

FACULDADE CÁSPER LÍBERO

CARLOS HERMINIO SOBRAL OLIVEIRA

**SÃO PAULO VISTA POR SERGIPANOS: A INFLUÊNCIA
DA MÍDIA**

São Paulo-SP

2010

CARLOS HERMINIO SOBRAL OLIVEIRA

SÃO PAULO VISTA POR SERGIPANOS: A
INFLUÊNCIA DA MÍDIA

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, na linha de pesquisa “Produtos Midiáticos: Jornalismo e Entretenimento” como exigência parcial para obtenção de título de Mestre em Comunicação sob a orientação do Prof. Dr. Cláudio Novaes Coelho.

São Paulo-SP

2010

RESUMO

A influência midiática é tão forte que é capaz de alterar o imaginário das pessoas. No caso desta dissertação, a imagem de São Paulo para os sergipanos é colocada em voga, e analisada segundo aspectos como só conhecer a maior cidade do Brasil através da televisão. Entre os programas que causam maior influência na sociedade sergipana, estão o “Brasil Urgente” e o “Jornal Nacional”, que diariamente apresentam uma imagem da realidade de São Paulo muitas vezes distante da realidade efetivamente vivida pela população. Tanto que, nas entrevistas feitas com os sergipanos neste trabalho (os que moram em Sergipe, os que vivem em São Paulo e aqueles que só vieram a turismo), constatou-se uma visão diferente entre os que só conhecem São Paulo pela mídia e os que já tiveram um contato real com ela. Isso é resultado do estreitamento da relação entre o jornalismo e o espetáculo, na sociedade moderna. Esta sociedade, marcada por transformações da contemporaneidade, seja ela de ordem tecnológica ou cultural, consome e financia tal estilo de vida voltado para a imagem espetacular. Na busca pela audiência, telejornais impulsionados pelo sensacionalismo, como o “Brasil Urgente”, ignoram valores éticos, exploram problemas sociais, e os apresentam de uma forma melodramática, pré-produzida e maquiada, deixando de lado valores da essência do jornalismo que teoricamente prioriza o conteúdo da informação. Este estudo segue a linha da análise da sociedade do espetáculo iniciada por Guy Debord, destaca idéias e valores do autor Zygmunt Bauman no que diz respeito à modernidade e reflete sobre aspectos como o papel da publicidade e da ética neste processo, respectivamente, nas linhas teóricas de Leandro Marshall e Maria Rita Kehl, entre outros.

Palavras-chave: jornalismo; espetáculo; mídia; imagem; sociedade.

ABSTRACT

The media influence is so strong that it can change people's imagination. In this thesis, the image of São Paulo to who lives in Sergipe is placed for the fashionable, and discussed issues such as second only to know the largest city in Brazil through television. Among the programs that cause the greatest influence on society Sergipe, are "Brazil Urgent" and "Jornal Nacional", which gives a picture of the daily reality of St. Paul often distant from the reality actually experienced by the population. So much so, in interviews with the Sergipeans this study (those who live in Sergipe, who lives in São Paulo and those that only came to tourism), there was a different view between those who only know São Paulo by the media and who have had real contact with her. This is a result of the narrowing of the relationship between journalism and spectacle in modern society. This society, marked by changes of today, be it technical or cultural uses and funds such a lifestyle focused on the spectacular image. In the quest for hearing, news driven by sensationalism, as the "Brazil Urgent" ignore ethical values, explore social issues, and present them in a melodramatic way, pre-produced and makeup, leaving aside the essence of journalism values which theoretically gives priority information content. This study follows the line of analysis initiated by Society of the Spectacle Guy Debord, ideas and values highlights the author Zygmunt Bauman in relation to modernity and reflects on aspects such as the role of advertising and ethics in the process, respectively, the theoretical lines Leandro Marshall and Maria Rita Kehl, among others.

Keywords: journalism; spectacle; media; image; society.

AGRADECIMENTOS

Deixar a linda e aconchegante Aracaju para enfrentar desafios tão difíceis num lugar tão diferente e complexo como é São Paulo, não é nada fácil. Ainda mais quando se tem lá uma família excepcional ao seu lado que naturalmente deixa o seu dia-a-dia mais leve e feliz. Por isso, quero dedicar este estudo a todos eles, em especial aos meus amados pais, Carlos Herminio (homem de coração e bondade infinita), e Eline Sobral (mulher vencedora e acima de tudo, mãe), que com suas lições de amor, força de vontade e respeito, me apoiaram em todos os momentos. Aos essenciais Ana Luiza e Bruno Hermínio, queridos irmãos que todos gostariam de ter. À minha Luciana Carvalho, companheira de todas as horas, pessoa maravilhosa que sempre me apoiou neste desafio em São Paulo e com quem compartilho momentos inesquecíveis de alegria. Agradeço também a toda sua família, que sempre me acolheu de braços abertos.

Dedico também a meus avôs maternos, Clovis Sobral (*in memorian*) e Maria Luiza (*in memorian*), e paternos, Luiz Alves (*in memorian*) e Maria Hermínia (*in memorian*), pelos ensinamentos e pelos exemplos de vida que sempre foram. Aos meus padrinhos, Eugênio Sobral e Lícia Sobral (*in memorian*), por sempre terem me tratado como seus filhos. Aos meus cunhados Getúlio Sobral e Daniele Leite, pela alegria a mais que trouxeram à “grande” família. Aos meus incontáveis e adoráveis tios, primos e amigos, que fizeram e que sempre vão fazer parte desta longa, difícil, mas principalmente, alegre e adorável história.

Agradeço também a todos os meus professores e colegas da Faculdade Cásper Líbero, em especial ao Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho, pela atenção e firmeza na orientação, e aos membros da Banca, a Prof.^a Dra. Ângela Cristina Salgueiro Marques (Cásper Líbero) e a Prof.^a Dra. Rosana de Lima Soares (ECA), pela colaboração efetiva nesta dissertação. E claro, agradeço a Deus, por tudo isto supracitado e por me proporcionar saúde e me direcionar, sempre, para o caminho da felicidade.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	06
1 JORNALISMO E ESPETÁCULO.....	10
2 A MODERNIDADE ESPETACULAR DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.....	28
3 A IMAGEM DE SÃO PAULO PARA OS SERGIPANOS SOB O OLHAR DO BRASIL URGENTE E DO JORNAL NACIONAL.....	45
4 SOCIEDADE SERGIPANA x SOCIEDADE PAULISTA.....	60
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	73
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	78
ANEXOS.....	80

INTRODUÇÃO

A vida acadêmica de cada pesquisador, geralmente, é construída por projetos que envolvem experiências intrigantes e polêmicas de grande expressão. No caso deste trabalho, está em voga a problemática do papel da mídia de São Paulo para a sociedade sergipana, que, de certa forma, recebe uma imagem distorcida da realidade da maior metrópole do Brasil.

Para entender o porquê disso, pretende-se dialogar com autores como José Arbex Júnior e Guy Debord, os quais abordam a notícia em forma de espetáculo. O trabalho ainda irá utilizar conceitos baseados em autores como Olgária Matos, Francisco José Karam e Denni Elliott, destacando valores, como ética, liberdade e privacidade. Já na análise que envolve o jornalismo contemporâneo e a maneira como a publicidade interfere nesse processo, serão abordados conceitos de Pierre Bourdieu e Jean Baudrillard, respectivamente.

Além da análise de produtos midiáticos, o presente trabalho discutirá os dados resultantes da aplicação de questionários envolvendo os sergipanos que vivem ou que já estiveram em São Paulo e aqueles que só conhecem a metrópole via TV, internet, etc. Deste modo, será feito um estudo sobre o caminho que a informação percorre antes de chegar aos sergipanos, considerando aspectos como verificação, interpretação e propósito da espetacularização da notícia.

Antes da reflexão sobre as questões supracitadas, e servindo de base para ela, o primeiro capítulo deste trabalho aborda o histórico e a relação entre “Jornalismo e Espectáculo”. Afinal, para entender porque o comunicador social cada vez mais se preocupa em moldar a notícia de forma que desperte cada vez mais a atenção do público para o meio em que trabalha, é preciso entender como o espetáculo foi inserido no processo de comunicação.

Conceitos de jornalismo e espetáculo e os significados que eles têm para a sociedade são os principais objetivos da primeira parte do trabalho. Nela, pretende-se não só analisar valores sociais em relação à problemática da espetacularização da informação, como também pesquisar sobre os caminhos que os conceitos jornalísticos tomaram com o desenvolvimento e as transformações da sociedade moderna.

Já no segundo capítulo, “A modernidade espetacular da sociedade contemporânea”, será explorada a relação desta sociedade com o espetáculo da informação. Afinal, se o público não “desse” tanta audiência para determinados programas, jornais ou sites em geral, a polêmica seria apenas mais uma característica da informação como um todo, e não o ponto principal para qualquer meio de comunicação que quer chamar a atenção ou ser líder de audiência.

A sociedade moderna, como afirma o filósofo Zygmunt Bauman (2007), está cada vez mais fragilizada, sem tempo para cumprir as suas obrigações da forma correta, sem referências positivas para servir como exemplo, e com o medo do outro exacerbado. Com isso, fatores como verificação da notícia, confiança na fonte e até respeito à privacidade do outro, são banalizados, ou melhor, facilmente esquecidos no momento em que a matéria é produzida e publicada.

Além disso, como diz o autor Francisco José Karam em seu livro “Jornalismo, Ética e Liberdade”, quando se fala em ética do jornalista, não está apenas se referindo à normatização escrita, mas também ao processo do indivíduo, do jornalista, que deve desenvolver seu trabalho pensando sempre em quais conseqüências irão gerar no contexto social.

Temas como a fluidez e a liquefação das coisas, a ansiedade exagerada, o medo do outro, a perda de referências e a influência da tecnologia no relacionamento entre a sociedade moderna e os meios de comunicação, são trabalhados neste capítulo, que ainda trata das transformações sociais e culturais da sociedade moderna como um todo.

No terceiro capítulo, intitulado “A imagem de São Paulo sob o olhar do Brasil Urgente e do Jornal Nacional”, realiza-se uma análise específica dos dois programas de TV mais citados pelos sergipanos nos questionários feitos na pesquisa de campo desta dissertação e, também, uma discussão sobre a ética da comunicação, levando em conta principalmente como o meio de comunicação utiliza o sensacionalismo para atingir o espetáculo.

A análise específica sobre o conteúdo paulista exibido pelo “Brasil Urgente” e o “Jornal Nacional” para os sergipanos foi feita entre os dias 3 e 10 de junho de 2010, quando foram pesquisados os principais temas do programa, o público-alvo, a forma como é passada a informação para o telespectador, a atuação do (s) apresentador (es) e como ele contribuiu para a espetacularização da notícia etc.

A forma como a informação é passada e a existência ou não de uma contextualização feita pelo jornalista para o telespectador de outra realidade social, que é a de Sergipe, será especificamente o objetivo principal deste capítulo. Além disso, as consequências da imagem distorcida de São Paulo pelos programas de televisão supracitados e como isso interfere na sociedade sergipana também serão destacados no capítulo.

No quarto e último capítulo, será analisada a imagem que São Paulo tem para os sergipanos. Antes disso, uma breve contextualização de Sergipe se torna necessária para a fundamentação da análise e para a explanação dos argumentos. O aspecto de como o menor Estado do Brasil está ligado à maior metrópole da América do Sul, por exemplo, é importante para o desenvolvimento desta análise.

Os sergipanos entrevistados na pesquisa de campo deste trabalho contam sobre o dia-a-dia da sociedade sergipana e as suas experiências em relação a São Paulo, seja como morador, turista, ou construída apenas através dos meios de comunicação, sem, por exemplo, nunca ter ido pessoalmente a maior cidade do Brasil. No total, foram entrevistados 42 sergipanos com faixas etárias e perfis sociais diferenciados, sendo 20 que moram em São

Paulo, 11 que nunca vieram aqui e 11 que já fizeram turismo ou algo do tipo. A pesquisa e o questionário com os 22 entrevistados que não moram aqui, foram feitos em Sergipe, mais especificamente na região da Grande Aracaju, onde estão os municípios de Nossa Senhora do Socorro, Barra dos Coqueiros, Laranjeiras, São Cristóvão e claro, Aracaju.

Vale lembrar que além de explorar o que significa Sergipe e São Paulo para cada um, foram feitas questões referentes aos programas de televisão mais assistidos no aspecto de como eles interferiram no processo de construção de imagem. E, claro, foi abordado também o que atraiu e quais aspectos afastam o sergipano da realidade paulista. Essa parte do trabalho abrirá caminhos também para entender se o significado atribuído a Sergipe e a São Paulo é resultado apenas das experiências de vida ou também fruto de valores ideológicos sobre cada localidade.

A versão integral das entrevistas pode ser encontrada nos anexos do trabalho. Elas foram construídas baseadas no que cada um poderia contribuir para a análise do espetáculo sensacionalista produzido pela mídia, num questionário padrão, porém, com algumas particularidades. Como por exemplo, o questionamento sobre o dia-a-dia do sergipano, que para os que vivem lá ou viveram há pouco tempo é possível perguntar, mas para aqueles que já estão em São Paulo há mais de década, não. Ou melhor, algumas perguntas foram feitas ou não em função do perfil dos entrevistados.

Capítulo 1

JORNALISMO E ESPETÁCULO

A sociedade moderna está em constante processo de transformação. Junto a ela, valores e crenças vão sendo renovados e em muitos dos casos ganham significados ambíguos e até certo ponto, contraditórios. É o caso da relação entre jornalismo e espetáculo, que mesmo com definições etimológicas totalmente diferentes, juntos são confundidos e analisados como um todo.

Antes de entrar em tal discussão, vale a pena destacar suas respectivas origens conceituais. Segundo Arbex Júnior (2001:69), o espetáculo é a aparência que confere integridade e sentido a uma sociedade esfacelada e dividida. É a forma mais elaborada de uma sociedade que desenvolveu ao extremo o “fetichismo da mercadoria” (felicidade identifica-se a consumo).

Neste sentido, Debord (1997:16) afirma que o conceito de espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes. Suas diversidades e contrastes são as aparências dessa aparência organizada socialmente, que deve ser reconhecida em sua verdade geral. Além disso, para descrever o espetáculo, ele diz que é preciso fazer uma distinção artificial de elementos inseparáveis, como por exemplo, a linguagem, e também que o espetáculo nada mais é que o sentido da prática total de uma formação econômico-social.

Já quando se fala em jornalismo, a denominação que vem à tona é uma atividade profissional que consiste em lidar com notícias, dados factuais e divulgação de informações. Segundo Koszyk & Pruys (1976), ela é considerada a profissão principal das pessoas que reúnem, detectam, avaliam e difundem as notícias, ou que comentam fatos do momento.

O jornalismo é tratado como uma profissão de comunicação, mas o tema comunicador é frequentemente usado para definir toda a organização dos meios de comunicação. Quem quer que passe a informação, opinião ou entretenimento aos receptores ou participe de alguma maneira em tal processo está compreendido nessa categoria – que inclui tanto o chofer de veículos de uma organização radiotelefônica quanto o vendedor porta a porta ou mesmo o jornalista. (Michael Kunczik, 1976:15)

Neste trabalho, que traz como objetivo principal uma análise da imagem que os sergipanos têm da cidade de São Paulo através dos meios de comunicação, a relação jornalismo e espetáculo está presente em todos os aspectos, desde a função enquanto noticiarista que vem da essência da profissão do jornalista, até as conseqüências que o espetáculo pode gerar quando fundido com a comunicação.

Como Marshall (2003) afirma, vale destacar que a tática de abalar, sacudir, desestabilizar, assustar, estremecer, emocionar ou inquietar as pessoas, provocando intencionalmente a erupção das sensações, acaba atraindo o interesse do público para o relato ou para o desenrolar dos fatos.

Juntos, jornalismo e espetáculo procuram chamar a atenção da sociedade sem se importar com limites éticos e morais. Em meio ao processo de narrar novamente o acontecimento, as regras básicas de comunicação são adaptadas à linguagem espetacular com o objetivo de apresentar uma narrativa histórica moldada e mais atrativa, capaz de prender a atenção do telespectador, leitor, ouvinte, entre outros, e causar mais impacto do que o normal.

É o que aponta o sergipano e engenheiro José Victor Barreto, que mora em São Paulo há seis anos. “Nunca imaginei que ia morar aqui e sempre achei que aqui seria o último lugar que eu iria morar. Afinal, tudo que a gente vê na mídia, lá em Sergipe, é que em São Paulo a violência, o trânsito e a insegurança ultrapassam os limites de convivência social. Apenas notícias ruins chegam a nós sergipanos. Para você ter uma ideia, aspectos culturais como parques, museu, teatro, enfim, atrações culturais, não são ressaltadas em nenhum momento. O que me deixa chateado, é que o Jornal Nacional, o Jornal Hoje, o Fantástico, entre outros

programas de TV, acabam privilegiando nos chocar com algo que na verdade não é nem 10% do real”.

Outro ponto que merece destaque por estar cada vez mais presente nas ações da mídia é a forma como a matéria é concluída, seja em jornais impressos, internet, e principalmente, na televisão. Com a inserção do espetáculo na informação, finalizar a notícia sempre com uma conexão para o conteúdo do jornal do dia seguinte tornou-se um padrão, independente se tem pauta confirmada ou não. Tal técnica é a mesma utilizada pelos diretores de novelas que, no final do capítulo, apresentam o clímax da atração, para assim convocar o telespectador a assistir no dia seguinte.

Prova disso é que jogos lúdicos associados ao suspense e dramatização do caso ou da notícia estão sendo cada vez mais utilizados em detrimento do real. Não importa se os artifícios utilizados têm origem fictícia, e sim o impacto que ele vai causar. E sabendo que notícias da vida alheia são sempre bem vindas, contanto que não apresentem algo ligado à própria pessoa, os meios de comunicação em geral se aproveitam e exploram por completo, adquirindo informações que antes seriam consideradas fúteis, e que hoje são primordiais para a produção da matéria, ou se preferir, da novela.

Em tom sensacionalista, os telejornais, a imprensa escrita e mais ainda a especializada em programas de televisão divulgam com detalhes cada mínimo fato referente às investigações da polícia, além de reverberar com exagero as mínimas declarações de qualquer personalidade, artista, jornalista, policial, médico ou quem quer que fosse com o mínimo de projeção pública. (Arbex Júnior, 2001:46)

O grande problema é que o jornalismo, deste modo, passa a se chamar *showrnalismo*¹. Há, como diz Arbex Júnior (2001), um enfraquecimento ou o total apagamento da fronteira entre o real e o fictício. É, pois, necessário pesquisar, analisar e debater como esta maneira de informar à sociedade contagiou grande parte dos meios de comunicação, e até onde ela pode chegar.

¹ *Showrnalismo*, expressão utilizada por Arbex Júnior, é a relação de união entre Jornalismo e Espetáculo.

Exemplos claros dessa prática foram os casos “Isabella Nardoni” e “Eloá Pimentel”, tragédias da vida real que geraram novelas polêmicas e marcantes criadas justamente pela mente sensacionalista e pelas ações voltadas unicamente para os aspectos comerciais a favor do meio de comunicação.

O primeiro caso envolvia uma acusação de assassinato pelo pai, Alexandre Nardoni, da filha de cinco anos, Isabella Nardoni, supostamente jogada de uma janela de um edifício na zona norte da cidade de São Paulo. A novela esteve em destaque na mídia em todo o Brasil por cerca de um ano, seja falando de eventos importantes como o julgamento do pai da criança, ou fúteis como hipóteses levantadas por terceiros. O caso foi tão explorado, mobilizou tanto a sociedade, que a porta do edifício em que morava Alexandre Nardoni, parecia um ponto turístico. No caso do sergipano e porteiro Reginaldo Filho, causou um sentimento de medo e trauma de vir a São Paulo irreversível. “Eu não tenho vontade de conhecer São Paulo. Só vejo desgraça na TV. Acho que o caso da Isabella Nardoni é algo que exemplifica coisas que só acontecem em São Paulo. Um lugar sem dono, sem comando, bem desorganizado”.

E a exploração da mídia neste caso, como foi feita, pode-se dizer que ultrapassou valores éticos não só do jornalismo como principalmente do ser humano. A vida íntima de toda a família foi apresentada como uma verdadeira exposição de arte, gerando diversas e polêmicas reações na sociedade.

O segundo caso teve como foco o seqüestro de Eloá Pimentel, pelo ex-namorado Lindemberg Alves, que culminou com o assassinato da menina de 15 anos, na cidade de Santo André, na Grande São Paulo. Integrantes da polícia e do poder público classificaram como criminosa a participação das TVs Globo, Record e Rede TV no processo de tentativa de negociação com o assassino. Vale lembrar que, a apresentadora Sônia Abrão, do Programa “A

Tarde é sua” da Rede TV, entrevistou ao vivo Lindemberg Alves e Eloá por telefone, bloqueando a linha que era utilizada pelo negociador.

Entrevistas como esta não têm como objetivo principal compreender a resposta do entrevistado, e sim mostrar o comportamento dos envolvidos diante de uma situação dramática como as duas supracitadas em tempo real, algo que a sociedade só está acostumada a ver nos *reality shows*. O desespero, o medo, a dor, a angústia, tudo isso leva a sociedade a ligar a TV e ficar atenta ao caso e, ao mesmo tempo, a se perguntar até onde o meio de comunicação é capaz de chegar para alcançar maiores índices de audiência.

Outro sergipano, o Administrador de Comércio Exterior Arthur Maia que mora em São Paulo há quatro anos, conta como um caso polêmico daqui de São Paulo quase o impediu de vir morar aqui. “Quando tinha 17 anos e morava em Aracaju (capital de Sergipe), ouvia sempre a rádio e a TV Bandeirantes, que sempre evidenciavam o transtorno que é o trânsito de São Paulo que, a meu ver, de forma exagerada. Mas, não dei muita atenção a isso, e estava tudo certo para que em 2006 viesse morar aqui. Mas quando vi a mídia mostrando o caso PCC, minha família e eu achamos melhor não vir mais. Porém, tinha alguns amigos que moravam aqui, e curiosamente me falava de uma São Paulo que eu realmente não conhecia. Foi aí que as coisas foram acalmando e eu resolvi vir morar aqui”.

Nesses momentos dá para perceber o quão fundamental se tornou o sensacionalismo na estratégia de comunicação de emissoras, jornais, revistas etc. Ultrapassar direitos humanos éticos-sociais não é um absurdo, mas não apresentar no lugar de destaque da respectiva mídia algo polêmico, é.

Falar de ética nessas horas é insignificante, pois a teoria não aparece na prática e a prática não segue a teoria. O meio de comunicação coloca o lado comercial acima de tudo e o conteúdo apresentado é manipulado sem limites morais, fazendo com que o resultado final da notícia seja um produto embalado.

De forma geral, o jornalista da era pós-moderna anula o senso crítico e a capacidade de reflexão e permite-se o ato de submeter o lead e a pirâmide invertida à lógica do mercado. Por isso, o jornalista passa, conscientemente ou inconscientemente, a se defender e defender o seu emprego, seu salário, sua sobrevivência. Ele se rende à invisível censura do mercado e estabelece a própria autocensura. O jornalista perde silenciosamente sua autonomia, consciente ou inconsciente, e desempenha mecanicamente as operações que dão forma ao universo da informação (Marshall, 2003:32).

Exemplos à parte, a relação jornalismo e espetáculo é marcada pela dependência que um tem pelo outro, do vício de estar sempre agindo em parceria, da maneira como são indispensáveis entre si para se destacar na sociedade. Tal relação pode ser comparada, por exemplo, com a de marido e mulher. Originam-se de realidades diferentes, convivem juntos e desenvolvem suas trajetórias pensando sempre no outro, e claro, reproduzem filhos, que no caso de jornalismo e espetáculo, é conhecido como sensacionalismo.

