



A compreensão da notícia: a influência da escolaridade do cidadão e do formato do telejornal¹

Mayara SOUSA²

Simone Antoniaci TUZZO³

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Para a escola, o cidadão é o educando. Para a televisão, ele é o telespectador. Diante da possibilidade de incompreensão da notícia, fundamenta-se a pergunta: o ser “educando” pode interferir ou ajudar o ser “telespectador”? Para desenvolver o questionamento que também norteia a pesquisa do mestrado em comunicação, o presente trabalho tem por objetivo discutir a limitação do telespectador em não compreender a notícia, e as responsabilidades do telejornal em se fazer compreendido. De forma detalhada, buscase relacionar a limitação do telespectador e seu conhecimento formal, este adquirido pela formação escolar, e as deficiências do telejornal em não apresentar notícias que se façam compreendidas pela rapidez de transmissão, linguagem dificultosa e sua descontextualização.

PALAVRAS-CHAVE: telejornal; escolaridade; telespectador.

1. Introdução

O interesse por esta pesquisa começou em 2010 com o trabalho monográfico “Do jornalismo à educação: a informação jornalística como parte do processo educativo informal”. Nele pode-se comprovar que a notícia tem um potencial educativo, mas diferente do potencial educativo didático da escola e compatível ao potencial educativo informal que é adquirido por meio de relações sociais: família, amigos, vizinhos e, então, os meios de comunicação.

Também notou-se que esse potencial é relativo, ao ponto em que ficou comprovado que “nem todos os telespectadores compreendem a notícia” (SOUSA, 2010). Na pesquisa monográfica, verificou-se que 25% das notícias apresentadas aos

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 7 a 9 de junho de 2012.

² Mestranda do Curso de Pós-Graduação em Comunicação da Facomb-UFG, email: may_calacio@hotmail.com.

³ Orientadora do Trabalho. Professora Dra. Simone Antoniaci Tuzzo, Professora Efetiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFG, Especialização e Mestrado, e-mail: simonetuzzo@hotmail.com.



grupos focais não foram compreendidas. Desse montante, 33% dos entrevistados disseram não compreender a notícia porque acharam o tema muito complexo, 33% não mostraram interesse pela informação e 44% afirmaram que a linguagem usada é difícil de ser entendida.

Os fatores influenciadores na compreensão da notícia variam entre o nível de escolaridade desse telespectador, o interesse dele pelas notícias (que está intimamente relacionado ao contexto social e geográfico), e a rapidez, linguagem distante da realidade sociocultural do telespectador e falta de explicação das notícias.

Estar informado é entender a notícia, ou seja, levá-la a um nível de compreensão suficiente para o cidadão ter a possibilidade de inserção no mundo. E diante desse quadro de importância social da notícia, cabe analisar quais limitações geram a sua não compreensão, já que ao se relacionar com o mundo, o homem se integra nele.

A pesquisa que está sendo desenvolvida pelo mestrado em comunicação apresenta duas possíveis vertentes: o telespectador como o protagonista pela incompreensão da notícia, em que o nível de escolaridade pode interferir diretamente nesse processo decodificante, sendo ainda a escola a maior fonte de transmissão do conhecimento formal; e a notícia televisiva que se apresenta de forma aparentemente ineficaz para a compreensão do telespectador, com linguagem muitas vezes distante da sua realidade sociocultural e com assunto descontextualizado.

2. Fundamentação teórica

A informação jornalística é indispensável para quem vive nos dias de hoje. É o que Gentili (2005) chama de “necessidade social da informação”. Em quase sua totalidade, as informações essenciais para o homem em sociedade chegam de forma *mediada*, e não direta.

Como efeito, a necessidade social da informação está associada ao direito a essa informação e, este, ao conceito de cidadania que norteia tal aspecto. Por isso que Gentili (2005) ache “desnecessário afirmar a importância do papel desempenhado pelos meios de comunicação nestes processos de integração sociais, sobretudo nas complexas sociedades de massas do presente”.

Embora a cidadania ligada ao direito à informação possa parecer evidente, a bibliografia ainda é escassa, dada a relevância deste conceito. Isso faz sentido na hipótese de que o direito à informação é tratado como um direito-meio, em que os



indivíduos conhecem seus tantos outros direitos por meio daquele. Por isso é comum associar a cidadania aos direitos sociais, e não exclusivamente ao direito à informação.

