

PESQUISAS DE RECEPÇÃO EM JORNALISMO: o *Jornal Nacional* como objeto de estudo e a identidade como categoria de análise¹
RESEARCH OF JOURNALISM RECEPTION: *Jornal Nacional* as an object of study and identity as a category of analysis

Lourdes Ana Pereira Silva²

Felipe da Costa³

Erika Oikawa⁴

Resumo: Este artigo discute aspectos teórico-metodológicos a partir do estado da arte de cinco dissertações que elegeram o *Jornal Nacional* como objeto de estudo e, a identidade, como categoria de análise no intervalo de 2010-2015. Tais dissertações são oriundas dos dados empíricos da pesquisa intitulada *Meios e Audiências III: reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil* (JACKS, 2017), partiu-se de um total de 46 estudos de recepção. Trabalha-se a partir de duas perspectivas uma, analisar a compreensão teórica de identidade, outra, verificar as premissas relativas ao meio televisão na sua relação com o telejornalismo. Enfim, busca-se identificar a partir desses trabalhos, o que de fato está em jogo na questão das identidades.

Palavras-Chave: *Jornal Nacional. Identidade. Estudos de recepção.*

Abstract: This article discusses the theoretical-methodological aspects from the state of the art of five dissertations that chose *Jornal Nacional* as the object of study and the theme of identity as category of analysis in the interval between 2010-2015. These dissertations are

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiáticos do XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte - MG, 05 a 08 de junho de 2018.

² Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Docente no Programa de Mestrado Interdisciplinar em Ciências Humanas e nos cursos de Publicidade e Jornalismo da Universidade Santo Amaro, em São Paulo, onde coordena o Grupo de Pesquisa Processos Metodológicos. Desde 2008 integra o Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva. Participa como colaboradora do Núcleo de Pesquisa Cultura e Recepção Midiática (PPGCOM/UFRGS). E-mail: lourde_silva@hotmail.com

³ Mestre em Jornalismo (UFSC) e bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo (Univali), Pesquisador do grupo Monitor de Mídia (Univali/CNPq) e aluno da graduação em Relações Públicas (Unisinos – polo Santa Catarina), contato@felipedacosta.com.br.

⁴ Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS). Docente no curso de Comunicação Social do Centro Universitário do Estado do Pará (CESUPA). Pesquisadora do Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva (OBITEL-BRASIL) e do Núcleo de Pesquisa Cultura e Recepção Midiática (PPGCOM/UFRGS). E-mail: erikaoikawa@gmail.com

derived from the empirical data of the study entitled Meios e Audiências III: reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil (JACKS, 2017), starting from a total of 46 reception studies. We work from two perspectives, analyzing the theoretical understanding of identity, and another, verifying the premises related to the television medium in its relation with telejournalism. Finally, it is sought to identify from these works, what is in fact at stake in the question of identities.

Keywords: *Jornal Nacional. Identity. Reception Studies.*

1. Introdução

A televisão ocupa um lugar estratégico nas dinâmicas da cultura cotidiana da sociedade e também nos modos de construir identidades. Ela se constitui uma das mediações históricas mais expressivas de matrizes narrativas do mundo cultural popular (MARTÍN-BARBERO, 2001). Assim, ao encantar ou provocar repugnância, se constitui hoje, simultaneamente, àquilo que Martín-Barbero (2001, p. 26) denomina como “mais sofisticado dispositivo de moldagem e deformação do cotidiano e dos gostos populares”.

O Jornal Nacional, telejornal criado pela Rede Globo em 1969, foi pioneiro em cunhar uma nova linguagem jornalística no Brasil e foi também o primeiro telejornal a ser transmitido em rede. Entre outros atributos, esses possibilitaram que o referido telejornal se consolidasse em um instrumento de unidade nacional.

É fato que a mídia exerce fortes impactos nas práticas e identidades das audiências. Os trabalhos aqui analisados, partem desse pressuposto ao enfatizarem o Jornal Nacional enquanto objeto de estudo. Entre muitas justificativas que evidenciam a relevância deste objeto, ressaltamos seu caráter representativo, visto que o Jornal Nacional se transformou, num rápido período de tempo e com seus altos índices de audiências, o mais importante noticiário brasileiro.

