



Visibilidade e representatividade? um estudo da presença do Nordeste no Jornal Hoje

Sarah Dantas do Rego Silva¹
Michele Goulart Massuchin²

Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Resumo: Este artigo pretende analisar como o Nordeste brasileiro é representado na mídia nacional, a partir da observação da cobertura jornalística realizada pelo Jornal Hoje (JH). Como embasamento teórico, foram utilizados conceitos e teorias de representação social, sobre presença de estereótipos e sua propagação na mídia, assim como a aposta pelo regionalismo midiático como estratégia econômica para o jornalismo brasileiro. Textos e pesquisas de autores como Albuquerque Júnior (2011), Garcia (1984) e Echeverria (2015) nortearão a base deste trabalho. O estudo é feito tendo como corpus 24 edições do jornal e se propõe a averiguar desde a frequência até como é construída a imagem da região na cobertura. São identificadas quais as temáticas que mais representam o Nordeste na narrativa midiática do jornal, verificando, ainda, a possível existência de estereótipos acerca da região.

Palavras-chave: Nordeste; representação; estereótipos; regionalismo; visibilidade.

1. Introdução

Este trabalho é parte de uma pesquisa de conclusão de curso da autora, que objetiva analisar como a região Nordeste brasileira é representada na cobertura midiática, levando em consideração aspectos que se perpetuaram durante anos na mídia e no contexto social. Autores como Albuquerque Júnior (2011), Lusvarghi (2012), Lima e Filho

¹ Estudante do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão – UFMA. Bolsista de Iniciação Científica (PIBIC). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS). E-mail: s.dantassarah@gmail.com

² Orientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFMA – Imperatriz, coordenadora do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS). E-mail: mimassuchin@gmail.com

(2015) e Leitão e Santos (2015), afirmam que, por muito tempo, o Nordeste foi retratado pelos meios de comunicação como uma região homogênea, caracterizada pela seca, pobreza, alto índice de analfabetismo e elementos ligados ao tempo do cangaço. Essa imagem desenvolveu-se de modo estereotipado para aqueles que não conhecem o contexto e as diferenças do território.

Mesmo que essas temáticas ainda possam estar ligadas à região Nordeste, o intuito desta pesquisa é analisar se a cobertura ainda apresenta resquícios desta construção e se é voltada somente para estes assuntos apontados acima. De modo mais específico, busca-se observar como a construção jornalística contribui para a representação da região na mídia, identificando também se os telejornais de caráter nacional retratam a diversidade cultural, belezas naturais, entre outros aspectos positivos que demarcam o Nordeste. Ao final do artigo será possível verificar que temas marcam a cobertura jornalística nacional sobre a região e se ainda há a presença dos estereótipos construídos historicamente.

Para este artigo, foi utilizado o método de pesquisa bibliográfica e de análise de conteúdo, esta última quantitativa e qualitativa, a partir das perspectivas de Bardin (2006) e Bauer (2002). O objeto deste trabalho é o telejornal Jornal Hoje da emissora Rede Globo. Trata-se de um jornal com característica de revista eletrônica e possui uma grade de programação diversificada, apresentando assuntos factuais e quadros específicos. (SANCHES, 2010). O período de análise escolhido corresponde aos meses de março e abril de 2018, tendo em vista que nesses dois meses não ocorre nenhum fator específico que marque a região Nordeste na mídia. Ao todo foram analisadas 24 edições.

Na primeira parte deste artigo são abordadas discussões sobre regionalismo midiático, a presença das representações sociais e regionais na mídia, assim como a formação histórica e social do Nordeste. A segunda parte explica os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa e detalha os métodos utilizados para levantamento de dados. Por fim, as análises consistem em observar quais matérias se relacionavam a região, a partir de cinco variáveis, definidas *a priori*, sendo referentes à: tema; presença de estereótipos; estados que mais aparecem; formato e abordagem. A parte qualitativa da análise de conteúdo busca verificar como ocorre o processo de representação e visi-

bilidade da região Nordeste no JH, observando características específicas e a possível existência de estereótipos nas falas observadas.