O sensacionalismo, que é geralmente o nome dado a um tipo de postura editorial adotada regular ou esporadicamente por determinados meios de comunicação, caracteriza-se pelo exagero, pelo apelo emotivo e pelo uso de imagens fortes na cobertura de um fato jornalístico. Exagero de tal fato exibido com muitas cenas emotivas e de certa forma generalizando o tema exibido.

O jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece. Quase fabrica uma nova notícia, que passa a se vender por si mesma. Nesse gênero de jornalismo, o mais importante é a manchete, que faz o leitor ou telespectador ler ou assistir apenas por atração, por sensação, por impacto, por curiosidade despertada, uma vez que o desenvolvimento da matéria não acrescentará nada além daquilo que já foi anunciado (Patias, 2006:81).

Com exemplos cada vez mais perceptíveis e rotineiros perante todas as camadas sociais envolvendo o sensacionalismo, gerados exclusivamente pelos meios de comunicação, pode-se questionar o porquê da não utilização das normas básicas do jornalismo em detrimento de novos valores em prol da sociedade do espetáculo, ou seja, dos que alimentam tal modelo social. A resposta está na ponta da língua de qualquer profissional de

comunicação: a busca incessante da audiência, da comercialização de revistas e jornais, da venda do espaço para anunciantes.

Isto não só modifica a forma de fazer jornalismo, como também de se entender a profissão. Os estudantes, ainda na faculdade, aprendem já no estágio o que o mercado atual exige. Eles são treinados para competir, para chamar a atenção da sociedade, para fazer do seu conteúdo uma matéria “espetacular”.

A origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo, e a expansão gigantesca do espetáculo moderno revela a totalidade dessa perda: a abstração de todo trabalho particular e a abstração geral da produção como um todo se traduzem perfeitamente no espetáculo, cujo modo de ser concreto é justamente a abstração. No espetáculo, uma parte do mundo se representa diante do mundo e lhe é superior. O espetáculo nada mais é que a linguagem comum dessa separação. O que liga os espectadores é apenas uma ligação irreversível como o próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas o reúne como separado. (Debord, 1997:23).

O espetáculo está para o setor financeiro, como o jornalismo está para a informação. Juntos, eles se adaptam em relação às características da essência de cada um, produzem um impactante show ao ar livre e divulgam para todos o que é de interesse deles, e de alguma forma, faz parecer que também é da sociedade.

Porém, até que ponto o aspecto comercial deve interferir na produção de uma informação jornalística? Ou melhor, é possível o jornalismo ser ator principal quando na verdade quem o sustenta no espaço social é a publicidade e a propaganda? E mais, é possível respeitar a essência do jornalismo em detrimento dos interesses financeiros?

Todas essas respostas são encontradas e compreendidas quando se coloca em questão o sistema econômico predominante no século XXI: o capitalismo. Ou seja, da mesma forma que fomenta o cidadão a encontrar sua independência financeira e sua satisfação pessoal, torna-lhe preso ao modo de vida focado no capital e à incessante infelicidade no aspecto social-coletivo. Da mesma maneira acontece no jornalismo.

O editor-chefe de um jornal, por exemplo, está diretamente ligado ao setor comercial e atento no que ele pode ou não publicar de acordo com os interesses da empresa. Feito isto, ele

mostra aos pauteiros que tipo de matéria vai satisfazer tanto os patrocinadores quanto a sociedade. Por fim, enaltece como a informação pode ganhar dimensões maiores com o simples fato da inserção de uma linguagem espetacular, que vai, conseqüentemente, chamar a atenção da sociedade e impulsionar a comercialização daquele jornal, ou se preferir, daquele produto.

Contudo, viver num modelo de uma sociedade essencialmente capitalista faz com que o meio de comunicação dependa diretamente do que o próprio pode atrair de recursos financeiros, mas isso não quer dizer que o ponto principal deva ser o que vai agradar aos patrocinadores do meio em questão, por exemplo.

No momento em que a sociedade descobre que depende da economia, a economia, de fato, depende da sociedade. Esse poder subterrâneo, que cresceu até parecer soberano, também perdeu sua força. No lugar em que havia o isso econômico, deve haver o eu. O sujeito só pode emergir na sociedade, isto é, da luta que existe nela mesma. Sua existência possível depende dos resultados da luta de classes que se revela como o produto e o produtor da fundação econômica da história (Debord, 1997:35).

Como na lógica capitalista tudo se transforma em mercadoria, a estetização da notícia se torna ponto básico, ou melhor, fundamental para atrair a sociedade para consumir esse “produto”. A idéia que surge é repaginada, e muitas vezes até recriada, e se transforma em algo muito maior do que o produto realmente é. Exemplos reais disso são muitas das notícias divulgadas pelos meios de comunicação diariamente, que são narradas novamente pelos jornalistas, dando origem a uma história cheia de atrativos polêmicos e sensacionalistas, e que são chamadas de novelas da vida real, como foi no caso Isabella Nardoni.

Nesse sentido, conciliar aspectos éticos e comerciais é um desafio de cada empresa de comunicação que preze pela essência do jornalismo. Precisa haver um balanceamento entre os interesses individuais do dono da empresa e de cada jornalista que ali trabalha. O primeiro busca o lucro e o status que a mídia pode lhe proporcionar. O segundo, deve se preocupar em

apresentar para a sociedade acontecimentos com embasamento e com conteúdo voltado para ao bem-estar social.

E o estudante de jornalismo Antonio Vinicius, que é sergipano e nunca veio a São Paulo, tem uma opinião polêmica sobre isto. “O que a TV mostra é o porquê dos ricos terem medo de serem seqüestrados, e não o mais importante, o medo que a camada menos favorecida tem em chegar numa cidade onde tudo é caro e que as políticas públicas são extremamente deficitárias”, acrescentando ainda que, imagina que São Paulo seja uma cidade enorme e sem tranqüilidade.

O que de fato a empresa não pode se dar ao luxo é de medir forças contra a sociedade, principalmente quando existe cunho político ou social. Ignorar a opinião crítica da massa ou até minimizá-la, muitas vezes pode soar de forma negativa para o meio de comunicação.

Se a mídia não tem poderes ilimitados de “criar” notícias, tampouco pode permanecer indefinidamente infensa aos fatos. Há fatos que, por sua força, acabam se impondo como notícia, às vezes contra a sua vontade de determinado veículo ou dos oligopólios em seu conjunto. Um brilhante exemplo foi a campanha pelas eleições diretas para a presidência da República do Brasil, em 1982 (campanha Diretas Já), que aconteceu durante meses sem merecer destaques por parte da televisão (a Rede Globo simplesmente não registrava os comícios e as passeatas que faziam parte da campanha) ou dos jornais impressos. (Arbex Júnior, 2001:132 e 133).

Afinal, a comunicação surgiu como uma ferramenta que não só fiscalizava as ações do poder público, como divulgava o que fosse de interesse para a sociedade. E isso, claro, aconteceu em uma realidade muito distante do que se pode ver nos dias atuais, mas nada que dê o direito ou abra a possibilidade do comunicador social privilegiar o aspecto econômico no meio.

Essa mudança do caráter e do objetivo principal da notícia ou de como o noticiário age aconteceu junto com a evolução da dependência do setor comercial dentro do meio jornalístico. O que era importante se tornou indispensável. E o indispensável neste caso, o

lado comercial da empresa, começou a determinar qual conteúdo poderia ser produzido e publicado pelos jornalistas.

A publicitária sergipana Carla Amazonas, que já veio a São Paulo três vezes a passeio, relata que a cidade lhe parecia mais confusa e caótica. “A meu ver, a mídia exerce um papel decisivo na deturpação da imagem de São Paulo. Afinal, a única coisa que passa nos noticiários para nós, sergipanos, é que o trânsito é totalmente parado, que o transporte público não dá conta etc. Com tudo isso que a mídia destaca, fica difícil imaginar que existem lugares tranquilos em São Paulo. E eu fui, e comprovei que existem momentos que as estações de metrô e as avenidas importantes estão pouco movimentadas”.

E com isso o espetáculo ganha força, pois ele fantasia a informação, faz uma maquiagem que a deixa mais atraente, o que potencialmente impulsiona a venda do produto. Ele não só traz à tona o sensacionalismo, como o torna ferramenta predominante para a divulgação da notícia.

O espetáculo é a outra face do dinheiro: o equivalente geral abstrato de todas as mercadorias. O dinheiro dominou a sociedade como representação da equivalência geral, isto é, do caráter intercambiável dos bens múltiplos, cujo uso permanecia incomparável. O espetáculo é seu complemento moderno desenvolvido, no qual a totalidade do mundo mercantil aparece em bloco, como uma equivalência em geral àquilo que o conjunto da sociedade pode ser e fazer. O espetáculo é o dinheiro que apenas se olha, porque nele a totalidade do uso se troca contra a totalidade da representação abstrata (Debord, 1997:34).

E com a força incontestável da parte comercial dentro do meio de comunicação, foi preciso evoluir a forma como ganhar dinheiro no segmento jornalístico. A publicidade escancarada não era mais vista como a melhor forma de divulgação de empresas ou produtos. Com isso, o marketing ganhou tanta força, que chega a ultrapassar o poder até do pauteiro do meio de comunicação.

Segundo Leandro Marshall (2003:37), é que “pressionado pelo deadline, pela necessidade do furo, pela produção industrial de notícias, pela competição do mercado, pela

sobrevivência no emprego, o jornalista acaba sendo tentado muitas vezes a manipular dados e informações”.

A publicidade, de uma forma ou de outra, também acaba interferindo nesse processo de espetacularização da informação. Sua importância é evidenciada quando se coloca em questão o quão dependentes dela estão os meios de comunicação. Em alguns casos, ela consegue impactar ainda mais que a notícia, ou seja, alcançou um nível tão marcante que acaba sendo desenvolvida em primeiro plano, deixando o produto jornalístico desprestigiado.

Como publicidade não é um fenômeno suplementar ao sistema dos objetos, não se poderia isolá-la, tampouco restringi-la à sua justa medida (uma publicidade de informação estrita). Se ela se tornou uma dimensão irreversível desse sistema é na sua própria desproporção. É na sua desproporção que ela constitui o seu coroamento “funcional”. A publicidade constitui no todo um mundo inútil, inessencial. Pura conotação (Baudrillard, 1989:174).

Prova disso é que, cada vez mais é possível ver em filmes, seriados, telenovelas, eventos esportivos e de entretenimento, a presença de marcas publicitárias em destaque de uma forma descarada e sem preceitos. A publicidade ganhou tanta força que intitula o espetáculo e leva o nome do show como se fosse uma informação jornalística, mas se enganam aqueles que não enxergam o cunho publicitário na vitrine da sociedade moderna.

No mundo contemporâneo, a venda do comercial é um dos pontos-chaves para fazer o espetáculo funcionar. Isso, claro, traz à tona novamente o debate da economia, do fator financeiro à frente da produção jornalística. E também, o objetivo principal de qualquer setor de comunicação visar os altos índices de audiência, independente do que se tenha que fazer para alcançá-la. Leandro Marshall (2003), em seu livro *O Jornalismo na Era da Publicidade*, enfatiza que a informação passa por um processo de maquiagem, mutação, revitalização ou deturpação, e a publicidade faz parte desse processo.

Imaginemos ainda que em uma sociedade em que tudo se acha rigorosamente submetido às leis de venda e do lucro, a publicidade é o produto mais

democrático, o único que é “ofertado” e ofertado a todos. O objeto lhe é vendido, mas a publicidade lhe é “ofertada. O jogo publicitário reconcilia-se assim habilmente com um ritual arcaico de dom e de presente, ao mesmo tempo com que a situação infantil de gratificação passiva pelos pais. Todos os dois visam transformar em relação pessoal a comercial pura (Baudrillard,1989.:180 e 181).

E tudo isso faz parte da linha lógica que segue a Sociedade do Espetáculo. A imagem com diversas formas atrativas para causar impacto é o ápice que o comunicador social deseja chegar. A pauta, a produção, o roteiro, tudo que faz parte do trabalho de bastidores de uma determinada matéria, por exemplo, é direcionado conforme os contratos e linhas que a empresa de comunicação tem com seus investidores, ou melhor, seu fundo financeiro.

E ninguém na sociedade moderna duvida que tal papel que a publicidade tem no jornalismo e no espetáculo não é insignificante. Pelo contrário, sua importância para a manutenção e para aquisição de força para o veículo de comunicação é fundamental. Porém, ele não deve ser essencial ao ponto de transformar o rumo que a notícia a ser publicada terá. “Os que negam o poder de condicionamento da publicidade não aprenderam a lógica particular de sua eficácia. Não mais se trata de uma lógica do enunciado e da prova, mas sim de uma lógica da fábula e da adesão” (Baudrillard,1989:175).

A publicidade tem por tarefa divulgar as características deste ou aquele produto e promover-lha venda. Esta função “objetiva” permanece em princípio sua função primordial. Da informação a publicidade passou à persuasão, depois à “persuasão clandestina” (Vance Packard) que visa agora a um consumo dirigido: tem-se ficado muito amendrotado ante a ameaça de um condicionamento totalitário do homem e de suas necessidades (Baudrillard, .1989:174).

O ideal é que os anúncios de publicidade se encaixem em meio a programação jornalística de uma maneira suave e objetiva. Nada que canse o espectador, o leitor, o ouvinte, a ponto de querer ir para outro canal. O planejamento do comercial deve se pautar principalmente no tempo que o produto será apresentado em detrimento do tempo que a notícia será divulgada.

Na sociedade do espetáculo, em que o espaço da política é substituído pela visibilidade instantânea do show e da publicidade, a fama torna-se mais importante do que a cidadania; além disso, a exibição produz mais efeitos sobre o laço social do que a participação ativa dos sujeitos nos assuntos da cidade/sociedade, ou do que a produção de novos discursos capazes de simbolizar o real. À aparente desimportância dos assuntos de interesse público, corresponde um excesso de “publicidade” e de interesse a respeito dos detalhes mais insignificantes, ou mais constrangedores, da vida privada (Kehl, 2004: 143).

A inserção da publicidade no jornalismo e no espetáculo no contexto social da contemporaneidade não é mais algo tímido e de difícil acesso. A exposição dessa ideia mostra quão dominados pelas empresas publicitárias estão os veículos de comunicação na área jornalística.

Outra transformação que está cada vez mais evidenciada no jornalismo é a banalização da notícia. Nos dias atuais, toda e qualquer informação é notícia. Seja de caráter jornalístico, político ou de fofoca, tudo aparece como um bombardeio acelerado a cada minuto. E isso não só acontece na internet. Com o avanço da tecnologia da TV, por exemplo, é possível consumir uma gama de informações referentes a diversos temas como clima, meio ambiente, trânsito, cidade etc.

Bombardeado pela crescente velocidade das inovações tecnológicas, científicas e culturais, o homem sente o tempo presente como algo cada vez mais fugido, criando um paradoxo: ao mesmo tempo em que o capitalismo contemporâneo concentra ao máximo as demandas de consumo no momento presente, ele o torna cada vez mais instável, inseguro de si, enfraquecendo a estabilidade da identidade dos sujeitos contemporâneos. O enfraquecimento do tempo presente é exacerbado pela perda da capacidade de interlocução de que fala Habermas. As ações praticadas com objetivo estratégico têm os seus olhos postos em algum futuro, esvaziando a qualidade das sensações experimentadas no momento presente (Arbex Júnior, 2001:89).

Ao trazer esse fator para a lógica do espetáculo, fica claro que esta mudança faz parte do jogo sensacionalista que o meio de comunicação produz. Não deixar que a sociedade fique desinformada, sequer por um minuto, é também uma tática de comercialização da notícia. Um exemplo disto foi o Portal IG quando foi lançado no ano 2000. Tinha como carro chefe

ferramentas que possibilitavam atualização de notícias a cada minuto, entre elas, o Jornal Último Segundo. É o que afirma o psicólogo Marcus Silva, que nunca veio a São Paulo. “Hostil, barulhenta e cinza. Seja em TV aberta ou fechada, vejo aqui de Sergipe a todo o momento que São Paulo é um local impraticável para se viver”.

Com isso, a qualidade perde espaço para a quantidade. Não há tempo para produzir uma super matéria, com recursos inovadores, se as pessoas não têm mais tempo para lê-las. A linguagem tem que ser modificada para que minutos depois a matéria possa ser atualizada. A informação está em constante transformação, e isso se repete diariamente.

A tão evidente perda da qualidade, em todos os níveis, dos objetos que a linguagem espetacular utiliza e das atitudes que ela ordena apenas traduz o caráter fundamental da produção real que afasta a realidade: sob todos os pontos de vista, a forma-mercadoria é a igualdade confrontada consigo mesma, a categoria do quantitativo. Ela desenvolve o quantitativo e só pode se desenvolver nele (Debord, 1997:28).

Vale destacar que essas mudanças não são geradas apenas pelos meios de comunicação. A necessidade da velocidade da informação é imposta pela sociedade moderna e pelo sistema capitalista, que faz com que o jornalista comece uma matéria já pensando na outra, escreva algo, embutindo o que possa favorecer a ele ou ao meio em que trabalha. Tudo é essencialmente voltado para a venda do produto, ou melhor, para o consumo da informação que ali está sendo produzida. O comportamento da sociedade, que será abordado no próximo capítulo, é o que molda o meio da comunicação, que incentiva a linguagem espetacular no jornalismo.

Prova disso é a prática habitual e obrigatória do despertar sentimentos como ódio, tristeza e revolta. Em nenhum jornal, uma notícia positiva ganha destaque, e quando recebe tal posto, é porque alguma empresa ligada ao conteúdo apresentado injetou dinheiro no lado financeiro da empresa. Destacar o lado negativo das coisas virou objetivo principal de qualquer meio de comunicação, que para vender mais ou alcançar altos números de ibope, faz

qualquer coisa para chocar a sociedade. É o que comprova o agrônomo Felipe Sousa, que já veio duas vezes a São Paulo, e conta que depois que veio a São Paulo viu que a cidade não é tão perigosa como a televisão mostra. “Acho que isso se deve à mídia, que com o seu poder em cima da sociedade, acaba criando com o tempo um novo senso comum”.

Um fenômeno curioso e que é a grande representação do jornalismo e do espetáculo, juntos, são os *reality shows*. A ideia de poder ficar sabendo de tudo o que acontece na vida dos outros virou uma máquina de informações em tempo real tão desejada que merece até o famoso sistema “pague para ver”, e uma fonte de atrativos que carregam consigo uma série de interesses comerciais.

A Rede Globo de televisão, por exemplo, fez em 2010 a décima edição do “Big Brother Brasil” (reality show exibido no Brasil de maior apelo popular) e, por mais que a audiência tenha caído pelo fato do programa não ser mais uma surpresa, a disputa dos anunciantes pelo espaço só aumenta.

Durante os meses que o programa está em exibição, toda a programação jornalística da emissora é alterada, e o portal tem um espaço fixo na página principal para a atração “espetacular”. Com isso, notícias de apelo jornalístico ficam lado a lado com uma cena de briga entre casais no reality show.

O fim da fronteira entre o jornalismo e o entretenimento obrigou o telejornalismo a se adaptar ao ritmo das mensagens publicitárias: ninguém que tenha acabado de passar pelo impacto visual proporcionado pelas mensagens da Coca-cola ou Marlboro suportaria uma seqüência longa (mais do que trinta segundos) ou densa sobre algum outro evento. As notícias são apresentadas por belas mulheres que funcionam como show-men, não tendo importância o fato de elas saberem ou não de que trata a notícia lida no teleprompter (Arbex Júnior, 2001;51 e 52).

Os recursos lúdicos não são utilizados apenas nos *reality shows*. Eles estão presentes em matérias jornalísticas, seja de forma direta ou indiretamente, com o ideal de alcançar a imaginação do leitor, telespectador, ouvinte. Para ajudar nessa compreensão alheia, são utilizados, por exemplo: simulações de acontecimentos com recurso de áudio e vídeo;

infográficos; fotos em ordem cronológica; depoimentos com trilhas de drama, suspense ou algo do tipo, de fundo da matéria; dentre outros.

Vale destacar também que os recursos utilizados ultrapassam os limites do programa ou da matéria a ser exibida no jornal. Toda a programação da emissora fica voltada para apresentar chamadas polêmicas e atrativas, o site da mesma produz enquetes e fóruns a respeito disso, artistas fazem propagandas para atribuir “credibilidade” ao produto exibido, entre outras maneiras de conquistar ainda mais audiência.

Segundo Patias, na sociedade de consumo, a lógica do espetáculo não permite reconhecer o próprio espetáculo produzido. “Não vemos, não percebemos, é diário e contínuo. São várias dimensões: quando divulgamos idéias, notícias, produtos, imagens, estamos produzindo espetáculo” (2006:91).

Contudo, a discussão que envolve Jornalismo e Espetáculo vai muito além do real e do fictício. A relação entre ambos é formada com base em valores sociais e da essência do comunicador social, e modificada de acordo com o interesse da sociedade moderna. Seu resultado é um amontoado de conteúdos inseridos numa matéria, notícia etc. Com isso, vale ressaltar que, não é que isso já seja algo corriqueiro no meio, que seja algo correto ou para ser seguido como exemplo. Quem segue, geralmente é porque depende do fator econômico e é obrigado a seguir as normas da empresa. Mas também, há aqueles que nem percebem isso, pois já virou algo mecânico e normal.

Segundo Bourdieu (1997:106), o jornalista contemporâneo é aquele que, “submetido à “mentalidade-índice-de-audiência”, curva-se sem culpa diante dos desejos e das vontades do patrão, do leitor, da sociedade, do mercado e do capitalismo. “Em último lugar vem a informação”. E isso faz parte do relacionamento entre os dominantes e os dominados, que estão dentro de um processo competitivo que envolve fatores como prestígio e poder. O dominante é a empresa de comunicação que segue seus interesses comerciais e o dominado é

o profissional que depende daquele emprego para sua sobrevivência econômica, e que muitas vezes tem de ir de encontro a seus valores em prol da sua lealdade ao veículo que o sustenta financeiramente.

Isso faz com que o indivíduo se pergunte até onde o ser humano pode chegar, para alcançar um nível a mais de capital social. Até que ponto, considerando valores éticos e sociais, é aceitável ultrapassar seus próprios limites para conseguir o que deseja, ou o que muitas vezes, é o que tem de se fazer para não estar excluído do meio profissional.

A resposta para isso, teoricamente, está dentro do processo conceitual de autonomia do campo jornalístico, processo este, colocado em segundo plano quando se diz respeito os interesses da empresa ou de quem detém o poder econômico. Com isso, é cada vez mais comum ver os jornalistas “vestindo por inteira a camisa” da empresa, sendo capazes até de ultrapassar seus próprios valores éticos de formação enquanto profissional de comunicação social.

Outro ponto importante apontado por Bourdieu (1997) é o poder que a TV exerce na sociedade contemporânea, ou melhor, a forma como ela age enquanto meio de comunicação mais influente na atualidade. Além disso, foi destacado que em decorrência deste poder, o rádio e o jornal impresso, por exemplo, perderam força e estão cada vez mais distantes da TV no quesito poder de alcance social.

E o mais preocupante disso tudo é que a TV mede a qualidade do conteúdo de informações pela audiência recebida, ignorando o fato de que muitas vezes a maior parcela da sociedade não teve direito a uma educação de qualidade capaz de definir o que é ou não é, de fato, importante ser divulgado para a população em geral, ou se o material exibido foi produzido em prol do sensacionalismo (fictício) ou do realismo.

O espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva. A realidade objetiva está presente dos dois lados. Assim estabelecida, cada noção só se

fundamenta em sua passagem para o oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente (Debord, 1997:15).

De fato, a evolução da tecnologia e a consequente transformação da sociedade moderna apontam um caminho ainda mais estreito entre o jornalismo e o espetáculo. E isso pode ser visto de uma forma positiva, sendo um o complemento do outro sem extrapolar na utilização do sensacionalismo e evidenciar o realismo em referência ao ficcional, ou negativa, agindo de uma forma tão idêntica que os tornam inseparáveis.

É importante destacar também que é preciso se pensar mais na ética da comunicação em meio à contemporaneidade. As atitudes que afrontam leis, regras e tradições do jornalismo, por exemplo, impulsionam um alerta preocupante de como será essa relação daqui a algumas décadas. E colocam em discussão, de que maneira o *showrnalismo* possa estar presente na sociedade, sem a deterioração de conceitos e práticas tradicionais da essência do indivíduo.

Capítulo 2

A MODERNIDADE ESPETACULAR DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Para analisar a interferência da mídia no processo de criação da imagem de São Paulo para o sergipano, é fundamental a compreensão de que a espetacularização da informação não estaria cada vez mais presente nos meios de comunicação se a sociedade não lhe atribuísse tanta audiência.

Os meios de comunicação sempre tiveram um papel importante e transformador na sociedade, mas na modernidade, principalmente com o crescimento do capitalismo, tem ainda mais poder sobre os indivíduos. O discurso utilizado pelos meios de comunicação interfere não só no dia-a-dia da sociedade moderna, como também na maneira como a ciência “comunicação social” é trabalhada. As mudanças tecnológicas são importantes fatores que impulsionam as transformações no mundo moderno, mas a forma como é produzido o conteúdo jornalístico e como o mesmo é divulgado para a sociedade é fundamental para as transformações sociais.

Afinal, à sociedade moderna não cabe apenas o poder de escolher qual canal prefere assistir ou que jornal quer ler naquele momento. Sua responsabilidade perante a evolução e as transformações do processo midiático está diretamente ligada ao conteúdo que a mídia produz, pois passiva ou não, é ela quem consome, quem molda, quem compra o produto espetacular, seja qual for a embalagem.

Por exemplo, o garçom sergipano Eduardo Dias, que mora em São Paulo há quatro anos, deixou de assistir o Programa Brasil Urgente da TV Bandeirantes porque o que ele via lá em Sergipe sobre São Paulo não existia na realidade que ele conheceu quando veio morar aqui, e mais, classificou como fantasioso o que tal programa apresentava. “Uma cidade feia,

poluída e com violência em todos os cantos. Hoje sei que não é assim. Acho que a TV exagera demais”.

Porém, o mais habitual na sociedade é enxergar no indivíduo a ausência do pensamento autocrítico, o que influi diretamente no que é produzido. Fato comprovado quando percebemos que cresce aceleradamente a criação de programas de TV (Big Brother, Pânico na TV, etc), colunas de revistas e jornais, entre outras coisas, que não esperam do espectador, leitor ou ouvinte, o mínimo de interpretação em cima do que está sendo produzido. Ou seja, cada vez mais aparecem “atrações” que não estimulam qualquer esforço intelectual para a sociedade; as pessoas querem chegar em casa depois de um dia cansativo e assistir algo fútil para relaxar, e não algo que as levem a pensar.

Outro ponto a ser destacado entre as pessoas nos dias de hoje é a ideia de uma interatividade contínua através dos meios de comunicação. As reuniões de trabalho são feitas por teleconferência (até entrevistas de emprego), o bate-papo na praça vira uma conversa no telefone (os baixos custos e até muitas vezes a gratuidade incentivam isso), uma noite de exposição de fotos se transforma numa página de Orkut com exclusividade para amigos, e o mais recente de todos, agora até a conversa virtual no “MSN” vem sendo substituídas pelas mensagens instantâneas do twitter.

Contudo, a presença de características como a crise de identidade, a falta de referências, o medo do outro, o mal-estar contínuo, a falta de tempo, a ansiedade, a passividade e a individualidade fazem parte do dia-a-dia desta sociedade moderna espetacular, que não só é uma nova maneira com a qual a sociedade se habituou a viver, como também um conjunto de fatores que provocam um efeito ambíguo no indivíduo, que mesmo estando sempre insatisfeito, nunca quer estar excluído deste processo.

Socialmente, a modernidade trata de padrões, esperança e culpa. Padrões – que acenam, fascinam ou incitam, mas sempre se estendendo, sempre um ou dois passos à frente dos perseguidores, sempre avançando adiante apenas um pouquinho mais rápido do que os que lhes vão no calção. É sempre

prometendo que o dia seguinte será melhor do que o momento atual. E sempre mantendo a promessa viva e imaculada, já que o dia seguinte será eternamente um dia depois. E sempre mesclando a esperança de alcançar a terra prometida com a culpa de não caminhar suficientemente depressa (Bauman, 1998:91).

A ansiedade está presente em todos os momentos na modernidade espetacular. Ela provoca o mal-estar do desespero contínuo em relação à escassez de tempo e à falta de espaço, que são características marcantes da sociedade moderna capitalista. É o que comprova a publicitária sergipana Paula Matta, que antes de vir morar em São Paulo já imaginava que viria morar numa cidade onde ainda mais as pessoas estariam apressadas a todo o momento, sempre com obrigações a fazer. “Realmente estamos sempre acelerados desejando chegar em casa à noite para descansar”.

Contudo, a maneira como o indivíduo vive nos dias atuais leva a crer que o ser humano nem imagina que desde quando uma sociedade capitalista passou a existir, as coisas sempre aconteceram dessa forma.

Em uma época carregada de problemas, a vida cotidiana passa a ser um exercício de sobrevivência. Vive-se um dia de cada vez. Raramente se olha para trás por medo de sucumbir a uma debilitante nostalgia; e quando se olha para frente, é para ver como se garantir contra os desastres que todos aguardam. Em tais condições, a individualidade transforma-se numa espécie de bem de luxo, fora de lugar em uma era de iminente austeridade. A individualidade supõe uma história pessoal, amigos, família, um sentido de situação. Sob assédio, o eu se contrai num núcleo defensivo, em guarda diante da adversidade. O equilíbrio emocional exige um eu mínimo, não o eu soberano do passado (Lasch, 1986:9)

O sistema capitalista gera um stress e uma vontade insaciável de cada vez mais se conseguir novas ofertas de trabalho e, conseqüentemente, mais dinheiro, sendo a principal causa da ânsia na modernidade. “De acordo com essa visão do processo de “modernização”, é justamente a abundância de opções à qual as pessoas estão expostas que fundamenta o mal do homem moderno. A necessidade de fazer escolhas entre uma gama crescente de alternativas dá origem a “sentimentos persistentes de descontentamento” (Lasch, 1986:27).

Com isso, um novo ciclo é iniciado. A ânsia de estar cada vez mais realizado no lado profissional faz com que o indivíduo modifique suas prioridades, colocando atividades como lazer e repouso em segundo plano. É o que ainda afirma a sergipana Paula Matta: “Pensando no meu futuro profissional sempre planejei morar aqui em São Paulo. O choque de trocar uma cidade com uma qualidade de vida invejável, por uma onde isto é deixado em segundo plano, dificultou ainda mais minha adaptação a este estilo de vida, onde nada é suficiente”.

E atividades como estas, inclusive, fazem parte do que é conhecido como a síndrome do desocupado na sociedade moderna, que acontece quando a pessoa tem vergonha de dizer que não tem nada para fazer, seja por se sentir incapaz ou desprestigiada. Ou seja, mesmo tendo tempo, a resposta “estou na correria” sempre substitui o “estou livre”.

Neste ciclo de insatisfação pessoal da sociedade moderna, a questão da falta de tempo é explicada quando se observa a contínua e eterna tentativa de solucionar problemas e encontrar novos afazeres. E com isso, não há tempo para reflexão ou pensamento de novas idéias, e mais, mesmo que o problema não esteja solucionado ou não tenha como se resolver, haverá sempre algo a ser resolvido. “A vida cotidiana passou a pautar-se pelas estratégias de sobrevivência impostas ao que estão expostos à extrema adversidade. A apatia seletiva, o descompromisso emocional frente aos outros, a renúncia ao passado e ao futuro, a determinação de viver um dia de cada vez” (Lasch, 1986:47).

O individualismo, o indivíduo voltado para si mesmo e inseguro sobre a sua identidade, é uma característica marcante da sociedade moderna. Ela aparece e ganha força da mesma forma que a mídia, juntando o separado e fragmentando o que está unificado. Ela potencializa o medo do outro e a perda de referências, presentes principalmente em grandes centros urbanos.

O espetáculo, como a sociedade moderna, está ao mesmo tempo unido e dividido. Como a sociedade, ele constrói sua unidade sobre o esfacelamento. Mas a contradição, quando emerge no espetáculo, é, por sua vez, desmentida por uma inversão de seu sentido; de modo que a divisão é mostrada unitária, ao passo que a unidade é mostrada dividida (Debord, 1997:37).

Na capital de Sergipe (Aracaju), por exemplo, o individualismo está presente em todos os setores da sociedade, mas nada comparável ao que acontece na maior cidade do Brasil (São Paulo), onde características culturais à parte, a intensidade dos problemas sociais é muito mais impactante, e as conseqüências na sociedade são muito maiores. O fato de muitas vezes não conhecer o vizinho, absurdo inimaginável no século passado, é um exemplo típico da sociedade moderna.

O estudante de medicina, Ivan Rodrigues, que é sergipano e nunca veio a capital paulista diz que “São Paulo é uma megalópole, onde se encontra o coração econômico do Brasil, e por isso a competitividade está presente em todos os momentos. Aí acho que as pessoas são individualistas”. Quem confirma isso é a sergipana Heloisa Rocha, que já mora em São Paulo há três anos. “Para se fazer amizade aqui é muito complicado. As pessoas são muito desconfiadas e frias”. E mais, apartamentos cada vez menores, o crescimento acelerado da indústria automobilística, a evolução do meio digital, enfim, essas e outras coisas fazem do individualismo uma “criação” da modernidade, que inibe o cidadão a cobrar políticas voltadas para o bem-estar coletivo e o incentiva às práticas que vão de encontro aos interesses individuais.

Os arranjos sociais que sustentam um sistema de produção em massa e consumo de massa tendem a desencorajar a iniciativa e a autoconfiança e a incentivar a dependência, a passividade e o estado de espírito do espectador, tanto no trabalho como no lazer. O consumismo é apenas outra faceta da degradação do trabalho – a eliminação da diversão e da habilidade artesanal do processo de produção (Lash, 1986:19).

A ansiedade e o individualismo, de fato, são características extremamente voltadas ao egocentrismo, mas quem faz isto crescer e ganhar proporções indesejáveis é a passividade. Fato este comprovado, principalmente, quando as camadas sociais que historicamente foram mais revolucionárias são colocadas em questão. E a mídia espetacular tanto sabe disso, que divulga diariamente absurdos que antigamente não teriam força para ganhar espaço na sociedade, e que hoje penetram facilmente. Como Lasch afirma, a individualidade e a identidade pessoal tornam-se problemáticas em tais sociedades, como se pode facilmente perceber pela efusão de comentários psiquiátricos e sociológicos sobre esses temas (Lasch, 1986:21).

Incrível como, atualmente, todos assistem o espetáculo midiático e ficam perplexos com o que acontece. Enquanto no século passado as más condutas de um político, por exemplo, geravam manifestações públicas de grande porte e mudanças drásticas no sistema, atualmente quando isto acontece tem pouca força e é gerado unicamente por interesse pessoal.

O modelo de vida denominado Sociedade do Espetáculo é complexo e vem de muito tempo. Seu avanço se deu, principalmente, pela evolução do sistema capitalista, do poder da mídia e da modernidade como um todo. Como prova disso, basta analisar como funcionava a sociedade em meio ao Espetáculo Grego e comparar com sociedade espetacular da modernidade.

No Espetáculo Grego tudo é deliberado baseado no bem-estar social e coletivo, em que todos e tudo são vistos seja em qualquer lugar que estejam, importando apenas a conjunção de ideais nos aspectos ético, político e moral. Na modernidade, a Sociedade do Espetáculo tem uma visibilidade absoluta em um sentido perverso, panóptico. O indivíduo torna-se dócil, auto-regulado em sua submissão a um dispositivo de vigilância. (Matos, 2004:112)

Deste modo, na modernidade cresce a civilização do pânico, que desenvolve um temor e uma sensação de delírio constante que ultrapassa valores éticos, e torna comum ao ser humano a disposição de tolerar e aceitar tudo. Essa idéia de espectador passivo na sociedade do Espetáculo também é defendida por Olgária Matos, que acredita que a democracia, como esforço conjunto de ações e deliberações, é substituída por lobbies e pelo monopólio das informações disponíveis na mídia. O indivíduo formado por ela e ao qual ela se destina não tem pensamento próprio, o que o exime de responsabilidades e contribui para seu bem-estar (Matos, 2004:113). Ou seja, a linha do espectador passivo aponta para o problema da falta de responsabilidade de cada indivíduo se transformar em algo “normal” na modernidade, tendo em vista que a mídia moderna se baseia na incapacidade de concentração.

Passivo ou crítico, fato é que a mídia na modernidade, mais especificamente na Sociedade do Espetáculo, é uma montagem de notícias totalmente diferentes, onde a descoberta de uma cura para uma doença rara tem a mesma importância de uma notícia de nascimento da filha de uma estrela da TV, por exemplo. Plasticamente, a imprensa não deixa o papel de formadora de opinião de lado, só que evidencia seus próprios interesses a partir do que realmente aconteceu.

Os perigos presentes na modernidade espetacular são de um caráter totalmente oposto aos que acontecia antigamente. Isto, potencializado pela subjetividade e pela duplicidade das coisas, gerou um caos até na hora de solucionar os problemas. Se no passado o principal problema do ser humano era a fome e a solução era proporcionada pelo alimento, hoje a sociedade convive com problemas que não podem ser tocados ou cheirados, por exemplo, como o nível de poluição do ar ou de radiação. Isto acontece porque o ser humano sempre colocou em primeiro plano os benefícios que a nova tecnologia traria para o mesmo, sem ao menos contrabalancear com os males que a mesma viria fazer.

E é neste sentido que a metáfora “fluidez” é utilizada por Bauman. Pode ser uma comparação banal, mas nada mais é simples como o pedaço de concreto de antigamente, e sim bem mais complicado com o líquido derramado e espalhado na modernidade. E ao se espalhar, o líquido ganha novas formas, com uma mobilidade incontável que caracteriza a perda de referências, sejam elas culturais ou territoriais. “A velocidade do movimento e o acesso a meios mais rápidos de mobilidade chegaram aos tempos modernos à posição de principal ferramenta do poder e da dominação.” (Bauman, 2001:16)

A perda de referências aparece de diversas formas na modernidade espetacular. O exemplo mais famoso no Brasil vem exatamente ao encontro do seu presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, que por décadas entoou o discurso revolucionário-esquerdista e hoje, segue uma política próxima ao que ele combatia. E o sistema ultrapassado tão criticado pelo mesmo, é mais uma das coisas às quais o presidente se adequou. Fatores como estes impulsionam no indivíduo a crise de identidade, pois se sua referência não é aquilo que por muito tempo se imaginou, como serão as outras pessoas que vivem à sua volta?

De fato, a sociedade moderna sofre um abundante processo de transformação social. A adaptação às novas tecnologias acontece muitas vezes abruptamente, sem pensamento ou planejamento algum do que vem pela frente. Afinal, o que importa é o presente, é a maneira como o indivíduo está posto na vitrine espetacular do meio social. Ou seja, a modernidade não só altera o momentâneo, como modifica a sociedade impulsionada com o surgimento de novos valores, que, por conseguinte, substituem as tradições.

A moderna tecnologia tem sobre a cultura o mesmo efeito que tem sobre a produção, onde serve para estabelecer o controle administrativo sobre a força de trabalho. O estudo sobre a cultura de massa conduz-nos, assim, à mesma conclusão inspirada por um estudo da mecanização do trabalho: a tecnologia mais avançada compreende deliberadamente um sistema unilateral de gestão e comunicação (Lasch, 1986:17).

A crise de identidade na modernidade não se refere ao fato apenas das pessoas não saberem mais qual caminho ou a quem seguir, mas também o que a mesma quer. As diversas vertentes e as novas “modas”, que fazem parte deste contexto de modernidade, trazem conceitos desconhecidos e sem comprovação alguma. “A identidade tornou-se incerta e problemática, não porque as pessoas não ocupem mais posições sociais fixas, mas porque elas não mais habitam um mundo que existia independentemente delas” (Lasch, 1986:23).

Voltando à liquefação das coisas na modernidade, como afirma Zygmunt Bauman, para assim compreendermos a crise de identidade, é cada vez mais possível encontrar empresas de grande porte apenas via meios de comunicação, como internet, telefone etc. Um exemplo disso é a empresa da área de computação Dell, que não possui uma sede fixa no Brasil, e assim, caso alguém queira resolver um problema, tem que ser via telefone ou internet. E os exemplos não param por aí. O crescimento do setor de telemarketing é uma prova disso. Contudo, a identidade e o pertencimento se liquefazem, e redes eletrônicas e tecnológicas acabam substituindo demarcações territoriais.

A modernidade espetacular sofre de outro mal que se refere à identidade, porém, à do próximo: o medo do outro. Esta característica é comprovada com o estilo de vida “Big Brother” presente na sociedade, ou melhor, com câmeras em todos os lugares flagrando o que cada um está fazendo. Elas começam no próprio computador, passam pelo elevador ou pelo portão da residência, nos semáforos, no mercadinho, no caixa do banco, ou seja, estão presentes em todos lugares. É o que pensa o advogado sergipano Roberto Cardoso: “Quando eu saio na rua as pessoas ficam me olhando, observando se tenho alguma mochila, algum relógio, enfim...”.

Tal medo somado com a desconfiança do outro, mudam a rotina do cidadão moderno: a velocidade dos passos já não é mais a mesma; o horário para caminhar no bairro é reduzido e até muitas vezes eliminado; a música tocada no fone de ouvido substitui o “bom dia” etc.

Muitas vezes nem o vizinho se cumprimenta, e quando isso acontece já há uma desconfiança de interesse em algo.

“Todas as sociedades produzem estranhos. Mas cada espécie de sociedade produz sua própria espécie de estranhos e os produz de sua própria maneira. Se os estranhos são as pessoas que não se encaixam no mapa cognitivo, moral ou estético do mundo...então cada sociedade produz esses estranhos” (Bauman, 1998:27).

E isto faz parte da linha teórica da Sociedade do Espetáculo, que na prática tem a aparência com o papel principal, impulsionada pelas idéias superficiais divulgadas pela mídia. Como afirma Debord, toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação (Debord, 1997:13).

E o medo do outro pode ser exemplificado por simples fatores como o ato de caminhar pela praça e avistar um indivíduo sem a vestimenta padrão, ou até pelo excesso de simpatia que um desconhecido pode vir a ter quando alguém oferece ajuda. Tal sensação de insegurança contínua está presente no ser humano moderno e continuará assim, afinal isso é provocado principalmente pelo modo espetacular de se enxergar o próximo, e também pelo interesse em prol da “sobrevivência financeira” tão exaltada na modernidade.

Uma das conseqüências mais dolorosas desse “medo do outro” é a fragilidade dos laços entre os seres humanos. Com isso, o processo de surgimento e manutenção de vínculos é alterado e espremido cada vez mais, fechando o ciclo apenas para familiares e pessoas do convívio diário. O afeto com o próximo também é limitado, o que conseqüentemente caracteriza ainda mais uma sociedade fria, inexpressiva quando se aborda sentimentos. Quem concorda e vive rotineiramente com isso é ainda a sergipana Heloisa Rocha: “A frieza do paulistano é um choque para nós sergipanos. Como tudo é longe, o trânsito é muito grande, as pessoas se acomodam em casa, preferindo muitas vezes ficar sozinha.”.

“Aceitar o preceito do amor ao próximo é o ato de origem da humanidade. Todas as outras rotinas de coabitação humana, assim como suas ordens pré-estabelecidas ou retrospectivamente descobertas, são apenas uma lista (sempre incompleta) de notas de rodapé a esse preceito. Se ele fosse ignorado ou abandonado, não haveria ninguém pra fazer essa lista ou refletir sobre sua incompletude”(Bauman, 2004:98).

Mas nem só de males vive a sociedade moderna, ou melhor, as vantagens impostas pelo avanço da tecnologia facilitam o processo de desenvolvimento do ser humano. Porém, as coisas são construídas com interesses voltados para o bem estar do hoje, baseadas na linha conceitual do imediatismo, ignorando a importância de evolução pró-futuro.

A modernidade, impulsionada pela mídia, traça um novo cenário e apresenta diferentes vertentes. À sociedade, cabe escolher aquilo que está mais perto da sua realidade e o que melhor atende o seu interesse. O bem-estar de cada um é relativo quando se analisa apenas o aspecto individual. Mas quando isto vai para o âmbito coletivo, se tratando do que a sociedade do espetáculo exige, todos dependem de como estão sendo vistos pelos outros, que conseqüências estão sendo geradas com essas escolhas.

A evolução da tecnologia e da ciência está diretamente ligada à modernidade, e claro, modifica a forma de pensar e agir das pessoas. O encantamento vem com a facilidade e a praticidade das novas coisas que modificam o pensamento sobre tradições e criam conceitos mais “perfeitos”, ou melhor, o que sempre esteve na teoria fica cada vez mais perto do que é prática.

A modernidade científica e tecnológica do desencantamento é a passagem da vida contemplativa à vida ativa. A modernidade não se pergunta mais “para onde vamos”. Nossa época é marcada pelo cientificismo: concordância sem crítica á ciência e suas práticas, sem se perguntar se são justas e desejáveis. (Matos, 2004:109,110)

Pensando em encontrar saídas e se possível perspectivas para o futuro desta sociedade moderna, que vive um caos sem precedentes, Zygmunt Bauman (2001) defende a ideia que tudo que havia sido construído na modernidade sólida (termo que ele utiliza para se referir à

sociedade anterior), está sendo desmontado pelo ser humano, sem perspectiva alguma de permanência.

E foi pensando nessa impossibilidade de se manter uma forma padrão ou uma organização social permanente, que Bauman começou a trabalhar a metáfora da “liquidez” para melhor entender a complexidade da sociedade e do ser humano enquanto indivíduo. E nesta modernidade espetacular, torna-se essencial uma análise levando em conta o comportamento de sociedades anteriores, e a situação atual.

Vale destacar em meio a essas perspectivas, que nos seus trabalhos mais recentes, Bauman fez questão de substituir o termo “pós-modernidade” por “modernidade líquida”. Isto por causa de uma confusão semântica entre os termos “pós-modernidade” e “pós-modernismo”. O primeiro, para ele, significa uma sociedade, e o segundo, uma visão de um mundo que pode surgir.

Falando em mundo que pode surgir, quem imaginava que o ser humano, que durante centenas de anos se abrigou entre muros com sua comunidade (no que deu nome à cidade) temendo o que poderia surgir da floresta, pudesse conviver com um perigo e um medo maior do que este nos dias atuais? E digo mais, quem chegou a pensar que a vida na cidade, entre os seres humanos, poderia ser tão ou mais imprevisível do que um animal numa floresta com diversas espécies?

Atualmente na sociedade, comportamentos, tradições e crenças se liquefazem antes mesmo de se solidificarem enquanto hábitos corriqueiros. Tudo é temporário, passageiro, flexível. Hoje você pode ser chefe de uma multinacional, amanhã dono de uma simples lanchonete na periferia. O mercado comanda e dita os passos futuros da sociedade, e aqueles que não se inserirem, acabam rejeitados, jogados fora.

