

## Resenha

**Mídia Paraibana em Debate: Comunicação, Cultura e Política**  
(Dérika Virgulino e Janaine Aires (Orgs.), João Pessoa; Editora Xeroca!, 2013, 121p.)

Carlos Edmário Nunes ALVES<sup>1</sup>

A coletânea de sete artigos integram os debates e as pesquisas desenvolvidas na área da comunicação no livro “Mídia Paraibana em Debate”, encabeçado pelas organizadoras Janaine Aires e Dérika Virgulino, ambas pesquisadoras da área. No decorrer das leituras fica fácil examinar a ligação entre a Comunicação, a Cultura e a Política desaguando principalmente no Estado da Paraíba, onde a concentração midiática ainda está nas poucas mãos, ou melhor dizer, nas poucas famílias e políticos paraibanos.

O texto *Jornalismo de qualidade na internet: um diagnóstico dos portais de notícias paraibanos*, de Allysson Martins e Laíza Aguiar, é a porta de entrada para se debruçar nesse livro mapeador dos meios de comunicação no Estado da Paraíba. Os autores fazem questionamentos que nos levam a uma reflexão sobre o jornalismo indagando o que é qualidade? Como defini-la e de que maneira garanti-la? Existe uma régua para medir a qualidade no jornalismo? Com isso, Martins e Aguiar acreditam que as especificidades da cibercultura, internet e web traduzem a eficiência dos produtos comunicacionais e jornalísticos, por isso propõem um diagnóstico dos portais noticiosos da mídia na Paraíba, detendo-se a critérios como: arquitetura da informação, hipertextualidade, interatividade, multimídia, banco de dados, memória, blogs e design. Para avaliar a qualidade do jornalismo desenvolvido na web os autores utilizam diversos teóricos, dentre eles Palacios (2008), que diz haver problemas em transpor para internet critérios de análise de qualidade, metodologias e ferramentas aplicáveis e desenvolvidas para outros meios. Esses critérios foram desenvolvidos a partir da fundamentação básica do livro *Ferramentas para análise de qualidade no*

---

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação da UFPB, da linha de pesquisa Culturas Midiáticas Audiovisuais.

*ciberjornalismo*, uma coletânea de textos produzidos por pesquisadores do Brasil e da Espanha. Como forma de delimitar o *corpus* desse estudo, os autores fizeram um levantamento dos portais de notícias mais acessados da Paraíba de acordo com site Alexia, sendo selecionados os seguintes portais nas suas respectivas posições de acesso: Portal Correio (275º), Folha do Sertão (293º), PB Agora (329º) e Diário do Sertão (366º); cada um foi analisado de acordo com as ferramentas, levando em consideração o seu nível de acesso.

Trabalhando basicamente o cotidiano na mídia, Wellington Pereira, em seu artigo *A inscrição do cotidiano no jornalismo impresso (o artesanato da pesquisa)*, deixa claro para os pesquisadores que trabalham com as várias formas do cotidiano, considerando a profundidade escondida nas aparências, devem utilizar como primeiras ferramentas teórico-metodológicas os conceitos da Sociologia do Cotidiano e arquétipos produzidos nas influências da linguagem midiática na apresentação dos imaginários sociais. A análise do cotidiano, seguindo a ótica weberiana (na qual as pesquisas sobre mídia e cotidiano se efetivam), fortalece a noção de que o indivíduo é o núcleo do social, e a construção de conceitos é apenas um instrumento para compreensão dos fatos sociais produzidos por atores sociais. O autor mostra que o reconhecimento da importância dos estudos sociológicos sobre o cotidiano e a mídia – principalmente no campo da Comunicação Social – não pode se dar a partir de “paradigmas” rígidos, capazes de reduzir a importância do senso comum a uma ética da convicção na interpretação dos fatos sociais. No cotidiano, as linguagens se amalgamam, se reconstituem para fugir à falsa exatidão dos paradigmas mal interpretados. Por isso, o pesquisador não pode partir da cultura midiática para interpretar a vida cotidiana como um “campo de pouso” das astúcias da razão -, no qual as tecnologias midiáticas exercem poderes sobre um senso comum indefeso. Segundo Pereira, nas narrativas jornalísticas, os fatos sociais são enquadrados a partir de um modelo funcional e argumentativo da linguagem. Assim, a noção de realidade é a “realidade referenciada” pelo domínio retórico, responsável por reduzir a polissemia do cotidiano à identificação dos referentes temporais e físicos das comunidades. Para ele, o objeto e objetivos da pesquisa devem ser colocados em movimento a partir da criatividade dos pesquisadores (o lúdico é método), mostrando que o cotidiano como objeto de pesquisa e de inscrição

em linguagens específicas é polissêmico e mutável, sua leitura requer instrumentos que ultrapassem o “império utilitário das referências”.

