
Jornal do Cariri: a cidade de Juazeiro do Norte através dos campos político e midiático ¹

Luan Duarte ROMÃO²

Elane Abreu de OLIVEIRA³

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE

RESUMO

Este artigo é fruto de um questionamento proposto por um projeto de pesquisa que indaga “qual imagem da cidade de Juazeiro do Norte é comunicada através dos meios de comunicação?”. Diante dessa questão, analisamos o Jornal do Cariri, periódico de destaque na região do cariri cearense e que comunica um espaço urbano dominado pelo campo político, com auxílio midiático. Desse modo, destacamos exemplos das relações de convergência entre o campo da política e o da mídia, que reverberam diretamente no interesse público. O Jornal do Cariri é um veículo que se destaca por essa convergência, comunicando uma imagem da cidade atravessada por agendamentos de atores políticos.

PALAVRAS-CHAVE: política; jornalismo político; Jornal do Cariri; mídia; interesse público

INTRODUÇÃO

Os espaços urbanos comunicam, seja pela arquitetura dos prédios ou pelas fotografias de pessoas em atividades cotidianas, e sinalizam que existem inúmeros modos e métodos para que percebamos os ambientes como espaços comunicacionais. Um desses atua como objeto facilitador dessas apreensões: os meios de comunicação. Esses veículos de informações acabam manifestando enquadramentos sobre os lugares que abordam, de forma a criar identidades sobre essas regiões. Entendendo essa lógica e levando em conta nossa configuração espacial, indagamos: “Qual imagem da cidade de Juazeiro do Norte é comunicada através dos meios de comunicação?”. Essa pergunta norteia esse trabalho e representa a segunda fase de um projeto de pesquisa de iniciação científica que abrange questões sobre a comunicação urbana e visual do município já citado.

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Estudante do 7º Semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo, email: luanduarter14@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora adjunta na Universidade Federal do Cariri (IISCA/UFCA) e doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ - 2014), e-mail: elane.abreu@ufca.edu.br.

No processo de reflexão sobre o questionamento trazido pelo projeto, foram feitos alguns recortes. O primeiro, tendo em vista o escopo do programa, consistiu na divisão de quais meios a pesquisa teria como enfoque, sendo eles: jornalismo impresso e jornalismo digital. Os participantes, através da familiaridade, escolheram as modalidades que iriam analisar. Já a segunda configuração estabeleceu quais veículos seriam objetos da pesquisa. O processo de seleção levou em conta a credibilidade, transparência, seriedade e popularidade dos meios entre os cidadãos. Pensando nisso, o presente trabalho abarca o objeto de pesquisa o Jornal do Cariri, periódico sediado na cidade de Juazeiro do Norte, interior do estado do Ceará, e considerado um dos maiores em circulação na região.

Inicialmente, o jornal não tinha nenhuma ligação política nem partidária, configurando uma linha de independência e imparcialidade. Em primeiro de setembro de 1997 foi lançada a edição zero do jornal, de circulação interna, em uma reunião da diretoria com os seus editores e colunistas. O apoio do periódico O Povo da capital Fortaleza garantiu por vários anos a impressão e circulação do Jornal do Cariri por todo o estado. O jornal foi comprado por Donizete Arruda, seu atual diretor presidente, que trouxe novas características ao periódico (MELO, 2016).

De início, para este artigo, foram analisadas as edições semanais entre 05 de dezembro de 2017 e 13 de fevereiro de 2018, totalizando 11 tiragens. Dentro do processo de observação, o foco maior foi perceber as matérias voltadas para a cidade em questão (Juazeiro do Norte). Com esse recorte, o passo seguinte foi adequar categorias-macro para as notícias, sendo perceptível uma grande abrangência dos temas: Política e Serviços. A partir disso, fomos orientados a seguir as seguintes etapas: seleção, descrição e interpretação, em busca de uma seletividade que abarcasse a questão: “que imagem da cidade é comunicada?”. Na primeira, foi realizada a busca de dados e selecionados os fatos de maior relevância e ligação com a cidade. A segunda consistiu em descrever essas narrativas no intuito de perceber os assuntos mais abordados do jornal. Por fim, a terceira etapa, que é apresentada mais detalhada neste artigo.

