

A representação das minorias marginalizadas no telejornalismo

Kelly Scoralick¹

RESUMO: Este trabalho pretende trazer uma discussão de como a comunicação pode contribuir para o exercício da cidadania e fortalecimento das identidades marginalizadas. Em um mundo em que é cada vez mais intensa a presença da mídia na sociedade, discutir cidadania, informação e direito à comunicação, inseridos no contexto das mensagens repassadas pela mídia, é de extrema valia. Anali-

samos a importância da comunicação, especificamente, do telejornalismo, para a configuração da identidade das minorias, excluídas da sociedade. Portanto, abordamos que todas as pessoas devem estar representadas e devem ser tema de matérias a serem exibidas no telejornais, em prol do exercício de seus direitos e deveres. E também como função primordial da televisão de cumprimento do serviço público.

PALAVRAS-CHAVE: Cidadania. Minorias. Telejornalismo.

I. INTRODUÇÃO

Nas discussões contemporâneas, a identidade tem se destacado como uma questão central no contexto das reconstruções globais das identidades nacionais e étnicas e da emergência dos *novos movimentos sociais*, que estão preocupados com a reafirmação das identidades pessoais e culturais.

Cria-se, então, uma política da identidade que tem a ver com o recrutamento de sujeitos por meio do processo de formação de identidades. Esse processo se dá tanto pelo apelo às identidades hegemônicas – o consumidor soberano, o cidadão patriótico – quanto pela resistência dos “novos movimentos sociais”, ao colocar em jogo identidades que não têm sido reconhecidas, que têm sido mantidas “fora da história” ou que têm ocupado espaço à margem da sociedade (WOODWARD, 2005, p.36).

Na contemporaneidade, vivemos ainda o emergente discurso da valorização da humanidade e do respeito pela diferença.

Esta pode ser construída negativamente, — por meio da exclusão ou

¹Jornalista, pós-graduada em Mídia e Deficiência (Facom/UFJF) e mestranda em Comunicação (UFJF). Editora de reportagem da TV Alterosa JF/SBT. Email: kelly.scoralick@alterosa.com.br

da marginalização daquelas pessoas que são definidas como “outros” ou forasteiros. Por outro lado, ela pode ser celebrada como fonte de diversidade, heterogeneidade e hibridismo, sendo vista como enriquecedora: é o caso dos movimentos sociais que buscam resgatar as identidades sexuais dos constrangimentos da norma e celebrar a diferença (afirmando, por exemplo, que “sou feliz em ser gay”) (Id., *Ibid.*, p.50).

Assim, os indivíduos e grupos, que outrora, pela exclusão, foram mantidos fisicamente afastados, têm agora por objetivo a ocupação de espaços (tanto no sentido físico, quanto discursivo).

Os meios de comunicação surgem como as principais alternativas para a consecução desse fim.

Há uma imensa responsabilidade dos meios de comunicação, particularmente da TV, que aqui nos interessa, no que se refere aos modos de nomear os diferentes. Na ordem do simbólico televisivo, por exemplo, de que modo um grupo como o dos sem-terra é nomeado? (...) E os portadores de alguma deficiência? Em que medida todos esses diferentes são tratados como diferença a ser excluída ou normalizada; ou então, numa outra perspectiva: em que medida esses “outros” ganham visibilidade como diferença a ser reconhecida socialmente? (FISCHER, 2002, p. 159).

O principal em questão não é o meio utilizado para veicular essas mensagens, mas sim o modo pelos quais são produzidas, visando a que não ocorra o repasse de preconceitos. Mas não se pode negar que, entre os *mass media*, temos como grande fator de influência sobre a sociedade o discurso da televisão e, conseqüentemente, como meio de conhecimento das minorias, sua representação nos telejornais. Entendemos aqui como minorias os negros, as mulheres, os homossexuais, as pessoas com deficiência, os idosos, os jovens, as crianças, além de outros grupos que estão à margem da sociedade.