No seu texto, *“Mulher não é só bunda e peito”*: a exploração do corpo feminino pelo *Jornal JÁ Paraíba*, a autora Mabel Dias coloca em reflexão a utilização dos meios de comunicação para disseminação do preconceito, do machismo e da violência imagética da mulher no Estado da Paraíba, sendo esse ocupante do 4º lugar nacional no mapa da violência 2012 e a capital está na 12ª posição. O movimento feminista vem tentando modificar a forma como os meios de comunicação noticiam os casos de violência contra a mulher, passando do caderno policial para cadernos especiais sobre a temática. Mas a autora mostra que na contramão desta conquista, em 2009, surge um jornal que prima por trazer expostas em sua capa imagens de mulheres seminuas, em poses eróticas. O jornal impresso “JÁ Paraíba” possui quatro elementos básicos: futebol, violência, mulheres seminuas ou nuas e o preço convidativo – 25 centavos. Os chamados jornais populares, assim considerados por atingirem um grande número de pessoas e por terem uma linguagem acessível, tem como receita para atrair o público as manchetes de crimes bárbaros, imagens de mulheres seminuas, fofocas sobre pessoas famosas e notícias de esportes. Com isso a autora se dedicou a análise de 16 capas do *Jornal JÁ Paraíba*, notando que quem escreve as notas explora o corpo feminino como mercadoria, revelando a representação estereotipada da mulher, embasada ainda em uma ideologia de consumo que impõe padrões de beleza, mostrando as mulheres como meros objetos sexuais, submissas e desprovidas de intelectualidade. Mas, por que utilizar o corpo feminino para vender jornais? Por que exibir imagens de mulheres com seus corpos em trajes minúsculos ou nuas como estratégia de venda para atrair consumidores? Essas são duas questões levantadas pela autora e nos lembra que a mídia, neste caso, o jornal impresso, reforça a violência simbólica, associando a mulher como objeto de consumo, de prazer e de lazer dos homens.

Trazendo à tona o espaço para exibição dos crimes na televisão, Jocélio de Oliveira, faz um panorama em *A gente se vê na “Tela da Verdade”*: as lições de um programa policial na Paraíba, do surgimento de programas que levam, no horário do meio-dia, até os espectadores a cultura da violência, principalmente na periferia. Em específico, o autor faz um recorte de quatro programas policiais da Paraíba: *Cidade em Ação* (TV Arapuan), *Aqui na Clube* (TV Clube), *Casos de Polícia* (TV Tambaú) e o

Correio Verdade TV (Correio). Todos se utilizam desse espaço para mostrar os casos de violência que assolam o Estado, em específico, a capital João Pessoa. Mas Oliveira centrará sua pesquisa no programa Correio Verdade, observando que o mesmo tem atingido altos níveis de audiência, principalmente entre as classes populares, seguindo a linha da televiolência. Tondato (2007), faz o seguinte questionamento: a violência está na mídia ou na sociedade? E afirma ainda que “a carnavalização dos acontecimentos dificulta a reflexão”. Acreditamos que a televisão ocupa um lugar de centralidade na vida dos cidadãos, nos lembra Oliveira, nessa mídia, a divulgação dos fatos está num espaço significativo como um dos principais conteúdos consumidos pelas pessoas e mais ainda como a forma primeira através das quais a audiência busca informação. Assistir ou não esse material é questão de escolha. Opção se dá em vários níveis, mas o básico deles é a troca de canal. Tal empreitada é difícil para o perfil apontado pela emissora como público padrão do Correio Verdade. Não acreditamos, pois, que haja intenção de manipular as audiências, mas sim de mantê-las fiéis. Para isso, se utilizam (com esses apetrechos técnicos e subjetivos) de acontecimentos exibidos que fazem parte do cotidiano das comunidades-alvo.