No recorte mais específico para desenvolver o trabalho, abordamos os campos do jornalismo e da política, compreendendo estes como espaços complexos e indispensáveis para a vida em sociedade. Ambas as esferas exercem funções e operam influências no tecido social dos indivíduos. Sabemos que o conteúdo midiático é

produzido a partir de uma matriz ideológica limitada e que as ações jornalísticas interferem diretamente nos sentidos da política e vice-versa. Compreendendo essa intensa disputa de capital social e simbólico, trouxemos autores como o Luis Felipe Miguel, professor titular livre do Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília (UnB), abordando as questões do jogo de poder entre as áreas, e a Maria Helena Weber (2004), professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), que nos situa sobre questões ligadas à imagem pública dos políticos como um todo. Além desses, o professor da Universidade de Brasília (UnB), Luiz Martins da Silva (2006), que aborda conceitos como interesse público e esfera pública, e o professor da Universidade da Beira Interior (UBI), Joaquim Paulo Serra (2005), que esclarece como o sistema político e o midiático lidam com as catástrofes.

A CONFIGURAÇÃO DA POLÍTICA NA MÍDIA

O jornalismo abrange diversos campos e áreas específicas, desde conteúdos mais consensuais até os mais complexos. Dentro dessa abrangência, o subtema política acaba sendo gerador de polêmicas e altamente discutido, perfazendo narrativas cotidianas que trazem múltiplos enfoques que vão desde a imagem dos atores políticos existentes aos imensuráveis escândalos e catástrofes que envolvem esse âmbito.

Segundo o professor Joaquim Paulo Serra (2005), a relação entre política e mídia é mais problemática do que nunca, considerando os intensos processos de globalização. Isso acontece devido ao sistema político tentar manipular o midiático, e em contrapartida a mídia (muitas vezes) transformar a política em um mero espetáculo. Nesse emaranhado de atritos, os cidadãos acabam não exercendo plenamente o direito de saber e usufruir as informações que recebem. Ainda assim, existe uma interconexão entre as duas esferas e uma centralidade crescente da mídia no jogo político atual.

É fato que a mídia é um fator central da vida política contemporânea e que não é possível mudar essa conjuntura. Seu conteúdo é produzido a partir de uma matriz ideológica limitada, que não obtendo muito sucesso em controlar os pensamentos do público por completo, acaba determinando sobre o que os indivíduos devem refletir ou propagar. Isso leva a ponderar como as diferentes formas de apresentação dos temas pela mídia podem afetar o processo de formação de preferências políticas da audiência (PORTO, 2004). Todavia, mesmo com esse processo ideológico, há um interesse do público sobre essa área no geral:

Em termos de interesse público, talvez o pressuposto básico seja o seguinte: onde há dinheiro público, há interesse público e deve haver transparência em torno de: a) informação sobre a alocação do dinheiro público; b) como o dinheiro público foi gasto; c) quais os resultados obtidos com o dinheiro público. Nem só de dinheiro, porém, vive a vida pública; mas, sobretudo, da publicidade em torno das ações que afetam a vida pública. (SILVA, 2006, p.50)

Dessa forma, podemos pensar a mídia como um dos principais difusores de visões de mundo e projetos políticos, bem como se engendra como possuidora da capacidade de formular as preocupações públicas. Ela ainda é considerada “Quarto Poder”, por fiscalizar os outros três (Legislativo, Executivo e Judiciário) e por ser ponte entre a política e o público. O impacto da definição de agenda pelos meios midiáticos é perceptível não apenas no cidadão comum, que tende a entender como mais importantes as questões destacadas pelos noticiários, mas também no comportamento de líderes políticos e de funcionários públicos, que se veem na obrigação de dar uma resposta àquelas questões (MIGUEL, 2002). Desse modo, percebemos que a política moderna acaba se adequando à publicidade do Estado, por onde os atos públicos dos atores desse campo acabam sendo observados e analisados, assim como suas intenções.