Cada vez mais é possível ver as pessoas quebrando padrões e desrespeitando tradições. O imprevisível virou rotineiro. Ao mesmo tempo em que se teme algo novo, estranho,

procura-se por pessoas que deixem de lado os padrões, criem novas formas de se destacar na sociedade. Indivíduos que pensem além do que comumente vem sendo desenvolvido pela maioria.

Zygmunt Bauman, em seu livro *Vida Líquida*, destaca que a sociedade líquida não se preocupa com as coisas permanentes, e sim com a rapidez com que a pessoa consegue inovar, se modernizar. Fala também da sociedade do consumo, que se baseia em satisfazer os desejos momentâneos do indivíduo, que logo em seguida, descarta o que tanto desejou ter conseguido. Na vida líquida nunca se está satisfeito, o medo do surpreendente vira rotina, e o indivíduo acaba por muitas vezes, temendo o que não precisa ser temido. “A vida urbana se transforma num estado de natureza caracterizado pelo domínio do terror, acompanhado pelo medo onipresente” (Bauman, 2007:97).

Já na obra *Amor Líquido*, Bauman procura entender o comportamento humano analisando como o indivíduo consegue viver em sociedade, precisando dela, sem estabelecer vínculos que possam engessar seus ideais. Ou seja, é explorado o estudo dos sentimentos como forma de adentrar no mundo do outro, como maneira de se relacionar, sem que haja um compromisso formal.

“O mundo de hoje parece estar conspirando contra a confiança. A confiança deve continuar sendo, como sugere Knud Logstrup, um derramamento natural da ‘expressão soberana da vida’, mas, uma vez posta em curso, agora procura em vão por um lugar para lançar âncora. A confiança foi condenada a uma vida cheia de frustração”.(Bauman, 2004: 113)

A expressão “felizes para sempre” está sendo substituída pelo “que seja eterno enquanto dure”. O que é sonho um dia para um, vira pesadelo para outro. Tem sempre alguém que ganha e alguém que perde. Não existe empate na lógica de mercado na modernidade, e sim uma corrida alucinante para mostrar para a sociedade que você é melhor que o outro, que você tem mais poder do que quem está ao seu lado.

Para evoluir enquanto sociedade, o ser humano precisa balancear os interesses individuais com os coletivos, sem passar por cima um do outro. Para Bauman, pensar em evolução enquanto indivíduo é entender que é fundamental valorizar questões de compromisso e durabilidade, para que assim os vínculos não sejam quebrados e a sociedade esteja sempre interligada.

Porém, conhecendo o pessimismo de Zygmunt Bauman evidenciado em suas obras (vale lembrar que ele não se considera pessimista nem otimista), a sociedade nunca será boa o suficiente, sempre estará com problemas para serem resolvidos. Mas claro, não com essa proporção e desorganização que se vê na sociedade moderna.

A deterioração do meio ambiente é a maior prova disso. O ser humano construiu um mundo globalizado, tecnológico e cada vez mais capitalista, porém esqueceu que o mesmo não sobrevive sem as reservas naturais, por exemplo. A falta de água é hoje um dos temas mais debatidos em grandes multinacionais, que por sinal, ouvem diariamente afirmações de cientistas que a mesma vai acabar daqui a algumas décadas. Mas isso não é suficiente para que se haja alguma alteração no processo de modernização da sociedade, até porque nesta era o “para onde vamos” não existe, ou seja, o presente é evidenciado e o futuro desconsiderado.

Ir de encontro a esta afirmação é estar fora do sistema, e como já supracitado, mesmo insatisfeito nenhum indivíduo deseja estar fora dele. Ainda mais sabendo que na modernidade espetacular o “ter” sobrepõe-se ao “ser”, a beleza externa engole o interior de cada coisa, ou seja, a maquiagem bem feita é mais importante que o conteúdo. Pensar não faz parte do negócio, tudo gira em torno do sistema capitalista, que engole a ideologia, e vende os seus “produtos”.

A produção de mercadorias e o consumismo alteram as percepções não apenas de eu como do mundo exterior ao eu; criam um mundo de espelhos, de imagens insubstanciais, de ilusões cada vez mais indistinguíveis da realidade. O efeito espetacular faz do sujeito um objeto; ao mesmo tempo, transforma o mundo dos objetos numa extensão ou projeção do eu. É engano caracterizar a cultura do consumo como uma cultura dominada por coisas. O

consumidor vive rodeado não apenas por coisas como por fantasias (Lasch, 1986:22).

Pode-se dizer também que, esta modernidade espetacular da sociedade é também a sociedade do consumo, aquela que depende do mercado para atingir o grau aceitável de satisfação pessoal. Felicidade é comprar o carro do ano, é ter a camisa da vitrine. É o desejo contínuo e saciado daquilo que vai lhe fornecer mais status perante a sociedade. Não basta viajar e curtir um passeio em Paris, por exemplo. Precisa tirar fotos e mostrar para os outros, senão não foi a “viagem dos sonhos”. A imagem é mais importante que o conteúdo. A roupagem é essencial, sem ela o ser humano moderno nunca fica satisfeito.

Ou seja, no mundo moderno não basta apenas viver, é preciso mostrar para a sociedade que viveu. Enfeitar, decorar, maquiagem, todas estas ações tem mais força do que o simples “fazer”. E para tantas inovações, as referências e as tradições cada vez mais são deixadas de lado, afinal na modernidade tudo se renova, ou melhor, tudo é descartável.

E é meio a este espetáculo que a sociedade se desenvolve, não importando ultrapassar valores éticos e tradicionais para alcançar aquilo que se deseja. O produto está acima de qualquer sacrifício que possa ser feito. Ele desperta desejo, fascínio e a ambição de cada um desfilarem na passarela espetacular da sociedade.

O espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é o seu mundo. A produção econômica moderna espalha, extensa e intensivamente, sua ditadura. Nos lugares menos industrializados, seu reino já está presente em algumas mercadorias célebres e sob a forma de dominação imperialista pelas zonas que lideram o desenvolvimento da produtividade (Debord, 1997:30).

O ser humano é excluído, ignorado, jogado fora como um lixo não-reciclável sem peso algum na consciência das autoridades. E com isso problemas sociais como desemprego, fome, analfabetismo, vão desencadeando novos problemas com a “desculpa” de sobrevivência

individual, como a prostituição, o assassinato por aluguel, o trabalho escravo-infantil, a exploração de animais e a deterioração do meio ambiente.

A atração e repulsão de grandes centros é outra característica típica da sociedade moderna. O processo de globalização tem em sua essência o objetivo de união, mas muitas vezes acaba funcionando ao contrário. São Paulo, maior metrópole da América do Sul, é um exemplo disso. Ao mesmo tempo em que atrai milhões de pessoas que buscam realização profissional dentro da estrutura que a cidade oferece, expulsam outras, muitas vezes os mesmos milhões de pessoas, por problemas básicos como poluição, segurança e moradia.

“São Paulo é uma cidade de muros. Barreiras físicas foram construídas por toda parte. Uma nova estética de segurança modela todos os tipos de construção e impõe uma nova lógica de vigilância e distância. Os que podem, vivem em ‘condomínios’, planejados como se fosse uma ermida: fisicamente dentro, mas social e espiritualmente fora da cidade” (Bauman, 2004:130).

Ou seja, é a ideia do capitalismo selvagem sendo posta em prática diariamente. Investe-se tecnologicamente na criação de novas formas de transporte, de lazer, de mercado, tudo pensando em gerar lucros. Como uma invenção tecnológica relacionada a dejetos humanos não trará o mesmo retorno, nada é pensado em relação a isso.

Porém, engana-se o ser humano ao pensar que aquilo que cria e desenvolve não possa se virar contra ele. O avanço da tecnologia e o aumento da utilização das coisas produzidas pelas mesmas impulsiona uma relação de troca insaciável. “O industrialismo, por sua própria natureza, tende a desencorajar a produção doméstica e a fazer com que as pessoas fiquem dependentes do mercado” (Lash, 1986:20).

Por fim, o caos da sociedade pós-moderna começa e termina com o ser humano. Ele foi o provocador das inovações modernas, dos problemas que se liquefazem e também é o único capaz de solucioná-los e assim, amenizar o caos e melhorar o bem estar-social. Afinal, não adianta pensar apenas em si, e sim no meio em que vive e nas pessoas que o rodeiam,

para assim, sair da esfera individualista desse mundo voltado unicamente para o mercado, e abrir horizontes coletivos para a sociedade como um todo.

CAPÍTULO 3

A IMAGEM DE SÃO PAULO PARA OS SERGIPANOS SOB O OLHAR DO BRASIL URGENTE E DO JORNAL NACIONAL

Com o decorrer da produção da pesquisa de campo deste trabalho, constatamos que não é através da mídia como um todo que o sergipano vê São Paulo, mas sim de programas televisivos específicos, que neste caso são: “Brasil Urgente” da TV Bandeirantes e “Jornal Nacional” da TV Globo. Tanto são esses os programas mais assistidos, que todos os entrevistados sempre que questionados, citaram um deles, o outro, ou até os dois para responder a pesquisa.

Foi o caso do psicólogo sergipano Walter Lisboa, que mora em São Paulo há três anos. “Eu tinha muito receio de vir para São Paulo. Vim mais pela necessidade de fazer um bom curso. Na TV, lá em Sergipe, acompanhei nos programas Jornal Nacional e Brasil Urgente coberturas de rebeliões em São Paulo, acontecimentos violentos em todas as partes da cidade, notícias sobre tráfico de drogas em zonas consideradas tranquilas, entre outras coisas”.

Sabendo disso, é importante ressaltar que as experiências do dia-a-dia de cada um acontecem em paralelo à exploração sensacionalista feita pelos programas em questão e que o modo como o sergipano vê São Paulo é diferente da maneira como qualquer outro grupo vê. Afinal, ao colocar em questão como é a vida na maior metrópole da América do Sul, ele vai sempre ter como referencial sua cultura, seus costumes, suas crenças e hábitos, enfim, tudo que envolve a identidade cultural do sergipano, que, mesmo com a ação padronizadora da cultura contemporânea, consegue se distinguir.

E é justamente nisso que Walter acredita. “Logo quando cheguei a São Paulo ainda fiquei com medo de sair à noite. Com o tempo, fui vendo que em São Paulo a violência existe, mas em menor proporção e bastante regionalizada. Onde eu moro, por exemplo, acho tão

tranquilo que caminho como se estivesse na rua que eu morava lá em Aracaju. E acho que tudo isso se deve ao efeito Datena! Ou melhor, às conseqüências que programas como o dele geram na sociedade. Ao mesmo tempo em que chuva, violência e trânsito são os assuntos mais mostrados pela mídia, são também os que mais utilizam o sensacionalismo. Contudo, me revolta ver a mídia agir dessa forma. Numa cidade onde se podem explorar tantos assuntos, tudo acaba em violência. E é lamentável que programas como estes fazem muito sucesso, afinal ao mesmo tempo em que mostra a suposta justiça sendo feita, acaba também difundindo a violência”.

Por outro lado, a doméstica sergipana Francisca Marcelina que mora em São Paulo há 18 anos, não assistia muitos programas de televisão antes de vir para cá. “Não tinha muito ideia do que era São Paulo. Sei que não gosto muito, mas já me acostumei com essa loucura. Fui bem acolhida por uma família daqui e vivo com eles até hoje. Não considero uma cidade violenta. Pelo menos no bairro (Higienópolis) em que moro com meus patrões, nunca aconteceu nada comigo, nem com eles”. Ou seja, sem assistir TV ela não pensou o que Walter tinha visto e não teve o seu imaginário alterado, mas quando os dois chegaram aqui viram que a cidade em alguns lugares não é violenta como aparece no Jornal Nacional e no Brasil Urgente, já que vivenciam uma realidade distinta da apresentada pela mídia.

Isto acontece, principalmente, porque tais programas compõem o espaço de visibilidade central do país, ou melhor, ocupam lugar de destaque na mídia nacional, e tem características de produção previamente definidas. Atrações deste tipo estabelecem um contrato de leitura específica com o receptor, sugerindo possibilidades de interpretação mais definidas. Deste modo, sabendo que são dois programas totalmente diferentes, é fundamental analisar as suas características específicas para assim verificar como o sensacionalismo e o jornalismo se entrelaçam. Ou melhor, é importante colocar lado a lado os programas Brasil

Urgente e o Jornal Nacional, para entender o que cada um se propõe a fazer para a sociedade, levando em conta o gênero jornalístico e o subgênero que atuam.

Antes disso, vale destacar que a notícia enquanto forma de espetáculo, influencia sim a percepção do real, mas ela é apenas um dos elementos do processo de comunicação. É indispensável observar não só o âmbito da produção com seus dilemas, normas e constrangimentos, mas também como ele dialoga com o âmbito da recepção. Afinal, a interpretação envolve a cultura local, as tradições, a experiência concreta, os vínculos relacionais, entre outros fatores.

A recepção extrapola o ato de ver televisão, implica um fator interativo e de negociação entre emissor e receptor; é um processo multimediado por inúmeros agentes e situações, é fator de produção de sentido por parte dos receptores a partir de seus próprios referenciais (Jacks, 1994:212).

Sabendo que o processo de recepção não se restringe ao ato de ver televisão, vale destacar que esta série de mediações que se interpõem entre as mensagens e os receptores precisam ser evidenciadas de modo a revelar a complexidade da construção de interpretações ou leituras.

A mediação pode ser entendida como um conjunto de elementos que intervêm na construção, organização, e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor. As mediações produzem e reproduzem os significados sociais, são os espaços que possibilitam compreender as interações entre produção e recepção (Jacks, 1999, p.48).

Vale ressaltar que no caso da pesquisa realizada para este trabalho, os elementos que parecem decisivos para a recepção estão vinculados ao conhecimento ou não da realidade de São Paulo, seja ele apenas através da mídia e por pessoas que não conhecem a capital paulista, ou por pessoas que vieram a São Paulo como turista e viram em alguns dias como é o dia-a-dia, ou ainda aqueles sergipanos que moram há mais de um ano na maior metrópole da América do Sul.

O gênero, nada mais é do que uma mediação fundamental para a recepção televisiva, porque é desde aí que a dinâmica cultural da TV atua: as lógicas do sistema produtivo e os modos de ler. E o primeiro ponto a ser destacado sobre o Brasil Urgente e o Jornal Nacional é que são oriundos do gênero jornalístico, no formato de telejornal, mas de subgêneros diferentes. “O gênero é uma estratégia de leitura, de interação, destaca os modos nos quais se fazem presentes e reconhecíveis as competências comunicativas dos emissores e destinatários” (Gomes, 2004, p.209).

O programa da Band é sensacionalista de uma forma explícita. Já o telejornal da Globo, quando aborda temas rodeados pelo sensacionalismo, deixa sua opinião subentendida durante todo o corpo da matéria. O Brasil Urgente é apresentado por um apresentador que emite opiniões e faz questão de se colocar como representante do povo, e o Jornal Nacional é estático, com duas pessoas sentadas, que só se movimentam se levarmos em conta a mudança de direcionamento para as câmeras e as diversas expressões no momento em que a notícia é lida.

3.1 - Brasil Urgente

No ar desde 3 de dezembro de 2001, o Brasil Urgente é um telejornal vespertino sensacionalista que noticia a violência, enaltece o poder da denúncia e age como mídia-tribunal. Sua zona de atuação, com raras exceções, é a Grande São Paulo, que diariamente é apresentada ao mundo pelo apresentador José Luiz Datena, com o seu estilo popular e buscando sempre a polêmica, ou seja, aquilo que pode chocar o telespectador.

“Achava que São Paulo era o fim do mundo. Trânsito parado em todos os lugares da cidade, o céu cinza durante todo o ano e os assaltos acontecendo à nossa vista. Tudo isso que eu sabia era através da televisão, principalmente no programa de Datena, o Brasil Urgente. Acredito que isso seja 50% verdade, afinal percebi que as notícias chegam lá de forma

bastante exagerada”. Essas palavras do dentista sergipano Max Dória, que já veio a São Paulo por três vezes, dão a entender a repercussão que o Brasil Urgente tem em Sergipe.

E entre as principais características do formato do programa destacam-se a sequência de imagens, a narração e a teatralização do apresentador frente às câmeras. O formato tradicional e engessado do telejornal, que normalmente se caracteriza por uma bancada com um ou dois jornalistas anunciando as notícias, é ignorado. Com um linguajar coloquial e extremamente opinativo e o dinamismo de José Luiz Datena, que se move a todo o momento pedindo câmeras e ângulos diferentes, o Brasil Urgente nunca está tranqüilo, é sempre aquela correria seguida de chamadas de forte poder apelativo.

Para criar todo o clima de suspense e tensão, Datena é auxiliado por repórteres de rua, helicópteros e motolinks, que ao vivo apresentam fatos e trazem à tona personagens da vida real que naquele momento estão passando por algum problema corriqueiro e lamentável como violência, roubo, preconceito, sequestro, acidente de carro etc. Tudo isso é produzido de uma forma que enaltece o apelo emocional e busca uma riqueza de detalhes com a única intenção de capturar o público na frente do televisor.

Essa tensão reflete na sociedade, mais precisamente no dentista Carlos Santos. “Assistindo o Jornal Nacional e o Brasil Urgente imaginava que São Paulo fosse barulhenta, violenta, sem capacidade para receber quaisquer chuvas, e com um trânsito insuportável. Até tem uma coisa engraçada para contar. Quando cheguei aí até peguei um trânsito e começou a chover muito, aí fiquei meio receoso travei a porta do táxi. Mas foi só um reflexo do que eu imaginava desse lugar”.

Outra característica muito específica do Brasil Urgente é perceptível nos repórteres. Datena, antes de chamá-los, enaltece que sua equipe está no local por diversas vezes, chama o repórter, que entra, fala que está no local, repete diversas vezes o mesmo conteúdo e fica fazendo um bate-papo com Datena. Neste caso, o que o diretor do programa quer é criar um

clima diferenciado, de mais proximidade com o caso, fazer com que o telespectador perceba que aquilo realmente é grave, mesmo que muitas vezes não seja. E desconfiar do que está sendo mostrado é muito difícil, já que não tem nada mais poderoso do que a imagem da TV, com o ao vivo estampado no canto da tela e com o mediador utilizando ferramentas de interação o tempo inteiro, colocando pessoas para opinar sobre o caso, autoridades, vítimas etc.

Prova disso é o segurança sergipano Lauro Cardoso, que já mora em São Paulo há quatro anos e sempre assiste o Brasil Urgente, ou melhor, como ele mesmo disse, o programa do Datena. “Sem dúvidas um verdadeiro caos. Trânsito caótico, cidade suja, poluída. Não sei se é porque moro num lugar meio esquisito, mas tudo que eu imaginava que fosse São Paulo, realmente é. A televisão mostra a mais pura verdade”.

Já o taxista sergipano Cássio Ribeiro, que já mora em São Paulo há sete anos, parou de assistir o Brasil Urgente por coisas como esta. “Antes de vir para cá assistia o Datena todos os dias. E imagina que São Paulo era escuridão em várias áreas da cidade, muita chuva seguida de inundação e o trânsito que a deixa completamente travada. Sem contar os casos de sequestro, assassinatos, como algo corriqueiro. Hoje, morando aqui, vejo que essas coisas acontecem em algumas zonas e pontos específicos. A TV aumenta demais. O trânsito é ruim, mas não como é passado, por exemplo”.

O programa Brasil Urgente foi analisado para esta pesquisa entre os dias 3 e 10 de junho de 2010. Nele, ficou clara a importância de passar a idéia de um programa ao vivo, sem ensaios ou coisas programadas, que tem como objetivo principal a prestação de serviços, principalmente quando se refere a temas como o trânsito caótico, os flagrantes de incêndio ou alagamento e acidentes de carro e as denúncias feitas no ar pelos telespectadores. Porém, esses temas se tornam figurantes quando se coloca em jogo a violência, seguida de assassinato ou sequestro. É sempre o assunto principal, o que ocupa mais de 70% do tempo do programa.

Nesta análise do programa comandado por José Luiz Datena, fica escancarado que o programa é voltado para um público formado pelas classes C, D e E. A força que o apresentador e, conseqüentemente, o programa tem com o seu público fica evidenciada quando por diversas vezes famílias desesperadas afirmam ao vivo que não tem mais a quem recorrer, que poderes legais como a polícia ou o sistema judiciário são menos eficientes que o próprio Brasil Urgente.

Programas sensacionalistas como o Brasil Urgente fazem parte da lógica de mercado impulsionada pelo estilo de vida denominado sociedade do espetáculo. Nesse sentido, o jornalismo representado pela informação fica em segundo plano diante das questões comerciais, que são representadas neste programa por publicidades como a de uma empresa que localiza carros roubados, o que encaixa perfeitamente com o que o programa apresenta.

O “efeito Datena” é tão forte que ganha cada vez mais apelo popular com os novos recursos multimidiáticos, como é o caso da internet. As pessoas criam fóruns e comunidades virtuais, e fazem centenas de perguntas sobre como contatar o programa, pois estão desesperados precisando de ajuda. Conseguindo isto, a produção do programa investiga e faz um relato do caso, e passa para a direção do programa, que junto com Datena, projetam quais pontos a serem destacados nesse problema e quais links ele pode fazer com qualquer outro problema, seja ele de ordem pública ou privada.

E de fato, tanto ele saber fazer isso como poucos que é o único que permanece no ar desde o “boom” de programas do estilo, inspirados no “Aqui Agora” do SBT. “Linha Direta”, “Cidade Alerta”, entre outros, nenhum conseguiu se manter como o Brasil Urgente, de Datena. O apelo sensacionalista e o estilo popularesco do apresentador o aproximam do telespectador, que o tem como defensor e líder dos fracos e oprimidos.

“O mediador é o responsável pela predominância do verbal na televisão e, nesse sentido, temos adotado como ferramenta para observação do texto verbal dos mediadores as estratégias narrativas e argumentativas

desenvolvidas, considerando os recursos retóricos e persuasivos empregados”. (Gomes, 2007:26)

Para aumentar ainda mais o grau de intimidade entre Datena e o povo, pesquisas populares são organizadas pela produção do programa, que abordam de temas comuns como violência doméstica e falta de saneamento básico no bairro, a casos de estupro, sequestro e assassinato.

Outro ponto interessante a ser destacado sobre o Brasil Urgente é que mesmo sendo um programa a nível nacional, seu foco principal é a cidade de São Paulo, que é a base para qualquer que seja o caso. Quando não surgem casos de grande apelo, Datena explora o que acontece de pior na cidade, como casos de alagamento e trânsito congestionado.

Um assunto de interesse público que vai afetar a vida de milhares de pessoas, mas que não rende imagens de apelo que prendam a atenção do telespectador, pode deixar de ser divulgado pelo telejornal, se houver algo menos importante mas com uma dose de adrenalina maior, como uma espetacular perseguição se esgota logo, sem afetar a vida de mais ninguém. No entanto, a ação da imagem tem efeito infinitamente maior do que discutir mudanças nos sistemas de educação ou saúde. E quando temas relevantes são tratados, eles aparecem em forma de espetáculo. (Patias, 2005:125).

É o que também comprova o taxista Otávio Prado, que sempre assistiu Datena. “Eu sempre achei São Paulo muito violenta e perigosa para se viver. Mas em Aracaju não tinha oportunidade profissional, então liguei para o meu colega e ele mandou vir para cá. Não vou dizer que hoje não gosto daqui. Mas só estou por causa do dinheiro”.