2. Representação Social no jornalismo

Quando falamos em representação social, imaginamos um conjunto de fatores que resultam em uma simbolização que remete a um grupo de indivíduos em um contexto social. Um dos significados trazidos pelo dicionário³, afirma que representação é uma “imagem ou ideia que traduz nossa concepção de alguma coisa ou do mundo”. Moscovici (1979), de forma complementar, afirma que as representações sociais estão presentes no dia a dia da sociedade e que são quase tangíveis, pois “circulam, se cruzam e se cristalizam em nosso universo cotidiano através de uma palavra, um gesto, uma reunião” (MOSCOVICI, 1979, p. 2, tradução nossa).⁴

Neste contexto, a mídia é um dos principais canais que fazem com que essa interação entre representação e indivíduo ocorra diariamente. Alexandre (2001) explica como o processo de divulgação da informação, através de imagens e sons, realizados pelos meios de comunicação, ajudam a criar e naturalizar as atitudes e opiniões dos indivíduos acerca de visões sobre o mundo e objetos sociais. O conceito de representação social é interligado a diversas áreas de conhecimento envolvendo à Psicologia, à Psicanálise, à Comunicação e à Sociologia (ALEXANDRE, 2001).

Assim, sabendo que os meios de comunicação são um dos principais caminhos que levam à representação social dos diversos grupos que compõem uma sociedade, é preciso levar em conta que, uma das funções primordiais do jornalismo é dar voz, representatividade, interação e espaço identitário às comunidades sociais, razão pela qual a mídia desempenha papel importante na produção de sentidos e de caracterização de um grupo de pessoas e/ou lugar. De acordo com Vizeu (2006), o jornalismo, em particular o televisivo, é a grande “praça pública do país”, é por meio dele que deve ocorrer a repre-

³ Dicionário Michaels disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/representa%C3%A7%C3%A3o/>. Acesso em: 18 jun. 2018.

⁴ Texto original: “circulan, se cruzan y se cristalizan sin cesar en nuestro universo cotidiano a través de una palabra, un gesto, un encuentro”

sentação social de todos os grupos de indivíduos da sociedade, pois estes sentem a necessidade de serem representados e vistos midiaticamente.

No entanto, o que ocorre é uma parcela mínima de representação por parte dos meios de comunicação, que acabam se tornando repetitiva, fazendo com que o que é visto diariamente seja um dado único relacionado ao objeto social. “Toda e qualquer ação frequentemente repetida torna-se moldada em um padrão que pode, em seguida, ser reproduzida com economia de esforço e apreendida pelo executante como tal padrão” (VIZEU, 2006, p. 32). Assim, o discurso midiático acaba colaborando para a fixação de ideias imanentes a um grupo social. Porém, quando há ações e traços repetitivos sobre determinadas imagens, resulta numa caracterização e construção de estereótipos.

Sobre isso, Biroli (2017) relata que uma das características dessa construção é produzir, naturalizar e realizar valores e julgamentos a respeito de um objeto social. A autora explica que “os estereótipos aparecem como uma dimensão da imposição, pelos grupos e estratos de grupos dominantes, de sua visão de mundo” (BIROLI, 2017, p. 119). É importante destacar que os estereótipos não são uma inversão da realidade, mas sim um único caráter que se torna natural e enraizados no inconsciente. Biroli (2017) clarifica que os estereótipos não são originários da mídia, mas que a presença deles no discurso midiático colabora para o crescimento e estagnação na sociedade.

3. O fenômeno da regionalização no jornalismo

O estudo da visibilidade da região Nordeste está relacionado aos aspectos da regionalização no jornalismo. A ideia de regionalização está ligada a tudo aquilo que abrange uma região em um determinado espaço territorial, onde um grupo, grande ou pequeno, vive e compartilha características semelhantes. Vale ressaltar que “o espaço é também modulado pelas técnicas que comandam a tipologia e a funcionalidade dos deslocamentos” (OLIVEIRA, 2013, p. 110).

No âmbito comunicacional, Bazi (2001) relata que a forma com que os meios de comunicação estão se estruturando e obtendo um elevado crescimento, por meio da tecnologia, proporciona ao homem local o poder de se transformar em um cidadão global. Isso ocorre também pelo aspecto do regionalismo midiático presente no jornalismo, em

especial no nacional, o qual possibilita retratar assuntos de maneira geral, mas em suas especificidades, unindo as pessoas e diminuindo as distâncias territoriais, aproximando culturas e estilos de vidas semelhantes.