Realizar um estado da arte⁵ pressupõe que se esteja atento às categorias de tempo e espaço⁶ em que os estudos foram produzidos, de modo que as análises realizadas estejam em

⁵ Este artigo contou com a colaboração de John e Oikawa que contribuíram na coleta e análise dos dados da pesquisa que resultou na co-autoria dos capítulos sobre Jornalismo e Identidade do livro citado ao longo deste artigo.

⁶ Ver, por exemplo, Martín-Barbero, que considera as transformações do tempo e do espaço como mediadores, além de outras duas mediações fundamentais para o processo de mudança cultural, a identidade e a tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2003).

consonância com as concepções e práticas presentes em determinados e distintos contextos (sociais, políticos, culturais, etc.). Almejando tais questões, o tópico seguinte apresenta, descreve e analisa cinco trabalhos de um total de 46 estudos de recepção do jornalismo, dentre os quais nove com recorte temático na questão das identidades. Os cinco estudos aqui discutidos têm em comum, provenientes desse universo, o fato de terem escolhido o *Jornal Nacional* como objeto de estudo e a identidade como categoria de análise.

No que se refere aos aspectos metodológicos, ressalta-se que, com relação aos dados primários desta pesquisa, a constituição do corpus passou por várias etapas e utilizou-se de várias fontes: sites dos PPGs de Comunicação, sites das bibliotecas das respectivas universidades, repositórios, Plataforma Sucupira, Banco de Teses e Dissertações da Capes, Currículo Lattes dos orientadores e dos autores.

2. Panorama das pesquisas analisadas

Strelow (2011, p. 67) aponta que “a pesquisa em jornalismo, no Brasil, intensifica-se a partir da década de 1950, com a criação dos primeiros cursos de jornalismo no país”. Entretanto, Berger (2002) afirma que a legitimação do campo de pesquisa em jornalismo acontece apenas na década de 1970. Embora a produção de pesquisa em jornalismo sempre tenha sido expressiva em relação às outras áreas da Comunicação, a preocupação com as audiências do jornalismo ainda é recente. O primeiro trabalho desenvolvido em Programa de Pós-Graduação em Comunicação que se volta às práticas de recepção foi a tese de Carlos Eduardo Lins da Silva defendida em 1984 na USP: *Muito além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional entre trabalhadores*. Na década seguinte, conforme apontado por Jacks, Menezes e Piedras (2008), apenas duas dissertações trataram da recepção de jornalismo, ambas analisando o público infantil.

Somente na década de 2000 que os estudos de audiência de jornalismo foram consolidados nos PPGs em Comunicação no Brasil. John (2014) aponta que entre 2000 e 2009 foram produzidas 44 dissertações e 10 teses, totalizando 54 trabalhos. Levando em consideração que o *corpus* analisado por Jacks et al (2014) foi 209 pesquisas, os trabalhos de jornalismo representaram 25,84% das teses e dissertações que se debruçaram sobre as práticas de recepção no período, sendo inclusive o gênero midiático com a maior quantidade.

Da mesma forma, John, Caminada e Costa (2017) observaram um aumento na produção dos estudos de audiência em jornalismo no sextênio 2000-2015. Desta vez

analisando os trabalhos de recepção e consumo midiático do gênero jornalístico, foram encontrados 46 trabalhos, sendo 43 dissertações e três teses. Conforme os autores, “em comparação à década anterior, é possível projetar um exponencial crescimento no número de dissertações, mas um possível decréscimo na produção de teses, caso a média de produções se mantenham nos próximos anos” (p. 136).

Além do crescimento no número de trabalhos dedicados à relação entre o jornalismo e suas audiências, nota-se ainda uma tendência de aumento desses estudos que também utilizam a identidade como categoria de análise. No período de 2000 a 2009, Wottrich (2014) identificou o total de 51 pesquisas que tiveram a identidade como tema. Até então a telenovela era o gênero com o maior número de trabalhos, 13, enquanto jornalismo teve a incidência de 11. Já segundo Oikawa e Silva (2017, p. 2019) “[...] o período de 2010 a 2015 é marcado por um equilíbrio entre os gêneros jornalístico e telenovela nas pesquisas sobre identidade realizadas no âmbito dos estudos de recepção”. Foram nove trabalhos dedicados à telenovela e nove ao jornalismo.

