobre as manifestações de junho de 2013 no Jornal Nacional e no Repórter Brasil	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL	BORGES, TIAGO GAUTIER FERREIRA
----	-------------	------	---	---	--------------------------------

#### Resumo

Este trabalho consiste em uma análise dos enquadramentos construídos durante a cobertura das manifestações de junho de 2013 no Brasil por dois telejornais: o Jornal Nacional, principal telejornal da maior emissora de televisão comercial em alcance e audiência, a TV Globo; e o Repórter Brasil, programa mais importante do jornalismo da TV Brasil, única emissora pública brasileira de alcance nacional. O referencial teórico inclui: as relações entre comunicação e política, especialmente os conceitos de comunicação pública, marcada pelo debate acerca de temas de interesse público, e o espetáculo, caracterizado pela passionalidade; o poder da televisão e a sua relação com o jornalismo; e acontecimento público, enquanto tipo de acontecimento que articula sociedade, mídia e política. O conceito teórico-metodológico que fundamenta as análises é o enquadramento. Foram analisados sete edições de cada telejornal, correspondentes aos dias 13, 20, 21, 22, 24, 25 e 26 de junho de 2013. Como resultado da pesquisa, é possível afirmar que a cobertura factual do Jornal Nacional privilegiou a emoção e a constituição do espetáculo político-midiático, enquanto a cobertura do Repórter Brasil distanciou-se dos fatos a fim de aprofundar o debate sobre os temas de interesse público envolvidos no acontecimento.

8º	Tese	2013	A ciência no Jornal Nacional e na percepção do público	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO	SILVA, MARINA RAMALHO E
----	------	------	--	--	-------------------------

#### Resumo

A ciência e a tecnologia permeiam diversas esferas da vida pública e privada: a todo o momento, cidadãos lidam, em maior ou menor medida, com algum aspecto da ciência. Ainda assim, a ciência praticada pelos cientistas dificilmente corresponde à ciência que

habita o senso comum, marcada, muitas vezes, por estereótipos. Distorções nesse percurso – entre a Academia e o imaginário popular – podem ter consequências negativas, como a falta de interesse de jovens pelas carreiras científicas, a supervalorização acrítica da ciência e a formação de uma sociedade despreparada para participar de decisões políticas que envolvam conhecimentos científicos. Por isso, são tão importantes ações para o fortalecimento dos laços entre ciência, tecnologia e sociedade, ações que chamaremos aqui de iniciativas de divulgação científica. Nossos objetivos neste trabalho são analisar como a ciência e a tecnologia são retratadas no principal telejornal brasileiro, o Jornal Nacional (da Rede Globo), identificar alguns aspectos da dinâmica de produção deste informativo que possam ter reflexos nessa cobertura e investigar como tais conteúdos são percebidos e apropriados por alguns grupos de telespectadores. Para isso, foram coletadas as notícias de C&T transmitidas nesse telejornal ao longo de um ano, entre 2009 e 2010 (uma amostra formada por meio da técnica de semana construída), as quais foram submetidas a um protocolo de análise de conteúdo, para identificar suas principais características. Uma entrevista foi feita com o editor-chefe do Jornal Nacional e nove grupos focais foram realizados – com recortes baseados em faixa etária e de renda. Buscamos, assim, identificar indícios da percepção desses grupos sobre ciência, tecnologia e seus atores e como essa percepção dialoga com a imagem sobre ciência, tecnologia e cientistas transmitida pelo Jornal Nacional. Identificamos 77 matérias de ciência, que ocuparam uma média de 7,4% do tempo diário do programa, evidenciando que o tema faz parte da agenda do JN. Observamos ainda que: a maioria das matérias enfatizou o anúncio de resultados de pesquisas; as principais áreas abordadas foram medicina e saúde; a ciência nacional ganhou destaque na cobertura; pesquisadores e instituições científicas representaram as principais fontes das matérias; os cientistas foram retratados principalmente em escritórios e, quando estes profissionais eram entrevistados, as mulheres foram minoria. A abordagem da ciência foi mais positiva que negativa e aspectos controversos foram pouco explorados. Do ponto de vista dos receptores, verificamos, entre outros aspectos, que, nos grupos estudados, a ciência esteve vinculada mais fortemente a aspectos positivos e a seus produtos concretos. A imagem do cientista esteve associada a estereótipos físicos e comportamentais. A estratégia narrativa de “personalização” foi bem recebida pela maior parte dos participantes, que, entretanto, opinaram que a cobertura de C&T pelo JN é reduzida, superficial e descontínua.

9º	Dissertação	2014	A cobertura do Código Florestal Brasileiro no Jornal Nacional	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL	TEIXEIRA, TAIS GARCIA
----	-------------	------	---	---	-----------------------

#### Resumo

A presente dissertação tem como objetivo analisar a cobertura sobre o Código Florestal Brasileiro no Jornal Nacional de março de 2012 até maio de 2013. Utilizamos a metodologia de Análise de Conteúdo para verificar quais os valores-notícia de seleção e de construção que mais apareceram nas categorias de questão ambiental e política. Examinamos também quais foram as fontes mais consultadas no período de análise. Os valores-notícia de seleção mais usados foram conflito ou controvérsia, notoriedade e tempo (efeméride) nas duas questões. Os valores-notícia de seleção que apareceram mais nas duas questões foram dramatização e personalização, o valor de amplificação apareceu mais na questão política e o de simplificação na questão ambiental. As fontes mais utilizadas foram as primárias, oficiais e testemunhos. Em 2013, o Jornal Nacional não apresentou nenhuma matéria sobre o Código Florestal, nem em maio quando

completou um ano de vigência. Concluímos que o foco ambiental foi preterido por uma cobertura política focada na disputa entre parlamentares ruralistas e ambientalistas em torno da redação do novo texto e do processo de votação