A aposta pelo regional emergiu na década de 90, graças à chegada da televisão paga no Brasil, que teve como consequência a redução da audiência das tradicionais emissoras de programação aberta do país. Com o sucesso e atrativos que a TV a cabo trazia na programação, os telespectadores começaram a migrar, desencadeando um processo de retrocesso nas emissoras. Em virtude disso, a valorização do regional ganhou espaço na mídia nacional como forma de atrair de volta o público para TV aberta.

Nessa perspectiva, faz-se necessário observar como a mídia nacional dialoga com assuntos regionais. Peruzzo (2005, p. 70) salienta que “no Brasil, o desenvolvimento das comunicações, principalmente através de grandes redes de televisão, acabou priorizando a centralização da produção de mensagens nos grandes centros urbanos, de onde passam a ser disseminadas por todo o país”.

Apesar disso, a autora explica que a realidade é permeada pela junção do regional e do global, visto que elas fazem parte de um mesmo método, em que uma condiciona e interfere na outra. Assim, a regionalização da programação se consolidou no país, tendo sido reconhecida como importante para a sociedade. Sobretudo, os veículos de comunicação de rede nacional começaram a focar no regionalismo e compreender a sua importância, ainda que com algumas inexatidões como alguns trabalhos já identificaram e são discutidos na sequência.

4. Nordeste brasileiro e os aspectos de representação na mídia

O Nordeste é a segunda maior região do Brasil, em aspectos populacionais. De acordo com o IBGE (2017), a região possui aproximadamente 57.254.159 habitantes e é composta por nove estados: Bahia, Pernambuco, Ceará, Sergipe, Maranhão, Piauí, Alagoas, Rio Grande do Norte e Paraíba. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Ban-

co do Nordeste⁵, em 2015 a região alcançou o PIB *per capita* de R\$ 15,0 mil, apresentando um crescimento de 33,6% em relação a 2002.

Durante muito tempo, no entanto, a região foi vista como sinônimo do atraso, do alto índice de pobreza e, principalmente, do clima que não favorecia o crescimento econômico do território. O fenômeno da seca perpetuou-se por vários anos na região, e fez com que fosse lembrado como o precursor da migração de diversos nordestinos para outras áreas do país. Porém, “[...] o Nordeste não é apenas isso. Não é sequer um só. Existem vários Nordestes, de características climáticas, humanas e até culturais, diferenciadas” (GARCIA, 1984, p. 8). A região também é rica em diversidade cultural, com atrativo turístico e potencial econômico.

Sobre a cobertura acerca da região, de acordo com Echeverria (2015), há pouca exploração dos assuntos diversificados sobre o Nordeste, sendo que normalmente são abordados assuntos relacionados ao Carnaval. Lusvarghi (2012) complementa dizendo, também, que o São João é bastante explorado na cobertura. Albuquerque Júnior (2011), explica que essas imagens construídas acerca da região ficaram presas no imaginário das pessoas por serem frequentes e cristalizadas nos discursos midiáticos. Leitão e Santos (2015) complementam que as representações do Nordeste precisam ser questionadas e repensadas, tendo em vista de que a região oferece uma pluralidade de características a serem abordadas, além de seu crescimento regional.

5. Procedimentos Metodológicos

Para esta pesquisa, foi utilizado inicialmente o método de pesquisa bibliográfica, que norteou a base deste estudo a respeito do regionalismo midiático e das representações sociais acerca da região na programação televisiva. O estudo se consolida, a partir da parte empírica, pela análise de conteúdo defendida por Bardin (2006) e Bauer (2002) que se caracteriza por quantitativa e qualitativa. Bardin (2006) explica que a análise de conteúdo “[...] visa, não o estudo da língua ou da linguagem, mas sim a determinação mais ou menos parcial do que chamaremos as *condições de produção* dos textos, que são o seu objeto (BARDIN, 2006, p. 40).

⁵ Disponível em: https://www.bnb.gov.br/documents/1342439/2839021/001_15_01_2018.pdf/d1662876-0c55-0416-454e-016e2d595d62 Acesso em 19 jun. 2018

Bauer (2002, p. 190) afirma que “no divisor quantidade/qualidade das ciências sociais, a análise de conteúdo é uma técnica híbrida que pode mediar esta improdutiva discussão sobre virtudes e métodos”. A partir desta ideia, a técnica de análise de conteúdo aqui adotada se dividirá em duas partes: quantitativa e qualitativa. A primeira consiste em cinco variáveis, definidas *a priori*: tema, presença de estereótipos, estados que mais aparecem, formato e abordagem. A parte qualitativa da análise de conteúdo baseou-se em analisar como ocorre o processo de representação e visibilidade da região Nordeste no JH, observando as principais características textuais, a possível existência de estereótipos e o modo como estes transparecem nas falas das matérias analisadas.