[...] é cidadão aquele que, em uma comunidade política, goza não só de direitos civis (liberdades individuais), nos quais insistem as tradições liberais, não só de direitos políticos (participação política), nos quais insistem os republicanos, mas também de *direitos sociais* (*trabalho, educação, moradia, saúde, benefícios sociais em épocas de particular vulnerabilidade*). (CORTINA, 2005, pág. 52).

Alongando a perspectiva de a comunicação possibilitar a cidadania por meio da sua característica de “direito-meio”, Guareschi (1991, p. 14) coloca a questão da comunicação não somente como transmissão de informação, mas também como construção da realidade:

Não seria exagero dizer que a comunicação constrói a realidade. Num mundo todo permeado de comunicação – um mundo de sinais – num mundo todo teleinformatizado, a única realidade passa a ser a representação da realidade – um mundo simbólico, imaterial. Uma situação existe, ou deixa de existir, à medida que é comunicada, veiculada. É por isso que a comunicação é duplamente poderosa: tanto porque pode criar realidades, como porque pode deixar que existam pelo fato de serem silenciadas. (GUARESCHI, 1991, p. 14)

Analisando mais a fundo o potencial transformador dos meios de comunicação, o pensador canadense Marshall McLuhan (1967) insiste seguidamente no caráter subliminar dos efeitos dos meios de comunicação. O ecletismo dos meios de comunicação, atrelado à possibilidade de discussão, quer em família, universidades, clubes de bairro, igrejas, ou qualquer outro agrupamento social, resultará num avanço da busca pelo senso crítico pessoal frente aos produtos da Indústria Cultural, criando uma forma de resistência passiva às mensagens dos meios de comunicação de massa.

Barbero (2001) reforça a ideia de que é através do aumento de circulação de bens e mensagens que as sociedades contemporâneas atingem o processo de democratização, contudo, a facilidade de acesso não é uma garantia para que as massas compreendam o que se passa, tampouco vivam e pensem melhor.

A psicologia apresenta uma sociedade que se move a partir das mensagens dos meios de comunicação de massa, entre elas as formas de construção dos programas de



TV, as veiculações do rádio e a forma de diagramação e construção dos textos dos veículos impressos. Segundo Goldmann (1972, p.8), “numa transmissão de informações não há apenas um homem ou um aparelho que emite informações e um mecanismo que as transmite, mas também, em qualquer parte, um ser humano que as recebe”.

E vai além, explicando a consciência do receptor:

Essa consciência é opaca a toda uma série de informações que não passam em razão mesmo de sua estrutura, enquanto outras informações passam, e outras, enfim, só passam de maneira deformada(...). Muito freqüentemente, na verdade, quem olha do exterior e tenta comparar o que foi emitido com o que foi recebido constata que apenas uma parte da emissão foi recebida e que mesmo essa parte, ao nível da recepção, adquiriu uma significação assaz diferente da que fora enviada. Trata-se aí de um fato extremamente importante que leva especialmente a repor em discussão toda a sociologia contemporânea na medida em que ela é mais centrada sobre o conceito de consciência *real* que sobre o conceito de consciência *possível*.

Estudos sobre a consciência do receptor ou sobre a hipótese da espiral do silêncio são importantes para lembrarmos sempre que as mensagens da mídia podem ser passadas de forma homogênea, mas o público que as recebe sempre será heterogêneo e carregado de valores, constituindo-se pessoas que modificarão o significado das mensagens e o uso que cada um poderá fazer dele.

São notícias bem compreendidas que fazem o telespectador se sentir inserido na sociedade. E esse nível de compreensão oscila em dois pontos fundamentais: o nível de conhecimento do telespectador, neste caso, o nível de escolaridade em que ele se apresenta, e o nível de eficácia de transmissão da telenotícia, destacando sua linguagem, seu tempo de transmissão e sua capacidade de contextualização.

Além de todos esses fatores, ainda contamos com o fator psicológico, pelo qual cada indivíduo tem o poder de impermeabilizar-se a ou supervalorizar determinadas informações a partir dos valores que cultua, entre eles, o bem, o mal ou o belo, valores que não necessariamente têm significados iguais para todos os indivíduos, aliás, com muita freqüência, causam reações opostas entre pessoas ou grupos de uma mesma sociedade⁴.