Contudo, o Brasil Urgente é um verdadeiro “show”, ou melhor, um espetáculo teatral. Começa com uma vinheta que tem barulho de helicóptero, com o apresentador que mal dá boa tarde e já coloca em destaque a foto do assassino ou do bandido, com o contato com todos os repórteres em diversos lugares, e, depois de apresentados todos os personagens e cenários, aí sim que a informação é passada, e logo depois repetida, e em seguida dita mais uma vez.

A publicitária sergipana Carla Amazonas, que já veio a São Paulo três vezes, se revolta com o sensacionalismo usado em programas como o Brasil Urgente. “Achei que a

cidade era mais confusa e caótica. A meu ver, a mídia exerce um papel decisivo na deturpação da imagem de São Paulo. Afinal, a única coisa que passa nos noticiários para nós, sergipanos, é que o trânsito é totalmente parado, que o transporte público não dá conta etc. Com tudo isso que a mídia destaca, fica difícil imaginar que existem lugares tranquilos em São Paulo. E eu fui, e comprovei que existem momentos que as estações de metrô e as avenidas importantes estão pouco movimentadas”.

3.2 - Jornal Nacional

No ar desde o dia 1º setembro de 1969, o Jornal Nacional foi o primeiro telejornal do país a ser transmitido em rede nacional. Hoje, continua sendo apresentado diariamente, à noite, só que agora com a apresentação do casal Fátima Bernardes e William Bonner. Com o tempo, algumas coisas mudaram, como por exemplo, os cenários e os apresentadores, mas nunca a forma tradicional da origem do telejornalismo, com jornalistas na bancada anunciando matérias e dando notas, foi abandonada.

Tudo é bem rápido e conciso. A informação é apresentada ao telespectador, que por sua vez, não tem tempo nem de comentar ou refletir sobre ela. O dinamismo e a grande quantidade de notícias (muito por causa da evolução da internet) faz com que num mesmo bloco, por exemplo, sejam apresentadas notícias drásticas, sobre um deslizamento de terra ou a morte de uma criança, e também alegres, como o gol que o atacante da seleção brasileira fez ou o nascimento de uma filha de uma apresentadora de TV.

O segurança sergipano Otávio Oliveira, por exemplo, relutou bastante para vir morar em São Paulo por causa do que via no Jornal Nacional. “São Paulo sempre foi um sonho distante para mim. Até porque não me agradava viver num lugar que quando chove alaga tudo, que é barulho de carro de polícia para tudo que é lado, que não tem paz em nenhum dia normal. Mas aqui é onde consegui alcançar uma independência financeira que lá em Aracaju

eu não consegui. E acho que a televisão me influenciou bastante para demorar a vir para cá. Mas acreditei em Deus e vim com toda a vontade de vencer na vida”.

Segundo Bucci (2000), o Jornal Nacional segue algumas características próprias do melodrama em suas edições diárias, entre elas, o permanente conflito entre o bem e o mal; a história com uma moral; e o apelo à emotividade. Além disso, toda a informação divulgada passa por uma linha editorial da emissora e o jornalista é praticamente proibido de dar opiniões ou tecer comentários. A notícia já é produzida de uma forma que subentende os interesses da empresa, o que conseqüentemente age de maneira decisiva na formação de opinião do telespectador, principalmente quando o indivíduo não tem acesso a fontes alternativas de informação ou conhece por experiência própria o assunto que está sendo noticiado. Tanto isso é verdade que pela tradição e história do Jornal Nacional é comum ouvir: “é verdade, apareceu no Jornal Nacional”.

Aliado a isso, o poder que o telejornal mais antigo do país é tanto, que costuma decidir até eleição presidencial. Que o diga o ex-presidente Fernando Collor de Melo, que viu seu maior adversário Luis Inácio Lula da Silva ser destruído moralmente pela emissora de Roberto Marinho no final da década de 80, e assim, seu caminho ser facilitado para chegar ao topo do poder no Brasil.

Também durante os dias 3 e 10 de junho, o Jornal Nacional foi objeto de análise desta pesquisa. Entre os assuntos mais destacados pelo telejornal mais famoso da Rede Globo, estão: violência, clima, trânsito, política e esportes. O tom de voz do apresentador, a velocidade que a informação é dada e a expressão feita pelo mesmo ditam o ritmo do telejornal.

Vale destacar que as principais notícias aparecem no início e no fim, com um claro objetivo de chamar a atenção e prender o telespectador. Em algumas delas, a carga de tensão é exagerada e a dramatização maior do que o normal. Ou seja, os “apresentadores-robôs” que

sempre seguiram a risca o que era pedido no Jornal Nacional, aos poucos vão se humanizando a fim de atingir, claro, o que Arbex Júnior chama de *showrnalismo*. “A relação entre programa e telespectador é regulada, com uma série de acordos tácitos, por um pacto sobre o papel do jornalismo na sociedade. É esse pacto que dirá ao telespectador o que deve esperar ver no programa”. (Gomes, 2007:26)

O sergipano Victor Nunes, profissional da área de computação e que já veio a São Paulo por cinco vezes, lamenta que tinha uma imagem errada de São Paulo e credita isso a ao *showrnalismo* dos noticiários, a exemplo do Jornal Nacional. “Sempre exaltam apenas o lado ruim da cidade, Eu imaginava que em todos os cantos da cidade havia muita violência. Que ao sair para rua, o risco de ser assaltado era muito grande. Mas depois de conhecê-la, vi que é como outra cidade qualquer”.

Uma característica no mínimo curiosa é que 40% do conteúdo do jornal é voltado para acontecimentos da cidade de São Paulo. Só o Rio de Janeiro, onde fica a principal sede da emissora, consegue equilibrar em alguns momentos. E isso também faz parte da lógica de mercado também exaltada no Programa Brasil Urgente. Só que no Jornal Nacional ela aparece de formas bem diferentes. Não existe publicidade escancarada, os apresentadores não fazem parte disso. Os intervalos de 30 segundos que o jornal tem são os únicos momentos onde é possível ver com clareza a propaganda e a divulgação de marcas. Porém, não é aí que se enxerga a presença do capital financeiro, e sim no que é divulgado no telejornal. E o fato de divulgar mais notícias de São Paulo está diretamente ligado ao fato de ser a maior metrópole brasileira financeiramente falando.

Contudo, depois de analisar os dois programas mais assistidos pelos sergipanos no que se refere a explorar temas envoltos da cidade de São Paulo, é impossível ignorar a influência que o Brasil Urgente e o Jornal Nacional tem no processo de formação da ideia do que é São

Paulo, seja para aquele que mora, apenas conhece ou nunca conheceu a maior cidade do Brasil.

E mais uma prova disso é o comerciante João Tadeu Santos que já vive em São Paulo há 25 anos e que veio para cá sem ter visto nada sobre São Paulo na TV. “Quando pensei em vim para cá foi tempo só para arrumar as malas. Surgiu uma oportunidade de um transporte e eu estava precisando de dinheiro. Eu era jovem, solteiro e estava trabalhando muito, e ganhando pouco. Foi quando resolvi arriscar. Quando cheguei na rodoviária, tinham muitos donos de negócios divulgando vagas de emprego. Foi quando comecei a me dar bem e estou aqui até hoje. Já faz 11 anos que não vou a Aracaju. É complicado largar filhos e esposa, ou até levá-los para tão longe. Tenho muitas saudades de lá, mas construí a minha vida aqui e acho um lugar bom de viver”.

3.3 - A ética dos meios de comunicação

A ética da comunicação, como afirma Esteves (2003), é uma ética associada aos processos comunicativos atuais, que não se associa somente aos modos operatórios dos meios de comunicação de massa, mas também aos modos de difusão e apropriação crítica das mensagens mediáticas. Sendo assim, trazendo para o que acontece num espaço de mídia habitual, cada meio de comunicação cria sua própria ética em prol do que para eles é correto, ou melhor, lucrativo.

Para Olgária Matos, não há ética nos processos comunicativos, pois "a recepção perde a capacidade transformativa: o movimento de interiorizar conflitos e dores para livrar-se deles: vividos e compreendidos eles são enfim transformados. A mídia padroniza as sensibilidades e o pensamento" (2004:117). Contudo, trazer à tona valores éticos e econômicos na modernidade gera um confronto entre os interesses de cada um, seja individual ou coletivo. Afinal, caso decida seguir o que é certo para si mesmo e interfira no que é errado

para a sociedade, o mesmo pode sofrer um processo de auto-exclusão do sistema, o que posteriormente desenvolverá no ser humano em questão o que Zygmunt Bauman (1998) chama de mal-estar da modernidade.

A jornalista sergipana Heloisa Rocha, por exemplo, mora em São Paulo há três anos e se revolta com algumas escolhas da mídia. “Eu sempre tive família morando em São Paulo, e por isso vim sempre aqui. Com o tempo, minha visão da cidade foi se transformando. Percebi que a sociedade paulistana é muito fechada, o que causa muito impacto a nós sergipanos. E isso talvez aconteça pela imagem alterada que é nos passada seja em noticiários ou em programas sensacionalistas. Mas quero destacar que o que mais me revolta é que a mídia local costuma retratar problemas cotidianos e sempre explora os benefícios da cidade. No entanto, o material que é produzido em âmbito nacional, praticamente, só apresenta notícias relacionadas a trânsito, violência e pessoas correndo e estressadas, passando a imagem de ser, aqui, um verdadeiro caos”.

Debord ainda afirma que, considerado em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. (1997:14) Neste sentido, vale ressaltar que a mídia na modernidade impulsiona a cultura da ética indolor, onde novos valores são produzidos e transmitidos pelas mídias.

É o que acontece no estilo de vida “malhação” que é vendido pela mídia da sociedade espetacular. Tudo é voltado para o tratamento e o aperfeiçoamento do corpo, como por exemplo, o fetichismo da juventude. Tal lógica capitalista é superficial, descartável, e não tem nenhum ideal de espírito. “O princípio do fetichismo da mercadoria, a dominação da sociedade por “coisas supra-sensíveis embora sensíveis”, se realiza completamente no espetáculo, no qual o mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existe

acima dele, e que ao mesmo tempo se fez reconhecer como o sensível por excelência” (Debord, 1997:28).

Isso só fortalece a forma como a mídia se comporta na modernidade levando a sociedade a acreditar em valores que são essencialmente embasados pela lógica de mercado. Ultrapassar valores éticos não é mais um absurdo, pois às vezes é necessário. A publicidade é um exemplo disso. Ela potencializa costumes modernos, molda suas aparências e destaca a necessidade da ética. Porém, ao mesmo tempo em que ela destaca, ela desrespeita a mesma no processo de criação ou moldagem do produto.

Olgária Matos afirma que as sociedades pós-moralistas celebram o puro presente, estimulando a gratificação imediata de desejos e pulsões. A sociedade não está mais centrada no homem, no indivíduo, no cidadão, em sua dignidade e liberdade, mas no consumo e no espetáculo. (2004:111) E esse imediatismo é explicado por Lasch:

As mercadorias são produzidas para o consumo imediato. O seu valor não assenta em sua utilidade ou permanência, mas em sua negociabilidade. Elas se desgastam mesmo quando não são utilizadas, uma vez que foram projetadas para ser ultrapassadas por “novos e aperfeiçoados” produtos, modas (Lash, 1986:22).

Vale lembrar que com a evolução dos meios de comunicação, em paralelo com a tecnologia, a mídia moderna está voltada diretamente para o bem estar econômico, e não social. O interessante não é mais aquilo que será útil para a sociedade, e sim o que irá gerar lucros para a empresa. Um exemplo disto é que quanto mais aumenta a rapidez e a praticidade nos meios, a quantidade de informações se torna mais importante do que a própria qualidade das mesmas.

Ou melhor, o bem-estar de cada indivíduo na modernidade não está relacionado ao estado de espírito de cada um, e sim o que o mesmo conquista no espaço social, através de

quê ele é reconhecido na sociedade. Atingir o nível de bem-estar analisando a origem do mesmo no que se refere à sociedade é sempre uma tarefa que está por vir. “Poucos de nós se lembram hoje de que o estado de bem-estar foi, originalmente, concebido como um instrumento manejado pelo estado a fim de reabilitar os temporariamente inaptos e estimular os que estavam aptos a se empenharem mais, protegendo-os do medo de perder a aptidão no meio do processo” (Bauman, 1998:51).

Contudo, o bombardeio de novas ideias e valores inseridos no processo de desenvolvimento da mídia na modernidade é uma das características predominantes da Sociedade do Espetáculo. A influência e o poder que os meios de comunicação detêm meio ao bem-estar social sobrepõem-se até conceitos tradicionais da sociedade e é capaz de moldar tal imagem apresentada como um produto que lhe interesse, muitas vezes ignorando o fato que é um ser humano que está em questão, colocando assim o interesse econômico à frente do social. “O espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente. Ele nada mais é que a economia desenvolvendo-se por si mesma. É o reflexo fiel da produção das coisas, e a objetivação infiel dos produtores” (Debord, 1997:17 e 18).

CAPÍTULO 4

SOCIEDADE SERGIPANA x SOCIEDADE PAULISTA

A sociedade moderna espetacular num país de grandes proporções como é o Brasil aparece de diversas formas, e Sergipe e a cidade de São Paulo são exemplos disto. O primeiro é o menor Estado do país e sua capital, no ano de 2008, conquistou o título de maior qualidade de vida do país. A segunda leva o título de maior metrópole da América Latina, mas mesmo assim convive com problemas básicos como trânsito e poluição.

As diferenças não param por aí. A densidade demográfica da capital sergipana, Aracaju, chega a aproximadamente 250 habitantes por km², que é um número muito distante dos cerca de 7 mil e 200 habitantes por km² da capital paulista. O menor Estado do país está localizado no Nordeste, região onde na prática só existe um clima: o verão. Enquanto isso, os paulistanos, que estão no Sudeste do país, muitas vezes presenciam as quatro estações do ano em apenas um dia.

Sabendo que o estudo aborda duas realidades opostas, sociedades que se acostumaram a conviver com diferentes vertentes sociais, nada pode ser tido como regra já que para qualquer análise, seja ela informal ou científica, depende-se do referencial. E neste caso, são dois pontos opostos unidos por um aspecto chamado mídia. Se forem analisadas, por exemplo, as características da capital de Sergipe, entende-se facilmente o porquê da disparidade de realidade em relação à capital paulista.

O sergipano tem um estilo que costuma privilegiar a preservação de velhas tradições em detrimento à chegada abrupta de modernidades, mas costuma aceitá-las de forma moderada. O hábito de fazer exercícios físicos de três a cinco dias por semana é impulsionado pela boa estrutura física de espaços públicos voltados para o lazer, esportes etc, e pela proximidade da residência, do local de trabalho e do espaço de entretenimento.

A preocupação com a saúde do sergipano está presente em todos os lugares. Seja nas praças, nos calçadões, nas Orlas, não faltam lugar nem instrutores de educação física, financiados por projetos que envolvem a Universidade Federal de Sergipe, para incentivar o bem-estar do cidadão aracajuano. O hábito de usar a bicicleta, que incentiva práticas de proteção ao meio ambiente com a conseqüente diminuição do trânsito, ganha incentivo extra quando se tem pouco mais de 40 km de ciclovia. A vida é mais tranqüila numa cidade de pouco mais de 500 mil de habitantes. E a saúde agradece quando se tem uma população com poucos fumantes e com baixo nível de consumo alcoólico.

Segundo uma pesquisa encomendada à Fundação Getúlio Vargas pelo Ministério da Saúde em 2008, que ouviu 54 mil pessoas nas 26 capitais e no Distrito Federal, ficou comprovado que: Natal é a que tem menos fumantes no Brasil; Goiânia é onde mais se come hortaliças; Vitória é a cidade do exercício físico; Palmas é onde as mulheres estão com as menores taxas de excesso de peso; e em Florianópolis, os homens são os menos sedentários. Porém, juntando todos estes e outros fatores como, por exemplo, ser a única capital do país com todo o sistema de transporte integrado, a pesquisa apontou que quem obteve a maior média do Brasil foi Aracaju, que ficou conhecida como a capital de qualidade de vida do Brasil.

Para descrever fisicamente esta cidade, basta pensar numa obra de arte planejada baseada num tabuleiro de xadrez. Limpa, bonita, organizada, são mais de 30 km de litoral com praias com águas mornas. Na Orla de Atalaia, junto a Passarela do Caranguejo, reduto de bares que comercializam petiscos como pastéis, amendoins, casquinha de siri etc, está a maior área hoteleira do Estado. Bares, atrações turísticas como o Oceanário, praças esportivas e a famosa praia de Atalaia dão o clima turístico a esta parte da cidade. Indo em direção ao Centro Histórico, avista-se o Rio Sergipe, seja de carro, a pé, bicicleta ou os procurados passeios de Catamarã. No calçadão da 13 de julho, localizado na Avenida Beira-Mar (onde

ficam os apartamentos mais valorizados da cidade), o Mirante oferece uma visão impressionante no que diz respeito à natureza, ao encontro do Rio Sergipe com o Oceano Atlântico, aos manguezais, aos cajueiros, entre outras.

Chegando ao Centro Histórico, encontram-se os Mercados Thales Ferraz e Albano Franco, onde facilmente é possível encontrar literatura de cordel, repentistas, poetas, músicos, artistas em geral. É aí que acontece o Forró-Caju, maior evento do Estado, que reúne durante todo o mês de junho os melhores artistas do Brasil no gênero forró. A cidade respira o São João, enfeitada e decorada a rigor do estilo junino.

Mesmo com todas essas características potenciais para ser uma grande metrópole, Aracaju é uma capital que mais parece com uma cidade do interior. Quem concorda com tal afirmação é o jornalista Antonio Vinícius. “Está certo que vem crescendo muito, mas nada comparado às grandes metrópoles. Tudo é bem bonito e arrumado. O sergipano está acostumado com a tranquilidade, a praticidade de uma cidade que tem quase tudo que se precisa num dia-a-dia normal. Àqueles que estão insatisfeitos ou querem algo que não tem, quando saem da cidade, sempre voltam”.

Tal realidade é possível de ser vista também no interior de Sergipe, onde mora o porteiro Roberto Silveira. “Em Itabaiana, onde eu costumo fazer meus negócios e visitar meus pais, percebo que a vizinhança é a sua segunda família. A praça segue sendo o ponto de encontro da população. Mas em Aracaju, onde moro e trabalho, vejo que as pessoas vivem na maresia que é essa cidade maravilhosa. Quando trabalhava num prédio na avenida Beira Mar por exemplo, trabalhava o dia inteiro naquela brisa, todos que chegavam sempre me cumprimentavam, alguns até passavam horas conversando comigo, e acabava ficando amigo de todos que moravam lá, independente se eu era apenas o porteiro dali. No condomínio que trabalho hoje, vejo nos meus companheiros de trabalhos irmãos que eu não tive. Um cobre o outro quando precisa, e por aí vai. Todo mundo está sempre a estender a mão para o outro”.

Essa tranquilidade destacada nos depoimentos acima facilita o aparecimento de outras características que são tipicamente nordestinas, e que em Sergipe são bastante visíveis: que é a forma de receber bem o turista ou quem vem de fora morar lá e o relaxamento natural diante de um lugar que oferece quase tudo que necessita. “Somos como a maioria dos nordestinos, anfitriões de carteirinha e acostumados com a mordomia que a cidade tem a oferecer”, afirma o psicólogo Marcus Silva. Quem enaltece ainda mais isso é o empresário Aurélio Sousa. “Sergipano que é sergipano faz amizade fácil, recebe bem o turista ou a visita e segue um ritmo de vida muito tranquilo”.

Já o porteiro Reginaldo Filho destaca o fato que em Sergipe todo mundo sabe de todo mundo, ou melhor, que todos se conhecem. “Quem conhece gente no poder tem emprego garantido. Fim de semana todo mundo vai à praia. Dia de quarta e quinta é lei comer caranguejo na Orla ou em outros lugares menos cobiçados. Não temos problemas graves com trânsito, e muita gente aproveita as ciclovias, como eu, para se locomover com bicicleta”.

Uma das características que fazem com que o sergipano tenha o costume de não pensar em ir embora e de se apegar cada vez mais a sua cidade natal é o lugar propício que tem para construir uma família. “Acho que o sergipano é receptivo, tranquilo e familiar. A capital Aracaju é um lugar perfeito para constituir uma família. Pois tem colégios e faculdades boas, parques e clubes de lazer, shoppings pequenos mas completos, e a cidade é toda margeada por belezas naturais que deixam um clima que normalmente seria muito quente, no mínimo, fresco. Eu gosto muito do meu dia-a-dia. Às vezes é normal enjoar um pouco, pela falta de opções de baladas noturnas, por exemplo, mas isso é normal”, conclui o comerciante Gerson Oliveira.

E como em tudo sempre existem pontos positivos e negativos, nem em Sergipe, nem muito menos em Aracaju é diferente. “Os sergipanos são pessoas tranquilas, muito ligadas à sua família, que vivem um dia-a-dia sem muitas novidades. A rotina acaba trazendo o tédio à

tona”, comenta o administrador Danilo Romão, completando que mesmo assim, é só ficar uma semana longe que já sente muita falta.

Além da rotina de cidade pequena que tem a capital Aracaju, por exemplo, muitas vezes os sergipanos procuram por serviços a determinada hora do dia e não encontram ou quando encontram a oferta é limitada e com poucas variáveis. “O que mais gosto em Aracaju é a praticidade em tudo. Só fico chateada quando quero comprar algo ou fazer algo e não tem. Como a demanda é pequena, a oferta também não tem muitas opções”, diz a publicitária Carla Amazonas (que já veio como turista a São Paulo), completando ainda que nesse ponto não tem lugar melhor no mundo do que São Paulo.

O agrônomo Felipe Souza que também já veio a São Paulo fazer turismo segue a mesma linha. “Enquanto Aracaju é muito tranqüila, São Paulo não para. Podemos encontrar de tudo em São Paulo, já em Aracaju é muito limitado. Tem dias, por exemplo, que quero sair e não tem nenhum barzinho ou restaurante aberto”, comentou, acrescentando que sempre que precisa de algo, pede para alguém trazer de São Paulo.

Outro fator predominante que faz com que os sergipanos deixem sua cidade natal para irem a São Paulo são as inúmeras opções de cursos, palestras e eventos que acontecem na maior cidade do país. “Pensando no meu futuro profissional, sempre quis morar aqui”, diz a publicitária Paula Matta. Já o dentista Carlos Santos, veio a São Paulo como turista, e destacou a qualidade dos cursos que para ele, só tem em São Paulo. “Fiz um curso de uma semana lá na minha área e isso mudou positivamente a minha carreira profissional”.

Porém, se por um lado São Paulo tem uma estrutura invejável para cursos e eventos, por outro o custo para tal incomoda turistas e habitantes. “Não imaginava que o custo de vida aqui fosse tão alto”, diz o morador Carlos Santos, que é comerciante. Já o turista Victor Nunes, saiu com a impressão que em São Paulo o custo de vida é muito alto. “Dá para encontrar lugares baratos, mas táxi, estacionamento, restaurante, tudo é caro”, comentou e lembrou que

também ficou assustado com o ritmo acelerado das pessoas caminhando na Av. Paulista, se chocando uma com a outra, coisa que em Aracaju é impensável acontecer.

A verdade é que podem ser destacadas diversas características sergipanas, mas sempre tudo vai acabar na tranquilidade e praticidade desse lugar. “O sergipano é tranqüilo, gosta de coisas simples e é companheiro. Uma parte da minha família é pernambucana e quase todos já vieram morar aqui por causa da agitação do Recife. Sergipe tem uma capital com alta qualidade de vida e com baixo custo para se viver. A proximidade das coisas e o fato da cidade ser toda organizada facilitam as coisas”, diz o garçom Luís Amaral.