As categorias relacionadas à variável “tema” têm como base a pesquisa de Echeverria (2015), que definiu algumas categorias que foram utilizadas neste trabalho. São elas: manifestações, desastres e calamidade pública, e outras definidas pela autora deste projeto, que são: violência, meio ambiente, corrupção, belezas naturais e tempo. A variável “presença de estereótipos” se relaciona aos assuntos que são pautados pela mídia durante muito tempo sobre o Nordeste e como é feita a “abordagem” desses assuntos relacionados à região, pelo jornal. A categoria “estados” consistirá em analisar quais são os estados da região que possuem maior destaque. O “formato” é classificado em link, reportagem, nota coberta, nota seca e nota pé, definidos por Siqueira e Vizeu (2014), e serviço de previsão do tempo.

Sobre o período delimitado para a análise do Jornal Hoje, objeto desta pesquisa, optou-se pela última semana do mês de março e as três primeiras de abril de 2018, o que totaliza em 24 edições, tendo em vista que nos dois meses não há, especificamente, nenhum evento ou fato que pudesse evidenciar ou enviesar os resultados. Não há, por exemplo, nenhum evento no Nordeste em termos culturais.

6. Análise dos Dados: visibilidade e representatividade limitadas

Após a realização da pesquisa bibliográfica que norteou este trabalho será realizada aqui a segunda parte da proposta da metodologia, que é a análise do conteúdo do objeto escolhido. No que se refere à parte quantitativa, foram coletadas 48 matérias no período de 26 de março a 21 de abril de 2018, no Jornal Hoje, da Rede Globo que faziam algum tipo de referência ao Nordeste, seja pela citação dos seus estados ou da utili-

zação do termo “Nordeste”. Quanto ao espaço dos seus 45 minutos, em média, de jornal, as matérias que de alguma forma eram relacionadas ao Nordeste apareciam em cerca de seis minutos. No geral eram somente duas matérias ou menções por edição.

A primeira variável que a pesquisa se propôs a analisar diz respeito aos “temas” mais destacados pelo jornal a respeito da região. A tabela abaixo (tabela 1) aponta que a maior parte se relacionavam aos assuntos sobre os desastres naturais causados pelas chuvas (10,4%), já que muitas cidades da região passaram por enchentes.

Já o tema relacionado ao “tempo” foi levantado pela autora, ao constatar que, o serviço de previsão do tempo trouxe maior “visibilidade” ao Nordeste, mesmo que, muitas vezes, tenha sido apenas citado, abordando fatores climáticos e consequências das chuvas na região. Ao todo, foram identificadas 24 menções ao Nordeste, totalizando 50% das matérias relacionadas ao território. Porém, como se verá adiante, este fator não é tão positivo já que traz, inclusive, estereótipos.

Tabela 1 – Principais temas que se relacionavam a região no jornal

Temas	Quantidade	Percentual
Tempo	24	50%
Desastres	5	10,41%
Violência	4	8,33%
Manifestações	4	8,33%
Meio ambiente	4	8,33%
Corrupção	3	6,25%
Calamidade pública	3	6,25%

Fonte: Elaboração própria, 2018

O tema “Violência” também esteve presente nas matérias relacionadas à região, mesmo que apenas em 8,33% do total. Esse ainda é um assunto que vem sendo abordado de forma recorrente e a sua aparição no período analisado confirma os altos índices de criminalidade ainda presentes em determinadas áreas. O “Mapa da Violência em 2016”, estudo realizado pela Faculdade Latino-americana de Ciências Sociais (FLACSO), comprovou que Fortaleza, São Luís e João Pessoa, estão no topo do *ranking* de capitais brasileiras com maior número de mortes por arma de fogo, por exemplo. Assim, este contexto acaba contribuindo para uma produção sobre a violência.