⁴ Neste sentido, temos que considerar que determinadas informações são incompatíveis para este ou aquele grupo social. Assim, como os meios de comunicação de massa não fazem esse tipo de distinção, a busca por um outro meio de comunicação regional ou local é fundamental para a complementação de informações necessárias ao dia-a-dia.



Um outro ponto a ser considerado é a análise sobre a recepção dos produtos dos meios pela sociedade. Segundo Lopes (1995, p.101):

A pesquisa sobre recepção dos meios pela sociedade é marcada pela ausência da crítica cultural e política, tal como fora proposta pela tradição dos estudos culturais (...) fundamentalmente o que os estudos culturais propõem é que as práticas de recepção sejam articuladas com as relações de poder. A recepção, portanto, não é um processo redutível ao psicológico e ao cotidiano, mas é profundamente cultural e político. Isto é, os processos de recepção devem ser vistos como parte integrante das práticas culturais que articulam processos tanto subjetivos como objetivos, tanto micro, como macro. A recepção é então um contexto complexo e contraditório, multidimensional, em que as pessoas vivem o seu cotidiano. Ao mesmo tempo, ao viverem esse cotidiano, as pessoas se inscrevem em relações estruturais e históricas, as quais extrapolam as suas práticas.

Na verdade, os estudos qualitativos da recepção, nacionais ou internacionais, são insuficientes no tocante à crítica cultural e política, pois normalmente dissociam as práticas cotidianas de comunicação das relações de poder.

Não há garantia de que aquilo que os meios de comunicação de massa oferecem aos seus públicos seja exatamente aquilo que eles recebem. A audiência não nasce, ela se faz a partir de várias maneiras diferentes de construções da sociedade. Os receptores dos meios de comunicação de massa não são recipientes vazios prontos para serem cheios. São sim, indivíduos com maior ou menor poder de crítica, que podem até negociar as informações que recebem, dentro de um conjunto de valores pessoais, chegando ao ápice de poderem até recusá-las.

Para Thompson (1998, p. 31):

A recepção dos produtos da mídia não é um processo sem problemas, acríticos, tampouco são absorvidos pelos indivíduos como uma esponja absorve água. A atividade de recepção se constitui em maneiras complexas pelas quais os produtos da mídia são recebidos pelos indivíduos, interpretados por eles e incorporados em suas vidas.

E sobre a “vantagem” que o conhecimento formal pode dar ao telespectador, Lins da Silva (1985), em sua tese de doutorado, discute a audiência do Jornal Nacional da Rede Globo, afirmando que “o conhecimento pessoal dos assuntos tratados no vídeo



faz com que o telespectador apresente um senso crítico mais elaborado em relação à TV no que se refere a um assunto específico”.

Aqui, Lins da Silva (1985) aponta para todo conhecimento adquirido pelo trabalhador ao longo da sua vida, sendo ele formal ou informal. Nesse momento, abre-se a possibilidade de analisar o ensino formal, ou seja, o nível de escolaridade do telespectador, como um dos grandes responsáveis pela compreensão da notícia já que, para ser crítico diante da informação é preciso, a princípio, compreendê-la.

Ao ser questionado sobre a possibilidade de os meios e suas mensagens construírem uma sociedade mais crítica, José Marques de Melo (2009) afirma que o resultado irá depender do cidadão. “Quanto mais bem educados eles forem, mais elevados serão os padrões cognitivos e a inapetência dos cidadãos comuns para demandar qualidade nos produtos midiáticos”.

Barros Filho (1995, p. 223) explica o processo através da hipótese do *knowledge gap*, ou intervalo do conhecimento, apresentada pela primeira vez à comunidade por Tichenor, Donohue e Olien, em 1970. Segundo a hipótese:

Para o senso comum e alguns comunicólogos midiáticos, a mídia socializa o conhecimento. O fato de a recepção, sobretudo televisiva, se dar de forma intensa em todos os níveis sociais serve de argumento para que se acredite na tese homogeneizadora da veiculação informativa. No entanto, as pesquisas realizadas sobre os efeitos da recepção informativa mostram o contrário. Os grupos de maior capital cultural, que ocupam os níveis mais altos na escala socioeconômica, apresentam uma absorção da informação sempre superior aos grupos de nível de instrução inferior. A distância de conhecimento entre esses grupos em vez de diminuir, aumenta. Os meios de comunicação servem como instrumento de reprodução das desigualdades culturais.