Desses nove trabalhos envolvendo a recepção do jornalismo e a identidade como categoria de análise no período de 2010 a 2015, chamou-nos a atenção a escolha do Jornal Nacional como objeto de estudo de cinco pesquisadores. Por isso, debruçamos nossa análise para os seguintes trabalhos:

QUADRO 1

Trabalhos de recepção do jornalismo

BARA, Gilze Freitas	Para além do “boa noite”: os apresentadores de telejornais e o processo de identificação com o público
MACHADO, Marcello Pereira	Telejornalismo, Identities e Deficiência Visual: representação e recepção midiáticas junto a pessoas com deficiência visual
SANGLARD, Fernanda Nalon	A representação da política no Jornal Nacional e a construção da notícia das identidades políticas dos jovens juiz-foranos
SCHLAUCHER, Bárbara Garrido de Paiva	Jornalismo, identidade e narrativa audiovisual: consumo e experimentação de conteúdos telejornalísticos por jovens universitários e trabalhadores no contexto da convergência midiática.
SCHNORR, Júlia Mello	Jovens rurais, corações urbanos: Jornal Nacional e as desigualdades sociais do campo

FONTE: Produzido pelos autores.

De modo geral, os estudos de audiência no Brasil são realizados principalmente na região sul e sudeste do país. John, Caminada e Costa (2017) apontam que, no caso do jornalismo no sextênio 2010-2015, há uma predominância da realização das pesquisas nas

universidades de Minas Gerais, sobretudo na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Este dado se repete no recorte aqui analisado, já que dos cinco trabalhos, apenas o de Schnorr (2013) foi produzido na Universidade Federal de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. Isto configura não só a UFJF como um importante centro de pesquisa de recepção do jornalismo, como também na relação entre jornalismo e identidade.

Assim como nos dados totais dos trabalhos de jornalismo, a professora Iluska Maria da Silva Coutinho se destaca como a principal orientadora, com os trabalhos de Bara (2012) e Schlaucher (2014). Ainda da UFJF, aparecem como orientadores Aluizio Ramos Trinta, com Machado (2013), e Paulo Roberto Figueiredo Leal, com o de Sanglard (2012). Já o trabalho de Schnorr (2013) foi orientado por Veneza Mayora Ronsini que, embora não tenha uma tradição de pesquisa em jornalismo, é referência nacional quando se tratados estudos de recepção.

Em relação às abordagens⁷ dos trabalhos, há uma predominância da sociodiscursiva com os trabalhos de Bara (2012), Machado (2013) e Sanglard (2012). Já os trabalhos de Schlaucher (2014) e Schnorr (2013) foram categorizadas como sociocultural. Neste ponto, pode ser considerado um avanço nenhum dos trabalhos utilizar da abordagem comportamental. Entretanto, sendo a identidade baseada na cultura, inclusive como ressaltado em todas as pesquisas, questiona-se o fato de boa parte das pesquisas se basear somente nos discursos dos sujeitos pesquisados, sem considerar os aspectos sociais e culturais em que se encontram.

Embora todas as pesquisas analisadas tenham o Jornal Nacional como objeto de estudo, é de se destacar que duas dissertações (Bara, 2012; Schlaucher, 2014) trabalham na perspectiva do fenômeno da convergência. Bara (2012), ao tentar compreender o papel dos apresentadores no telejornal, também buscou a presença deles em jornais, revistas e na internet. Schlaucher (2014), observou a fruição dos conteúdos televisivos e, desse modo, também contemplou a internet em seu trabalho.

Nas pesquisas analisadas, há uma predominância do método qualitativo, sendo que dos cinco trabalhos este é utilizado por Machado (2013), Schlaucher (2014) e Schnorr (2013).

⁷ Os trabalhos foram classificados de acordo com as abordagens sociocultural, sociodiscursiva e comportamental. As teses e dissertações de abordagem sociocultural são aquelas que trazem “uma visão ampla e complexa do processo de recepção dos produtos midiáticos onde são consideradas múltiplas relações sociais e culturais” (ESCOSTEGUY, 2004, p. 135). Já a abordagem sociodiscursiva está presente naqueles trabalhos que tratam “o discurso dos sujeitos a partir de enfoques teórico-metodológicos que se dedicam à análise dos discursos sociais, os quais emanam da mídia e dos receptores” (JACKS, 2014, p. 14).