10º	Dissertação	2015	Corporalidade dos Apresentadores Como Sujeito da Notícia na Sociedade Dos Meios e Em Vias De Midiatização: Cobertura dos Movimentos Sociais Direta Já e Passe Livre pelo Jornal Nacional	UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA/JOÃO PESSOA	EVANGELISTA, AMANDA FALCAO
-----	-------------	------	--	---	----------------------------

### Resumo

Análise da significação do corpo dos apresentadores do Jornal Nacional na cobertura dos movimentos sociais “Diretas Já” e “Passe Livre”. Concretamente, procura-se investigar esse processo de significação tomando esses movimentos sociais, respectivamente, como representativos da “sociedade dos meios” e da “sociedade em vias de midiatização”, com base em Fausto Neto (2008). Trabalha-se com o conceito de corpo adotado por Rosário (2002) e Santaella (2004), enquanto corpo que transcende a matéria orgânica, constituindo-se nas relações corpo-mente como um fenômeno de cultura e de comunicação, dotado de recursos estratégicos de composição televisual, institucional e de elementos idiossincráticos, sentimento, experiência, competência, entre outros. Desta forma, verificam-se características próprias da persona em composição com os outros elementos citados, nos moldes de um “corpo telejornalístico” que é sujeito da enunciação e do enunciado. Parte-se do pressuposto de que a mediação dos corpos dos sujeitos apresentadores constroem sentidos nos telejornais e que esse processo de organização tecno-discursiva afeta e é afetado pela injunção de distintas questões, as quais se enfatizam particularmente: perfil editorial; pacto sobre o papel do jornalismo; modalidade de notícia; competências tecnológicas e distintas concepções de jornalismo acerca das duas sociedades investigadas. Concebe-se notícia como representação social da realidade com Alsina (1996) e telejornalismo na perspectiva de produção de sentido. Adota-se a Metodologia de Análise de Telejornalismo proposta por Gomes (2007), trabalhando com a autora seus conceitos metodológicos de gênero televisivo e modo de endereçamento. Utiliza-se dos “operadores analíticos”, indicados pela autora, entendidos como “lugares de ver”: mediador, contexto comunicativo, organização temática e pacto sobre o papel do jornalismo. Na cobertura do movimento “Passe Livre” os corpos dos apresentadores do Jornal Nacional apesar de estarem inseridos na “sociedade em vias de midiatização”, no qual os jornalistas perdem força de mediação, se utilizam de mecanismos para minimizar a presença dos atores sociais no seu funcionamento tecno-discursivo, como estratégia de preservação do papel de mediador único da notícia nos moldes da “sociedade dos meios”. Comunicação. Corpo Televisivo. Midiatização. Movimentos Sociais. Jornal Nacional.

11º	Dissertação	2013	MUDANÇAS NA PRÁTICA SOCIAL DO TELEJORNALISMO: UMA ANÁLISE DO	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE	TELES, JULIANA VASCONCELLOS
-----	-------------	------	--	---	-----------------------------

			PROJETO JN NO AR (TV E BLOG) E DAS MEDIAÇÕES COM ESPECTADOR		
--	--	--	--	--	--

#### Resumo

Em um momento de convergência midiática, o telejornalismo encontra-se em transição. A notícia passa a não ser transmitida ao telespectador apenas durante o telejornal, mas é difundida em outras plataformas, como em sites, blogs, twitter, facebook. Este trabalho tem como objetivo apresentar a apropriação da internet pelo Jornal Nacional. Para tanto, lançou-se mão da análise de conteúdo das reportagens realizadas em cidades dos nove estados localizados na região nordeste do Brasil que foram veiculadas no telejornal da Rede Globo e publicadas no blog oficial do projeto especial JN no Ar, entre os dias 31 de agosto e primeiro de outubro de 2010. O objetivo desta pesquisa foi verificar as diferenças entre o conteúdo televisivo e eletrônico e as suas inter-relações. Como base conceitual e teórica apoiada na comunicação linear e em rede.

12º	Dissertação	2014	SUÍTE NO TELEJORNALISMO: o agendamento dos fatos no Jornal Nacional	UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO	ALENCAR, HELENA CASTRO DE
-----	-------------	------	--	--	---------------------------------

#### Resumo

As suítes telejornalísticas são o objeto desta pesquisa – uma noção amplamente utilizada na prática profissional no Brasil, mas ainda pouco discutida academicamente. Para isso, foram utilizadas como fundamentação teórica as abordagens do construtivismo social, com base nos estudos e teorias do jornalismo, com destaque para a perspectiva do agendamento. Entendemos que a suíte telejornalística pode ser estudada como um tipo de agendamento que propomos de curto prazo. As discussões teóricas se articulam com o trabalho empírico de análise de conteúdo das edições do Jornal Nacional, da Rede Globo, veiculadas entre os dias 1º de janeiro e 30 de junho de 2012, totalizando 156 programas. Observamos que as chamadas suítes telejornalísticas possuem repercussões importantes no agendamento da sociedade em torno de determinadas pautas jornalísticas, influenciando, portanto, a visão de mundo preponderante, de acordo com a perspectiva de construção social da realidade e da agenda-setting theory.

13º	Dissertação	2015	Voto obrigatório e consumo de informação no Brasil	UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO	BRUCE, RAPHAEL GUINANCIO
-----	-------------	------	--	------------------------------	--------------------------------

#### Resumo

Pessoas que são obrigadas a votar procuram fazer isso de maneira informada? Essa dissertação procura saber se a lei de voto obrigatório brasileira induz eleitores a consumirem mais informação via noticiários televisivos. Mais especificamente, procuramos saber se o consumo de informações via o noticiário Jornal Nacional, transmitido pela Rede Globo, aumenta em decorrência da exposição à lei. No Brasil, todo cidadão alfabetizado com idade maior que dezoito e menor que setenta anos está sujeito a uma série de punições caso se abstenha sem justificativa nas eleições. Isso gera um experimento natural que nos permite utilizar a técnica de regressão descontínua para recuperar o efeito causal dessa lei sobre o consumo de informação por parte dos eleitores. Encontramos um aumento de 10,4% na probabilidade do eleitor jovem assistir o programa Jornal Nacional que pode ser atribuído especificamente ao

fato desse cidadão ser obrigado a votar. Nenhum efeito é encontrado para cidadãos que deixam de ser obrigados aos setenta anos de idade.