Devemos considerar que, como qualquer outro processo social, o desenvolvimento do senso crítico acerca das mensagens televisivas necessita de um aprendizado. Se desde criança a única fonte de informação for a televisão, a predisposição para o consumo de forma passiva será quase inerente ao processo. Assim, a possibilidade de se ter um receptor pronto para o consumo inquestionável de seus produtos será real para grande parte das empresas de televisão.

Sob essa perspectiva, Fadul (1982, p.39-49) coloca a questão como problema de grade curricular, sendo a leitura crítica da mídia uma disciplina a ser trabalhada:



Ao nível da educação formal, consideramos urgente e indispensável que se reconheça esse novo domínio do conhecimento, o do estudo dos meios de comunicação de massa, introduzindo uma nova disciplina que tenha por objetivo alfabetizar, para uma leitura crítica e seletiva das mensagens divulgadas pelos mídia, com a finalidade de superar a oposição entre o universo da escola e dos meios de comunicação de massa, que se traduz na oposição entre o fácil e o difícil, o recreativo e o instrutivo. Pois a introdução dos novos meios na escola é a única defesa possível contra os efeitos nocivos da mídia. Aprender-se-ia a lê-los como um livro e sua utilização permitiria a desmistificação de sua linguagem.

Esses padrões cognitivos e o papel da educação escolar são discutidos há séculos. Isso porque a escola não é um instrumento estranho à sociedade, um elemento separado, tanto que se tornou uma instituição social. Toda a estrutura do plano educacional tem como objetivo maior o desenvolvimento do ser humano, em todas as áreas.

A escola deve levar à formação da personalidade integral do aluno e ao desenvolvimento de suas faculdades produtoras e de seu poder criador, pela aplicação, na escola, para a *aquisição ativa de conhecimentos*, dos mesmos métodos (observação, pesquisa e experiência), que segue o espírito maduro nas investigações científicas (TEIXEIRA, pág. 59; grifo meu).

O conceito de prática escolar está intimamente ligado a filosofia de cada época. Mas é quase unanimidade entre elas que a prática escolar é muito mais do que a transmissão de um conhecimento científico. Apesar de levar esse aspecto em consideração, não se pode deixar de assumir que a escola ainda é a maior responsável pela aquisição de conhecimentos lógicos e específicos.

De acordo com a Lei nº 9394/96, a educação escolar compõe-se de educação básica e educação superior, conforme os incisos I e II do art. 21. A educação básica é formada pela educação infantil (creche até 3 anos/primário 4 e 5 anos), ensino fundamental (6 a 14 anos) e ensino médio (de 15 a 17 anos). As universidades se enquadram no ensino superior (18 a 24 anos).

A lei (1996) exige que esse conhecimento garanta o desenvolvimento da capacidade de aprender, tendo como meios básicos o pleno domínio da leitura, da escrita e do cálculo. Outra preocupação é o aprimoramento do educando como pessoa



humana, incluindo a formação ética e o desenvolvimento da autonomia intelectual e do pensamento crítico.

Com essa variedade de tarefas no ensino, a escola moderna “se diversifica para também se adaptar à diversidade crescente de aptidões e gostos e à variedade de formas de atividades sociais” (TEIXEIRA, pág. 61). Nota-se, então, que a escola exerce dois papéis vitais para o educando: o de transmitir conhecimentos científicos e lógicos⁵ e o de participar de um processo permanente em que o ser humano vai descobrindo, elaborando, reinventando e, conseqüentemente, fazendo seu próprio conhecimento.

O educando que descobre, elabora e faz seu próprio conhecimento é o mesmo que recebe notícias diariamente dos telejornais. Para a televisão, ele é o telespectador. A responsabilidade que o telespectador pode assumir, involuntariamente, em recriar um modelo de representação e atualizar seu conhecimento por meio da notícia não restringe apenas a ele, mas abrange fatores que partem do telejornal e do profissional de comunicação. E no caso, a linguagem do conteúdo noticioso pode ser decisiva nesse processo de compreensão.