Em sua dissertação de mestrado, o pesquisador Ricardo José Torres (2016) afirma que o contexto comunicacional e as ações jornalísticas interferem diretamente nos sentidos da política. Nessa lógica, refletimos sobre um papel mais intenso da mídia em transformar em valor os conteúdos políticos, numa espécie de tradução para que as pessoas possam formar juízo. No Jornal do Cariri, estudado em nossa pesquisa, é perceptível esse caráter de aproximação com o público, tanto pela linguagem simples, quanto pelas formas que as informações são apresentadas.

Dentre os diversos segmentos midiáticos, o jornalismo impresso tem especial importância e repercussão na área política, com laços historicamente firmados e legitimados. Portanto, mídia e política são campos relativamente independentes, na medida em que retêm sua própria lógica, mas sobrepostos, interferem, em larga escala, um no outro. A notícia, assim, resulta das inserções negociadas entre os atores políticos e o jornal/jornalista a partir do que foi apurado, declarado, constatado e afinal transposto à publicação. Todas essas instâncias são momentos negociais, e envolvem relações de convergências ou confrontações de interesses (BARRETO, 2006).

Isso acontece devido à política tentar estabelecer o que é valioso na sociedade e também procurar distribuir esses valores através dos meios de comunicação. Como também, pelo campo midiático sempre acabar voltando para os agentes políticos, responsabilizando-os pela incapacidade de “previsão” e “prevenção” de acontecimentos catastróficos, geradores de más notícias. Esta relação desencadeia consequências preocupantes, como aponta Serra (2005, p. 80).

Uma terceira consequência é o aumento do desequilíbrio do sistema social [...] E a confiança é um elemento essencial da política na medida em que entre o momento da decisão do político e os resultados dessa decisão pode mediar um tempo mais ou menos longo. Não existindo essa confiança na decisão do político, os atores sociais – pessoas, empresas, instituições, etc. – verão o futuro como demasiado incerto e contingente para que possam determinar uma linha de ação. O resultado é a desconfiança, o medo de correr riscos, a retração à todos os níveis, a estagnação ou mesmo a regressão.

Ainda que dentro desses campos exista conflitos, é perceptível a convergência entre ambos numa espécie de espetacularização dos fatos e dependência um do outro para atingir o público, sendo unimaginável que os meios de comunicação sejam portavozes imparciais do debate político. Conforme é destacado por Maria Helena Weber (2004), o espaço midiático provoca mudanças e adaptações no processo de construção entre a imagem desejada (pela política) e a imagem percebida (pelos espectadores). Ela acaba resultando de uma imagem conceitual, emitida pelos atores políticos e recuperada entre a soma das imagens abstratas (o intangível, a imaginação) com as imagens concretas (o tangível, os sentidos). É válido ressaltar que essa imagem é conceitual e visual, individual e social, real e abstrata.

Nesse sentido, é perceptível que a imagem dos políticos se concentra nas atividades desenvolvidas pelos atores, que acabam resumindo-se cada vez mais nas respostas à opinião pública. Conforme Luiz Martins da Silva (2006), esses fatos jornalísticos despertam o interesse público, mas essa atenção acaba se deslocando para outro “foco de incêndio” noticioso, deixando para trás numerosas denúncias. Isso quer dizer que a imprensa, em certa medida, não cumpre seu papel de verificação das consequências legais e administrativas das irregularidades que dizem respeito ao interesse do público. Pelo contrário, se detém em outras catástrofes que vão surgindo, abandonando completamente pautas anteriores. “Ou seja, nem sempre o agendamento

de uma questão de interesse público encontra melhor abrigo no espaço público-imprensa” (SILVA, 2006, p. 58).