14°	Dissertação	2014	VARIAÇÃO PRONOMINAL (NÓS/A GENTE) NOS TELEJORNALS NACIONAIS DA REDE GLOBO	UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ	TAVARES, NILCEU ROMI KEREZCZ
-----	-------------	------	---	--------------------------------	------------------------------

#### Resumo

O presente trabalho visa ao estudo da alternância nós/a gente na fala dos apresentadores dos principais telejornais nacionais da emissora de televisão Rede Globo, sendo eles: Bom Dia Brasil, Jornal Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo. A pesquisa foi desenvolvida com base nos pressupostos teóricos e metodológicos da Sociolinguística Variacionista, em que são analisados os possíveis condicionadores linguísticos e sociais para entendimento do fenômeno em questão (LABOV, 1972). O corpus foi constituído por gravações dos telejornais e transcrição da fala dos âncoras, que depois foram codificadas para serem rodados pelo programa computacional Goldvarb 2001. O estudo teve como principal objetivo verificar se a variação entre os pronomes nós e a gente está presente na fala dos âncoras dos telejornais investigados. Elegemos os programas de televisão para análise uma vez que Tarallo (1999) propõe que os meios de comunicação sejam estudados com a finalidade de comprovar a presença dos fenômenos variacionais na língua. Obtivemos como resultado geral do estudo sobre a alternância pronominal nós/a gente nos telejornais Jornal Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo, o uso maior do pronome a gente que o de nós como referência à primeira pessoa do plural. Verificamos que foram as variáveis Presença Ausência do Pronome, Sexo/Gênero e Telejornais que se constituíram como os fatores mais relevante para determinar a mudança em direção à substituição de nós por a gente, apontando para a mudança em progresso da forma inovadora.

15°	Dissertação	2013	O mundo possível do JN: A narrativa “do que mais importante aconteceu no dia no Brasil e no mundo”	UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS	SANTOS, JOAO VITOR DOS
-----	-------------	------	--	---------------------------------------	------------------------

#### Resumo

A presente pesquisa observa como se desenvolve a narrativa no telejornal, a partir da eclosão de acontecimentos. Na amostra de cinco edições, de maio de 2011, do Jornal Nacional, observa-se a constituição de mundos narrados a partir de um jornalismo de televisão. Para isso, são constituídas grades de entendimento que organizam os movimentos do objeto empírico em diferentes níveis, da forma ao conteúdo. Conceitos como vivência e experiência, realidade e ficção, entre outros, são acionados para entender um mundo constituído pela narrativa telejornalística do JN. Ao final do percurso de pesquisa se descortina “O MUNDO POSSÍVEL DO JN: A narrativa ‘do que mais importante aconteceu no dia no Brasil e no Mundo’” como a constituição de uma realidade que se situa num entremeio entre realidade e ficção, sustentada não pela experiência de um agente, mas pela vivência de todos que constituem o processo produtivo em telejornalismo, baseados em princípios do televisual e do jornalismo.

16°	Dissertação	2013	Telejornalismo, Identidades e Deficiência Visual:	UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA	MACHADO, MARCELLO PEREIRA
-----	-------------	------	---	--------------------------------------	---------------------------

			representação e recepção midiáticas junto a pessoas com deficiência visual		
--	--	--	--	--	--

### Resumo

Na realidade contemporânea global, em que a deficiência visual atinge cerca de 45 milhões de pessoas, a Dissertação relaciona-se ao campo de estudos sobre comunicação (mídia e recepção), identidades e deficiência, passando por tópicos como deficiência visual, televisão, telejornalismo, imagem, representação, inclusão social, cidadania e direito à informação e à comunicação. A proposta se baseia em duas questões principais: analisar que representação o principal noticiário televisivo brasileiro (Jornal Nacional, da Rede Globo) faz do deficiente visual, com base em uma análise textual de TV aplicada a 16 matérias sobre o assunto, veiculadas durante o ano de 2011 (janeiro a dezembro); e verificar, em uma pesquisa de recepção com grupo focal formado por oito deficientes visuais, como estes interpretam tal representação, observando, por exemplo, se eles se sentem identificados com a mesma e respeitados pelo referido telejornal. As abordagens teóricas e empíricas estão organizadas em quatro capítulos que compõem o estudo: “Deficiência visual: perspectivas científica e social”; “Comunicação midiática e identidades”; “Representação midiática do deficiente visual no Jornal Nacional: análise textual de matérias”; e “Identidades e recepção telejornalística por deficientes visuais: pesquisa com grupo focal”.