Sabendo agora do que é ser sergipano e de como se vive em Aracaju, que é um reflexo do Estado de Sergipe, é possível compreender o choque de realidade quando o sergipano avista algo totalmente diferente em São Paulo. Assim, esta imagem sob o olhar e a influência do poder dos meios midiáticos apresentam caminhos diferentes, dependendo do grau de conhecimento que o indivíduo tem da maior metrópole do país. Se só conhece a maior cidade do país através da imprensa, por exemplo, poderá ter uma imagem diferente daquele que já conheceu ou até viveu nas terras paulistas.

É o caso dos garçons sergipanos, por exemplo, João Silva, que já mora aqui há vinte anos, e Luís Amaral que nunca veio a São Paulo, que hoje tem visões completamente diferentes. Enquanto João afirma que é uma cidade onde ele realmente arrumou sua vida, ganhando dinheiro e sustentando sua família lá de Nossa Senhora do Socorro-SE e que hoje vive com sua esposa e seus dois filhos e são muitos felizes, Luís diz que as coisas que remetem a São Paulo para ele, são: brigas entre torcidas, ruas inundadas, rio Tietê transbordando, seqüestros como foi o de Eloá, assassinato de Isabella Nardoni., o PCC, e por aí vai.

Ou seja, dois sergipanos, na mesma faixa etária, trabalhando de garçons, que tem ideias totalmente diferentes do que significa São Paulo, lembrando que o primeiro conhece e

mora aqui, e o segundo só conhece através dos meios de comunicação. Isto acontece, principalmente, porque programas paulistas com muita audiência em Sergipe acabam por direcionar a visão sobre o dia-a-dia da maior cidade do país. É o caso, por exemplo, do Programa “Brasil Urgente”, que tem como âncora o polêmico Luis Datena, que traz imagens de descasos sociais como alagamentos ou enchentes, violência domiciliar ou pública e os terríveis pontos de problemas de trânsito, as já conhecidas filas de engarrafamento, chocam o cidadão que teme a o caos em frente à TV.

Fernando Santos, que é um taxista sergipano que já vive em São Paulo há oito anos, sempre assistiu o Programa Brasil Urgente e comprova a influência de programas como este. “Eu tinha medo de deixar meus familiares para vir morar num lugar que parecia muito perigoso. Quando cheguei até que senti um pouco disso, mas depois que me mudei de bairro, percebi que a cidade não era como a TV mostrava”.

O sensacionalismo explorado pelo apresentador seja qual for a “atração” do dia, tem como objetivos principais causar impacto, provocar emoções e estreitar a relação do telespectador com as vítimas do ocorrido ou as tragédias apresentadas, mesmo que para isso seja necessário ultrapassar valores éticos da profissão. E essa tática de abalar o consumidor para que ele compre o que está sendo divulgado é o caminho que a mídia escolheu para vencer essa corrida econômica avassaladora. Tanto é isso, que não só em programas essa forma de atrair audiência é utilizada. Em propagandas cada vez mais é possível ver a correria, a gritaria, o alarde, para chamar a atenção do consumidor. É o que as empresas “Casas Bahia” e “Ricardo Eletro” costumam fazer, por exemplo.

O drama da personagem é fantasioso, mas a lágrima que o telespectador derrama ou a palpitação de seu coração é real. As pessoas projetam os problemas, as frustrações, as expectativas e as emoções sentidas em sua vida diária. Esse mecanismo de projeção torna-se parte construtiva da economia psíquica dos telespectadores, inscreve-se no seu corpo como memória de emoções efetivamente vividas (Arbex Júnior, 2001;48).

A sociedade sergipana não está acostumada com tantos problemas sociais como a mídia mostra. Os telejornais das TVs Globo e Record, por exemplo, não fogem a regra. Diariamente apresentam a situação do trânsito de São Paulo (que é um prato cheio para mídia, pois é onde os congestionamentos mais acontecem no país) e a situação climática, com as conseqüências que as mesmas causam. E vivendo num lugar onde não existe trânsito e que só tem problemas com chuvas uma vez no ano, ver isso diariamente em São Paulo é uma aflição incomum para os sergipanos.

Um destas pessoas amedrontadas com o que vêem é a comerciante Suzana Oliveira. “Eu tenho muito medo de ir a São Paulo. Duas amigas já me chamaram e eu não fui. Minha filha queria ir e eu não deixei. Tenho receio de me perder na cidade grande ou ser seqüestrada e nunca mais ninguém me achar. É um mundo totalmente diferente do que estou acostumada, seja aqui em Itabaiana ou até quando estou na capital Aracaju com minha filha. Aqui essa violência, esse trânsito, essa poluição, não existe”.

Contudo, além da pesquisa trabalhar com pessoas que não conhecem São Paulo e com habitantes sergipanos na maior cidade do Brasil, vale destacar também a visão daqueles que tiveram seu primeiro contato pela TV e que vieram conhecer como turistas. É o caso da engenheira de alimentos Manoela Carvalho, que imaginava uma cidade escura, poluída e perigosa, mas que quando veio a passeio pela terceira vez, desabafou: “Cada vez eu ia aí eu gostava mais da cidade, e percebia que conhecia outra realidade de São Paulo, digo, em relação àquela que tinha visto na TV”, comentou, acrescentando que em breve voltará novamente.

Por outro lado, o turista Roberto Muniz que é taxista em Aracaju se revoltou com a perda de tempo que se tem quando se está em São Paulo. “Quando fui aí a passeio, que percebi, comparando com o povo de São Paulo, como somos sossegados. Tudo aqui é na marcha 1 e lá na marcha 5, e mesmo assim temos mais tempo útil. Aí as pessoas gastam muito

tempo no trânsito e para se deslocar de uma zona à outra. Aqui resolvemos todas as coisas num dia. Passei cinco dias em São Paulo. No primeiro, foi tranqüilo, conheci a Av. Paulista e fui num restaurante perto. No segundo, fui conhecer uns parentes em Santo Amaro e não me lembro exatamente, mas peguei um trânsito, e fiquei duas horas no carro. Fiquei muito impaciente e quando cheguei já estava mal-humorado suficiente para querer voltar para Aracaju”.

O professor Marcelo Dias tem uma teoria intrigante do porquê deste choque que o sergipano sempre leva quando vai a São Paulo. “Nós realmente conhecemos nosso mundo. Ficamos felizes com a rotina de quase sempre saber o que vai acontecer e quem vai encontrar no lugar. Já na cidade de São Paulo, ninguém a conhece por completo, e não estamos prontos para isso”. Tanto isso é verdade que a frase “São Paulo é um mundo” é um dos jargões mais repetidos pelos sergipanos que conhecem a maior metrópole da América Latina.

A jornalista sergipana Heloisa Rocha, que mora em São Paulo há três anos, diz estar com saudades da simpatia do sergipano. “Tenho saudades de estar próxima a tudo, do conhecimento da procedência de todos ao nosso redor, das belezas naturais. Não tem como não sentir saudades do morar nesse Estado tão bonito. Minha cidade natal, Aracaju, é o local onde estão meus grandes amigos”.

Quem também mora aqui e sonha um dia voltar a Aracaju é o engenheiro José Victor. “Gosto de São Paulo, pois aqui tem opções para tudo. Saída mais agitada, um barzinho para conversa, um local para ouvir músicas australianas ou ir a uma casa de show especializada num estilo. Isso é muito diferente. Em Aracaju, as opções são poucas e para crescer em algumas profissões é essencial sair, mas é o lugar ideal para se viver. Tudo é mais junto. Mais pessoal. O trabalho acaba sendo mais leve, pois não temos trânsito nem inundações para enfrentar. Conhecemos todos a nossa volta o que nos dá uma segurança para sempre estarmos fazendo novas amizades”.

Se por um lado uns sonham voltar à sua terra natal, outros já estão decididos. É o caso do administrador de comércio exterior Arthur Maia, que está há quatro anos em São Paulo e acha decepcionante o fato de a mídia não dar espaço a temas importantes como o ritmo de escravidão de trabalho que a população paulistana é submetida a custo ascensão social. “Em janeiro de 2011 volto a morar em Aracaju. Finalizei meu curso e não tenho mais porque ficar aqui. Vou voltar para minha cidade onde tudo é perto, onde tudo fica bem mais fácil. O sergipano tem a tranquilidade a seu favor em todos os sentidos e faz do seu dia-a-dia como deseja, com poucas aberturas para imprevistos ou algo do tipo. Transito, violência, entre outras coisas, praticamente não existem”.

Já Paula Matta, tem saudades da rotina de Aracaju, mas está feliz em São Paulo onde trabalha como publicitária numa agência de propaganda. “Essa imagem deturpada se deve exclusivamente à ação da mídia, que só mostra matérias daqui com temas como “Morte em favela” e “Assalto em bairro nobre”. Só passa notícia ruim. Um exemplo disso, é que quando disse a minha avó que viria morar aqui, ela não concordou e ficou muito preocupada. Não estou afirmando que essas coisas ruins não acontecem aqui, mas acontece em qualquer cidade. E por isso, que a grande maioria do pessoal lá de Sergipe acha que isso aqui é um caos”, comentou discordando da posição da mídia e exaltando que mesmo gostando de viver aqui sente muitas saudades de Aracaju.

Quem também defende a cidade de São Paulo é o manobrista José de Lima, que mora em São Paulo há 37 anos. “Eu confesso que vim para cá de olhos fechados. Estava desempregado, com três filhos para criar e alguém precisava colocar dinheiro em casa. Peguei um “pau de arara” (um ônibus), e trouxe minha família para cá. Já trabalhei como sapateiro, garçom, taxista, e hoje sou manobrista. Foi muito difícil, mas São Paulo é muito acolhedora quando se fala de trabalho. Eu não acho a cidade violenta como dizem e como passa nos jornais. Tanto que indico sempre colegas meus lá de Lagarto para virem morar aqui, e todos

conseguem emprego”, comentou, acrescentando que nunca tinha visto São Paulo pela TV quando chegou aqui.

Em contrapartida, a comerciante Maria Auxiliadora já está em São Paulo há seis anos, mas mesmo assim o medo de acontecer algo com ela ou alguém de sua família permanece. “Tenho medo da cidade e do jeito como algumas pessoas friamente se relacionam. Continuo achando que tudo que vejo na TV, realmente acontece. Mas graças a Deus nunca aconteceu comigo”, comentou, ressaltando que no seu dia-a-dia em Itabaiana ela andava nas ruas pela cidade inteira como se fosse dentro da própria casa, sem medo de nada e de ninguém.

Outro que fez questão de recordar algo que é bem diferente no seu dia-a-dia atual em relação como era em Aracaju é o taxista Ricardo Andrade. “O que eu mais me recordo é a facilidade de se andar de carro, por exemplo. Aqui em São Paulo se o taxista não conhecer muito bem, tem que ter um GPS ou um mapa no carro. Em Aracaju não, se você sabe chegar a uma rua, você chega a todas as outras. Pois é tudo quadrangular, que nem um tabuleiro de xadrez mesmo”, afirmou lembrando que nesses dois anos que está aqui já se perdeu várias vezes com clientes dentro do táxi.

No meio de tantas diferenças entre Sergipe e São Paulo, o comerciante Carlos José Santos conseguiu enxergar uma semelhança curiosa. “Meu dia-a-dia em Aracaju era muito relaxado se compararmos com o que vivo aqui em São Paulo. Uma coisa interessante em Aracaju é que pelo fato de ser uma cidade planejada, muito arborizada e limpa, era difícil você ver favelas, por exemplo. E acho que guardada as proporções vejo isso também aqui. Como trabalho na Av. Paulista e moro em Pinheiros, dificilmente estou em contato com favelas, zonas de maior perigo”, comentou, colocando em destaque a cidade do Rio de Janeiro como exemplo negativo, metrópole onde bairros ricos estão ladeados com favelas, por exemplo.

Outra diferença marcante entre as realidades sergipanas e paulista é o custo de vida, e por isso, as pessoas costumam ganhar mais e gastar mais em São Paulo. No caso da diarista Sílvia Sousa, ela comemora a forma como o trabalho dela acontece na maior cidade do Brasil. “Trabalho em casa de família há 14 anos e posso dizer que aqui tenho mais liberdade do que lá. Aqui estamos acostumadas a ganhar por dia e lá por mês. Em Sergipe as famílias querem que durmam nas residências, ou seja, que vivam lá. Mas enquanto lá ganhamos um salário mínimo trabalhando o mês inteiro. Aqui chego a ganhar três vezes mais do que lá”.

Deste modo, torna-se clara a motivação que o sergipano tem de sair de sua terra natal para vir a São Paulo, em busca de realização profissional, seja uma diarista procurando por trabalho ou um advogado em busca de um curso que lhe credencie a um posto ainda mais respeitado. Afinal, o simples fato de ter realizado um trabalho ou participado de um curso na maior cidade do Brasil já o credencia para um cargo ou situação de maior prestígio em um lugar bem menor, como por exemplo, Sergipe.

Se antigamente, como as entrevistas comprovam, o trabalhador sergipano vinha para São Paulo e só sua mão de obra bastava, hoje é preciso muito mais: um curso de graduação, especialização, de línguas, ou algo do tipo, é fundamental para encontrar boas oportunidades de trabalho. Sabendo disso, o garçom sergipano Eduardo Dias, que mora em São Paulo, está decidido quanto ao seu futuro. “Vou passar mais alguns anos aqui e vou voltar para Sergipe e montar meu negócio ou trabalhar de garçom mesmo. Aqui a gente ganha mais, mas também gasta muito mais. E olha que economizo bastante”, concluiu e fez questão de exaltar as saudades do seu dia-a-dia em Aracaju com sua amada vizinhança.

Com tantos pontos favoráveis ao modo e à alta qualidade de vida em Sergipe, é impossível que isso não se espalhe pelo Brasil. E isto preocupa alguns sergipanos, entre eles o comerciante Everaldo Monteiro. “Nós somos acostumados com nossa vida tranqüila, sem muita turbulência. Mas vale lembrar que o Estado vem crescendo muito e muita gente está

vindo morar aqui. Mesmo sendo exemplo para o resto do país, tenho medo que com o tempo cresça demais e vire uma metrópole cheia de problemas como o que estou acostumado a ver na TV”, afirmou acrescentando que, a essência do sergipano não pode mudar.

Características da sociedade e do dia-a-dia do sergipano à parte, fica claro o choque sociocultural que o mesmo tem quando se depara com a realidade do paulistano, que por sinal, é bem mais complexa e diversa em todos os sentidos, ainda mais se levar em conta a diversidade dos habitantes que aqui residem e a interferência da mídia.

Por fim, o mais interessante neste processo de “divulgação” de São Paulo para os sergipanos é que normalmente estas pessoas que só conhecem através da mídia, imaginam que a maior cidade do Brasil é um verdadeiro caos durante 24 horas por dia. O exagero na hora de maquiar a informação somada ao bombardeio da mesma acaba transformado a notícia em um espetáculo que a sociedade moderna costuma consumir. E o ato de fazer maquiagem na informação é outro ponto que ultrapassa valores éticos sociais, pois a moldagem que é feita na mesma, serve exclusivamente como um impulsionador para alavancar o processo do sensacionalismo espetacular.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A avassaladora transformação que a sociedade moderna está sujeita é capaz não só de confundir conceitos do âmbito histórico-social, como também interferir no processo de desenvolvimento dos mesmos no sistema capitalista em que se vive na atualidade. E como foi apresentado nesta dissertação, jornalismo e espetáculo seguem à risca tal teoria, afinal apesar de suas origens opostas, hoje mantém um relacionamento de interdependência sem proporções, tal como a necessidade de ter o dinheiro para atingir a satisfação pessoal do indivíduo na contemporaneidade.

Tais mudanças na sociedade moderna são influenciadas pela criação de novas tecnologias que tem como objetivo principal a satisfação momentânea, a sensação de prazer descartável. As pessoas não procuram necessariamente a felicidade, e sim aquilo que vai fazer parecer para os outros que elas estão felizes. Ou seja, a imagem que é passada para o próximo tem mais valor do que a própria realidade vivida, e não adianta, por exemplo, comprar um produto bom e durável, se ele não estiver na vitrine e se não for desejado pelos outros.

É nessa lógica de ter o “carro do ano” e a “roupa da moda” que o espetáculo produzido pela mídia se encaixa perfeitamente. A maquiagem utilizada nos acontecimentos diários faz com que notícia não seja mais simplesmente uma notícia. E isso fica evidente quando se analisa especificamente o Jornal Nacional, que é o telejornal mais respeitado do país, onde facilmente dá para perceber seu foco melodramático, seja qualquer informação que seja apresentada.

A superprodução por traz da notícia apresentada neste trabalho lembra bastante o processo de criação de cenas para dramaturgias, ou melhor, de novelas. E isso fica mais evidente quando uma “notícia” vira um “caso”, como foram os casos Isabella Nardoni, Eloá Pimentel ou Eliza Samudio, a ex-namorada do jogador de futebol Bruno. Se para a sociedade

em geral fica a sensação de fiscalização e de justiça feita e impulsionada pela ação dos produtos midiáticos, para os comunicadores a satisfação da conquista da audiência é o primordial.

E para chegar ao topo dela, nem valores éticos e nem a essência do que é o comunicador social são levados em conta, ou melhor, são tratados como uma mera ilustração. E isso sempre acontece, principalmente, pelo aspecto financeiro tanto da empresa como do jornalista, que fica muitas vezes numa situação “sem escolha”, ou seja, ou faz na linha editorial que o veículo segue, ou perde o emprego, que é aquilo que alimenta a sua sobrevivência financeira e satisfação pessoal neste mundo capitalista.

Se no primeiro capítulo desta pesquisa o foco foi a relação entre jornalismo e espetáculo, e todo o caminho que a notícia percorre antes de chegar à sociedade, considerando fatores fundamentais na deturpação da imagem como é o caso do sensacionalismo, o segundo traz à tona a sociedade moderna na contemporaneidade, que além de ser um estudo representativo da realidade de grandes metrópoles, como é São Paulo, exemplifica com as diversas vertentes apresentadas como é o comportamento da mesma perante a ação da mídia e aos preceitos do sistema capitalista.

Afinal, se a pesquisa propôs uma análise específica da intervenção dos produtos midiáticos na imagem dos sergipanos a respeito de São Paulo, é de suma importância não só analisar os meios de comunicação e como eles se comportam na linha da sociedade do espetáculo apresentada por Guy Debord (análise feita no capítulo 3), mas também a maneira como a sociedade paulistana vive nesta realidade bem diferente da que se pode encontrar em Sergipe, onde aspectos desta modernidade são bem mais raros de acontecer.

E o porquê de ser tão difícil de encontrar até mínimas características de uma metrópole como São Paulo em Sergipe, é explicado no quarto e último capítulo da dissertação, onde ficam evidentes as diferenças culturais, estruturais e sócio-econômicas entre

a maior cidade e o menor Estado do Brasil, entre a realidade da sociedade sergipana e da paulistana.

Vale destacar, que a análise da pesquisa de campo desta dissertação mostrou o caráter decisivo do fato do sergipano conhecer ou não a maior cidade do Brasil através da mídia, e se este conhecimento é mais detalhado (morador) ou superficial (turista). Isto deixou claro que aqueles que não tiveram contato com os programas de TV analisados, por exemplo, não tiveram imagem negativa, nem medo de vir a São Paulo. Já aqueles que estão acostumados com esse contato midiático, não só se surpreenderam quando conheceram São Paulo, como também criticaram o papel exercido pelos meios de comunicação.

Sabendo deste enfoque no que diz respeito ao estudo de recepção, vale lembrar que características sócio-culturais e do dia-a-dia do sergipano, presentes na pesquisa, também são de fundamental importância para o entendimento desta nova realidade para os sergipanos, que acostumados com a tranquilidade e a simplicidade da sua rotina diária, enxergam em São Paulo um mundo desconhecido, acelerado, escuro, cheio de estranhos, e bem distante do que é habitual para si.

Enquanto a realização profissional é o aspecto positivo que mais chama sergipanos para virem morar ou passear em São Paulo, problemas básicos como trânsito e violência os assustam, ainda mais quando programas como o “Brasil Urgente” (analisado no capítulo 3), valorizam os pontos negativos da cidade e os apresentam diariamente para realidades diferentes, como é a do sergipano, que se assusta e desenvolve um receio de ir a um lugar onde a violência, os engarrafamentos e os alagamentos não param sequer um minuto.

E tal medo ou visão deturpada do sergipano sobre São Paulo causado pela interferência dos meios de comunicação fica evidente na pesquisa de campo deste trabalho, ou melhor, nas entrevistas feitas tanto com sergipanos que moram aqui, com os que vieram

apenas fazer turismo ou algo do tipo e também com aqueles que só conhecem São Paulo através dos produtos midiáticos.

Sabendo disso, o tema escolhido é de fundamental importância para a sociedade, tendo em vista o fato da polêmica gerada a respeito do papel da mídia no contexto social. Afinal, se por um lado é surpreendente conhecer o lado bom de São Paulo e que não é o “fim do mundo” como é mostrado pela mídia, é frustrante saber que todo o processo que vai da checagem à publicação da notícia (que é básico no jornalismo), é feito em vão quando o resultado final tem de ser sempre a espetacularização da informação.

Essa discussão, que vai muito além de aspectos éticos e financeiros, abre uma questão polêmica para a sociedade moderna: até onde vai o limite do meio de comunicação para a utilização do sensacionalismo na informação? Até quando a sociedade vai continuar financiando programas que preferem enaltecer a estética em detrimento do conteúdo em si da notícia? Ou melhor, é possível esperar que a sociedade exija uma nova postura dos produtos midiáticos se ela mesma age da mesma maneira, colocando a imagem em primeiro lugar?

Depois de analisar todo o processo de construção da informação na mídia, que ao invés de manter os padrões éticos do jornalismo, acaba criando um espetáculo em cima de um fato polêmico, é difícil imaginar uma mudança de comportamento neste sentido. Até porque o sistema capitalista alimenta tal prática, e como supracitado, ninguém, seja qual for a sua filosofia, religião ou ideologia, quer ficar ou se sentir fora do sistema.

A sobrevivência financeira se sobrepõe naturalmente à ideológica. As manifestações e revoltas populares na atualidade pedem, por exemplo, 30% de aumento já sabendo que o máximo que terá é 5%. Tudo é negociado, nada é surpreendentemente feito. E o motivo pelas atitudes de uma oposição ao Estado não cabe mais à mudança na maneira de pensar e sim no alcance de lucros e quanto ela vai conquistar num possível embate.

E se tudo caminha para o mesmo denominador comum, o capital, com a mídia não é diferente. Se o fato de apresentar São Paulo como um filme de terror para o mundo der altos índices de audiência, isso será feito não importando quais conseqüências podem gerar, como é no caso deste trabalho a rejeição e o medo do sergipano em relação à maior cidade do Brasil.