Em contrapartida, o campo midiático, por mais que tenha um alto alcance, se submete, como que naturalmente, às definições básicas do campo político. É fato que os jornalistas definem o que é interessante, mas são as autoridades que indicam o que é importante. A imprensa acaba não questionando os limites do que é “a política”, resultando em páginas dedicadas ao tema nos jornais, que estão firmemente ancoradas nas instituições. Tratam do parlamento, das chefias dos poderes executivos, de eleições e de partidos. Além disso, os que ocupam as posições centrais na política podem esperar uma atenção mais ou menos constante dos meios de comunicação para seus atos e condutas, o que significa a possibilidade de alcançar destaque com um esforço bem menor. Em um nível mais extremo, os agentes que detêm maior capital político são capazes de orientar o noticiário (e, por consequência, a agenda pública) através de entrevistas e declarações (MIGUEL, 2002).

Na realidade, os grupos políticos trabalham, todos, na busca de visibilidade e, a depender da maior ou menor abertura que o jornal lhes apresente, tendem à busca acentuada de maiores espaços nas páginas diárias, tentando colocar-se em situação privilegiada. Assim, os acontecimentos podem ser programados minuciosamente pelos atores políticos, de forma a se inserirem num certo perfil, o perfil noticioso, causando temor social e atraindo a atenção do noticiário (BARRETO, 2006). Isso acaba comprometendo as informações sobre os serviços públicos prestados à sociedade, pois estes passam por uma série de manipulações e desdobramentos que implicam em interferências nos conteúdos que chegam ao receptor. Isso vai de encontro ao forte princípio midiático da imparcialidade.

Para bem servir a democracia, segundo este enfoque tradicional, a mídia deve transmitir informações de forma objetiva e imparcial para a audiência. [...] A mídia deve impedir que valores e ideologias (principalmente dos proprietários e jornalistas) interfiram no relato dos “fatos” (a noção de objetividade) ou evitar que os meios de comunicação favoreçam um grupo, partido ou candidato (a noção de imparcialidade) (PORTO, 2004, p. 74-75).

A visibilidade na mídia é, cada vez mais, componente essencial da produção do capital político, em que os agentes desse campo impõem limites à influência da mídia através da desvalorização simbólica dos tipos de notoriedade mais estreitamente

associados aos meios de comunicação de massa. “Pois alguns fatos, não ganharão o espaço público, não serão discutidos na esfera pública, sem uma produção, sem uma “ajudazinha”.” (SILVA, 2006, p. 80). Isso reflete diretamente nas questões de interesse público e de utilidade pública. As empresas jornalísticas nem sempre dão espaços a assuntos de interesse público, por julgar/discernir se o fato é ou não de interesse público.

Considerando todas essas questões que envolvem o campo midiático e o político, tendo os meios de comunicação como fortes detentores de autonomia e alcance público, analisamos o Jornal do Cariri, periódico situado na cidade de Juazeiro do Norte, no interior do Estado do Ceará, e que se enquadra nos diversos parâmetros que os autores citados abordam. Além disso, traz em suas matérias reflexões acerca de como é tratada a política contemporânea e de que forma os serviços públicos são expostos pelas notícias.

JORNAL DO CARIRI: REFLEXOS DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA NO PAÍS

As produções nos noticiários são os “enquadramentos” aplicados pelos jornalistas em seus relatos. Segundo Mauro P. Porto (2004), eles são importantes instrumentos de poder. Através dessa lógica entendemos que, sem um enunciado interpretativo e contextualizado, podem prevalecer interesses ocultos, numa espécie de jogo político, cuja formulação o jornalismo acompanha ao elaborar relatos meramente indiciais, que se referem ao jogo do poder, mas sem força elucidativa. Levando em conta nosso objeto de pesquisa, sobre o qual questionamos “qual imagem da cidade de Juazeiro do Norte é comunicada?”, a busca por respostas introduz diversas diretrizes e noções acerca das mensagens sobre a cidade.