17º	Tese	2015	COMPLEXIFICAÇÃO DA ZONA DE CONTATO NA AMBIÊNCIA MUDIATIZADA Um estudo da interação do Jornal Nacional com os receptores na fan page no Facebook	UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS	SGORLA, FABIANE
-----	------	------	---	---------------------------------------	-----------------

### Resumo

Esta pesquisa propõe um estudo de caso do telejornal Jornal Nacional (JN), da Rede Globo de Televisão, que analisa disposição e da circulação discursiva que se realiza na manifestação como zona de contato expandida na rede social Facebook, de outubro de 2011 a fevereiro de 2015. O estudo é situado nos aportes da midiatização e, primeiramente, objetiva desenvolver uma discussão sobre esse conceito, abarcando o entendimento de que a presença intensa e acelerada de mídias na sociedade entabula uma ambiência que afeta todos os setores sociais de diferentes maneiras. Em seguida, discute a compreensão de zona de contato, como instância de contato e interacional entre produtores e receptores, e levanta elementos sobre as formas interacionais da televisão e do telejornalismo no passar dos anos, com ênfase no atual estágio da midiatização. Através de uma análise qualitativa das disposições e das operações discursivas, a pesquisa apreende que o telejornal desenvolve uma atividade coordenada e auto reflexiva na rede social Facebook, com vistas a criar rotinas e vínculos com o ator social e que as interações por parte do telejornal também acontecem, mas não ponto a ponto com o usuário. Na zona, o ator social participa do fluxo comunicacional que se realiza de modo contínuo e revela a diversidade de suas lógicas. Nessa perspectiva, a fan page do JN no Facebook é campo para uma nova ordem de midiatização do televisivo, quando o mostra a partir de outra força interacional, bem como, é campo

para a midiatização do ator social, que oferta sentidos à sociedade e ao televisivo e participa de processos de coenunciação.

18º	Dissertação	2014	Gênero, Ciência e TV: representação dos cientistas nos programas	FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ	PEDREIRA, ANNA ELISA FIGUEIREDO
-----	-------------	------	--	-----------------------	---------------------------------

#### Resumo

Neste estudo, analisamos a representação de homens e mulheres cientistas entrevistados pelo Jornal Nacional, telejornal exibido de segunda-feira a sábado, e pelo Fantástico, revista eletrônica dominical, ambos exibidos pela Rede Globo, emissora de maior audiência no Brasil. Para isso, nos baseamos em uma pesquisa de abordagem qualitativa, em que analisamos características dos cientistas, incluindo: sexo, tempo de duração total da matéria, tempo de duração total da notícia, tema da matéria, idade aparente, cor da pele, instituições, nacionalidade, tipo de inserção na notícia, ícones associados às atividades científicas e cenários em que os/as cientistas foram filmados/as. Analisamos 169 cientistas identificados nas matérias jornalísticas, em um período de 12 meses (de abril de 2009 a março de 2010). Nossos resultados mostram que a imagem de cientista mais recorrente, nos dois programas televisivos analisados, é a de homem, branco, de idade aparente madura. Sua inserção na matéria jornalística, em grande medida, limita-se a ser uma fonte para comentar um fato científico, ou seja, a maioria dos cientistas de nosso corpus não é protagonista no estudo científico retratado pela mídia ou líder da pesquisa ou mesmo como integrante da equipe. Já as mulheres cientistas, quando aparecem nos programas televisivos, são mais jovens do que os homens cientistas representados pelos mesmos; igualmente, em grande parte, são brancas. Também observamos uma presença maior de cientistas brasileiros, de ambos os sexos, em comparação a estrangeiros, nos programas televisivos analisados; no Jornal Nacional, por exemplo, nenhuma mulher cientista foi entrevistada. São praticamente inexistentes cientistas \2013 homens ou mulheres \2013 negros, pardos, asiáticos ou indígenas, evidenciando uma exclusão social que pode retratar a realidade da ciência brasileira e contribuir para a formação do imaginário social do profissional da ciência. O programa televisivo analisado priorizou pesquisas relacionadas a instituições brasileiras, com destaque para aquelas sediadas nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo. A partir de uma análise descritiva dos cientistas homens e mulheres que apareceram nos programas televisivos analisados, propomos os \2013Retratos Jornalísticos dos Cientistas\2013 em um total de oito \2013, inspirados em estudos realizados por Flicker (2003). Acreditamos que nosso estudo pode contribuir para uma reflexão sobre a representação de cientistas homens e mulheres na TV brasileira, em particular nos programas analisados, que pode ajudar na capacitação de jornalistas e na consolidação de ações dedicadas às jovens do sexo feminino em fase de escolha profissional

19º	Dissertação	2014	COBERTURA INTERNACIONAL, MEDIADORES E CONTEXTOS DE USO DE TECNOLOGIAS NO JORNAL NACIONAL	UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA/JOÃO PESSOA	CAVALCANTI, ANA CAROLINA VANDERLEI
-----	-------------	------	--	---	------------------------------------

#### Resumo

Os correspondentes e enviados especiais representam, no exterior, os veículos de comunicação para os quais trabalham. Eles são os mediadores responsáveis por testemunhar e traduzir fatos e acontecimentos internacionais para o público de seus países de origem. Desde o surgimento profissional da função, cumprem a tarefa de fazer a notícia atravessar “fronteiras”, recorrendo às tecnologias disponíveis em cada época. Nesta pesquisa, nosso olhar se volta para os correspondentes e enviados especiais da Rede Globo que, a serviço do Jornal Nacional (JN), no primeiro semestre de 2011, viveram uma fase singular de apropriações da linguagem digital, incorporando dispositivos tecnológicos como o celular e a webcam, assim como também o “via internet”, em suas reportagens e entradas ao vivo. O telejornal de maior prestígio no Brasil adotava, ali, uma prática discursiva cada vez mais comum nos meios de comunicação, a autorreferencialidade (FAUSTO NETO, 2008), assumindo os meios utilizados por suas equipes para apresentar as notícias internacionais aos brasileiros, ao mesmo tempo em que reforçava seu posicionamento frente às novas tecnologias (GOMES, 2012). A pesquisa toma como referência metodológica os operadores de análise do Modo de Endereçamento do programa, desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornais, da Universidade Federal da Bahia, associados ao conceito de Gênero Televisivo. Assim, valorizamos e colocamos em perspectiva o contexto profissional e cultural em que a prática jornalística se deu. A intenção é interpretar o papel dos mediadores na incorporação desses novos dispositivos tecnológicos e compreender de que forma variáveis como a conjuntura dos fatos noticiados, seja de exceção ou de rotina, e a própria relevância das notícias ou das fontes entrevistadas pela reportagem agem sobre a necessidade de adoção dessas tecnologias. Também tentamos entender o significado dessas práticas incorporadas pela cobertura internacional do JN, interpretando de que forma a apropriação dos dispositivos tecnológicos pelos correspondentes e enviados ressignifica a notícia, bem como reforça a imagem de credibilidade e atualidade do telejornal. E, por fim, procuramos analisar se tais usos indicam apenas improvisação pontual, devido a situações extremas ou se apontam também para a necessidade de experimentação e incorporação de novas linguagens pelo Jornal Nacional.