A mídia, de uma forma geral, ajuda no sentido de formar mentalidades, construir valores e narrar a realidade à sua maneira, interferindo na construção das identidades.

A importância do estudo é verificar algumas questões como: Qual a importância da prática dessa representação, de forma consciente e sem estereótipos, das minorias para a prática de um jornalismo socialmente responsável, envolto na construção das identidades? Quais são os mecanismos que estão ativamente envolvidos na criação da identidade e de sua fixação?. Enfim, relatar a necessidade de inclusão das minorias nas notícias veiculadas nos telejornais.

Há sempre que se lembrar que as práticas sociais são conseqüências das discursivas.

2. O JORNALISMO E A TV

A televisão, assim como o cinema, tornou-se um dos maiores meios de formação de opinião. O jornal televisivo, por conseqüência, é hoje o principal meio

de informação da maioria dos brasileiros. É através dele que boa parte da população fica sabendo o que está acontecendo no mundo.

A televisão é atualmente um dos principais laços sociais da sociedade individual de massa. (...) A televisão é a única atividade compartilhada por todas as classes sociais e por todas as faixas etárias, estabelecendo, assim, um laço entre todos os meios (WOLTON, 2004, p.135).

Em sua tese de doutorado, Vera Regina Camargo (1998, p. 37) define o campo do Jornalismo:

Consideramos como sendo todas as modalidades de difusão das informações da atualidade. Desta forma, o jornalista leva ao conhecimento do público as informações, suas interpretações e opiniões, acerca de um determinado acontecimento que está repercutindo na sociedade.

Entre os gêneros jornalísticos, encontramos quatro categorias, ainda segundo Camargo: jornalismo informativo (descreve ou narra algum fato ou fenômeno), de opinião (descrição ou versão de algum fato, a partir de um determinado ponto de vista do jornalista), interpretativo (relacionado com matérias mais elaboradas) e diversional (relacionado com o entretenimento).

Na categoria informativo, encontramos o gênero telejornal. Aqui acrescentamos que o telejornal está atrelado à função de prestador de serviço público. Assim, acreditamos que a prática produtiva do jornalismo televisivo desempenha papel relevante no exercício da cidadania.

Nas culturas que zelam pelos valores democráticos e humanitários, faz-se mister a discussão sobre cidadania. Ante um mundo que decretou a *morte do homem*, como afirmara Foucault, a investigação em torno desta questão parece surgir como uma luz no fim do túnel que reflete esperanças em todas as camadas excluídas que lutam por reconhecimento frente à sociedade.

Em um século marcado pela indiferença, pelo obscurecimento da razão, pelo assolamento de uma paz possível, colocada sob as sombras do pensamento, a alteridade e o discurso sobre ela ressoam como um convite ao humano, a um novo humanismo – aqui entendido como um olhar diferenciado, não-indiferente, para com o outro.

É importante reforçar que as identidades são construídas por meio da diferença e não fora dela.

Isso implica o reconhecimento radicalmente perturbador de que é apenas por meio da relação com o Outro, da relação com aquilo que não é, com precisamente aquilo que falta, com aquilo que tem sido chamado de seu *exterior constitutivo*, que o significado “positivo” de qualquer termo – e assim, sua “identidade” – pode ser construído (HALL, 2005, p.110).

Em um mundo heterogêneo, diverso, multicultural, o encontro com o outro, com o estranho, com o diferente, é inevitável.

3. IDENTIDADE E DIFERENÇA

A identidade é simplesmente aquilo que se é: *sou brasileiro* (não sou japonês, não sou americano), *sou negro* (não sou branco) etc. Já a diferença é aquilo que o outro é: *ela é italiana, ela é branca* etc.

Ambas são criações sociais e culturais, “são resultado de atos de criação linguística, são criadas por meio de atos de linguagem” (SILVA, 2005, p.76).