O item “manifestações” foi destinado às matérias que tratavam de movimentos voltados para o que estavam acontecendo na época, como a morte da vereadora Marielle Franco e a prisão do ex-presidente Lula. Em muitos casos, o jornal citava alguns estados do Nordeste como lugares onde aconteciam essas manifestações, como aconteceu em uma matéria que falava sobre os protestos do “Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra”, que fizeram contra a prisão do ex-presidente. Novamente, da mesma forma que a cobertura sobre o “tempo”, não há uma visibilidade real para a região a respeito de seus aspectos e ocorrências específicas.

“Meio ambiente” foi um dos temas selecionados pela autora durante a análise, em que foram coletadas quatro matérias que se referiam de alguma forma à preservação natural na região, mesmo que em uma das reportagens tenha sido apresentado o tráfico de animais feito por pessoas do estado da Bahia para a cidade de São Paulo.

O tema “corrupção” foi trazido em 6,25% das matérias que abordavam questões relativas a desvio de verbas públicas, com destaque maior aos estados da Bahia, Paraíba e Rio Grande do Norte, que neste último caso, por exemplo, relacionava-se à um processo que ocorreu no estado, contra os ex-deputados Eduardo Cunha e Henrique Eduardo Alves. No entanto, foi realizado apenas um link em Brasília dando destaque para o presidente Temer, que seria testemunha no caso.

Por último, o item sobre “calamidade pública” foi retratado em 6,25% das 48 matérias, abordando assuntos voltados aos problemas nas rodovias da região, falta de saneamento básico em estados como o Piauí e a epidemia do vírus H1N1, que resultou em mortes na Bahia. Dessa forma, percebe-se que, não houve nenhuma matéria ou menção que abordasse questões culturais da região na programação televisiva. Mattos (2012, p. 19) elucida que “essa mestiçagem cultural, [existente nas regiões], [...] não é devidamente considerada pelos grupos de produção de conteúdos midiáticos que acabam tendo para o estereótipo e assim contribuindo para a disseminação de preconceitos”.

Também foi analisada a “presença de estereótipos” (tab. 2), que identifica a ocorrência de assuntos demarcados sobre a região. Estes aparecem em 10 matérias, representando 20,83% do total. Na maioria dos casos, se referia à previsão do tempo, ainda que de forma sutil, caracterizando o Nordeste pela seca, mesmo que durante o período analisado tenha ocorrido uma grande quantidade de chuvas na região.

Tabela 2 – Presença de estereótipos sobre a região no JH.

Presença de estereótipos	Quantidade	Percentual
Sim	10	20,83%
Não	38	79,16%

Fonte: Elaboração própria (2018)

Os assuntos que remetem à seca ainda é um estereótipo comum existente na mídia, como retrataram os autores da literatura e como será discutido mais a fundo na parte qualitativa deste trabalho. Leitão e Santos (2015) sustentam que a escassez da água ligada intrinsecamente ao fator condicional do tempo, ainda é considerado e constituído pela mídia. A violência existente nos estados do Nordeste, como ponderado nos temas, é outra característica ligada a região, e esse aspecto ao ser reproduzido corriqueiramente resulta em acepção negativa que marca o nordestino com o estigma da selvageria (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2011).

A “abordagem” feita pelo jornal é observada a partir de como é a narração/tom, e os dados constam na tabela abaixo (tab. 3). Em sua maioria, os assuntos pautados pelo Jornal Hoje, como já pontuado acima, eram negativos, totalizando 32 matérias.

Tabela 3 – Abordagem dos temas feita pelo JH

Narração/Tom	Quantidade	Percentual
Positivo	1	2,08%
Negativo	32	66,66%
Neutro	15	31,25%

Fonte: Elaboração própria (2018)

Além de compreender os temas e as abordagens, é importante perceber se há representatividade de toda a região ou alguns estados – seja por questões de produção – acabam mais visíveis. Como apresentado na tabela abaixo (tab. 4), os estados que mais se destacaram na programação do jornal no período de análise, foram: Bahia, Maranhão e Ceará. Nesse item, o percentual de visibilidade dos estados não fechou em 100% porque teve, na maioria dos casos, matérias que apareciam mais de um estado.

