

A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DO CARNAVAL DE PERNAMBUCO 2015 NO JORNAL NACIONAL

Pedro do Nascimento Jordão¹; Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior²

¹Estudante do Curso de Comunicação Social – CAC – UFPE; E-mail: pedronjordao@gmail.com,

²Docente/pesquisador do Depto de Comunicação Social – CAC –UFPE. E-mail: a.vizeu@yahoo.com.br.

Sumário: A pesquisa se propõem a analisar as representações sociais do Carnaval de Pernambuco apresentadas pelo Jornal Nacional da TV Globo. Para tal objetivo, realizamos a análise do telejornal, observando as notícias que foram exibidas e separando-as em categorias. Também comparamos as notícias exibidas no Jornal Nacional com as matérias geradas para a os telejornais da TV Globo Nordeste, sede da emissora em Pernambuco. Além disso, acompanhamos o funcionamento da redação da TV Globo Nordeste e o trabalho do editor de rede, responsável pelas matérias de Pernambuco que serão veiculadas nacionalmente

Palavras-chave: carnaval; Pernambuco; representação; telejornalismo

INTRODUÇÃO

A pesquisa se propõem a analisar as representações sociais do Carnaval de Pernambuco apresentadas pelo Jornal Nacional da TV Globo. Para tal objetivo, realizamos a análise do telejornal, observando as notícias que foram exibidas e separando-as em categorias. Também comparamos as notícias exibidas no Jornal Nacional com as matérias geradas para a os telejornais da TV Globo Nordeste, sede da emissora em Pernambuco. Além disso, acompanhamos o funcionamento da redação da TV Globo Nordeste e o trabalho do editor de rede, responsável pelas matérias de Pernambuco que serão veiculadas nacionalmente.

Para o desenvolvimento desse trabalho, partimos do pressuposto de que o gênero de telejornal selecionado contribui para a construção social da realidade e funciona como uma espécie de lugar de referência para cidadãos e cidadãs (VIZEU, CORREIA, 2008). Para compor o embasamento teórico suficiente para a realização do trabalho, utilizamos obras que abordam conceitos como o das representações sociais. “Numa palavra representação social é uma modalidade de conhecimento particular tendo a função de elaboração dos comportamentos e da comunicação entre os indivíduos.” (MOSCOVICI, 2012. p 27). Outros conceitos como construção social, lugar de referência e noticiabilidade também foram importantes para a pesquisa. Os autores Moscovici, Guareschi, Vizeu, Berger e Luckmann estão presentes no desenvolvimento dessa pesquisa.

Acreditamos que a pesquisa seja relevante para criar uma compreensão crítica da imagem divulgada nacionalmente acerca do carnaval de Pernambuco, para visualizarmos como é feita atualmente a representação social de uma das maiores festividades e eventos representativos do nosso estado pelo telejornal nacional de maior audiência. Dessa forma, observamos e questionamos a construção social feita por esse telejornal e o lugar de referência que ele cria para os seus telespectadores. Essas reflexões devem abrir caminhos para outras discussões e pesquisas.

MATERIAIS E MÉTODOS

Primeiramente, trabalhamos com revisão bibliográfica e leitura. Em seguida, acompanhamos o funcionamento da redação da TV Globo Nordeste e o trabalho do editor de rede, Charles Tricot, responsável pela edição e encaminhamento das matérias locais a serem veiculadas nacionalmente pela emissora nacionalmente. O acompanhamento e observação se deu nos dias 12 e 13 de fevereiro de 2015, na semana do carnaval.

Em seguida, realizamos a análise do Jornal Nacional exibido no período de 14 a 18 de fevereiro de 2015, observando as notícias que foram exibidas e categorizando-as por região, estados, áreas urbanas e rurais e pela maneira que a festa de cada local foi abordada. Também fizemos essa análise no dia 09 de fevereiro quando se comemora o dia do frevo em Recife, apesar de nacionalmente esse dia ser 14 de setembro. Comparamos as notícias exibidas no Jornal Nacional com as matérias geradas para os jornais da TV Globo Nordeste, sede da emissora nacional em Pernambuco.

RESULTADOS

Nosso corpus foi coletado a partir do página oficial do Jornal Nacional, ancorada no site da TV Globo. No total, foram avaliadas 5 edições do Jornal Nacional, entre o período de 14 a 18 de fevereiro de 2015 somado ao dia 09 daquele mesmo mês. No total, foram 29 matérias sobre o carnaval brasileiro neste período. As matérias sobre o tempo foram incluídas na pesquisa. Categorizamos o material sobre o carnaval brasileiro das seguintes formas:

Grandes categorias: *Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul.*

Subcategorias: *Capitais dos estados, Cidades vizinhas ou Interior dos estados.*

Depois de colocar as matérias em categorias que nos mostram a quantidade do que se falou sobre o carnaval de cada região e de cada parte dos estados, apontamos nossos olhos apenas para a categoria Nordeste. Nela, apontamos quais estados entraram na cobertura do Jornal Nacional. E, depois, focamos nas matérias que falam de Pernambuco. Analisamos as imagens, os contextos e a linguagem utilizados na cobertura do carnaval desse estado, na tentativa de compreender em que se

são deixados de lado. O espaço que se deu para a localidade foi utilizado mostrar as festas de massa e ancorá-las em uma ideia de magia e diversidade, mesmo quando a diversidade foi esquecida.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à CAPES – CNPq pelo fomento e incentivo. Ao professor Alfredo Vizeu pela orientação e oportunidade de pesquisa. À TV Globo e ao editor Charles Tricot, que permitiram o trabalho de observação de seus trabalhos na Globo Nordeste.

REFERÊNCIAS

- GUARESCHI, Pedrinho A. & JOVCHELOVITCH, Sandra (orgs.). **Textos em Representações Sociais**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MOSCOVICI, Serge. **A Psicanálise, Sua Imagem e Seu Público**. Petrópolis: Vozes, 2012.
- MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais: Investigação em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2003.
- VIZEU, A. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.
- VIZEU, A. **Por uma teoria social do campo jornalístico: o construtivismo do jornalismo**. Porto Alegre, 2011.
- BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido: a orientação do homem moderno**. Petrópolis: Vozes, 2004.
- DESLANDES, Suely, GOMES, Romeu, MINAYO, Maria Cecília (org). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2013.