A identidade é marcada pela diferença, que é sustentada pela exclusão. Quando dividimos o mundo entre *nós* e *eles*, passamos a classificar. Onde existe a diferenciação estabelecida pela identidade e diferença, está presente o poder de incluir ou excluir, de determinar quem está dentro e quem está fora. É uma forma de demarcar fronteiras, de classificar o sujeito e de normalizar. A normalização é uma forma sutil de manifestação do poder e de hierarquização das identidades e das diferenças.

É através da representação que a identidade e diferença se ligam a sistemas de poder. “Quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade. É por isso que a representação ocupa um lugar tão central na teorização contemporânea sobre identidade e nos movimentos sociais ligados à identidade” (SILVA, 2005, p. 91). É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos.

Apresentamos, então, como minorias e majorias se definem na representação das identidades.

4. MINORIAS X MAIORIAS

A relação de dominação sempre ocorreu na nossa sociedade, provocando o agravamento do processo de exclusão das minorias representativas. Como exemplo, podemos citar as relações de dominação estabelecidas entre pobre/rico, mulher/homem, negro/branco, *normal/desviante*. Esse processo de exclusão extrai das pessoas seus direitos à cidadania simplesmente por pertencerem a uma determinada classe ou grupo social.

O binômio maioria/minoria fica estabelecido, então, na relação de poder, isto é, quem está dentro e quem está fora do jogo do poder e das relações político-econômicas. Definindo os termos: maioria refere-se a “qualquer grupo de pessoas que controle a maior parte de recursos econômicos, de status e de poder, estabelecendo, assim, relações injustas com as minorias sociais” (ROSO, A; STREY, M. N.; GUARESCHI, P.; BUENO, S. M. N., 2002, p. 75). As minorias, por sua vez, são consideradas os “segmentos da sociedade que possuem traços culturais ou físicos específicos que são desvalorizados e não inseridos na cultura da maioria, gerando um processo de exclusão e discriminação” (Ibidem, p.75) e que também faz parte da nossa realidade mediada.

Vale lembrar que não há qualquer relação entre minorias e majorias com os números, isto é, pode haver numericamente mais pobres, por exemplo, mas eles continuam a ser minorias. Muitas vezes esse grupo não é reconhecido nem respeitado pelos demais.

“Isso pode gerar uma relação de opressão onde, a partir do olhar da maioria, o “outro” (minoridade) se apresenta com uma conotação negativa, e a “maioria”, uma positiva. [...] Nessa relação de opressão, os estereótipos surgem e se cristalizam” (Ibidem, p. 78).

Mas de que forma o jornalismo atua na consolidação desses estereótipos formados sob a figura dessas minorias marginalizadas? É o que veremos adiante. Entretanto, é preciso lembrar que as identidades se constituem, principalmente, no campo discursivo. Adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais são representadas. As identidades são, antes de tudo, processos de comunicação.

5. MÍDIA E A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE – O DISCURSO E A LINGUAGEM

As identidades são construídas pelas interações sociais. Por sua vez, os mecanismos de interação se dão através da linguagem que “não é unicamente um meio de exposição. Falar equivale a construir o mundo, e o uso da linguagem sempre deve ser visto como uma forma de ação” (GUARESCHI, 2006, P. 83).

A linguagem, portanto, tem papel de destaque na constituição de identidades nos sistemas de significação que as compõem. “Nós vivemos nossa subjetividade em um contexto social no qual a linguagem e a cultura dão significado à experiência que temos de nós mesmos e no qual nós adotamos uma identidade” (WOODWARD, 2005, p.55).

Aquilo que é anunciado pela linguagem de um determinado discurso pode ser capaz de reproduzir ou transformar nossos pensamentos e ações.

Ao delimitar comportamentos, modos de ser e agir, os discursos estabelecem normas, padrões e, ao mesmo tempo, afirmam e constituem aquilo que é diferente a esta identidade, que não é apenas o seu oposto, mas é tudo aquilo que não está incluído nesta referência. Esta dinâmica de significação e demarcação de diferenças, central para as teorias pós-estruturalistas, será fundamental no processo de construção e constituição de identidades” (GUARESCHI, 2006, p. 84).