20º	Tese	2013	A voz na apresentação do telejornal: um estudo enunciativo do jornal nacional da rede globo	UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL	COSTA, EDA MARIZA FRANCO DA
-----	------	------	---	---	-----------------------------

Resumo

Este trabalho propõe-se a compreender os recursos da “chamada” objetividade da mídia televisiva utilizados nos telejornais e a manifestação do sujeito nesse contexto. Propõe-se ver, também, como a voz – ao mostrar (ou não) o sentido do e no discurso televisivo – participa dessa manifestação. A abordagem teórica apoia-se na interpretação de alguns textos dos Problemas de Linguística Geral I(1966/1995) e II (1974/1989), do linguista Émile Benveniste, e de textos da Teoria do Ritmo desenvolvida por Henri Meschonnic (1982). A construção de um referencial teórico com base em Benveniste e Meschonnic destina-se à análise do processo enunciativo, do ritmo, da historicidade e da voz, e permite melhor entender o sentido e os sentidos da voz nos telejornais. Assim, esta tese toma como objeto de estudo a voz no contexto televisivo, mais especificamente nos telejornais, e elege a apresentação do Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão como exemplo. A hipótese desenvolvida é a de que, nos telejornais, acontecem processos enunciativos, na narração de eventos em que, pela voz, compoem a linguagem televisiva, o locutor pode até mesmo contradizer o sentido das palavras do

discurso televisivo e, de certa forma direcionar, o interlocutor, ao mesmo tempo em que, ele (locutor), se constitui sujeito no seu discurso. O trabalho elege como locus alguns exemplos do Jornal Nacional que são apresentados e analisados com a transcrição das notícias. Os dados são analisados com base na metodologia enunciativa de análise de fatos de linguagem. As análises permitem comprovar a hipótese de que a voz participa do processo de enunciação do sujeito, como linguagem, no meio televisivo. Há, portanto, um sujeito que se coloca na sua fala por intermédio, também, da voz, que se constitui no processo enunciativo ao apresentar um telejornal, o que, por sua vez, demonstra que, apesar da aparente objetividade, o telejornal é pleno de subjetividade. Por fim faz-se o esboço de um protocolo de análise enunciativo-perceptivo em linguagem televisiva, decorrente de nossa prática em assessoria vocal na televisão e do estudo teórico propiciado pela Linguística enunciativa via Benveniste e Henri Meschonnic.

21º	Dissertação	2014	LULA: A AVENTURA DO HERÓI ATRAVÉS DA NARRATIVA DO JORNAL NACIONAL	PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL	MULLER, ANGELO ARLINDO CARNIELETTO
-----	-------------	------	---	---	------------------------------------

#### Resumo

Este trabalho apresenta um estudo interdisciplinar sobre a representação da personalidade mítica de Luís Inácio Lula da Silva nos discursos do Jornal Nacional da Rede Globo. A partir da pesquisa sobre os significados das figuras míticas em autores como Mircea Elíade, Claude Levi-Strauss, Gilbert Durand e Raoul Girardet, e tendo por base a proposta de Joseph Campbell (2007), o autor procurou confirmar, utilizando-se do método da Análise do Discurso (AD) francesa, a incidência das reportagens escolhidas como objetos de estudo em momentos que representassem a Partida, Iniciação e Retorno, além da influência do caráter mítico sobre a construção narrativa dos discursos telejornalísticos. O estudo partiu de uma fundamentação teórica que levou em conta o desenvolvimento da figura do Mito a partir das sociedades arcaicas até os dias de hoje, a formação da sociedade do espetáculo e a problematização da TV como veículo de transmissão de mensagens no Brasil. Através da identificação das ideologias presentes e atuantes nos discursos, das contextualizações sócio-históricas dos momentos vividos pelo personagem de Lula nos últimos quarenta anos, foi possível encontrar evidências para o autor confirmar suas hipóteses apoiado nos estudos sobre televisão, jornalismo e mito.

22º	Dissertação	2014	PLURALIDADE NA COBERTURA DO JORNAL NACIONAL SOBRE OS PREPARATIVOS PARA COPA DO MUNDO 2014: Avaliação da conformidade do conteúdo jornalístico com as garantias do documento editorial da Globo	FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	TAVARES, BRUNO DA SILVA
-----	-------------	------	--	--	-------------------------