Contudo, a realização desta dissertação abriu caminhos para que se compreenda como os produtos midiáticos estão presentes no contexto social, como eles interferem no dia-a-dia do indivíduo e como as conseqüências aparecem no que está por vir neste processo que envolve a modernidade na contemporaneidade. O objetivo principal de analisar como o sergipano vê São Paulo através da mídia trouxe não só conclusões como a de que cada vez mais o *showrnalismo* ganha mais força, como abriu novas diretrizes para um estudo ainda mais aprofundado sobre a transformação do jornalismo em sua essência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Dramas do cotidiano em programação popular da TV brasileira. In: FRANÇA, Vera (org.). *Narrativas televisivas: programas populares na TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- ARBEX JUNIOR, José. Showrnalismo: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.
- BAUDRILLARD, Jean. O Sistema dos Objetos. São Paulo: Perspectiva, 1989.
- BENJAMIN, W. – “A obra de arte na Época das suas Técnicas de Reprodução” in Textos Escolhidos. São Paulo: Abril Cultural, Col. Os Pensadores vol. XL VIII, 1975, p.9-34.
- BAUMAN, Zygmunt. *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. *Amor Líquido – Sobre a Fragilidade dos Laços Humanos*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida Líquida*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2007.
- BOURDIEU, P. Sobre a Televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- BOURDIEU, Pierre e MICELI, Sergio (orgs.) *Liber I*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.
- BUCCI, Eugenio. A TV aos 50 – criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.
- BUCCI, Eugênio. *Videologias*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- COELHO, Cláudio Novaes Pinto. & CASTRO, Valdir José de (Orgs.). Comunicação e Sociedade do Espetáculo. São Paulo: Ed. Paulus, 2006.
- DEBORD, Guy Sociedade do Espetáculo. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ELLIOTT, Deni. Jornalismo Versus Privacidade. Rio de Janeiro: Nordica, 1986.
- ESTEVES, João Pissarra. “Media, Comunicação e Moral Comunicacional”, In: _____. Espaço Público e Democracia: comunicação, processos de sentido e identidades sociais. Rio Grande do Sul: Unisinos, 2003, pp.143-168.
- FRANÇA, Vera. Programas “populares” na TV: desafios metodológicos e conceituais. Texto apresentado na Compôs de 2004, GT Cultura das Mídias.
- FORTES, Leandro. Jornalismo Investigativo. São Paulo: Contexto, 2005.
- GOMES, Itânia. Efeito e recepção. Rio de Janeiro: e-papers, 2004.
- GOMES, Itânia M. M. .Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. E-Compôs (Brasília), v.8, p. 1-31, 2007.
- KARAM, Francisco José. Jornalismo, Ética e Liberdade. São Paulo: Summus, 1997.
- KEHL, Maria Rita. *Sobre ética e psicanálise*. São Paulo, Companhia das letras, 2002.
- KOSZYK, K. e PRUYS, K.H. dtv-Wortebuch Zur Publizistik. München, 1976.

- KUNSCH, Dimas A. e BARROS, Laan Mendes de (orgs). Comunicação: Saber, arte ou ciência? Questões de Teoria e epistemologia da Comunicação. São Paulo: Plêiade, 2008.
- KUNCZIK, Michael. “Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: Manual de Comunicação. Edups – Editora da Universidade de São Paulo. 2001, 2 edição.
- JACKS, Nilda. “Televisão e identidade nos estudos de recepção”. In: NETO, A. F.; BRAGA, J. L.; PORTO, S. D. *Brasil, comunicação, cultura & política*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1994.
- JACKS, Nilda. *Querência: cultural regional como mediação simbólica – um estudo de recepção*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.
- LASCH, Christopher. *Mínimo Eu*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- LIMA, Edvaldo Pereira. Páginas Ampliadas: O livro-reportagem como Extensão do Jornalismo e da Literatura. 4ed., São Paulo: Manole, 2008.
- MAIA, Rousiley. “A mídia e o novo espaço público: a reabilitação da sociabilidade e a formação discursiva da opinião”. In: *Comunicação & Política*, v.5, n.1, 1998, pp. 131-156.
- MARSHALL, Leandro. O Jornalismo na Era da Publicidade. São Paulo: Summus, 2003
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Ofício de Cartógrafo: Travessias Latino-Americanas da Comunicação na Cultura. São Paulo: Loyola, 2004.
- MORAES, Denis (orgs.). Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- MORAES, Dênis de. O Planeta Mídia: tendências da comunicação na era global. Campo Grande: Letra Viva, 1999.
- PATIAS, Jaime. O espetáculo da violência no telejornal sensacionalista: uma análise do “Brasil Urgente”. São Paulo, Dissertação de Mestrado, Faculdade Casper Líbero, 2005.
- PATIAS, Jaime. “O espetáculo no telejornal sensacionalista” in Coelho e Castro (Orgs.). Comunicação e Sociedade do Espetáculo. São Paulo: Ed. Paulus, 2006, pp.81-106.
- RAMONET, Ignacio. A tirania da comunicação. Petrópolis: Vozes, 1999.
- SEQUEIRA, Cleofe Monteiro de. Jornalismo Investigativo: o fato por trás da notícia. São Paulo: Summus, 2005.
- SERVA, Leão. Jornalismo e desinformação. 2ª edição, São Paulo: Senac, 2001.
- WARD, Mike. Jornalismo online. São Paulo: Roca, 2006.

ANEXOS

NOME: Heloisa Rocha

PROFISSÃO: Jornalista

IDADE: 25

Situação: mora em São Paulo há dois anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Eu sempre tive família morando em São Paulo, e por isso vim sempre aqui. Com o tempo, minha visão da cidade foi se transformando. Percebi que a sociedade paulistana é muito fechada, o que causa muito impacto a nós sergipanos. E isso talvez aconteça pela imagem alterada que é nos passada seja em noticiários ou em programas sensacionalistas. Mas quero destacar que o que mais me revolta é que a mídia local costuma retratar problemas cotidianos e sempre explora os benefícios da cidade. No entanto, o material que é produzido em âmbito nacional, praticamente, só apresenta notícias relacionadas a trânsito, violência e pessoas correndo e estressadas, passando a imagem de ser, aqui, um verdadeiro caos.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Brasil Urgente e os telejornais.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Proximidade de tudo, o conhecimento da procedência de todos ao nosso redor, as belezas naturais. Não tem como não sentir saudades do morar nesse Estado tão bonito. Minha cidade natal, Aracaju, é o local onde estão meus grandes amigos.

O que causou mais choque quando veio a São Paulo e que lhe fez pensar que em sua terra seria diferente?

R: A frieza do paulistano é um choque para nós sergipanos. Para se fazer amizade aqui é muito complicado. As pessoas são muito desconfiadas e frias. Lá, somos mais calorosos e próximos um do outro. Como tudo é longe, o trânsito é muito grande, as pessoas se acomodam em casa, preferindo muitas vezes ficar sozinha.

NOME: José Victor Barreto

PROFISSÃO: Engenheiro Mecânico

IDADE: 25

Situação: mora em São Paulo há seis anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Nunca imaginei que ia morar aqui e sempre achei que aqui seria ao último lugar que eu iria morar. Afinal, tudo que a gente vê na mídia, lá em Sergipe, é que em São Paulo a violência, o trânsito e a insegurança ultrapassam os limites de convivência social. Apenas notícias ruins chegam a nós sergipanos. Para você ter uma idéia, aspectos culturais como parques, museu, teatro, enfim, atrações culturais, não são ressaltadas em nenhum momento. O que me deixa chateado, é que o Jornal Nacional, o Jornal Hoje, o Fantástico, entre outros programas de TV, acabam privilegiando nos chocar com algo que na verdade não é nem 10% do real.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Os telejornais são os programas que mais assistia lá.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: É o lugar ideal para se viver. Tudo é mais junto. Mais pessoal. O trabalho acaba sendo mais leve, pois não temos trânsito nem inundações para enfrentar. Conhecemos todos a nossa volta o que nos dá uma segurança para sempre estarmos fazendo novas amizades.

O que causou mais choque quando veio a São Paulo e que lhe fez pensar que em sua terra seria diferente?

R: Aqui tem opções para tudo. Saída mais agitada, um barzinho para conversa, um local para ouvir músicas australianas ou ir a uma casa de show especializada num estilo. Isso é muito diferente. Lá, as opções são poucas e para crescer em algumas profissões é essencial sair.

NOME: Arthur Maia

PROFISSÃO: Administrador de Comércio Exterior

IDADE: 25

Situação: mora em São Paulo há quatro anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Quando tinha 17 anos e morava em Aracaju (capital de Sergipe), ouvia sempre a rádio e a TV Bandeirantes, que sempre evidenciavam o transtorno que é o trânsito de São Paulo, que a meu ver, de forma exagerada. Mas, não dei muita atenção a isso, e estava tudo certo para que em 2006 viesse morar aqui. Mas quando vi a mídia mostrando o caso PCC, minha família e eu achamos melhor não vir mais. Porém, tinha alguns amigos que moravam aqui, e curiosamente me falava de uma São Paulo que eu realmente não conhecia. Foi aí que as coisas foram acalmando e eu resolvi vir morar aqui.

E o que mudou depois que você veio aqui e conheceu de fato?

R: Hoje, com quatro anos de experiência na cidade, vejo que a mídia passa para os sergipanos uma imagem totalmente deturpada. Um tema como o ritmo de escravidão de trabalho que a população paulistana é submetida a custo ascensão social, por exemplo, nunca fora nos apresentado.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Jornal Nacional e Brasil Urgente.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Uma cidade onde tudo é perto fica tudo mais fácil. O sergipano tem a tranquilidade a seu favor em todos os sentidos e faz do seu dia-a-dia como deseja, com poucas aberturas para imprevistos ou algo do tipo. Trânsito, violência, entre outras coisas, praticamente não existem.

P.S.: O entrevistado vai voltar a morar em Aracaju em 2011. “Em janeiro de 2011 volto a morar em Aracaju. Finalizei meu curso e não tenho mais porque ficar aqui”.

NOME: Paula Matta
PROFISSÃO: Publicitária
IDADE: 22

Situação: mora em São Paulo há cinco anos.

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Pensando no meu futuro profissional, sempre quis morar aqui. A imagem que eu tinha era de uma cidade com pessoas sem tempo para fazer nada, estressadas e sempre pensando no âmbito profissional.

E o que mudou depois que você veio aqui e conheceu de fato?

R: Quando vim morar aqui, conheci uma São Paulo que eu não esperava. Primeiro, o choque de trocar uma cidade com uma qualidade de vida invejável, por uma onde isto é deixado em segundo plano. E também por todos os problemas que estamos acostumados a ver numa metrópole como São Paulo, onde nada é suficiente. Essa imagem deturpada se deve exclusivamente à ação da mídia, que só mostra matérias daqui com temas como “Morte em favela” e “Assalto em bairro nobre”. Só passa notícia ruim. Um exemplo disso, é que quando disse a minha avó que viria morar aqui, ela não concordou e ficou muito preocupada. Não estou afirmando que essas coisas ruins não acontecem aqui, mas acontece em qualquer cidade. E por isso, que a grande maioria do pessoal lá de Sergipe acha que isso aqui é um caos.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Acorda de manhã, chega tranquilo ao trabalho. Almoça em casa, cochila, volta ao trabalho. 18h ou vai para casa ou faz um curso de línguas, academia, ou caminha no calçadão, etc. De noite ainda pode passar na casa de qualquer amigo, já que tudo é perto. Ou curtir um barzinho, etc. Tudo é bem tranquilo!

Quais as principais diferenças entre São Paulo e a sua terra natal?

Eu gosto de São Paulo. Em Aracaju é maravilhoso pela mordomia de estar perto de tudo, do fato de chegar em qualquer lugar e sempre ter gente conhecida, da relação com a vizinhança que é mais calorosa, etc. Tudo é muito diferente. Lá o tempo passa bem mais devagar. Aqui estamos sempre acelerados desejando chegar em casa à noite para descansar. A rotina de Aracaju , algumas vezes, deixa o dia-a-dia entediante, mas as vezes sinto muita falta dela.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Jornal Hoje, Jornal da Record, Jornal Nacional, Fantástico, entre outros.

NOME: Walter Lisboa
PROFISSÃO: Psicólogo
IDADE: 25

Situação: mora em São Paulo há dois anos.

Como você imaginava São Paulo antes de vir aqui?

R: Eu tinha muito receio de vir para São Paulo. Vim mais pela necessidade de fazer um bom curso. Na TV, lá em Sergipe, acompanhei coberturas de rebeliões em São Paulo, acontecimentos violentos em todas as partes da cidade, notícias sobre tráfico de drogas em zonas consideradas tranquilas, entre outras coisas.

E o que mudou depois que você veio aqui e conheceu de fato?

R: Logo quando cheguei a São Paulo ainda fiquei com medo de sair à noite. Com o tempo, fui vendo que em São Paulo a violência existe, mas em menor proporção e bastante regionalizado. Onde eu moro, por exemplo, acho tão tranquilo que caminho como se estivesse na rua que eu morava lá em Aracaju. E acho que tudo isso se deve ao efeito Datena! Ou melhor, às conseqüências que programas como o dele, geram na sociedade. Ao mesmo tempo em que chuva, violência e trânsito são os assuntos mais mostrados pela mídia, são também os que mais utilizam o sensacionalismo. Contudo, me revolta ver a mídia agir dessa forma. Numa cidade onde se podem explorar tantos assuntos, tudo acaba em violência. E é uma pena que programas como estes fazem muito sucesso, afinal ao mesmo tempo em mostra a suposta justiça sendo feita, acaba também difundindo a violência.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Jornal Nacional e Brasil Urgente.

NOME: João Silva
PROFISSÃO: Garçom
IDADE: 43
ORIGEM: Nossa Senhora do Socorro
Situação: mora em São Paulo há 20 anos.

Como você imaginava São Paulo antes de vir para cá?

R: Um local onde eu poderia arrumar minha vida, ganhando dinheiro e sustentando minha família lá de Nossa Senhora do Socorro. Hoje vivo com minha esposa e meus dois filhos e somos felizes morando aqui.

E o que mudou depois que você veio aqui e conheceu de fato?

R: Não mudou muita coisa. Acho que isso acontece mais hoje. Um irmão meu veio morar aqui faz um ano e meio, e tinha medo do que via pela televisão.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Jornal Nacional e Datena.

NOME: Fernando Santos

PROFISSÃO: Taxista

IDADE: 37

ORIGEM: Itabaiana

Situação: mora em São Paulo há 8 anos.

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Já tinha muitos amigos lá de Itabaiana que vieram em busca de trabalho aqui e se deram bem como taxista. Eu tinha medo de deixar meus familiares para vir morar num lugar que parecia muito perigoso. Quando cheguei até que senti um pouco disso, mas depois que me mudei de bairro, percebi que a cidade não era como a TV mostrava. O negócio em São Paulo é não ir para bairros “barra-pesada”.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Brasil Urgente, do Datena.

NOME: Otávio Oliveira
PROFISSÃO: Segurança

IDADE: 38

ORIGEM: Aracaju

Situação: mora em São Paulo há três anos.

Como você imaginava São Paulo antes de vir para cá?

R: São Paulo sempre foi um sonho distante para mim. Até porque não me agradava viver num lugar que quando chove alaga tudo, que é barulho de carro de polícia para tudo que é lado, que não tem paz em nenhum dia normal. Mas aqui é onde consegui alcançar uma independência financeira que lá em Aracaju eu não consegui. E acho que a televisão me influenciou bastante para demorar a vir para cá. Mas acreditei em Deus e vim com toda a vontade de vencer na vida.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Jornal Nacional.

NOME: José de Lima
PROFISSÃO: Manobrista
IDADE: 57
ORIGEM: Lagarto
Situação: mora em São Paulo há 37 anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Eu confesso que vim para cá de olhos fechados. Estava desempregado, com três filhos para criar e alguém precisava colocar dinheiro em casa. Peguei um “pau de arara” (um ônibus), e trouxe minha família para cá. Já trabalhei como sapateiro, garçom, taxista, e hoje sou manobrista. Foi muito difícil, mas São Paulo é muito acolhedora quando se fala de trabalho. Eu não acho a cidade violenta como dizem e como passa nos jornais. Tanto que indico sempre colegas meus lá de Lagarto para virem morar aqui, e todos conseguem emprego.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Jornal Nacional.

NOME: Maria Auxiliadora

PROFISSÃO: comerciante

IDADE: 33

ORIGEM: Itabaiana

Situação: mora em São Paulo há seis anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Não estava ganhando dinheiro lá. Vim para cá com meu marido para podermos trabalhar, ganhar a vida e ajudar meus pais. Tenho medo da cidade e do jeito como algumas pessoas friamente se relacionam. Continuo achando que tudo que vejo na TV, realmente acontece. Mas graças a Deus nunca aconteceu comigo.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Jornal Nacional, Jornal da Record e Brasil Urgente, do Datena.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Eu andava nas ruas pela cidade inteira como se fosse dentro da minha casa, sem medo de nada e de ninguém. Mas como tenho que sustentar meus pais, que já tem uma certa idade, não tinha como rejeitar essa proposta de trabalho.

NOME: Carlos José Santos

PROFISSÃO: comerciante

IDADE: 41

ORIGEM: Aracaju

Situação: mora em São Paulo há oito anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Não imaginava. Não fiz planos. Estava de mal a pior nos negócios lá, tinha acabado de me separar e resolvi começar a vida aqui. Via sim muita violência e desordem na TV, mas também ouvia muitos amigos falando bem dos trabalhos que conseguiram aqui.

E o que mudou depois que você veio aqui e conheceu de fato?

R: Eu acho que a violência existe como em qualquer cidade grande, mas menos do que no Rio de Janeiro. As coisas aqui acontecem mais em determinadas regiões. Nessas, eu nem passo perto. Ah! Não imaginava que o custo de vida aqui fosse tão alto.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Jornais da Globo, Record, etc.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Tudo muito relaxado se compararmos com o que vivo aqui em São Paulo. Uma coisa interessante em Aracaju é que pelo fato de ser uma cidade planejada, muito arborizada e limpa, era difícil você ver favelas, por exemplo. E acho que guardada as proporções vejo isso também aqui. Como trabalho na Av. Paulista e moro em Pinheiros, dificilmente estou em contato com favelas, zonas de maior perigo.

NOME: Ricardo Andrade

PROFISSÃO: taxista

IDADE: 29

ORIGEM: Aracaju

Situação: mora em São Paulo há dois anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Uma cidade maluca, sem hora para parar de fazer barulho. Sem estrutura para receber chuvas fortes. Sem segurança.

E o que mudou depois que você veio aqui e conheceu de fato?

R: Acontece tudo isso em menor proporção. Não gosto muito daqui, mas é em São Paulo que ganho dinheiro. Então, tenho que abdicar da minha qualidade de vida lá de Aracaju, para sustentar meus pais.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Jornal Nacional.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: O que eu mais me lembro é a facilidade de se andar de carro, por exemplo. Aqui em São Paulo se o taxista não conhecer muito bem, tem que ter um GPS ou um mapa no carro. Em Aracaju não, se você sabe chegar a uma rua, você chega a todas as outras. Pois é tudo quadrangular, que nem um tabuleiro de xadrez mesmo.

NOME: Lauro Cardoso
PROFISSÃO: segurança

IDADE: 38

ORIGEM: Aracaju

Situação: mora em São Paulo há quatro anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Sem dúvidas um verdadeiro caos. Trânsito caótico, cidade suja, poluída. Não sei se é porque moro num lugar meio esquisito, mas tudo que eu imaginava que fosse São Paulo, realmente é. A televisão mostra a mais pura verdade.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Sempre assisto o Datena.

NOME: Sílvia Sousa

PROFISSÃO: diarista

IDADE: 31

ORIGEM: Aracaju

Situação: mora em São Paulo há seis anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Eu tinha muito medo do que iria encontrar numa cidade grande como essa. Meus pais até pediram para que eu não viesse. Mas o máximo que eles conseguiram foi uma promessa que eu iria todo ano visitá-los. Não gosto da qualidade de vida daqui, mas aqui é onde eu tenho oportunidade emprego.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Jornal Nacional.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Trabalho em casa de família há 14 anos e posso dizer que aqui tenho mais liberdade do que lá. Aqui estamos acostumadas a ganhar por dia e lá por mês. Em Sergipe as famílias querem que durmam nas residências, ou seja, que vivam lá. Mas enquanto lá ganhamos um salário mínimo trabalhando o mês inteiro. Aqui chego a ganhar três vezes mais do que lá.

NOME: Eduardo Dias

PROFISSÃO: garçom

IDADE: 27

ORIGEM: Aracaju

Situação: mora em São Paulo há quatro anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Uma cidade feia, poluída e com violência em todos os cantos. Acho que a TV exagera demais. Deixei até de assistir programas como o de Datena, porque percebi o quão fantasioso é o mundo que ele mostra.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Jornais de TV e Datena.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Sinto muita falta da brisa da praia que temos lá, dos locais para prática de esportes e da vizinhança, que na verdade é uma extensão da minha família. Vou passar mais alguns anos aqui e vou voltar para Sergipe e montar meu negócio ou trabalhar de garçom mesmo. Aqui a gente ganha mais, mas também gasta muito mais. E olha que economizo bastante.

NOME: João Tadeu Santos

PROFISSÃO: comerciante

IDADE: 45

ORIGEM: Aracaju

Situação: mora em São Paulo há 25 anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Quando pensei em vim para cá foi tempo só para arrumar as malas. Surgiu uma oportunidade de um transporte e eu estava precisando de dinheiro. Eu era jovem, solteiro e estava trabalhando muito, e ganhando pouco. Foi quando resolvi arriscar. Quando cheguei na rodoviária, tinham muitos donos de negócios divulgando vagas de emprego. Foi quando comecei a me dar bem e estou aqui até hoje. Já faz 11 anos que não vou a Aracaju. É complicado largar filhos e esposa, ou até levá-los para tão longe. Tenho muitas saudades de lá, mas construí a minha vida aqui e acho um lugar bom de viver.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Não assistia.

NOME: Francisca Marcelina

PROFISSÃO: Doméstica

IDADE: 46

ORIGEM: Nossa Senhora da Glória

Situação: mora em São Paulo há 18 anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Não via muito televisão, e então não tinha muito idéia do que era São Paulo. Sei que não gosto muito, mas já me acostumei com essa loucura. Fui bem acolhida por uma família daqui e vivo com eles até hoje. Não considero uma cidade violenta. Pelo menos no bairro (Higienópolis) em que moro com meus patrões, nunca aconteceu nada comigo, nem com eles.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Não assistia.

NOME: Luís Bezerra

PROFISSÃO: Cabeleleiro

IDADE: 51

ORIGEM: São Cristóvão-SE

Situação: mora em São Paulo há 28 anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Na verdade eu nem tinha televisão em casa. Era só radio mesmo. Vim para cá sem saber o que era, só que aqui teria emprego para mim. E foi assim. Cheguei, trabalhei em obras, como serviçal, garçom e depois encontrei meu caminho como cabeleleiro.

NOME: Otávio Prado

PROFISSÃO: Taxista

IDADE: 38

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: mora em São Paulo há 6 anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Eu sempre achei São Paulo muito violenta e perigosa para se viver. Mas em Aracaju não tinha oportunidade profissional, então liguei para o meu colega e ele mandou vir para cá. Não vou dizer que hoje não gosto daqui. Mas só estou por causa do dinheiro. A qualidade de vida na minha terra é bem melhor, além, claro, de estar perto da família.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Sempre assisti Datena.

E o que mudou depois que você veio aqui e conheceu de fato?

R: Ainda acho um caos, principalmente o trânsito, mas é bem mais tranquilo do que a TV mostra.

NOME: Cássio Ribeiro

PROFISSÃO: Taxista

IDADE: 39

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: mora em São Paulo há 7 anos

Como você imaginava São Paulo antes de vir morar aqui?

R: Escuridão em várias áreas da cidade, muita chuva seguida de inundação e o trânsito que a deixa completamente travada. Sem contar os casos de seqüestro, assassinatos, como algo corriqueiro.

Quais programas você assistia lá que mostravam tal realidade?

R: Brasil Urgente. Hoje não assisto mais.

E o que mudou depois que você veio aqui e conheceu de fato?

R: Aqui vejo que essas coisas acontecem em algumas zonas e pontos específicos. A TV aumenta demais. O trânsito é ruim, mas não como é passado, por exemplo.