Portanto, o discurso travado pela mídia é responsável por formar e transformar as identidades dos sujeitos.

Os sujeitos, ao serem representados na mídia, têm suas identidades construídas discursivamente, pois a representação é uma ‘prática significante’ e, conseqüentemente, “os meios de comunicação são agentes significantes”, ou seja, através de seus discursos, “fazem as coisas [e as pessoas] significar” (SANTOS, 2009, p. 07).

Contudo, os discursos produzidos pela mídia participam da constituição das identidades. Por assim dizer, somos espectadores das representações pelas quais a mídia produz, com certeza, determinados tipos de identidades.

Afirmar que as identidades são elaboradas discursivamente significa sustentar que elas são construídas pelas através de práticas realizadas em determinados contextos pelos atores sociais que marcam sua experiência no mundo pela através da palavra e investem de sentido a realidade social (SIMÕES apud SANTOS, 2009, p. 07).

A mídia nos diz como devemos ocupar uma posição de sujeito.

6. REPRESENTAÇÃO E DESEJO DE RECONHECIMENTO

A constituição de uma(s) identidade(s) é marcada pelas relações do indivíduo com a sociedade na qual ele está inserido. Na atualidade, essa vivência do sujeito com o seu meio é permeada pelas mensagens transmitidas nos meios de comunicação.

...os meios de comunicação contribuem hoje de maneira decisiva para a *construção social da realidade*. Os *media* modernos são elementos centralmente constituintes das formas atuais de organização social e de configuração cultural, caracteristicamente urbanas, e dos fluxos globalizadores que as atravessam. (COSTA, 2002, p. 19)

Dentre os meios de comunicação de massa, a televisão, implicada na reprodução de representações, utilizando o recurso da imagem, tem uma penetração intensa na sociedade brasileira.

A representação “supõe um sistema de significação que dá inteligibilidade ao mundo e que é produzida dentro de relações de poder” (SILVA, 1999, apud RAMPELOTTO, 2004, p. 126) por meio de mecanismos de delegação e descrição. O problema da representação está no fato de esta reproduzir mecanismos de regulação e de controle do olhar em um jogo de visibilidade/invisibilidade que define quem são e como são os outros.

A TV marca a passagem do “mundo dos invisíveis”, das pessoas comuns, normais, insignificantes, ao “mundo dos visíveis”, daqueles que realmente existem. E, de fato, o “outro lado do espelho” é o espaço do conhecimento, do reconhecimento social, da fama, da glória (MARCONDES FILHO, 2000, p.91).

Reproduzem as representações com as quais a sociedade está familiarizada e evitam propor alterações às ordens das coisas. Não raro são guiadas pela manutenção dos estereótipos.

As rotinas produtivas estabelecidas pela mídia contribuem para a construção de representações sociais, pois além de realizarem uma intermediação entre realidades, oferecem também uma interpretação sobre determinado fato e/ou acontecimento, apesar dos discursos de imparcialidade. Além disso, também efetua a divulgação de representações existentes. Ao utilizar uma imagem em detrimento de outra, ao privilegiar uma fonte de informação, escolhas vão sendo feitas e

é justamente este procedimento que irá culminar na apresentação de um fragmento do real (SILVA, 2005b, p. 2).

Na agenda dos telejornais, há uma série de fatos que podem ser alvo da cobertura da emissora. Na rotina de trabalho vai sendo construída parte da realidade social, pela confecção da notícia, que se define como sendo:

É uma representação social da realidade cotidiana, um bem público, produzido institucionalmente, que submetida às práticas jornalísticas possibilita o acesso das pessoas ao *mundo dos fatos* (dia a dia) ao qual não podem aceder de maneira imediata. Esses fatos devem interessar a um grande número de indivíduos e responder a critérios de noticiabilidade como novidade, imprevisibilidade, excepcionalidade, relevância, notoriedade dos envolvidos, raridade e conflito. No processo de enunciação, eles são submetidos a operações e construções jornalísticas *transformando-se* em notícias. Os jornalistas, como sujeitos de enunciação, se convertem em mediadores creditados, *autorizados*, entre a cidadania e o poder, construindo assim uma parte da realidade social (VIZEU, 2005a, p.89).