Tabela 4 – Estados do Nordeste que mais aparecem na cobertura midiática

Estados	Quantidade	Percentual
Bahia	27	56,25%
Maranhão	25	50%
Ceará	22	45,80%
Pernambuco	19	39,58%
Piauí	18	37,50%
Rio Grande do Norte	16	33,33%
Paraíba	11	22,91%
Sergipe	9	18,75%
Alagoas	9	18,75%

Fonte: Elaboração própria (2018)

Dentre outros temas, o Estado da Bahia foi representado pela ocorrência de manifestações, contra e a favor da prisão do ex-presidente Lula. O assunto que mais deu destaque para o Maranhão e Ceará foram os alagamentos causados pelas chuvas no período de análise. As reportagens mostravam as situações caóticas que se encontravam algumas cidades dos estados.

Isso mostra que há pouca representatividade no que diz respeito ao alcance e contemplação de todos os estados da região. Percebe-se que, como os assuntos factuais são mais considerados pelos telejornais, sobretudo o nacional, o estado do Maranhão, por exemplo, teve mais notoriedade pelas recorrentes tragédias causadas pelas chuvas, comparado ao de Pernambuco (39,58%), que acordo com a pesquisa realizada por Echeverria (2017), é um dos estados que mais produz e ganha visibilidade no nacional.

A variável “formato” que se caracteriza por link, reportagem, nota coberta, nota seca e nota pé, definidos por Siqueira e Vizeu (2014), somados com a categoria serviço de previsão do tempo, definida pela autora da pesquisa, se propõe a verificar quais são os formatos de notícias que mais são reproduzidas pelo Jornal Hoje sobre a região.

Assim como em relação ao tema tempo destinado à região, o formato “serviço de previsão do tempo” foi o que mais deu destaque para assuntos voltados ao Nordeste, em 50% do total. Neste caso, falava-se sobre os fatores climáticos da região e em algumas vezes com um gancho para as situações alarmantes que as chuvas causaram nesse período na região.

O formato “reportagem”, que diz respeito às matérias mais longas, teve espaço em 33,33% das notícias. A nota coberta, que são aquelas lidas pelo apresentador(a), com a cobertura de imagens, apareceu em 14,58%. O link, que se caracteriza pela entrada ao vivo do/da repórter no telejornal, apareceu somente uma vez, como mostra a tabela abaixo.

Tabela 5 – Formatos de notícias com maior destaque

Formato	Quantidade	Percentual
Serviço de previsão do tempo	24	50%
Reportagem	16	33,33%
Nota Coberta	7	14,58%
Link	1	2,08%
Nota Seca	0	0%
Nota pé	0	0%

Fonte: Elaboração própria (2018)

Nota-se, portanto, que se não fosse pelo serviço de previsão do tempo, que soma 50% do total de menções ao Nordeste, a região teria bem menos representatividade no JH, no período analisado, mesmo que as reportagens acerca da região tenham aparecido em 33,33%. Assim, como houve um destaque para o formato de serviços, para o tema “tempo” e para a ênfase negativa, na parte qualitativa da análise será dado um destaque para esse tipo de gênero, com intuito de explicar melhor essas questões que mais se destacaram.

7. Estereótipos na previsão do tempo e a ênfase no negativismo

A previsão do tempo é um dos tipos de serviços mais comuns oferecidos pelos jornais e objetiva informar a população a respeito de fatores climáticos do lugar de onde vivem. De acordo com Oliveira (2011, p. 2) “o clima é o conjunto de toda a informação estatística sobre o tempo em determinado local”. Moraes e Reis (2010) explicam que a meteorologia usada pelo jornalismo tem o intuito de satisfazer o interesse coletivo.

Tal formato e temática apareceram em 50% das matérias que tratavam da região. Esse aspecto foi considerado, mesmo que fosse apenas uma citação dos estados porque lá que foi observado a maior existência de estereótipos relacionados à região. Ou seja,

além da citação sempre havia um comentário que, embora não fosse central, trazia resquícios de estereótipos construídos historicamente.

Lima e Filho (2015) afirmam que a seca foi e ainda é um dos assuntos explorados pela mídia. Aqui, o que percebemos foi que, apesar de os estereótipos relacionados a região terem aparecido somente em 20,83% das matérias, foi no serviço de previsão do tempo que o aspecto da seca ainda teve uma certa referência, mesmo que sutilmente.