Já os trabalhos de Bara (2012) e Sanglard (2012) utilizam método quali-quantitativo. Em relação às técnicas de pesquisa, há uma tendência em utilização de várias técnicas, apenas Machado (2013) utilizou somente uma⁸. Entre as mais utilizadas estão: questionário (3), análise de conteúdo (2), entrevista (2), grupo de discussão (2), grupo focal (2) e etnografia (1).

Com exceção do trabalho de Bara (2012), que compôs seus informantes por homens e mulheres, sem distinção de idade, os demais trabalhos buscaram compor seus sujeitos de pesquisa com jovens. Machado (2013) tem entre seus respondentes jovens e adultos; Sanglard (2012) jovens estudantes; Schlaucher (2014) jovens trabalhadores e universitários e Schnorr (2013), apenas jovens.

3. As pesquisas analisadas e suas noções de identidade(s)

Esse tópico descreve como o conceito de identidade foi apropriado pelos estudos integrantes do corpus deste trabalho. Conforme já explanado, foram analisadas cinco dissertações de mestrado em comunicação que se dedicaram, a partir dos estudos de recepção, analisar o Jornal Nacional na perspectiva da identidade.

Desse modo, o trabalho de Gilze Freitas Bara (2012) quer compreender como se estabelecem os vínculos entre os apresentadores e os telespectadores do Jornal Nacional, ou seja, como tais vínculos efetivam-se em processos de identificação e, conseqüentemente, em fidelização da audiência. A hipótese da pesquisadora é que o(s) apresentador(es) de telejornal desempenha(m) papel essencial no processo de identificação do público com o veículo de comunicação que representa(m).

A noção de identidade no trabalho Bara (2012) é problematizada considerando seus processos de construção, reconstrução e manutenção e, como podemos observar, se balizam principalmente a partir do pensamento do autor Néstor Garcia Canclini.

E como efetivar essas identidades tão fluidas? Narrando-as, especialmente. Construindo-as em narrativas. “A identidade surge, na atual concepção das ciências sociais, não como uma essência intemporal que se manifesta, mas como uma construção imaginária que se narra” (CANCLINI, 2008, p.117). E, nesse sentido, os meios de comunicação têm papel preponderante, pois contribuem para a reelaboração de identidades. Estas, como afirma Canclini (2008), também se configuram e se renovam em cenários informacionais e comunicacionais (BARA, 2012, p.23).

⁸ Como aponta Oikawa e Silva (2017, p. 220), “[...] o uso de apenas uma técnica de pesquisa nem sempre compromete o trabalho”. O grupo focal, “[...] quando bem orientado, permite a reflexão sobre o essencial, o sentido dos valores, dos princípios e motivações que regem os julgamentos e percepções das pessoas” (COSTA, 2006, p. 180).

Para Canclini (2008), a identidade é uma construção que se narra. Nesse sentido, podemos inferir que, tanto a esfera da produção quanto a esfera da recepção, são ativos narradores pois, ao mesmo tempo em que narram, são narrados, isto é, são formados pelas estruturas narrativas influentes de seu tempo, e particularmente dos campos de atuação onde estão inseridos.

A fundamentação teórica de Bara (2012) enfatiza as identidades pós-modernas. Assim, além de estabelecer diálogo com o pensamento de Garcia Canclini, dialoga também com as noções de identidade de Stuart Hall, Kathryn Woodward e Tomaz Tadeu da Silva.

Fernanda Salon Sanglard (2012) reconhece a relevância do jornalismo para a informação da população e a contribuição desse campo para a construção das identidades políticas dos cidadãos. Tem por objetivo de pesquisa compreender como o Jornal Nacional apresenta sua cobertura política, e como esses discursos são apropriados pelos jovens da cidade de Juiz de Fora-MG. A autora defende que a mídia contribui para constituir representações sociais, visto que é produtora de significados e de representações da realidade.

Sanglard (2012), toma por base a noção de identidades dos estudos culturais britânicos, que parte do princípio da existência de identidades múltiplas, transitórias e construídas socialmente, o que proporciona nova compreensão e interpretação sobre o *eu* e o *outro*, a identidade e a diferença.

Sua principal referência é Stuart Hall (2000)

Como o contexto não é fruto de experiências objetivas, entende-se que as identidades ganham sentido a partir da linguagem e da representação simbólica. A identidade também é marcada pela diferença, pois, para existir, depende de uma negação. Ou seja, “a diferença é sustentada pela exclusão” (HALL, 2000, p.9).