É nesse contexto, de busca da cidadania dos sujeitos, que o telejornalismo deveria exercer um papel ainda mais importante, de forma a contemplar as expectativas de transformação social e de participação política oriundas dos grupos marginalizados.

As políticas de identidade devem ganhar destaque no jornalismo televisivo, com discursos mais afastados das relações de poder e da exclusão, comumente destinados às minorias representativas. É preciso usar o poder discursivo, aqui retratado, para romper as condições desiguais e de conflitos de classe, raça, gênero, entre outras.

Sobre os media recaem, em qualquer circunstância, as mais elevadas (e exigentes) expectativas em termos de processos de reconhecimento, através da apropriação quotidiana de que são objecto as suas mensagens e os seus diversos produtos. Os media são hoje um palco principal onde tem lugar este tipo de conflitos simbólicos: a luta pelo reconhecimento, que assim se projecta em larga escala e serve às identidades como meio excepcional para sua afirmação em termos muito amplos – para além de todos os limites imagináveis que o círculo dos contactos sociais convencionais poderia proporcionar (ESTEVEZ, 1999, p.09).

Uma nova perspectiva discursiva dos meios de massa, em especial, no telejornalismo, em relação às minorias, deve surgir como prioridade, inclusive na tarefa de ampliar os horizontes do processo de democratização na sociedade brasileira.

Mas vale lembrar que o telejornalismo muito raramente foge à regra. De uma maneira geral, o que chega a ser exposto são os produtos que refletem as posições mais tradicionalmente estabelecidas. Discursos transgressores tendem a

se restringir às produções ditas *alternativas* ou *independentes*, vistas e apreciadas por parcelas menores e mais segmentadas do público. Entretanto, questionamos esse posicionamento. Como fica o direito à informação, exclusivamente dos grupos marginalizados?

7. CIDADANIA E DIREITO À INFORMAÇÃO

Definimos cidadania como a participação de todos em busca de benefícios sociais e igualdade. Portanto, ela não nos é dada, é construída e conquistada a partir da nossa capacidade de organização, participação e intervenção social.

A palavra cidadania foi usada na Roma antiga para indicar a situação política de uma pessoa e os direitos que essa pessoa tinha ou podia exercer.

Maria de Lourdes Manzini-Covre (2001, p.10) diz que o primeiro pressuposto da prática da cidadania é “que esteja assegurado o direito de reivindicar os direitos, e que seu oconhecimento deste se estenda cada vez mais a toda a população”.

É justamente esse o momento que vivemos na história na luta pelos direitos humanos: desenvolve-se a consciência do direito de ter direitos.

A extensão de direitos a indivíduos anteriormente excluídos do princípio de representação foi sendo conquistada a partir de ações públicas, pressões, negociações e manobras, originando processos diferenciados para a incorporação das classes *inferiores* em cada país.

Assim surgiu o chamado Estado de Direito para estabelecer direitos iguais a todos os homens e mulheres, ainda que perante a lei, e dar um passo para o fim da desigualdade a que tal grupo sempre foi relegado. A Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, no artigo 19, assegura que todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por quaisquer meios de expressão.

Em *A Era dos Direitos*, Norberto Bobbio trata a conquista dos direitos, divididos em quatro gerações: direitos civis e políticos são de primeira geração; direitos sociais são de segunda geração; e os direitos coletivos e os que pregam o respeito às diferenças são de terceira geração. Aqueles que visam a impedir a destruição da vida e regular a criação de novas formas de vida no planeta são considerados de quarta geração.

Aqui tratamos, especificamente, do direito considerado de terceira geração, que é o direito do ser humano em suas diferenças e necessidades. São os direitos coletivos de um povo, uma nação, uma comunidade, das minorias discriminadas.

Devemos salientar a importância do papel desempenhado pelos meios de comunicação nesse processo de intervenção social, de divulgação e prevalência dos direitos dos cidadãos.