A língua nacional faz abrigo a usos regionais, discursos especializados e o registro formal e informal. Para Lage (1986) “o registro informal é mais acessível às pessoas com pouca escolaridade e, até para as que estudaram ou lidam constantemente com a linguagem formal, permite rápida fruição e expressividade”.

Logo em seguida, Lage (1986) afirma que o registro formal é uma imposição de ordem política, esteja ou não em lei. De forma conclusiva, ele mostra o interesse do jornalismo em unir uma comunicação eficiente a uma aceitação social. A linguagem jornalística é, portanto, “constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal”.

Uma das características da sociedade de massa que também possui meios de comunicação de massa é que, apesar do astronômico número de telespectadores assistindo a um mesmo telejornal, essa massa é composta por indivíduos isolados, com características e potenciais específicos. E considerando as ideias de Goldmann, Minayo, e Fadul, o que verificamos é que os meios de comunicação de massa, conscientes do problema de má interpretação, ou dificuldade de interpretação, por parte dos consumidores, acabam empobrecendo vocabulários e adaptando mensagens para a

⁵ Ainda que, como defende Paulo Freire (2005), esses conhecimentos não tenham um fim neles mesmo.



compreensão da grande parcela da população brasileira, ainda que esta adaptação implique em uma perda do conteúdo.

O ideal seria uma educação formal para que todos compreendessem uma linguagem mais elevada. Mas como essa educação formal que eleva os padrões cognoscitivos não atinge uma boa parte da população, o jornalismo é obrigado a adaptar a sua linguagem,, tendo em vista a condição do receptor. E se por um lado isso é bom porque garante a compreensão, por outro é preocupante, já que reafirma a condição de receptor com senso crítico e educação formal ainda em processo de fortalecimento.

Assim, o que podemos notar é toda uma estrutura adotada pelos veículos de massa para homogeneizar a linguagem, realizando verdadeiras traduções de conteúdos para os consumidores dos produtos da Indústria Cultural, além de contarmos com os processos culturais por que passam os indivíduos ou grupos de indivíduos na sociedade, modificando determinados significados regionais ou locais. Atrela-se a isso também o problema educacional, discutido anteriormente, e a conseqüente falta de prática interpretativa.

A notícia assim produzida será divulgada no espaço público do jornalismo, possibilitando a interpretação pelos destinatários, aos quais cabe a tarefa de recriar um modelo de representação, imaginando o contexto do evento, e atualizando seu conhecimento sobre o fato a partir de seus próprios significados e dos significados produzidos pelo texto jornalístico (MOTA, 2006, pág. 131).

O fato é que enquanto o telespectador é tratado como audiência e o índice de audiência como possibilidade de lucro, o suprimimento da necessidade da informação pode se tornar aparente. E isso pode ser ideológica e mercadologicamente explicado quando Traquina (2004) divide o campo jornalístico nesses em dois pólos:

“a) o pólo econômico ou comercial – com a comercialização da imprensa no século XIX, as notícias são mercadoria de um negócio cada vez mais lucrativo; b) o pólo ideológico ou intelectual – com a identificação da imprensa como elemento fundamental da teoria democrática, o jornalismo é visto como um serviço público em que as notícias são o alimento e que os cidadãos precisam para exercer os seus direitos democráticos (TRAQUINA, 2004, pág. 126)

Esse processo muitas vezes ineficiente produz o que Pierre Bourdieu (1997) chama de *fast-thinkers*, pensares que pensam rápido demais. “Pode-se pensar com



velocidade? Será que a televisão, ao dar a palavra a pensadores que supostamente pensam em velocidade acelerada, não está condenada a ter apenas *fast-thinkers*?”. O questionamento que norteia esta pesquisa é o mesmo que norteia o pensamento do autor:

Ora, trate-se de um discurso, de um livro ou de uma mensagem televisual, *o problema maior da comunicação é de saber se as condições de recepção são preenchidas*; aquele que escuta tem o código para decodificar o que estou dizendo? Quando emitimos uma ideia feita é como se isso estivesse dado; o problema está resolvido. A comunicação é instantânea porque, em certo sentido, ela não existe. Ou é apenas aparente (BOURDIEU, 1997, pág. 40; grifo meu).