#### Resumo

Esta dissertação tem como objetivo avaliar o grau de conformidade da cobertura do Jornal Nacional com os requisitos de pluralidade assegurados no documento “Princípios Editoriais das Organizações Globo”, na cobertura dos preparativos para os eventos Copa do Mundo e Copa das Confederações. O trabalho está dividido em duas partes: na primeira é discutida a noção de pluralidade no jornalismo; como este valor está relacionado com o modelo pluralista das teorias democráticas; em qual conjuntura política esta exigência da atividade jornalística ajuda a legitimar o jornalismo como fórum de mediação de posicionamentos diversos e antagônicos. Em paralelo, identificamos o documento de orientação editorial da Rede Globo como ferramenta de processos de accountability, que possibilita a fiscalização do conteúdo jornalístico por parte dos usuários, de modo a verificar se a empresa entrega aquilo que assegura produzir. Os dispositivos orientados para cobrar publicidade dos processos jornalísticos e responsabilização dos que produzem um serviço de natureza pública são entendidos como uma via de fortalecimento da relação produtor-usuário, que concorre para ampliação da responsabilidade social da atividade. Para avaliação da pluralidade, foi empregada uma metodologia, desenvolvida no âmbito do Programa de Pesquisa em Qualidade, Inovação e Tecnologia Aplicadas ao Jornalismo (Qualijor), que avaliou dois aspectos da empresa: o documento de princípios editoriais da Globo; e a cobertura do Jornal Nacional sobre os preparativos dos eventos citados, no tocante ao respeito aos requisitos e à condição para uma cobertura plural: 1) autonomia do veículo em relação às partes; 2) acessibilidade ao debate pelos agentes potencialmente envolvidos; 3) equilíbrio na participação dos envolvidos e 4) responsividade entre as partes e seus pontos de vista. A Rede Globo, enquanto parceira da FIFA e promotora da realização da Copa do Mundo, sedia o debate sobre o evento em seu telejornal, mas é também parte interessada, configurando assim, uma situação de conflito de interesses que põe em xeque a condição elementar para promoção de uma cobertura plural, contradizendo garantias previstas em seu documento. Neste cenário, a pesquisa apura indícios de assimetria entre o que é garantido e o que, de fato, é oferecido pelo jornalismo da emissora no tocante à pluralidade, sugerindo assim, a ampliação no debate sobre mecanismos de fiscalização do conteúdo jornalístico em razão da qualidade pretendida por seus produtores.

23º	Dissertação	2013	A tríade argumentativa no jornal nacional: Ethos, pathos e logos no Caso Realengo	UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA, Salvador	OLIVEIRA, TACIANA GACELIN
-----	-------------	------	---	---	---------------------------

#### Resumo

O trabalho desenvolvido tem como objetivo identificar como a tríade argumentativa (Ethos, Pathos e Logos) pode ser percebida através dos estudos sobre as mídias. A partir do Caso Realengo (acontecimento em que um jovem entrou na escola Tasso da Silveira, no Rio de Janeiro e matou 12 crianças), mostra-se como o Jornal Nacional (JN) repercutiu o assunto a partir de uma maneira própria de observar o mundo e como as estratégias utilizadas pelo telejornal são capazes de persuadir e/ou convencer os telespectadores sobre determinada construção da realidade. Para a análise, foram utilizados sete vídeos da cobertura do JN sobre o Caso Realengo. Dessa forma, é possível perceber como a retórica se configura no espaço midiático e/ou midiaticizado. Sabendo-se que as técnicas utilizadas nos mass media têm a intenção de provocar efeitos, pode-se compreender que a retórica midiaticizada, apesar de apresentar características semelhantes a outros moldes retóricos, possui particularidades que só podem ser alcançadas pela própria estrutura encontrada e viabilizada pelos meios de

comunicação de massa, sobretudo, no que se refere ao tipo de meio (televisão, rádio, internet) em que é veiculada uma notícia, um acontecimento ou um fato.

24°	Dissertação	2014	A saúde do Jornal Nacional	UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO	CARON, EDUARDO
<b>Resumo</b>					
<p>Esse trabalho investiga as matérias jornalísticas do Jornal Nacional, o qual está entre as maiores audiências da TV brasileira há quase meio século, enquanto fonte de representações sociais de saúde e doença, e em particular da saúde pública e do SUS, no Brasil em 2012. Contextualizamos os dados desse estudo na interseção de três campos de problematização: a) De um lado o campo da Saúde Coletiva como referencial que sustenta a construção do SUS enquanto projeto civilizatório nacional. Discute-se a segmentação do sistema sob o impacto do crescimento da saúde como área de negócios, tanto no subsistema privado quanto no provimento público. Como parte da contextualização destas contradições que envolvem o SUS discute-se aspectos históricos da modernidade brasileira da qual o SUS é expoente. b) Um segundo campo trata as questões sobre saúde e saúde pública no contexto dos deslocamentos nas relações sociais e do impacto sobre as instituições entre elas o Estado, correspondente à crise da modernidade que encerra o século XX. Discute-se a expansão dos processos de reificação, a incorporação no cotidiano de tecnologia e conhecimento científico e a geração incessante de necessidades de consumo. c) O terceiro campo é o da saúde no contexto da hipertrofia das telecomunicações que atravessa todos âmbitos da vida social, fazendo da TV a maior referência cultural do país. Neste contexto tratamos as questões relativas à Saúde Coletiva e à sociedade de consumo tal como se apresentaram no Jornal Nacional em 2012. 5 Foram coletadas 246 matérias jornalísticas sobre SAÚDE transmitidas em doze meses de 2012 submetidas à análise do discurso verbal e das imagens apresentadas. Numa primeira aproximação analisamos a amostra nos seguintes temas em ordem decrescente de frequência: Assistência Hospitalar, Ciência &amp; Tecnologia, Hábitos e Comportamento, Mercado, Epidemiologia, Notícias Internacionais, Corporação Médica, Matérias Policiais e Questões Sociais. Dedicou-se especial atenção à Saúde Pública, que está presente em todas as categorias temáticas e metade da amostra, e às matérias sobre Assistência Hospitalar, Ciência &amp; Tecnologia e Mercado, que reúnem 60 por cento da amostra.</p>					