Victor Gentili, em *Democracia de Massas: Cidadania e Informação*, levanta a necessidade da prática do jornalismo com informações necessárias à vida social, sendo a comunicação um direito. A partir da informação, formar conhecimento do que ocorre no mundo, tendo, assim, conhecimentos diversos.

Numa sociedade de massas moderna, o acesso à informação jornalística, por parte do cidadão, pode potencialmente vir a consistir num direito que assegura outros direitos, confere condições de igualização de sujeitos e oferece visibilidade ao poder e ao mundo (GENTILLI, 1995, p. 158).

Gentilli aborda a função dos jornais como mediadores e do jornalista como representante do leitor, telespectador e ouvinte, como indivíduos, consumidores e cidadãos. A produção de informação é que torna possível o mundo e o poder político, em particular, visível ao cidadão e permite que ele se situe na sociedade.

Para que cada homem possa participar das decisões que lhe interessem e/ou lhe digam respeito em condições de igualdade, é indispensável um sistema de comunicação que ofereça ao conjunto de cidadãos as informações básicas e as alternativas possíveis para que tais decisões sejam tomadas, conscientemente – na medida do possível - com a possibilidade máxima de acesso à informação (GENTILLI, 1995, p. 200).

É, portanto, a comunicação uma das possibilidades para o exercício da cidadania, com a formação ainda de cidadãos críticos, participativos e inseridos em seu meio social. “Um cidadão mais informado criará uma melhor e mais completa democracia” (SCHUDSON, 1996, p. 205 *apud* VIZEU, 2005, p. 65).

Estar informado, ter a possibilidade de conhecimento do que acontece, dispor de dados que levem à reflexão sobre situações de suma importância na vida social, quer em seus aspectos políticos, econômicos, éticos, culturais ou científicos, tomando decisões e as colocando em prática, significa exercer com dignidade a cidadania (SOMMA, 2002, p. 04).

Quanto mais informações o indivíduo possuir, maior será a sua consciência do mundo para tomar decisões. E, segundo nosso estudo, a forma como a informação nos é repassada pode servir como quebra ou manutenção do estereótipo a determinado grupo social ali representado. É o direito à informação consciente de um jornalismo responsável socialmente.

As informações, na maioria das vezes, vêm a partir do que é veiculado pelos telejornais. Sabemos que, até certo ponto, o jornalismo é praticado dentro de um sistema que prioriza o monopólio da informação, mas, ao mesmo tempo, acreditamos que sua prática produtiva desempenha papel relevante no exercício da cidadania oferecido como serviço ao público.

JORNALISMO E SERVIÇO AO PÚBLICO

O fazer jornalístico sempre foi norteador para a produção de informações de relevância social, visando a satisfazer o interesse do público, capaz de oferecer aos cidadãos elementos suficientes para conhecer o mundo à sua volta.

Além de apresentar-se como uma grande narrativa do que foi relevante no mundo, e de seu caráter de serviço público, a existência do telejornalismo no Brasil é uma exigência legal. De acordo com o decreto lei 52.795, de 31 de outubro de 1963, as emissoras de televisão devem dedicar cinco por cento de seu tempo diário de programação ao serviço noticioso (COUTINHO, 2009).

Os telejornais, como já dito aqui, são a principal forma de conhecimento dos fatos pela população, já que a TV está presente em mais de 98% das residências em nosso país.

Os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Dessa forma, contribuem para uma organização do mundo circundante. É o *lugar* em que os grandes temas nacionais ganham visibilidade, convertendo o exercício de publicização dos fatos como a possibilidade prática da democracia. Todo esse processo se produz num campo complexo de construção, desconstrução, significação e ressignificação de sentidos. O telejornal é hoje a grande *praça pública* do Brasil. (VIZEU, 2008, p. 7).

Em larga medida, nos últimos tempos o jornalismo tem sido orientado não mais pelo interesse público, e sim, pelo privado, pela lógica do mercado.