A partir do momento em que as condições de recepção são preenchidas, a notícia compreendida passa a ter um potencial educativo, mesmo que esse não seja seu objetivo.

E tudo se inicia pelo processo ininterrupto e inevitável da educação. A educação, assim que aplicada e entendida, transforma-se em participação do cidadão, esta que tem surgimento com o estabelecimento de um conhecimento, gera envolvimento e termina em sua manifestação. (SOUSA, 2010).

A informação jornalística está no último degrau porque é por meio dela que o indivíduo pode conhecer o exterior e tem chance de participação. Informação em si não é conhecimento, mas produz conhecimento⁶, e este gera mudança de comportamento, e isso é educação. E dentro do espaço educativo que é desenvolvido por essas vivências sociais, podendo ser chamado de espaço educativo deslocalizado, tem-se o conhecimento “novo” transmitido por várias dessas “pontes” utilizadas pela educação informal, em que Paulo Freire⁷, diz que o conhecimento não pode ser estático, concluído ou finalizado.

Ao longo de seu desenvolvimento, o jornalismo, ao mesmo tempo em que ele cria possibilidades para a produção de um novo conhecimento, ou ele mesmo o constrói, que é o campo da educação informal, existe a possibilidade de o telespectador se

⁶ Para a pesquisa, foi utilizada a tese de que o jornalismo não transmite conhecimentos prontos, mas constrói um gênero específico de conhecimento, diferente, porém, do conhecimento da ciência e da arte, como sustenta a hipótese de Adelmo Genro Filho (1987).

⁷ TORRES, Carlos Alberto. Diálogo com Paulo Freire. 3ª Ed. Coleção Paulo Freire. Maio de 2003.

encontrar dependente do seu nível de escolaridade ou da educação formal para a compreensão do seu conteúdo.

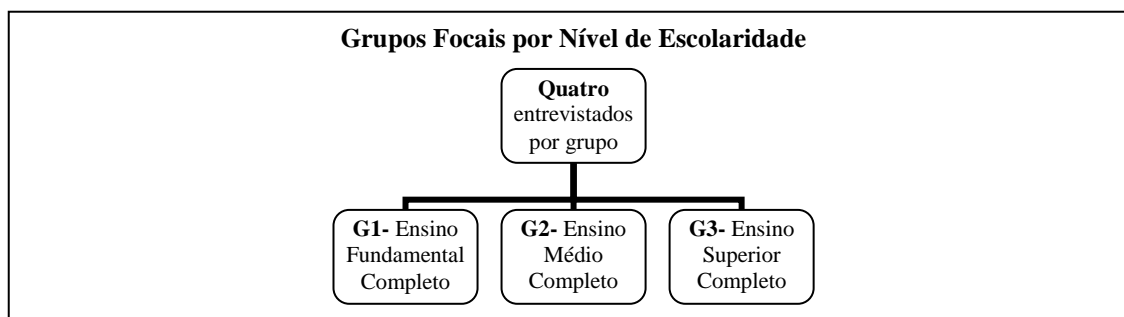
3. Metodologia

A metodologia traçada neste trabalho procura encontrar no estudo teórico/bibliográfico os pressupostos implícitos relacionados ao objeto em análise. Este estudo fará a relação entre educação e o telejornal. O objetivo é buscar definições, conceitos e categorias que contribuam para eficiência da pesquisa.

No segundo momento, a pesquisa de campo será utilizada com caráter qualitativo. A ferramenta do trabalho de campo é a entrevista do tipo semi-aberta, já que ela oferece um campo aberto de interrogativas, mas que apresenta um roteiro que direcione a questão-chave da pesquisa. Serão aplicadas entrevistas do tipo semi-abertas em três grupos focais.

Grupos focais são um tipo de pesquisa qualitativa criada em 1941 por Paul Lazarsfeld e Robert Merton e que tem como objetivo perceber quais são as características valorativas e normativas de um grupo em particular. A metodologia focada nesse tipo de produto é conduzida de forma um pouco diferente, na medida em que, ao início da condição do grupo, “é necessário expor os participantes à peça de comunicação alvo da análise para se assegurar homogeneidade de impacto” (DUARTE, 2010, pág. 182).