Em uma das edições do Jornal Hoje, em que a jornalista responsável pela meteorologia apresentava as condições climáticas da região do país, ao falar sobre o clima dos estados da região Nordeste, mostrou a quantidade numerosa de chuvas que ocorriam pela região. No entanto, disse: “mas como sempre digo e repito, chuvas de alguns dias não soluciona secas de ano”. Em outro caso, também se tratando do tempo na região, a jornalista fala que “[...] a chuva é tão esperada aí na região, mas vem com esse monte de problemas [...]”. Ainda, em outra edição do jornal, expõe que: “[...] aqui no Rio Grande do Sul, onde a estiagem começou a incomodar recentemente, e também no Nordeste, que aí já é uma situação de convivência com a seca há anos”. Isso confirma o que Lima e Filho (2015) discutem em outras análises feitas por eles, de que o Nordeste é representado na mídia com novas imagens, mas sempre atrelado a velhos retratos, destacando a seca, a miséria e subdesenvolvimento da região.

Outra questão relevante é que, em contrapartida ao percentual da presença de estereótipos do território na mídia, a abordagem no geral feita pelo Jornal Hoje teve 66,66% das 48 matérias de tom negativo. Assuntos como a presença forte da violência nas cidades dos estados do Nordeste, o desamparo público, corrupção e famílias castigadas pelas chuvas foram destaques pelo jornal no período de março e abril na programação televisiva. Apesar da forte presença dos “fatos negativos” como um valor notícia da produção jornalística independente do contexto, é relevante discutir como essa questão auxilia no processo de construção de realidades.

Leitão e Santos (2015, p. 137) afirmam que o “[...] o senso comum está impregnado na mídia e conseqüentemente na sociedade sobre a região”. De tanto serem reproduzidos pela mídia, esses aspectos negativos começam a ser associados ao território. No período analisado não foi levantado, por exemplo, o potencial turístico do Nordeste, as belezas naturais, seu desenvolvimento e crescimento regional.

Essa “dizibilidade” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2011) ocasionada pelo jornal faz com que as representações voltadas para o Nordeste sejam poucas, reproduzindo no material jornalístico, em sua maioria, somente notícias factuais, desvalorizando a diversidade cultural e suas particularidades de cada lugar da região. Albuquerque Júnior (2011) também relata que essa falta de representação heterogênea das regiões fora do eixo Rio-São Paulo e a abordagem em grande parte de somente aspectos negativos, apresenta a região como lugar do atraso e do passado, em contrapartida valorizando o Sudeste e Sul como regiões desenvolvidas.

8. Conclusão

Este artigo teve por objetivo analisar a visibilidade e a representatividade da região Nordeste na mídia a partir do estudo do Jornal Hoje. Apesar da tendência pela presença do regionalismo na mídia, o que se percebe na prática é que ainda há uma discrepância na forma como se constroem as imagens sobre a região a partir dos temas selecionados e do tom da mensagem. O que se viu na pesquisa foi uma visibilidade baixa na programação do JH, tendo como foco questões negativas e com pouca representação de todos os estados, o que transparece a necessidade da melhor representação da região.

Dentre os resultados, pode-se citar que a região ainda é vista de forma homogênea – especialmente quando se considera a seca como um elemento que perpassa toda a região – e com um considerável destaque para elementos negativos, fazendo com que apenas esta parcela do contexto social da região seja conhecida. Mesmo que a presença clara de estereótipos elencados pelos autores da literatura tenha aparecido em menor quantidade no período de análise, o fenômeno da seca e a presença da violência ainda são demarcados pelo jornal, seja nas falas dos jornalistas ou na repetição de matérias destes assuntos. Como destacado por Vizeu (2006), toda ação frequentemente repetida pelos jornais é vista como um caráter único acerca do objeto.

Salientamos, no entanto que, por conta da situação na qual o Brasil se encontrava no período de março e abril, como a prisão do ex-presidente, Lula, e a morte da vereadora, Marielle Franco e seu motorista, Anderson Pedro, os quadros que poderiam dar destaque para outras particularidades da região Nordeste não tiveram espaço na progra-

mação televisiva do jornal. Por outro lado, é preciso repensar uma nova forma de oferecer para, além do telespectador nordestino, mas toda a população brasileira, uma maior visibilidade e representação híbrida da região Nordeste.

Destaca-se que o trabalho de conclusão de curso da autora pretende expandir o período de análise, visando obter uma discussão mais precisa e aprofundada dessas questões pré-concebidas com este artigo, além de observar outras características, como o local em que são produzidas as matérias relacionadas à região Nordeste e a realização de entrevistas com os editores dos estados que mais aparecem na cobertura jornalística do Jornal Hoje.