A representação da vida social, em função dessa hegemonia dos telejornais como meio de informação jornalística, se basearia agora nos interesses das TVs como empresas jornalísticas: (...) a atenção dada pela opinião pública aos temas da vida social se dá de acordo com a maneira e com a influência impostas pelos sistema televisivo (...) (TORNERO apud COUTINHO, 2007, p. 4).

Portanto, a legislação brasileira garante que as emissoras de televisão se apresentem como prestadoras ou concessionárias de serviço público. Murilo César Ramos questiona as concessões de televisão no país:

(...) no Brasil, concessão de televisão, mesmo que se chama concessão — o dispositivo jurídico-administrativo típico da prestação de serviços públicos — não é de serviço público. Concessão no Brasil não contém obrigações de universalização, nem de continuidade. (...) Concessão de televisão no Brasil é, esdruxulamente, um serviço privado, deixado pelo Estado à mercê do funcionamento dos mercados (...) (...) o papel da televisão é informar, e formar, a cidadania, e não desinformar, e deformar, consumidores (RAMOS, 2007, apud COUTINHO, 2007, p. 8).

Segundo Rincón (2002), a televisão chamada *pública* pretende privilegiar o caráter público, superar o comercial e ganhar densidade na vida cidadã e do coletivo social. Ela deve ter uma função educativa, cultural e de responsabilidade social. Diz além disso que a TV pública deveria ser um espaço de inscrição de novas cidadanias.

Acredita-se que a televisão esteja imbuída de uma proposta de transformação social e pode contribuir para a prática da cidadania, conduzindo para a construção de uma sociedade melhor e mais justa.

A sensação de deslocamento vivida pelo indivíduo no mundo contemporâneo recebe a contribuição das redes de comunicação. E a necessidade de compreender o mundo globalizado e de ter acesso ao maior número possível de informações é preenchida pelo jornalismo, sobretudo pela televisão. “O real, traduzido pelas imagens, se materializa na tela que faz parte do nosso cotidiano. O telejornal satisfaz a angústia diária produzida pela necessidade de pertencer ao mundo, em um momento em que ele nos parece tão fragmentado” (GOMES, 2006).

E, portanto, deve revelar-se como uma potencial via de promoção da cidadania, podendo permitir ao indivíduo conhecer seus direitos e seus deveres.

O jornalismo pode servir de estímulo a um movimento de ampliação da cidadania. A informação como uma necessidade vital para o exercício pleno de direitos induz a uma exigência de melhores jornais.

8. CONCLUSÃO

Trabalhamos aqui na busca da cidadania dos sujeitos através da mídia, em especial, nos telejornais, atuando de forma a contemplar as expectativas de transformação social e de participação política oriundas dos grupos marginalizados.

O objetivo é questionar sempre o papel de repasse das informações de bem público pelos telejornais, oferecendo instrumentos necessários para que os sujeitos à margem da sociedade se sintam cidadãos e representados na mídia.

A comunicação social é, sem dúvida, fundamental no processo de produção e de veiculação desses sentidos, de uma formação ideológica inclusiva. O espaço jornalístico é essencial como meio de aceitação dessa diversidade, deslocando o sentido da exclusão para o da inclusão, o que só é possível no reconhecimento e no respeito à diferença dos sujeitos. A mudança de mentalidade da população em geral passa necessariamente pela maneira como o sentido da informação é percebido e retido pelos telespectadores. Afinal, é por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos.

O jornalismo é concebido como função mediadora do espaço público. E deve assim ter uma comunicação voltada para a informação, para a formação e educação das pessoas para a cidadania.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERGER, P., LUCKMANN, T. *A construção social da realidade: tratado da sociologia do conhecimento* [por] Peter L. Berger [e] Thomas Luckmann. Petrópolis, Vozes, 1985.
- BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Rio de Janeiro:Campus, 1992.
- CAMARGO, Vera Regina Toledo. *O telejornalismo e o esporte-espetáculo*. São Paulo: Universidade Metodista, outubro de 1998. Tese de Doutorado em Comunicação.
- COSTA, António Firmino da. *Identidades culturais urbanas em época de globalização*.