A partir de Hall (2000), Sanglard observa que, à medida que os sistemas de significação se multiplicam, os indivíduos se deparam com uma possibilidade imensa de identidades, que vão sendo assumidas de acordo com o momento vivido. A pesquisadora exemplifica relacionando o cidadão contemporâneo e o uso que este faz da tecnologia:

O cidadão contemporâneo que nasceu, ou pelo menos conviveu em boa parte de sua existência com a efervescência tecnológica, tende a inovar nas formas de se relacionar, aprender e transmitir informações. Portanto, ele tem cada vez mais possibilidade de compreender que as identidades não são fixas, e que a construção identitária é um processo de criação de discursos. (SANGLARD, 2012, p.40).

A noção de discurso e de linguagem para compreender as identidades é determinante no trabalho de Sanglard (2012, p. 40): “E é por meio da linguagem e da representação que os meios de comunicação de massa – no caso desta pesquisa, a televisão – atuam como contribuintes para a construção da realidade.

O interesse de Machado (2013), recai em aprofundar os conhecimentos sobre estudos de identidades, representação e recepção midiática da pessoa portadora de deficiência visual. Machado contempla o eixo da produção e da recepção em seus objetivos. Por um lado, que analisar as representações que o Jornal Nacional faz do deficiente visual, por outro, pretende verificar, a partir de um grupo focal com portadores de deficiência visual, como estes interpretam tais representações, observando, por exemplo, se eles se identificam e se se consideram respeitados pelo referido telejornal. Para isto, o pesquisador elege por corpus uma análise textual de TV aplicada a 16 matérias sobre o assunto, veiculadas durante o ano de 2011.

Marcello Pereira Machado também aborda a identidade no contexto da pós-modernidade e elege Hall como seu principal autor de referência.

Abordando a identidade na pós-modernidade, o teórico cultural Stuart Hall observa que as identidades modernas estão sendo descentradas, deslocadas e fragmentadas e diz que as identidades culturais constituem “aspectos de nossas identidades que surgem de nosso ‘pertencimento’ a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais” (MACHADO, 2000, p. 8).

Para a produção da sua pesquisa, Machado se apropria de algumas noções de identidade a partir de Hall (2000), como: a identidade é formada paulatinamente, por meio de processos inconscientes, e não de algo inato; seu caráter de incompletude, relacional, de estar em constante processo, ou seja, está relacionado ao caráter da mudança; da noção do conceito de identificação⁹.

Julia Mello Schnorr (2013) objetiva investigar como os jovens rurais da região central do Rio Grande do Sul, ligados a movimentos sociais interpretam as representações midiáticas relativas às ruralidades ofertadas pelo Jornal Nacional, especialmente àquelas relacionadas ao morador do meio rural e ao seu espaço de vivência e trabalho, aos movimentos sociais do campo.

⁹ Ver Hall (2003). Para o autor, a abordagem discursiva vê a identificação como uma construção, como um processo nunca completado – como algo sempre em processo

A compreensão de identidade em Schnorr (2013) é tecida na relação com o contexto que investiga, a vida cotidiana de jovens rurais. A pesquisadora reafirma o pensamento de Bauman quando diz que

As identidades ao estilo antigo, rígidas e inegociáveis, simplesmente não funcionam. O debate atual sobre identidade ocorre a partir da construção simbólica, em especial no que se refere ao pertencimento de indivíduos, como elementos culturais, de gênero, de classe ou de nação (BAUMAN, 2004, p.33).

Outras noções de identidade podem ser encontrada em Schnorr: a identidade a partir da diáspora (HALL, 2001) e da mestiçagem (MARTÍN-BARBERO, 2007); as identidades por contraste (MARTINS, 2002; 2012) é àquela que se elabora em um processo de diferenciação do outro mediante reforço sistemático dos elementos que lhes sejam incomuns; e as identidades de resistência (CASTELLS, 1996), que, conforme o autor é

criada por atores que se encontram em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica de dominação, construindo, assim, trincheiras de resistência e sobrevivência com base em princípios diferentes dos que permeia, as instituições da sociedade, ou mesmo opostos (CASTELLS, 1996, p.24).