NOME: Antônio Vinícius Oliveira

PROFISSÃO: Jornalista

IDADE: 24

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: nunca veio a São Paulo.

Como você imagina São Paulo?

R: Uma cidade enorme e que não existe tranquilidade. Milhares de pessoas no mesmo lugar, andando de lá para cá, sem ter como sair do lugar. Milhares de carros nas ruas buzinando sem parar. Muito ambulante na rua tentando sobreviver. O que a TV mostra é o porquê dos ricos terem medo de serem seqüestrados, e não o mais importante, o medo que a camada menos favorecida tem em chegar numa cidade onde tudo é caro e que as políticas públicas são extremamente deficitárias.

Quais programas você assiste que mostra essa imagem de São Paulo?

R: Brasil Urgente, principalmente.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Aracaju é uma capital que mais parece com uma cidade do interior. Está certo que vem crescendo muito, mas nada comparado às grandes metrópoles. Tudo é bem bonito e arrumado. O sergipano está acostumado com a tranquilidade a praticidade de uma cidade que tem quase tudo que se precisa num dia-a-dia normal. Àqueles que estão insatisfeitos ou querem algo que não tem, quando saem da cidade, sempre voltam.

NOME: Marcus Silva
PROFISSÃO: Psicólogo
IDADE: 24
ORIGEM: Aracaju-SE
Situação: nunca veio a São Paulo.

Como você imagina São Paulo?

R: Hostil, barulhenta e cinza. Seja em TV aberta ou fechada, vejo aqui de Sergipe a todo o momento que São Paulo é um local impraticável para se viver.

Quais programas você assiste que mostra essa imagem de São Paulo?

R: Destaco o Brasil Urgente.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Praças esportivas, orla, calçadão, praia, bares. Sergipe, principalmente em sua capital, dispõe de diversas atrações de lazer e todo o seu clima favorece para tal. Somos como a maioria dos nordestinos, anfitriões de carteirinha e acostumados com a mordomia que a cidade tem a oferecer.

NOME: Roberto Silveira
PROFISSÃO: Porteiro
IDADE: 42
ORIGEM: Itabaiana-SE
Situação: nunca veio a São Paulo.

Como você imagina São Paulo?

R: Um carro em cima do outro. Um lugar onde normalmente não dá para ver o pôr do sol, onde a poluição predomina. O cheiro ruim de rios poluídos como o Tietê. Motoqueiros quebrando retrovisores nas marginais. É o que vejo na TV.

Quais programas você assiste que mostra essa imagem de São Paulo?

R: Costumo assistir os telejornais da Globo e o Datena.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Em Itabaiana, onde eu costumo fazer meus negócios e visitar meus pais, percebo que a vizinhança é a sua segunda família. A praça segue sendo o ponto de encontro da população. Mas em Aracaju, onde moro e trabalho, vejo que as pessoas vivem na maresia que é essa cidade maravilhosa. Quando trabalhava num prédio na avenida Beira Mar por exemplo, trabalhava o dia inteiro naquela brisa, todos que chegavam sempre me cumprimentavam, alguns até passavam horas conversando comigo, e acabava ficando amigo de todos que moravam lá, independente se eu era apenas o porteiro dali. No condomínio que trabalho hoje, vejo nos meus companheiros de trabalhos irmãos que eu não tive. Um cobre o outro quando precisa, e por aí vai. Todo mundo está sempre a estender a mão para o outro.

NOME: Reginaldo Filho
PROFISSÃO: Porteiro
IDADE: 49
ORIGEM: Laranjeiras-SE
Situação: nunca veio a São Paulo.

Como você imagina São Paulo?

R: Eu não tenho vontade de conhecer São Paulo. Só vejo desgraça na TV. Acho que o caso da Isabella Nardoni é algo que exemplifica coisas que só acontecem em São Paulo. Um lugar sem dono, sem comando, bem desorganizado.

Quais programas você assiste que mostra essa imagem de São Paulo?

R: Brasil Urgente, do apresentador Datena.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Aqui todo mundo sabe de todo mundo. Quem conhece gente no poder tem emprego garantido. Fim de semana todo mundo vai à praia. Dia de quarta e quinta é lei comer caranguejo na Orla ou em outros lugares menos cobijados. Não temos problemas graves com trânsito, e muita gente aproveita as ciclovias, como eu, para se locomover com bicicleta.

NOME: Luís Amaral
PROFISSÃO: Garçom
IDADE: 37
ORIGEM: São Cristóvão-SE
Situação: nunca veio a São Paulo.

Como você imagina São Paulo?

R: As coisas que remetem a São Paulo são: brigas entre torcidas, ruas inundadas, rio Tietê transbordando, seqüestros como foi o de Eloá, assassinato de Isabella Nardoni., o PCC, e por aí vai. Não tenho vontade de sair daqui e ir para São Paulo.

Quais programas você assiste que mostra essa imagem de São Paulo?

R: O programa de Datena.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: O sergipano é tranquilo, gosta de coisas simples e é companheiro. Uma parte da minha família é pernambucana e quase todos já vieram morar aqui por causa da agitação do Recife. Sergipe tem uma capital com alta qualidade de vida e com baixo custo para se viver. A proximidade das coisas e o fato da cidade ser toda organizada facilitam as coisas.

NOME: Everaldo Monteiro
PROFISSÃO: Comerciante
IDADE: 31
ORIGEM: São Cristóvão-SE
Situação: nunca veio a São Paulo.

Como você imagina São Paulo?

R: Uma completa bagunça. As filas quilométricas no trânsito e violência em todas as regiões da cidade, com frequência. Nunca vejo notícias boas na televisão. E mesmo que alguém me diga que não é, não posso acreditar que a mídia esteja mentindo.

Quais programas você assiste que mostra essa imagem de São Paulo?

R: Brasil Urgente e telejornais da Rede Globo.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Nós somos acostumados com nossa vida tranqüila, sem muita turbulência. O Estado vem crescendo muito e muita gente está vindo morar aqui. Mesmo sendo exemplo para o resto do país, tenho medo que com o tempo cresça demais e vire uma metrópole cheia de problemas como o que estou acostumado a ver na TV. A essência do sergipano não pode mudar.

NOME: Gerson Oliveira
PROFISSÃO: Comerciante
IDADE: 25
ORIGEM: Aracaju-SE
Situação: nunca veio a São Paulo.

Como você imagina São Paulo?

R: Eu não tenho uma idéia certa, mas só vejo coisa ruim na TV. É realmente tudo isso?

Quais programas você assiste que mostra essa imagem de São Paulo?

R: Brasil Urgente e telejornais da Rede Globo e da Record.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Ah! Acho que o sergipano é receptivo, tranquilo e familiar. A capital Aracaju é um lugar perfeito para constituir uma família. Pois tem colégios e faculdades boas, parques e clubes de lazer, shoppings pequenos mas completos, e a cidade é toda margeada por belezas naturais que deixam um clima que normalmente seria muito quente, no mínimo, fresco. Eu gosto muito do meu dia-a-dia. Às vezes é normal enjoar um pouco, pela falta de opções de baladas noturnas, por exemplo, mas isso é normal.

NOME: Danilo Romão
PROFISSÃO: Administrador
IDADE: 27
ORIGEM: Aracaju-SE
Situação: nunca veio a São Paulo.

Como você imagina São Paulo?

R: São Paulo? Uma cidade avançada na tecnologia, em opções de lazer, mas com muitos problemas de segurança e infra-estrutura.

Quais programas você assiste que mostra essa imagem de São Paulo?

R: Jornal Nacional, Bom dia Brasil, Jornal da Globo e o Globo News.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: São pessoas tranquilas, muito ligadas à sua família, que vivem um dia-a-dia sem muitas novidades. A rotina acaba trazendo o tédio à tona, às vezes, mas é só ficarmos uma semana longe daqui que já sentimos muita falta.

NOME: Aurélio Sousa
PROFISSÃO: Empresário
IDADE: 51
ORIGEM: Aracaju-SE
Situação: nunca veio a São Paulo.

Como você imagina São Paulo?

R: Uma cidade onde se encontra tudo que quer, mas que sendo grande como é, não poderia ter problemas tão básicos como tem. As inundações, a violência sem proporções, o trânsito, o clima imprevisível, a correria de uma multidão que corre para chegar no trabalho. Uma desorganização sem medidas. Não tenho interesse nesse estilo de vida. Não tenho vontade de conhecer esse caos.

Quais programas você assiste que mostra essa imagem de São Paulo?

R: Jornal Nacional e Brasil Urgente.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Sergipano que é sergipano faz amizade fácil, recebe bem o turista ou a visita e segue um ritmo de vida muito tranquilo. Dia de semana faz exercícios antes ou depois do trabalho, come caranguejo com amigos na Orla, etc. Fim de semana todo mundo vai à praia, sendo que domingo à noite o cinema está sempre lotado e por aí vai...

NOME: Suzana Oliveira
PROFISSÃO: Comerciante
IDADE: 42
ORIGEM: Itabaiana-SE
Situação: nunca veio a São Paulo.

Como você imagina São Paulo?

R: Eu tenho muito medo de ir a São Paulo. Duas amigas já me chamaram e eu não fui. Minha filha queria ir e eu não deixei. Tenho receio de me perder na cidade grande ou ser seqüestrada e nunca mais ninguém me achar. É um mundo totalmente diferente do que estou acostumada, seja aqui em Itabaiana ou até quando estou em Aracaju com minha filha. Aqui essa violência, esse trânsito, essa poluição, não existe.

Quais programas você assiste que mostra essa imagem de São Paulo?

R: Brasil Urgente.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Desde pequena percebo que nosso dia-a-dia está dentro de um círculo, onde sempre encontramos as mesmas pessoas, sempre nos relacionamos com pessoas com que já temos alguns vínculos.

NOME: Ivan Rodrigues
PROFISSÃO: Estudante de Medicina
IDADE: 25
ORIGEM: Aquidabã-SE
Situação: nunca veio a São Paulo.

Como você imagina São Paulo?

R: Um lugar agitado, com pessoas introspectivas e com muitas opções sejam elas de lazer, culturais e gastronômicas. Também imagino um lugar violento, frio e extremamente abarrotado. E em relação ao que falo das pessoas serem introspectivas imagino, porque é uma megalópole, onde se encontra o coração econômico do Brasil, e a competitividade está presente em todos os momentos. Aí acho que as pessoas aí são individualistas.

Quais programas você assiste que mostra essa imagem de São Paulo?

R: Jornal Nacional.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: O sergipano é bem metódico e muito tradicional. Jovens na escola de dia e na internet à noite. A galera não muda o dia-a-dia. Não procura fazer nada diferente, como ler um livro, por exemplo, que deveria ser normal, nem isso eles vêem.

NOME: Felipe Sousa

PROFISSÃO: Agrônomo

IDADE: 24

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: já veio duas vezes para São Paulo a passeio.

Como você imaginava São Paulo antes de vir para cá?

R: Um local violento, agitado, a cidade que não pára, uma vida de correria e muitas tarefas. Um local aonde você sempre vai encontrar o que fazer a hora que quiser. E claro, muita poluição.

E o que mudou depois que você veio aqui e conheceu de fato?

R: Que não é tão perigosa como a televisão mostra. Que em São Paulo o contato entre as pessoas se reduziu ao mínimo possível e que todos vivem em uma bolha. Acho que isso se deve à mídia, que com o seu poder em cima da sociedade, acaba criando com o tempo um novo senso comum.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Na capital, Aracaju, que é o lugar onde eu moro, tudo está muito perto. Nada dura mais do que meia hora se levarmos em conta a capital inteira. Como é uma cidade planejada na forma de um tabuleiro de xadrez, é impossível se perder nela. Gosto muito do fato também que ela é toda litorânea, e apesar do calor, venta muito e refresca bastante.

Em relação ao que conheceu em São Paulo, quais as principais diferenças que você consegue apontar?

R: É quase tudo o oposto. São Paulo tem trânsito, aqui não tem. O ar é muito poluído e aqui não é. Enquanto Aracaju é muito tranqüila, São Paulo não para. Podemos encontrar de tudo em São Paulo, já em Aracaju é muito limitado. Tem dias, por exemplo, que quero sair e não tem nenhum barzinho ou restaurante aberto. Sempre que preciso de algo, peço para alguém trazer de São Paulo.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Brasil Urgente e os telejornais da TV aberta.

NOME: Carla Amazonas
PROFISSÃO: Publicitária

IDADE: 23

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: já veio para São Paulo a passeio três vezes.

Como você imaginava São Paulo antes de vir para cá?

R: Achei que a cidade era mais confusa e caótica. A meu ver, a mídia exerce um papel decisivo na deturpação da imagem de São Paulo. Afinal, a única coisa que passa nos noticiários para nós, sergipanos, é que o trânsito é totalmente parado, que o transporte público não dá conta, etc. Com tudo isso que a mídia destaca, fica difícil imaginar que existem lugares tranquilos em São Paulo. E eu fui, e comprovei que existem momentos que as estações de metrô e as avenidas importantes estão pouco movimentadas.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Passam coisas como essas sempre no Jornal Nacional, no Jornal Hoje, no Fala Brasil, Brasil Urgente, etc.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: O que mais gosto em Aracaju é a praticidade em tudo. Só fico chateada quando quero comprar algo ou fazer algo e não tem. Como a demanda é pequena, a oferta também não tem muitas opções. Além claro, de ser uma cidade linha, organizadinha, limpa e perfeita para formar uma família e criar os filhos.

O que causou mais choque quando veio a São Paulo e que lhe fez pensar que em sua terra seria diferente?

R: Ah! Aqui é tudo impessoal. Não existe filho de fulano ou sicrano, como é lá. Os vizinhos não se cumprimentam como lá. Tudo é meio mecanizado. Lá, o jeitinho, a conversa, muitas vezes resolvem alguns problemas. Mas adoro São Paulo por poder encontrar tudo que quero, poder sair para qualquer lugar que vai ter sempre coisa aberta e movimentada.

NOME: Victor Nunes

PROFISSÃO: Profissional das Ciências da Computação

IDADE: 24

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: já veio para São Paulo a passeio por cinco vezes.

Como você imaginava São Paulo antes de vir aqui?

R: Eu imaginava que em todos os cantos da cidade havia muita violência. Que ao sair para rua, o risco de ser assaltado era muito grande. Mas depois de conhecê-la, vi que é como outra cidade qualquer.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Acredito que tinha essa imagem errada, exclusivamente, por causa da mídia. Noticiários, a exemplo do Jornal Nacional, sempre exaltam apenas o lado ruim da cidade.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Em Aracaju ando de bicicleta para todos os lugares. Isso resume o quão tranquilo é viver aqui. Nunca estive num engarrafamento de verdade, como já aconteceu em uma das vezes que fui a São Paulo

Em relação ao que conheceu em São Paulo, quais as principais diferenças que você consegue apontar?

R: O custo de vida de São Paulo é absurdo e as pessoas vivem correndo. Várias pessoas se chocaram comigo quando caminhava na Av. Paulista. Eu fiquei impressionado com isso.

NOME: Max Dória

PROFISSÃO: Dentista

IDADE: 25

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: já veio para São Paulo a passeio por três vezes.

Como você imaginava São Paulo antes de vir aqui?

R: Achava que São Paulo era o fim do mundo. Trânsito parado em todos os lugares da cidade, o céu cinza durante todo o ano e os assaltos acontecendo à nossa vista.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Quero lembrar que, tudo isso eu sabia através da televisão, principalmente no programa de Datena, o Brasil Urgente. Acredito que isso seja 50% verdade, afinal percebi que as notícias chegam lá de forma bastante exagerada.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Eu vou para aula de manhã. De tarde trabalho. À noite vou a um bar. As pessoas que conheço em São Paulo têm que escolher uma dessas opções por dia, senão não dá, seja pela distância ou cansaço. A minha cidade é muito iluminada e está à beira do mar. Ou seja, o clima é outro. Pessoas caminhando na Orla e indo à praia depois do trabalho, no fim da tarde, para tomar um banho de mar, comer um caranguejo, surfar...

Em relação ao que conheceu em São Paulo, quais as principais diferenças que você consegue apontar?

Eu conheço todas as pessoas do meu prédio, e olha que são quatro por andar, e duas torres. Fiquei na casa de um amigo meu em São Paulo e as pessoas passavam e não cumprimentavam. Quando fiquei no hotel, que tinham pessoas de outras cidades, conversei mais, fui mais cumprimentado, e estranhei menos.

NOME: Manoela Carvalho

PROFISSÃO: Engenheira de Alimentos

IDADE: 25

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: já veio para São Paulo a passeio por três vezes.

Como você imaginava São Paulo antes de vir aqui?

R: Uma cidade escura, poluída e perigosa.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Jornal Hoje e Jornal Nacional.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: O sergipano não é individualista, como eu percebi em algumas pessoas que conheci em São Paulo. O povo aqui é mais humanitário e a tranquilidade talvez seja a principal característica.

Em relação ao que conheceu em São Paulo, quais as principais diferenças que você consegue apontar?

R: Cada vez eu ia aí eu gostava mais da cidade, e percebia que conhecia outra realidade de São Paulo, digo, em relação àquela que tinha visto na TV.

NOME: Roberto Cardoso

PROFISSÃO: Advogado

IDADE: 55

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: já veio para São Paulo a passeio por apenas uma vez.

Como você imaginava São Paulo antes de vir aqui?

R: Eu sempre viajei bastante pelo Brasil, mas dificilmente para o sudeste e o sul. E nunca me convocaram para tal. Mas quando minha esposa foi convidada por um parente para um casamento, não pudemos recusar. Aqui eu achava que quando eu saísse na rua as pessoas iam ficar me olhando, ainda mais se eu tivesse alguma mochila, algum relógio, enfim. Achava que os carros ficavam parados por horas a todo o momento, mas vi que nos lugares que eu fui isso não aconteceu. E graças a Deus não vi nada de violência como estou acostumado a ver pela TV.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Jornal Nacional.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Muito mais tranquilo e sossegado do que em São Paulo. As pessoas correm nas ruas. Impressionante! Parecem mais robôs!

Em relação ao que conheceu em São Paulo, quais as principais diferenças que você consegue apontar?

R: Aqui, como tudo é perto, temos mais tempo para tudo. Em São Paulo passei duas horas no carro para chegar da Av. Paulista ao Shopping Morumbi. Aqui, no máximo, você gasta meia hora de um extremo a outro da capital Aracaju.

NOME: Carlos Santos

PROFISSÃO: Dentista

IDADE: 51

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: já veio para São Paulo por cinco vezes.

Como você imaginava São Paulo antes de vir aqui?

R: Barulhenta, violenta, sem capacidade para receber quaisquer chuvas, e com um trânsito insuportável. Até tem uma coisa engraçada para contar. Quando cheguei aí até peguei um trânsito e começou a chover muito, aí fiquei meio receoso travei a porta do táxi. Mas foi só um reflexo do que eu imaginava desse lugar.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Jornal Nacional e Brasil Urgente.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Temos tempo para tudo. Acordamos cedo, vemos o pôr do sol, vamos caminhar, tomamos café com a família, levo o filho no colégio, vou ao trabalho, volto para almoçar em casa. Depois volto ao trabalho onde passo a tarde. Em seguida, saio de lá para resolver coisas corriqueiras como pagamentos e compras, vou a um barzinho e às vezes tem encontros e reunião no meu condomínio.

Em relação ao que conheceu em São Paulo, quais as principais diferenças que você consegue apontar?

R: A tranquilidade aqui é absurdamente superior. Além das pessoas serem mais abertas, menos desconfiadas e o clima, que é maluco em São Paulo. E outra coisa, o povo em São Paulo é muito individualista. Até amigos meus que moram lá se tornaram mais desde que foram morar lá. Mas de ponto positivo destaco a qualidade dos cursos que só tem em São Paulo. Fiz um curso de uma semana lá na minha área e isso mudou positivamente a minha carreira profissional.

NOME: Marcelo Dias

PROFISSÃO: Professor

IDADE: 48

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: já veio para São Paulo a passeio por duas vezes.

Como você imaginava São Paulo antes de vir aqui?

R: Um lugar onde tudo é intenso: trânsito, violência, trabalho, entre outras coisas, normal para a maior cidade do Brasil.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Jornal Nacional e Jornal da Globo.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Pacato, amigável, feliz com a rotina de quase sempre saber o que vai acontecer e quem vai encontrar no lugar.

Em relação ao que conheceu em São Paulo, quais as principais diferenças que você consegue apontar?

R: Nós realmente conhecemos nosso mundo. Já na cidade de São Paulo, ninguém a conhece por completo, e não estamos prontos para isso.

NOME: Antônio Maria

PROFISSÃO: Taxista

IDADE: 61

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: já veio para São Paulo a passeio por duas vezes.

Como você imaginava São Paulo antes de vir aqui?

R: Chuvas, escuridão, trânsito e violência a todo o momento.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Brasil Urgente.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Eu passo o dia rodando com meu táxi, jogando xadrez, gamão ou baralho no ponto com os amigos e nos fins de semana vou à praia. Tudo bem simples, tranquilo e agradável.

Em relação ao que conheceu em São Paulo, quais as principais diferenças que você consegue apontar?

R: Eu, com certeza, teria que me adaptar ao estilo de vida em São Paulo. E sinceramente, acho que não ia conseguir. Quando fui visitar meu filho, disse a ele que nessa cidade eu jamais viveria.

NOME: Marcelo Teixeira
PROFISSÃO: Comerciante

IDADE: 44

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: já veio para São Paulo a passeio por nove vezes.

Como você imaginava São Paulo antes de vir aqui?

R: O trânsito, as chuvas e a violência me amedrontavam.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Brasil Urgente.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Eu acho o povo sergipano muito amigo, companheiro e alegre. Sabemos equilibrar as características. Como não é uma capital grande, como Salvador, Recife, por exemplo, que as pessoas são bem mais agitadas como vi em São Paulo, tudo é bem tranquilo e na medida certa.

Em relação ao que conheceu em São Paulo, quais as principais diferenças que você consegue apontar?

R: Em São Paulo tudo é imprevisível. Já em Aracaju quase tudo é previsível. O pessoal lá também é mais frio e individualista. Aqui, recebemos melhor as pessoas que vem de fora.

NOME: Roberto Muniz

PROFISSÃO: Taxista

IDADE: 31

ORIGEM: Aracaju-SE

Situação: já veio para São Paulo a passeio por duas vezes.

Como você imaginava São Paulo antes de vir aqui?

R: Uma cidade parada, um caos sem fim, uma correria desumana, uma poluição sem proporções, seja nos rios ou no ar.

Quais programas você assistia lá que mostrava essa imagem de São Paulo?

R: Brasil Urgente.

Como você descreve o dia-a-dia do sergipano?

R: Não sei explicar muito bem, mas o sergipano gosta de estar num meio conhecido, e bem organizado, se relaciona muito bem com as pessoas, gosta de comer caranguejo e ir à praia, e da rotina que a cidade oferece. Aqui é tudo muito organizado, limpo e perto.

Em relação ao que conheceu em São Paulo, quais as principais diferenças que você consegue apontar?

R: Quando fui aí a passeio, que percebi, comparando com o povo de São Paulo, como somos sossegados. Tudo aqui é na marcha 1 e lá na marcha 5, e mesmo assim temos mais tempo útil. Aí as pessoas gastam muito tempo no trânsito e para se deslocar de uma zona à outra. Aqui resolvemos todas as coisas num dia. Passei cinco dias em São Paulo. No primeiro, foi tranqüilo, conheci a Av. Paulista e fui num restaurante perto. No segundo, fui conhecer uns parentes em Santo Amaro e não me lembro exatamente, mas peguei um trânsito, e fiquei duas horas no carro. Fiquei muito impaciente e quando cheguei já estava mau-humorado suficiente para querer voltar para Aracaju.