- Revista Brasileira de Ciências Sociais*. Fevereiro/2002, Vol. 17, n. 48, p.15-30.
- COUTINHO, Iluska. Público, Telejornalismo e Identidade: uma reflexão sobre as esferas noticiosas e o destinatário da informação televisual. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, Setembro/2007.
- ESTEVES, João Pissarra. *Os media e a questão da identidade – sobre as leituras pós-modernas do fim do sujeito*. Março/1999. Disponível em <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em 12 de junho de 2009.
- FERRÉS, J. *Televisão e educação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.
- HALL, S. 2000. Quem precisa da identidade? In: T.T. da Silva (org.) *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, Vozes, p. 103-133.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. *Educação e Pesquisa*. São Paulo: v. 28, n. 1, p. 151-162, jan./jun. 2002
- GENTILLI, Victor. *Democracia de massas: cidadania e informação. Estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Universidade de São Paulo, 1995.
- GOMES, Itânia Mota. *Modo de endereçamento no telejornalismo do horário nobre brasileiro: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão*. Trabalho apresentado ao NP Comunicação Audiovisual do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Rio de Janeiro, 2005.
- GOMES, Taiga Corrêa. A localidade no telejornalismo: um espaço de interação e pertencimento. In *Intercom Sudeste 2006*. Ribeirão Preto, maio 2006.
- GUARESCHI, Neuza Maria e F. A mídia e a produção de modos de ser da adolescência. *Revista Famecos*. Porto Alegre, agosto/2006, n. 30, p. 81-90.
- HALL, Stuart. Quem precisa de Identidade? In: SILVA, Tomás Tadeu (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2005, p. 103-132.
- _____. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad: Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2005a.
- HOINEFF, Nelson. *A nova televisão: desmassificação e o impasse das grandes redes*. Rio de Janeiro: Ed. Comunicação Alternativa: Relume Dumará, 1996.
- MANZINI-COVRE, Maria de Lourdes. *O que é cidadania*. 9 reimpr. da 3 ed., São Paulo, Brasiliense, 2001.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão: a vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988.
- PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. *Comunicação nos movimentos populares – A participação na construção da cidadania*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.
- _____. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: *Lumina – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF*. Vol.1, nº 1, junho de 2007.
- RAMPELOTTO, Elisa Maria. *Mesmidade ouvinte & alteridade surda: invenções do outro surdo no Curso de Educação Especial da Universidade Federal de Santa Maria*. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2004.
- RINCÓN, Omar (Org). *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: Friedri-

- ch Ebert Stiftung – Projeto Latino-americano de Meios de Comunicação, 2002.
- ROSO, Adriane; STREY, Marlene Neves; GUARESCHI, Pedrinho; e BUENO, Sandra M. Nora. Cultura e ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero. *Psicologia e Sociedade*. Porto Alegre, jul./dez.2002, p. 74-94.
- SANTOS, Raldianny Pereira dos. Sujeito, discurso e ideologia: a constituição de identidades na cultura midiática. *Revista Culturas Mediáticas*. PPGCOM UFPB. No 01. Jan/jun 2009.
- SILVA, Tomás Tadeu (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2005.
- SILVA, Adriana Fernandes da. Identidade e representações no telejornalismo regional: o caso da TV Tem Bauru. *XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro: Setembro/2005b.
- SOMMA, J. *Jornalismo, Informação e Cidadania Contemporânea*. Congresso Brasileiro de Ciências e Comunicação, São Paulo: Intercom, 2002.
- VIZEU, Alfredo Eurico. *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2005.
- _____. Telejornalismo: o conhecimento do cotidiano. *Revista Estudo em Jornalismo e mídia*. Vol 2. no 2. 2º semestre 2005a.
- _____. *Sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- _____. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.
- WOLTON, Dominique. *Pensar a comunicação*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.
- WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomás Tadeu (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2005, p.7-72.