Para Schnorr (2013, p. 105), “esse é o caso de movimentos que valorizam o meio rural através de uma reconfiguração socioeconômica, a exemplo da Economia Solidária e do Cooperativismo”. A pesquisadora exemplifica também a partir de outros movimentos sociais ra ralação com o campo: “Também em casos em que há um retorno ao campo, normalmente como solução encontrada por famílias que não encontraram espaços no meio urbano, a exemplo de diversas famílias que buscam o MST.” (Idem).

Bárbara Garrido de Paiva Schlaucher (2014) visa “diagnosticar como se dá o consumo da informação noticiosa produzida em formato audiovisual para a televisão, e originalmente veiculada em telejornais, entre jovens telespectadores, no caso, trabalhadores e estudantes de jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora (CES/JF)”. (SCHLAUCHER, 2014, p.17). A autora parte do pressuposto que essa geração de telespectadores/usuários não mais se submete ao fluxo televisual da mesma maneira que a geração que os antecedeu.

Schlaucher parte das concepções sociológicas e culturais propostas respectivamente pelo interacionismo simbólico e pelos estudos culturais para pensar o processo de construção de identidades. A pesquisadora define identidade afirmando ser “produção de percepções e

narrativas a respeito de quem se é (e/ou de um grupo) e de seu entorno em relação ao Outro e vice-versa” (SCHLAUCHER, 2014, p.22). Tal processo, continua Schlaucher, é “(...) marcado pela afirmação da semelhança e da diferença e pelas disputas de poder, pode estabelecer diferentes relações de unidade, aceitação, negação e exclusão, demarcando fronteiras.” (idem)

4. Premissas relativas ao meio televisão

De acordo com Garcia Canclini (2008), os processos de globalização tem minimizado a importância dos acontecimentos fundadores e dos territórios que sustentavam a ilusão de identidades a-históricas. É, nesse sentido, que é possível entender que os referentes de identidade atuais se evidenciam principalmente através da mídia (GARCIA CANCLINI, 2008).

No Brasil, a televisão é o meio de comunicação de massa mais estudado nos estudos de comunicação e recepção. Este meio tem contribuído para a organização de identidades como uma construção imaginária que se narra, conforme destacam os trabalhos a seguir.

Bara (2012) evidencia a importância que a televisão tem para os brasileiros, constituindo-se como sua maior fonte de informação. As premissas da autora sobre o meio televisão dialogam com autores como Wolton, Coutinho e Trinta.

A televisão, pois, teria um papel fundamental, na medida em que reafirmaria, cotidianamente, os laços que juntam os cidadãos em uma comunidade. Para isso a TV firma pactos com seus telespectadores. E a cada pacto, segundo Trinta (2008), corresponde um comportamento esportivo bem definido. Ou seja, haveria diversos modos de implicação identitária, mediados pelos programas habitualmente assistidos pelos espectadores. Isso preconiza o processo de identificação via TV.” (p. 32)

Com o subtítulo “Mídia como lugar de projeções identitárias”, Sanglard (2012) dedica um tópico da sua dissertação para problematizar estas questões.

“[...] os meios de comunicação, principalmente os de massa, passaram a dividir com as instituições tradicionais – como Estado, família, escola e religião – a responsabilidade de contribuir com as construções identitárias da sociedade – muitas vezes, é atribuído à mídia papel preponderante nesse processo.” (p. 39)

Sanglard (2012) expressa sua premissa quanto ao e-mail e também ao gênero jornalístico. A autora defende que

(...) as produções jornalísticas são espécies de narrativas do mundo vivido, que, a partir dos “óculos” usados pelos jornalistas e editores, políticas editoriais das empresas jornalísticas e percepções pessoais dos profissionais que estiveram diante dos fatos, recontam aquilo que julgam ser de interesse da população.” (p.40)

Para a construção de suas premissas sobre a televisão, Machado (2014) parte de Marcondes Filho¹⁰ (1988), para quem a televisão integra o universo da fantasia (mental, interno, subjetivo e repleto de sonhos, expectativas, desejos), e não das obrigações (sociais, espirituais, cívicas), ainda que a TV exiba telejornais; Wolton¹¹ (1996), a televisão constitui uma forma de laço social; Baudrillard¹² (1999) com o conceito de *telecentrismo*; Orozco Gomez¹³ (1996) com a noção de *televidência*.