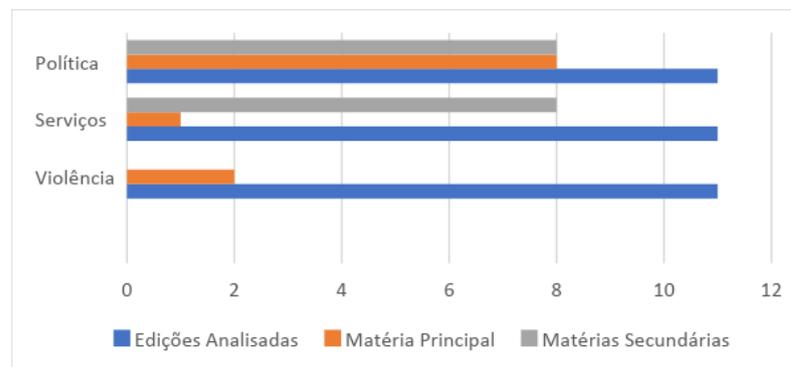
A percepção atenta da cidade, na convivência das mídias, exige exatamente não supor um ponto de chegada, para dispor da oportunidade de se perder. Pois é no perder-se que se descobre a fruição das mensagens inscritas na cidade. Ela se mostra, mas poucos estão dispostos ao olhar atento (COSTA, 2013 p.166).

Pondo esse argumento em questão, a pesquisa busca traçar uma linha de reflexão sobre a relação entre política e comunicação na cidade de Juazeiro do Norte, através das páginas do jornal do Cariri. O referido periódico teve início em cinco de setembro de 1997, por iniciativa de um grupo de intelectuais, empresários e idealistas da

região, com o apoio da empresa jornalística Jornal O Povo de Fortaleza, que, na época, tinha como diretor o jornalista Demócrito Dummar. Este, no mesmo ano, obteve o apoio do então prefeito do Crato Raimundo Coelho de Farias, que ofereceu uma casa para sediar o periódico. Em 2002 o Jornal do Cariri foi transferido para Juazeiro do Norte, e por motivos financeiros, deixou de ser diário e passou a ser semanal. (MELO, 2016).

No processo de observação do periódico, foram analisadas as edições semanais do período de 05 de dezembro de 2017 a 13 de fevereiro de 2018, totalizando 11 tiragens, que, em sua maioria, foram encontradas no Issuu, rede social que permite que usuários de todo o mundo leiam livros e revistas pela Internet, e outras foram adquiridas na forma impressa. Dentre os diversos temas tratados pelo jornal, dois tiveram destaque e foram reiterados com novos enfoques ou novas informações sobre temas já relatados. São eles: Política e Serviços (prestação de serviços públicos/denúncias sobre irregularidades nesses oferecimentos).

Gráfico 1 - Observação das capas do Jornal do Cariri (dez/2017 a fev/2018)



Fonte: dados obtidos pelo autor do trabalho

Observando os dados percebemos as predominâncias debatidas no periódico, que, conforme Barreto (2006), não determina ou limita consequências, mas integra o processo político do princípio ao fim e a este se mantém ligado em seus desdobramentos, como se essa área fosse uma espécie de elo midiático entre o fato e o público, uma representação da realidade. Isso reflete numa preocupação constante da mídia em abordar temáticas voltadas ao tema político, que gera interesse por parte do público.

Dentre as observações e reflexões realizadas, foram esmiuçadas as editoriais do jornal, e selecionadas as de “Política” e “Metropolitana” (pela proximidade com o tema

em questão). Na primeira nos deparamos com notícias sobre os atores políticos, seus feitos e denúncias de irregularidades nesse meio. Já na segunda, percebemos matérias voltadas para a região do Cariri como um todo (factuais, curiosidades, zona rural, infraestrutura). E a partir disso fizemos um recorte das reportagens que evidenciam a cidade de Juazeiro, levando em conta que ela é o nosso foco espacial da análise. Notamos que, além das capas e manchetes principais abordarem a temática da Política, as primeiras páginas do jornal também noticiam esse temática em primeiro plano.