25°	Dissertação	2014	Unidades infotelejournalísticas no Jornal Nacional	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA	SILVA, ANA JULIANA FONTES DA
<b>Resumo</b>					
<p>O trabalho propõe uma reflexão sobre a configuração das unidades infotelejournalísticas do Grafismo Televisual em produtos telejournalísticos, uma vez que se estruturam na articulação de três códigos da linguagem audiovisual: o icônico, o verbal e o sonoro. A pesquisa desenvolve-se no âmbito teórico e empírico, tendo base o Estudo de Caso Ilustrativo em conjunto com técnicas qualitativas e quantitativas, de forma complementar para a compreensão e formulação conceitual, ajudando a evidenciar e analisar os elementos presentes nos recursos gráficos do Jornal Nacional. Os usos desses mecanismos na linguagem televisiva é resultado da produção de novos formatos que se utilizam da visualidade no processo comunicativo. A análise permitiu propor o termo unidades infotelejournalísticas para o uso de recursos gráficos informativos no telejornal, prospectar alguns de seus possíveis usos, marcas, características gerais e um</p>					

agrupamento em tipologias (texto destaque; quadro complementar; fotografias e pinturas; gráficos; mapas, holografias; ilustrações animadas e infografias telejornalísticas). A configuração e a compreensão, de cada elemento dentro da narrativa correspondem a funções específicas, que na maioria dos casos, pode contribuir para trabalhar o conteúdo em uma linguagem mais acessível e ressaltar particularidades de forma sintética, ajudando na compreensão de alguns conteúdos nos produtos televisivos.

26º	Dissertação	2013	INDÚSTRIA CULTURAL DA VIOLÊNCIA: UMA ANÁLISE DA COBERTURA TELEJORNALÍSTICA DO ASSASSINATO DE 12 ESTUDANTES NO BAIRRO DE REALENGO, RIO DE JANEIRO, ABRIL 2011	UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE	BARBOSA, MARIA CRISTINA BRITO
-----	-------------	------	--	--------------------------------------	-------------------------------

Resumo

Esta é uma reflexão sobre a violência exposta pela televisão com enfoque na produção e no consumo de imagens técnicas na lógica de mercantilização da notícia. Sob a ótica de conceitos dos filósofos Régis Debray, Theodor Adorno, Max Horkheimer, Marcia Tiburi e Vilém Flusser, a pesquisa aborda o tema a partir do diálogo teórico entre idolatria da imagem, olhar consumista e aparelho televisão. Busca-se ampliar a investigação da construção da notícia-violência, muitas vezes restrita aos programas sensacionalistas, ao trazer a análise de noticiários diários e semanais qualificados de “sérios”, que não têm no sensacionalismo da violência sua principal matéria-prima. Como objeto empírico de análise, o trabalho traz a observação da notícia produzida a partir do “massacre de Realengo” pelos telejornais noturnos e programas dominicais Jornal Nacional, Jornal da Record, Fantástico e Domingo Espetacular.

27º	Dissertação	2013	A IDENTIDADE DAS VÍTIMAS NA REPRESENTAÇÃO DA VIOLÊNCIA NO TELEJORNALISMO: A COBERTURA DO JN E DO PROFISSÃO REPÓRTER NO TERRITÓRIO DOS MORROS CARIOCAS	UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA, Juiz de Fora	PAULA, LUCIANO TEIXEIRA DE
-----	-------------	------	---	--	----------------------------

Resumo

Nos telejornais e programas de reportagem a temática da violência nas grandes cidades está presente com grande frequência. Por meio de imagens e textos os noticiários televisivos ajudam a construir a imagem da sociedade sobre segurança, território, morros, áreas de risco, assim como dos personagens que habitam esses espaços. Nesse trabalho a proposta é analisar a representação dos morros cariocas em narrativas jornalísticas tomadas como referência para a construção do imaginário sobre os morros cariocas, e relacioná-las à recente cobertura midiática sobre os conflitos entre polícia e traficantes e o processo de reocupação, retomada ou pacificação do Morro do Alemão

e da Favela da Rocinha no Rio de Janeiro. Como método de investigação empírica realizou-se a análise de edições de Jornal Nacional e Profissão Repórter, em busca da identidade das vítimas da violência que emergiu naquela dramaturgia do telejornalismo.

28º	Dissertação	2014	Telejornalismo apócrifo: perspectivas sobre o uso de imagens amadoras e de videovigilância na construção da narrativa telejornalística da era digital'	PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO	ANDRADE, ANA PAULA GOULART DE
-----	-------------	------	--	--	-------------------------------

#### Resumo

Essa dissertação se foca na reflexão sobre o uso de imagens originadas em câmeras amadoras e de videovigilância como prática relativamente nova e, no entanto, crescente na construção de narrativas telejornalísticas – a isso foi atribuído a classificação de “telejornalismo apócrifo”, aquele que se constrói a partir de imagens originadas no exterior do cânone jornalístico. Dessa forma, teoricamente, o trabalho considera apontamentos sobre a relação entre Comunicação e Poder, conceitos básicos das Teorias do Jornalismo, o cenário da convergência digital e as transformações que as tecnologias contemporâneas da comunicação imputam ao Telejornalismo. De forma ensaística, a ideia de “telejornalismo apócrifo”, seus aspectos fundamentais e seus desdobramentos no mercado de trabalho do jornalismo audiovisual se corporificam através de estudo de caso de três telejornais de alcance nacional (Jornal Nacional, Jornal da Record e SBT Brasil) e, ainda, de etnografia baseada na entrevista de oito profissionais da área do telejornalismo.