No trabalho apresentado, os grupos focais serão divididos pelo nível de escolaridade. Os entrevistados do grupo G.1 G.2 e G.3 terão, todos, idade entre 21 e 26 anos. Os grupos serão preenchidos conforme o quadro a seguir:



Quadro 1: Divisão por nível de escolaridade dos grupos focais a serem entrevistados.

Antes da aplicação das entrevistas, a pesquisadora vai apresentar aos entrevistados seis edições do Jornal Nacional, da TV Globo, e o Jornal da Cultura, da



TV Cultura, todos sem as inserções comerciais. Essa apresentação será dividida da seguinte forma: duas pessoas de cada grupo assistirão as seis edições do Jornal Nacional (sendo uma apresentação por dia) e as outras duas pessoas do mesmo grupo assistirão as seis edições do Jornal da Cultura (também uma edição por dia).

A escolha do material jornalístico oferecido por meio da televisão se justifica na reflexão de Temer (2002) quando afirma que, na sociedade brasileira, a televisão emerge como a principal fonte de representação social e política. E apesar de cada veículo de comunicação ter sua vantagem, a televisão se sobressai pelo fato de não excluir os analfabetos.

Falando especificamente da televisão, Bourdieu acrescenta que ela pode reunir numa noite, mais pessoas que as mídias impressas, a exemplo da totalidade dos jornais franceses reunidos. Esse grande público constitui uma legião de pessoas absolutamente heterogênea, e para atingi-los a mídia tem que perder suas asperezas, tudo aquilo que pode excluir algum membro da sociedade ou dividir as atenções:

Mais que isso, ele deve aplicar-se em não *chocar ninguém*, como se diz, em jamais levantar problemas ou apenas problemas sem história. Na vida cotidiana, fala-se muito da chuva e do tempo bom porque é o problema com o qual se está certo de não causar choque. Quanto mais um jornal estende sua difusão, mais caminha para assuntos-ônibus que não levantam problemas. Constrói-se o objeto de acordo com as categorias de percepção do receptor. (BOURDIEU, 1997, p. 62-3)

Sobre a escolha do Jornal Nacional, especificadamente, segundo Temer (2002, pág.123) ele aparece com a característica de ser o telejornal que se encontra em todas as partes, dando conta de quase todas as notícias do dia. “O número alto e a variedade da abrangência das matérias refletem a necessidade de esse telejornal estar em toda parte, saber de tudo”. Outra justificativa é o fato de este telejornal estar vinculado à rede de televisão de maior audiência no Brasil.

Sobre a escolha do Jornal da Cultura, entende-se que é um telejornal cuja linha editorial se preocupa com a explicação mais didática das matérias e com o oferecimento de argumentos que permitem ao telespectador uma construção da sua própria opinião. Segundo a jornalista apresentadora deste telejornal, Maria Cristina Poli⁸ (2010), o Jornal

⁸ Disponível em: <<http://tvcultura.cmais.com.br/jornaldacultura/>> Acesso em: 03 janeiro 2012



da Cultura “é um telejornal de análise, que se preocupa em traduzir os fatos para o telespectador”.

Diante da exposição das edições dos dois telejornais, será preciso analisar o conteúdo dessas edições. A escolha da análise de conteúdo se justifica porque, segundo Júnior (2006), é uma técnica capaz de garantir a “descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo analisado”. Estudando as matérias de assunto em comum entre o Jornal Nacional e o Jornal da Cultura, será possível fazer um estudo comparativo entre a capacidade que cada telejornal tem em se fazer compreendido e a capacidade de cada telespectador em compreendê-los.

CONCLUSÃO

O artigo apresentou a discussão entre a limitação do telespectador em não compreender a notícia, e as responsabilidades do telejornal em se fazer compreendido. Buscou-se relacionar a limitação do telespectador e seu conhecimento formal, adquirido pela formação escolar, e as deficiências do telejornal em não apresentar notícias que se façam compreendidas, ou pela rapidez de transmissão ou linguagem dificultosa e até descontextualização sócio-cultural ou geográfica da informação para seu receptor.