Referências

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz. **A invenção do Nordeste e outras Artes**. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2011.

ALEXANDRE, Marcos. O papel da mídia na difusão das representações sociais. **Comum**, v. 6, n. 17, p. 111-125, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo** (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trans.). Lisboa: Edições 70, 2006.

BAUER, Martin. **Análise de conteúdo clássica: uma revisão. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes**, p. 189-217, 2002.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **TV Regional: trajetórias e perspectivas**. Campinas: Alínea, 2001.

BIROLI, Flávia. A reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. In: **Notícias em Disputa: Mídia, democracia e formação de referências no Brasil**. São Paulo: Contexto, p. 117-145, 2017.

DE MORAIS, Andréa Maria; REIS, Heloiza Beatriz Cruz. A meteorologia no telejornalismo contemporâneo: Um estudo de caso do programa “Jornal Hoje”. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010, Caxias do Sul. **Anais...** Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. p. 1-15.

ECHEVERRIA, Renata. Quando o Estado do Maranhão virou Sergipe no Jornal Nacional: uma análise do discurso do Nordeste no telejornal da Globo. In: 13º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2015, Campo Grande. **Anais...** SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2015. p. 1- 17.

_____. Olhares sobre o Jornal Nacional: as representações sociais do Nordeste no telejornal da Globo. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba

ba- PR. **Anais...** Intercom – Sociedade Brasileira de Pesquisa e de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2017, p. 1-15.

GARCIA, Carlos. **O que é Nordeste brasileiro**. Brasiliense, 1984.

LEITÃO, Juliana Andrade; SANTOS, Maria Salett Tauk. Imagem jornalística e representações sociais: a imagem dos Sertões. **Intercom-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 35, n. 1, p. 133-155, 2012.

LIMA, Edgley Duarte; FILHO, Pedro Oliveira. Discurso e identidade: a construção discursiva do Nordeste na mídia paraibana. **Revista Psicologia Política**, v. 15, n. 34, p. 497-514, 2015.

LUSVARGHI, Luiza Cristina. **A Reinvenção do Nordeste**: estratégias dos grupos de mídia para o jornalismo audiovisual regional. **Revista Alterjor**, v. 1, n. 1, p. 2-18, 2012.

MATTOS, Sergio. A Diversidade e o Regionalismo na Televisão Brasileira. **Bibliocom**, v. 4, n. 1, p. 18-28, 2012.

MORAES, Patrícia Regina de. et al. **A Teoria das Representações Sociais**. Unisepe, p. 17-30, 2014.

MOSCOVICI, Serge. La representación social: un concepto perdido. **El Psicoanálisis, su imagen y su público**, p. 27-44, 1979.

OLIVEIRA, Roberto Reis. **Espaço, território, região**: pistas para um debate sobre comunicação regional. **Ciberlegenda**, n. 29, p. 108, 2013.

OLIVEIRA, Viviane Alves de. Faça Chuva ou Faça Sol – A importância da Previsão do Tempo. In: XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2011, São Paulo. **Anais...** Expocom, 2011.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**, v. 1, n. 38, p. 67-84, 2005.

SANCHES, Carla Junqueira. **Jornal Hoje**: a convergência de mídias e a possibilidade de interatividade com o público. 88f. Tese (Bacharel em Comunicação Social) Faculdade de Comunicação Social de Juiz de Fora, p. 18-22, 2010.

SIMÕES, Cassiano Ferreira. TV a cabo, TV aberta e regionalização da televisão brasileira nos anos 90. **Revista Eptic**, v. 8, n. 3, p. 129-151, 2011.

SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de; VIZEU, Alfredo. Jornalismo em transformação: as escolhas dos formatos de notícias na TV. VIZEU, A. et al. **Telejornalismo em questão. Florianópolis: Insular**, v. 3, p. 53-76, 2014

VIZEU PEREIRA JUNIOR, Alfredo E. Jornalismo e representações sociais: algumas considerações. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, n. 30, 2006.

WASELFISZ, J. J. **Mapa da Violência 2016: Homicídios por arma de fogo no Brasil**. 2016. Disponível em: <https://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2016/Mapa2016_armas_web.pdf> Acesso em: 01 jul. 2018.