Clara Câmara se debruça sobre o jornalismo político paraibano, em *O jornalismo político e o jogo de poder na Paraíba*, apontando dois principais grupos de comunicação do Estado: o Sistema Correio de Comunicação e a Rede Paraíba de Comunicação, tendo em vista o entrelaçamento desses grupos com os pólos políticos vigentes no Estado. A autora chama a atenção para uma das características mais marcantes do jornalismo político realizado no Estado, que é o entrelaçamento pessoal dos donos de empresas de comunicação com o exercício político. A Paraíba respira política e seus meios de comunicação colaboram – e muito – para que isso aconteça. Isso nos leva a questionar quais poderiam ser as intenções das empresas ao permearem seus veículos com discussões políticas. A autora faz um apanhado da vida empresarial dos dois sistemas paraibanos mencionados, mostrando a ligação direta dos seus proprietários com a política e/ou com políticos. Essas relações, ao longo dos anos, foram sendo evidenciadas na produção jornalística de seus veículos. Apesar de haver outros jornais, emissoras de rádio e televisão, não existe outro grupo que possa ser colocado, em tamanho e influência, junto aos dois que foram citados aqui. Para Clara, são os donos dos veículos que, tendo nas mãos uma maneira eficaz de expor os

detentores do poder, tendem a pressioná-los ou aliviá-los sobre questões econômicas, sociais e culturais. Por isso, a autora enquadra o jornalismo político paraibano como sendo mais identificado com um ‘jornalismo de poder’.

Pesquisadoras da área da comunicação e seus desdobramentos na política nacional e regional, no que diz respeito às relações de poder e construção do perfil político, Janaine Aires e Suzy dos Santos, no texto *O retrato dos paradoxos da comunicação brasileira e da “não regulação” da estrutura midiática da Paraíba*, nos mostra que no jogo político do país, as concessões de radiodifusão se tornaram importantes moedas políticas nas relações partidárias e eleitorais. Em específico o estudo vai se ater na concentração de veículos midiáticos no Estado da Paraíba, mostrando que grande parte dos radiodifusores tem ligação com o contexto político, e o vínculo com a propriedade de terras é outro dado característico. Aires e Santos tem como guia de trabalho o termo “coronelismo eletrônico”, designado para demonstrar que as relações poder no Brasil e, em específico, na Paraíba, continuam a existir, porém atualmente de outra forma. Para as autoras, é preciso para se apropriar dessa discussão, compreender que a empresa como instituição, mais do que produzir dinheiro, é produtora de hegemonia. Assim como a política, a comunicação também é um negócio de família, neste contexto, a produção e a distribuição da informação nos parecem estar à serviço do interesse particular dos grupos que se dividem na administração dos municípios e do estado.

Por fim, em *Rádio comunitária: “a menina dos olhos” da política patrimonialista brasileira*, a autora Dérika Virgulino de Medeiros, mostra que as rádios comunitárias no Brasil vêm ao longo dos anos, sobretudo nas últimas décadas, se tornando moeda de troca política em nome de interesses privados. Como vimos em alguns textos e segundo a autora, o vínculo entre comunicação e política está profundamente arraigado na cultura brasileira, servindo como instrumento de formação de consensos e favoritismo eleitoral. Ela se debruça também sobre outro termo definido por Venício de Lima como coronelismo eletrônico de novo tipo, entrando em cana aqui as rádios comunitárias como novo mecanismo de barganha política, só que, dessa vez, controlado não mais por deputados, senadores ou governadores, como no coronelismo eletrônico, mas sim, por representantes mais locais, como prefeitos e vereadores. Para o autor, podemos classificar o coronelismo em três categorias: o coronelismo que tinha

como instrumento de barganha política a posse de terra, o coronelismo eletrônico que tinha como instrumento de poder as concessões de rádio e TV comerciais e educativas e o coronelismo eletrônico de novo tipo, que detém como mecanismo de poder as rádios comunitárias. Apesar disso, Medeiros chama a atenção para o importante papel que os movimentos populares vêm desempenhando na luta por mudanças na legislação, e pela restrição da concentração midiática no país e do poder do coronelismo eletrônico. É preciso haver, segundo a autora, uma regulamentação no setor e reformulação da legislação comunitária, para que estes veículos sejam reconduzidos as suas funções originais, que é servir aos interesses da população sem qualquer interferência política.

Com isso, notamos que essa coletânea de textos desenvolvidos nesse livro torna-se uma importante fonte de pesquisa, tanto para a área de comunicação, como fonte esclarecedora para além da academia. Apesar de se distinguirem nas suas análises e pesquisas, os autores trazem importantes conceitos e reflexões sobre o verdadeiro papel da mídia na sociedade, enfatizando também o monopólio econômico e político dominador de veículos comunicativos. O livro coloca em questão o monopólio midiático paraibano e sua mediação na vida política e cultural do Estado, através de pesquisas minuciosas podemos entender a que ponto o coronelismo passa a ser eletrônico e tem continuidade na sociedade.