29º	Dissertação	2013	NOTÍCIAS E NOÇÕES DO VASTO SERTÃO: IMAGENS SERTANEJAS NA LITERATURA E NO TELEJORNALISMO	UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA	CORREIA, THAIC DE CARVALHO
-----	-------------	------	---	---	----------------------------

#### Resumo

O presente trabalho se propõe a estudar o livro *Vidas Secas*, publicado por Graciliano Ramos em 1938, e algumas matérias sobre a seca nordestina veiculadas no Jornal Nacional, principal telejornal da Rede Globo de televisão. Inicialmente, são apresentados alguns conceitos ou definições de sertão, e, ainda, como a Literatura caracterizou as terras sertanejas ao longo dos anos. Logo depois ocorre uma apresentação das primeiras notícias divulgadas sobre o sertão nordestino. Em seguida, busca-se aproximar criticamente a Literatura do Jornalismo através da análise da caracterização dos personagens literários do livro *Vidas Secas*, e dos entrevistados das matérias do Jornal Nacional selecionados para este trabalho. No decorrer do estudo, realizam-se abordagens que visam definir as duas áreas de conhecimento, com possíveis semelhanças e também diferenças entre os dois campos. Efetua-se também um estudo sobre a construção de estereótipos sertanejos propagados pela televisão brasileira, que há décadas, veicula imagens padronizadas sobre a vida dos sertanejos.

30°	Dissertação	2015	DA FELICIDADE À ALEGRIA: OS USOS E AS APROPRIAÇÕES DO TELEJORNAL JORNAL NACIONAL POR FAMÍLIAS DE CLASSE POPULAR	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA	CEHELLA, TISSIANA NOGUEIRA PEREIRA
-----	-------------	------	---	-------------------------------------	------------------------------------

#### Resumo

Esta dissertação é um estudo de recepção de telejornalismo realizado com três famílias de classe popular residentes na região Oeste de Santa Maria, Rio Grande do Sul. O objetivo principal é compreender os usos e as apropriações que essas famílias fazem do Jornal Nacional da Rede Globo de Televisão com base nas mediações comunicativas da cultura: sociabilidade e ritualidade. Para isso, a pesquisa é fundamentada nos Estudos Culturais latino-americanos, principalmente na Teoria das Mediações de Martín-Barbero (1987) e no conceito de classe social de Pierre Bourdieu (2006). A metodologia utilizada é a etnografia crítica da recepção (RONSINI, 2010). Os resultados demonstram que os usos e as apropriações do telejornal pelas famílias são essencialmente determinados pela classe social à qual pertencem, bem como pelos seus capitais cultural, econômico e social. Além disso, estes usos e apropriações são perpassados por questões relacionadas à geração, pois o telejornal tem fundamental importância para os adultos, que assistem e se apropriam das mensagens do telejornal diariamente, diferentemente dos jovens, que o assistem com menor frequência e se interessam por poucas reportagens. Os usos e apropriações também estão relacionados ao gênero, já que a assistência e o uso do telejornal, inúmeras vezes, é diferente para os homens e as mulheres investigados, além da configuração espacial e temporal do espaço doméstico, que é mobilizado por inteiro durante a exibição do programa televisivo. As mediações sociabilidade e ritualidade são fundamentais para a compreensão dos usos e apropriações do telejornal, pois incidem significativamente na configuração destes. As três famílias investigadas elaboram suas representações de classe popular a partir da sua experiência e seu cotidiano, mas também a partir do Jornal Nacional, mesmo que afirmem não se sentirem totalmente representados pelo programa de notícias. O capital cultural das três famílias é elaborado, majoritariamente, a partir da mídia, principalmente com base na televisão (telejornais e telenovelas).

31°	Dissertação	2014	A GRANDE IMPRENSA BRASILEIRA E SEU DISCURSO JORNALÍSTICO AUTORREFERENCIAL RECIFE	UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO	DINIZ, TALITA RAMPAZZO
-----	-------------	------	--	------------------------------------	------------------------

#### Resumo

O estudo aborda a Folha de S. Paulo, a Veja e o Jornal Nacional a partir da premissa de que eles ainda são as maiores expressões da grande imprensa brasileira. No entanto, questiona-se como no cenário atual de tantas transformações na comunicação mantêm essa alta posição no campo jornalístico. O viés escolhido para aferir a sua sobrevivência é o discursivo. Toma-se o pressuposto de que nos mais de 40 anos de suas trajetórias eles edificaram e movimentam uma rede de coerção que auxilia em sua sustentação. Esse funcionamento se dá com a mobilização de mecanismos de controle enunciativo que atuam na orientação de suas falas. Para identificar os modos de ativação disso,

buscaram-se os discursos autorreferenciais e jornalísticos enunciados pelos três a seus respectivos públicos. Isso porque nesses dizeres institucionais as características do enunciador podem ser mais facilmente capturadas. Foram analisados editoriais, edições especiais de aniversário e publicações oficiais, veiculados em um largo período, que se inicia na data de fundação de cada um dos veículos e termina no dia 31 de dezembro de 2013. A apresentação do corpus ocorre em duas frentes concomitantes. Uma traça as histórias particulares das produções com a descrição de seus enunciados e a outra tenta compreender como o desdobramento dessas trajetórias está envolvido na caracterização da imprensa. Toda a análise é desenvolvida utilizando-se disposições dos métodos arqueológico e genealógico de Michel Foucault. Com os capítulos, pode ser acompanhado como o objeto investigado manifestou aos poucos regras às suas enunciações, fundou saberes, estabeleceu relações de poderes, investiu estrategicamente na autoridade e se comporta taticamente. Embora sejam muitas as demandas, os desafios e as reformas executadas, observa-se que nem tudo entra em suas enunciabilidades. Da mesma forma, há enunciados que seguem continuamente repetidos. As inovações e as novidades adotadas ora são festejadas, ora são exibidas como uma característica comum, ora são simplesmente silenciadas. Porém, em cada época, as enunciações adquirem uma função diversa, sempre intrincada ao fortalecimento das produções. Por tudo isso, considera-se que enquanto essas permanecerem em um alto posto no campo jornalístico o jogo de dominação enunciativo sustentado por elas continua influenciando a significação do jornalismo no país, pois os seus comportamentos são determinantes para os efeitos de sentido estabelecidos a essa atividade, inclusive os relativos à sua transformação.