Figura 1 - Página 2 da edição semanal: 12 a 18 de dezembro de 2017



Fonte: Jornal do Cariri

Assim, percebemos a relevância da informação política para o Jornal do Cariri, assemelhando-se com outros periódicos existentes e indo ao encontro dos conceitos trazidos anteriormente. De tal modo que as abordagens utilizadas dão destaque às ações políticas sobre os espaços da cidade (exemplo da figura 1, que cita a verba garantida pelo prefeito para a obra do teleférico), como também a trâmites que envolvem o campo político. Além disso, todas as páginas que possuem o número 2 nas edições do jornal são acompanhadas do box que tem por nome “Rebate”. Eles apresentam pequenos blocos de textos descritivos e informativos, com títulos em destaque, e geralmente descrevem situações e acontecimentos da política cearense como um todo, nos mostrando que o enfoque não se limita à região em que o produto físico é distribuído, tendo uma dimensão maior que o nível local. Nesta edição (figura 1), por exemplo, há relatos das alianças e atritos entre atores políticos do estado do Ceará.

Visualmente falando, a repetição de elementos e espaços gráficos dados às colunas e matérias reflete um projeto editorial com diagramação já predisposta e padronizada do veículo. As cores também atraem o leitor, com destaque para o vermelho em contraste com o preto. Além disso, o próprio nome “Rebate” sugere uma certa espetacularização política, já que a palavra se relaciona com uma alerta sobre ataque do inimigo⁴, além de aludir a um antigo jornal de Juazeiro, que se chamava O Rebate.

Percebemos inúmeras repetições de informações sobre alguns atores políticos tanto do Estado do Ceará quanto da cidade de Juazeiro. As matérias tratam de alianças, ações, posicionamentos e acontecimentos que envolvem tanto a vida pública quanto a privada desses representantes, que integram o governo estadual e municipal. Isso reflete diretamente no processo de formação da imagem pública por parte dos receptores dessas notícias e acaba sinalizando para a inserção da esfera social na vida particular.

Figura 2 e 3 - Página das edições semanais de 5 a 11 de dezembro de 2017 e de 30 de janeiro a 05 de fevereiro de 2018



Fonte: Jornal do Cariri

A partir disso, destacamos como a mídia atua na política e suas diferentes abordagens de informações. No primeiro exemplo, é noticiado um acontecimento da

⁴ substantivo masculino. 1.assalto repentino; ataque, incursão. 2. chamamento ou sinal com que se alerta sobre ataque do inimigo.

esfera privada (o almoço em questão) que reflete na esfera pública (o fato desse almoço trazer um gancho de interesse público). Na segunda matéria, é colocado um acontecimento de interesse público, que motiva a curiosidade do expectador por ser um fato diferenciado (o porquê do prefeito estar atendendo na Secretaria de Saúde). Isso mostra, na prática, como são distribuídos os critérios de noticiabilidade na mídia dentro do tema Política, que penetra tanto na esfera pública quanto na vida privada de maneira bem naturalizada.

É fato que no jornal existe uma grande incidência de fatos que envolvem alguns dos atores políticos que integram/integraram o município ou o estado. Muitas das pautas de destaque do jornal se voltam (no período analisado) para esses personagens, que são: Arnon Bezerra (atual prefeito da cidade de Juazeiro do Norte), Camilo Santana (atual governador do estado do Ceará), Eunício Oliveira (Senador da República pelo Ceará e atual presidente do Senado Federal do Brasil), Ciro Gomes (ex-governador e deputado estadual do Estado do Ceará e ex-prefeito da cidade de Fortaleza, capital do estado em questão) e, por fim, Cid Gomes (foi governador do estado do Ceará por dois mandatos). Isso reflete na união de presente e passado, em que os detentores de maior capital social e político acabam ganhando destaque, seja pelos seus feitos ou pelas suas atitudes políticas. Todo esse misto reflete em um enquadramento específico e exclusivo dado pelos grandes meios, entendendo que o Jornal do Cariri é um dos maiores da região e trata diretamente desse lugar, tido como metropolitano⁵.

Uma característica das matérias analisadas é que boa parte das que aludem à política tinha relação com serviços públicos prestados por atores desse campo. E as que continham informações sobre serviços estavam envoltos na esfera política. Isso mostra a tamanha dimensão desse âmbito e sua intensa ligação com enunciados que tratam da vida e do interesse públicos. Outro aspecto observado na categoria Serviços foram as reportagens de caráter denunciativo, que expõem a falta de assistência/manutenção em áreas que a esfera política deveria atuar e melhorar.