A prática jornalística também foi mostrada com um potencial educativo informal, já que por meio da informação jornalística o cidadão pode conhecer o mundo com seus direitos e deveres e tem ali a chance de participar da sociedade. Esclareceu-se, porém, que a informação em si não é conhecimento, mas produz conhecimento, o que traz mudança de comportamento, sendo isso também um processo educativo, mesmo que diferente do processo didático-escolar.

Sob a importância de fazer o telespectador entender as notícias, o artigo mostra que as informações são essenciais para o homem em sociedade. E essas informações, em sua maioria, chegam de forma *mediada*, e não direta. Por isso, associou-se a necessidade social da informação ao direito a essa informação e ao conceito de cidadania.

No presente artigo também foi considerado que, apesar da audiência reunir um grande número de pessoas, ela é composta por potenciais cognoscitivos diferentes. Isso porque o nível de escolaridade, sendo ainda a escola a maior responsável pela transmissão formal de conhecimento, ajuda ou dificulta nesse processo decodificante. E



isso exige da prática jornalística um equilíbrio, reelaboração e até encaixe do seu formato às indigências da maioria, principalmente referente à linguagem.

Entende-se, então, que o ideal seria uma educação formal onde todos compreendessem essa linguagem mais elaborada. Mas como essa educação formal capaz de capacitar o receptor ainda não atingir grande parte da população, o jornalismo é obrigado a se enquadrar nas condições da maioria. Essa atitude tanto consciente quanto necessária é boa, porque dá ao telespectador a chance de compreender a notícia. Mas por outro lado, é ruim porque empobrece vocabulários, além de perder em conteúdo.

E colocando em prática esse raciocínio, a norma jornalística substitui expressões pessoais para que o receptor possa fazer sua própria avaliação quando, na verdade, ainda assim existe a possibilidade de ele não conseguir fazer isso sozinho. De qualquer maneira, o jornalista se sente na responsabilidade de deixar para o telespectador a liberdade de interpretação e entendimento.

REFERÊNCIAS

BARBERO, J.M. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

BARROS FILHO, C. de. **Ética na comunicação**: da informação ao receptor. São Paulo: Moderna, 1995.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. – Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor, 1997.

BRASIL, **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Ministério da Educação. Legislação Federal. Disponível em <<http://portal.mec.gov.br/>>. Acesso em 09 janeiro 2012.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. Tradução de Silvana Cobucci Leite. São Paulo. Edições Loyola, 2005.

FADUL, A. Meios de comunicação de massa e educação no Brasil: uma perspectiva crítica. **Cadernos Intercom**. São Paulo: Cortez, 1982. p. 39-49.

FREIRE, Paulo. 1921-1997. **Pedagogia da autonomia**: saberes necessários à prática educativa. 31. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.



GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: jornalismo e cidadania: estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação**. 1ª ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2005.

GOLDMANN, L. **A criação cultural na sociedade moderna**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1972.

GUARESCHI, P.A. (Coord.). **Comunicação e controle social**. Petrópolis: Vozes, 1991.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 6. ed. São Paulo: Atica, 2006.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. Série Ponto de Apoio. São Paulo. Scipione, 1994.

McLUHAN, M. **The medium is the message**. Nova Iorque: Rondon House, 1967.

MELO, José Marques. **Jornalismo, forma e conteúdo**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009.

MOTA, Célia Ladeira. **O gesto e a palavra: representações sobre cidadania no telejornal**. In: **Telejornalismo: a nova praça pública**. Alfredo Eurico Vizeu, Célia Ladeira Mota, Flávio A. C. Porcello (organizadores). – Florianópolis. Insular, 2006.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Muito além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores**. São Paulo. Summus, 1985.

SOUSA, Mayara Calácio de. **Do jornalismo à educação: a informação jornalística como parte do processo educativo informal**. 2010. 58f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2012.

TEIXEIRA, Anísio. **A reconstrução Educacional no Brasil: ao povo e ao governo: manifesto dos pioneiros da educação nova**. São Paulo: Ed. Nacional, 1932.

TEMER, A. C. R. P. **Notícias & serviços nos telejornais da Rede Globo**. Rio de Janeiro: Sotese, 2002.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão; revisão de tradução Leonardo Avritzer. Petrópolis, RJ. Vozes, 1998.

TORRES, Carlos Alberto. **Diálogo com Paulo Freire**. 3 ed. São Paulo: Ed. Loyola, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.