No tópico *Televisão e telejornalismo na cultura brasileira*, Schnorr (2013) expressa suas premissas sobre o meio televisão ao se posicionar

Ao pensar a televisão como um meio de comunicação, não a colocamos no processo comunicacional como onipresente. No entanto, entendemos a televisão como parte importante da vida cultural brasileira, o que ajuda a justificar o fato de estudá-la no contexto do advento de diversas outras plataformas, como *smartphones e tablets* (SCHNORR, 2013, p. 71).

Schnorr (2013) evidencia o papel que a televisão goza na sociedade brasileira sem deixar de atentar para a necessidade de subverter as atuais convenções de tempo e espaço que as plataformas móveis e o fenômeno da conexão e da convergência possibilitam. A autora ressalta ainda a capacidade que a televisão tem de gerar diálogos e corroborar argumentos. Destaca a importância da imagem, o que contribui para a televisão seja uma importante referência sociocultural.

Schlaucher (2014), logo na introdução do seu trabalho, destaca sua premissa quanto ao meio, enfatizando a conexão e a convergência midiática. A partir de Jenkins (2009)¹⁴, a pesquisadora sinaliza para o fato de que, cada vez mais seremos levados a estabelecer conexões em meio a produtos midiáticos dispersos. Como consequência do acesso mais rápido e fácil a uma quantidade abundante de informação, o comportamento do público e das

¹⁰ Cf. MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

¹¹ Cf. WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ed. Ática, 1996.

¹² Cf. BRAUDRILLARD, Jean. **Tela-total: mito-ironias da era virtual e da imagem**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 1999.

¹³ Cf. OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **Televisión y audiencias**. Um enfoque qualitativo. Madrid: Ediciones de la Torre/Universidad Iberoamericana, 1996.

¹⁴ Cf. JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

empresas informativas passam por mudanças profundas, impactando no relacionamento entre pessoas e meios de comunicação que afeta não só a forma com que os conteúdos jornalísticos são produzidos e experimentados pela sociedade, mas também os próprios indivíduos e suas identidades (SCHLAUCHER, 2014).

Schlaucher discute a televisão e seu papel nos processos de (re)construção, transformação e manutenção das identidades culturais de diferentes grupos sociais, com destaque para sua função de laço social e os processos de identificação por ela suscitados, para, na sequência, discutir o telejornalismo e suas relações com o público. A partir de Vizeu (2009)¹⁵ problematiza o gênero enquanto um lugar de referência para a sociedade brasileira,

5. Considerações Finais

Sistematizar a produção de conhecimento do conjunto desses trabalhos possibilita reunir informações e resultados, ordenando-os e destacando suas perspectivas, avanços e lacunas. Nestes trabalhos, a noção de identidade é concebida a partir de sistemas culturais, isto é, a identidade compreendida como culturalmente formada, em contingência, desconsiderando a perspectiva essencialista. Outra noção adotada por parte desses trabalhos, é àquela que compreende a constituição da identidade como uma ação narrativa.

Quando se trata de conceituar e problematizar a identidade, o enfoque teórico desses trabalhos são os estudos culturais britânicos e os estudos de recepção latino-americanos. Stuart Hall é autor basilar em todos os trabalhos, sem exceção. O caráter metodológico interdisciplinar tão presente nos estudos culturais dialogam diretamente com as inter-relações de poder, da cultura agindo nas tipologias identitárias dos apresentadores do telejornal (BARA, 2012); da cobertura política (SANGLARD, 2012); das representações que o Jornal Nacional faz do deficiente visual (MACHADO, 2013) e das desigualdades sociais (SCHNORR, 2013); do consumo e identificação de conteúdo jornalístico por jovens (SCHLAUCHER, 2014).

Outros autores contribuem no enfoque teórico desses trabalhos: no embasamento da pós-modernidade, Bauman e García Canclini; Goffman, com o conceito de identidade coletiva e de representações; Martín-Barbero, inspirado em Gramsci, investiga a identidade sob uma concepção participativa, na qual os meios de comunicação são mediadores dos

¹⁵ VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

modos de construir identidades. Em sua obra *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia* (2003), o autor expõe a partir das mediações, os processos geradores de significados da televisão, como por exemplo, a hegemonia, as brechas de lazer, as pequenas contradições cotidianas.

No que concerne às premissas relativas ao meio televisão, nos parece mais que necessário pensar e problematizar a televisão na perspectiva do desenvolvimento para a cidadania, da democracia e também na construção de identidades. Uma televisão e um telejornalismo que atendam às necessidades, mas também as expectativas das audiências. Por fim, cabe ressaltar que as audiências não se resumem a sofrer efeitos da televisão uma vez que a composição e a sociedade é constituída por distintas instâncias, sendo a televisão e o jornalismo, um parte dessas instituições que produzem sentidos.

Estudar como as audiências se identificam com os produtos jornalísticos neste período em que o jornalismo parece estar em crise, traz avanços não só aos estudos de recepção, mas também aos do próprio fazer jornalístico. Diferente da publicidade, em que os sujeitos são interpelados pelas mensagens sem que as procurem, no jornalismo as audiências precisam criar rituais de consumo. Desta forma, é essencial que os profissionais entendam como criar laços junto ao seu público visando fidelizar aqueles que consomem seu produto: a notícia.

Fazer o estado da arte articulando jornalismo e identidade, nos instiga a pensar não somente na perspectiva dos trabalhos aqui analisados, transcende, uma vez que nos possibilita refletir o jornalismo, a problemática da identidade, os estudos de recepção na relação com campo da comunicação e das ciências sociais e humanas. Em sintonia com o pensamento de Hall reafirmamos que, “Toda pesquisa é teorizada, mas não é teoria com T maiúsculo: a teoria é a atividade de teorizar, de continuar pensando, em vez do ponto final da produção de um modelo teórico último (HALL, 2003, p. 377).

Referências

BARA, G. F. **Para além do “boa noite”**: os apresentadores de telejornais e o processo de identificação com o público. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecch. Tradução: Carlos Vicente Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BERGER, Christa. Jornalismo na Comunicação. In: WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione; HOHLFELDT, Antônio (Orgs.). **Tensões e objetos da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina/COMPÓS, 2002.

CANCLINI, Néstor. **Consumidores e Cidadãos**. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

COSTA, Maria Eugênia Belckzak. Grupo focal. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

HALL, Stuart. **Da diáspora. Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomás Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 6. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

JACKS, Nilda et al. (Org.). **Meios e audiências II: A consolidação dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

_____. **Meios e audiências III: reconfiguração dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2017.

JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e audiências: A emergência dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

JOHN, Valquiria Michela. Recepção dos conteúdos jornalísticos: gênese e lacunas. In: JACKS, Nilda et al. **Meios e audiências 2: A consolidação dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

JOHN, Valquiria Michela; CAMINADA, Thiago Amorim; COSTA, Felipe da. As audiências interessa à pesquisa em jornalismo? In: JACKS, Nilda et al. (Org.). **Meios e audiências III: reconfiguração dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2017.

MACHADO, M. P. **Telejornalismo, Identidades e Deficiência Visual: representação e recepção midiáticas junto a pessoas com deficiência visual**. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, German. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2001.

MARTINS, José de Souza. **A sociedade vista do abismo**. São Paulo: Editora Vozes, 2002.

MARTINS, José de Souza. **Sociabilidade do homem simples**. São Paulo: Editora Contexto, 2012.

OIKAWA, Erika; SILVA, Lourdes Ana Pereira. Identidades midiáticas: narrativas de pertencimento nos estudos de recepção e consumo midiático. In: JACKS, Nilda et al. (Org.). **Meios e audiências III: reconfiguração dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2017.

SANGLARD, Fernanda Nalon. **A representação da política no Jornal Nacional e a construção da notícia das identidades políticas dos jovens juiz-foranos**. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.

SCHLAUCHER, Bárbara Garrido de Paiva. **Jornalismo, identidade e narrativa audiovisual: consumo e experimentação de conteúdos telejornalísticos por jovens universitários e trabalhadores no contexto da convergência midiática**. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.

SCHNORR, Júlia Mello. (2013). **Jovens Rurais, corações urbanos: Jornal Nacional e as desigualdades sociais do campo**. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria.

STRELOW, Aline. **O estado da arte da pesquisa em jornalismo no Brasil: 2000 a 2010**. *Intexto*, Porto Alegre, UFRGS, v. 02, n. 25, p.67-90, dez. 2011.

WOTTRICH, Laura Hastenpflug. “Quem precisa de identidades?” Os estudos de recepção. In: JACKS, Nilda et al. **Meios e audiências 2: A consolidação dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2014.