⁵ A região metropolitana surgiu a partir da conurbação entre os municípios de Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha, chamada triângulo CRAJUBAR. Foi criada por uma Lei Complementar Estadual nº 78 sancionada em 29 de junho de 2009.

Figura 4 - Edição semanal de 16 a 22 de janeiro de 2018



Fonte: Jornal do Cariri

Assim, percebemos ser presente também o caráter social do jornalismo de denunciar irregularidades e dar voz à população. Todavia foi notado que esse tipo de matéria (que “cobra” respostas às inconsistências do poder público) não obtém tanta visibilidade quanto outras que envolvem a política. Isso é notório pelo enquadramento dado a essas pautas e aos espaços (até mesmo minimizados visualmente) que estas compreendem no periódico. Observa-se assim quais assuntos os agendamentos midiáticos beneficiam ou priorizam, e até que ponto a política vai interferir nesse processo de priorização do que é discutido ou pautado nos meios. Os jornalistas, por conseguinte, podem criar importância e certificar um certo grau de autoridade ao que é abordado ao decidir quem deve falar sobre o quê e em quais enquadramentos isso deve vir à tona.

Figura 5 - Edição semanal de 12 a 18 de dezembro de 2017



Fonte: Jornal do Cariri

A relação entre política e mídia é apreendida mais fortemente quando o próprio veículo analisado se encontra dentro de uma situação política. Nesse sentido, percebemos que a mídia adquire um forte peso na formação do capital político e, em certa medida, condiciona as próprias trajetórias políticas. Na figura 5, é clara essa troca mútua de reconhecimento de um campo para o outro, configurando assim um panorama delicado e complexo no jornalismo político atual. O Jornal do Cariri traz exemplos práticos de situações destacadas pelos autores estudados, configurando um Juazeiro do Norte que se enquadra nesse jogo de entrelaçamentos e atritos do campo midiático com o político.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pensar no sistema político e no midiático na contemporaneidade é bastante complexo e relacionar essas duas áreas diferentes e tão interligadas é mais desafiador ainda. Conforme Luiz Felipe Miguel (2002), há um processo permanentemente tensionado de embate entre as lógicas do campo midiático e do campo político, que precisa ser observado em detalhe, compreendendo sua complexidade. Isso quer dizer que essas duas esferas constantemente exercem influência uma sobre a outra, numa espécie de jogo, o que resulta numa busca por quem possui mais capital social e que por vezes deixa de lado a principal ponte de união entre ambas: o espectador.

Nesse panorama, é impossível pensar na mídia sem a política e vice-versa, pois, desde seu surgimento, os meios de comunicação são repletos de opiniões de caráter político e partidário, abandonando visivelmente a imparcialidade. Atualmente isso acontece, mas de maneira mais hibridizada, repleta de enunciados e signos que poderiam desmembrar outras pesquisas e análises.

Através das observações e interpretações obtidas pela análise do Jornal do Cariri, percebemos que a imagem da cidade de Juazeiro do Norte neste meio de comunicação volta-se diretamente para os seus atores políticos. Isso acontece devido à concentração em recortes informativos de políticos voltados para a leitura do espectador, que é o principal interesse na formação da imagem do personagem político largamente difundida.

As informações e sinais são estrategicamente construídos como as “ações de instituições e sujeitos públicos” (informação, propaganda,

eventos, atitudes) que, sendo públicas, são “informações de interesse público”, as quais dependem da “participação da mídia” (relações econômicas, políticas, privadas etc.) para repercutir. A “repercussão pública” é desencadeada pelas mídias, adversários, grupos sociais, indivíduos, através da veiculação de suas opiniões e imagens sobre a ação do sujeito político. No processo de recepção à repercussão da imagem, residem as dúvidas e certezas sobre a cena política, seus protagonistas e seus difusores. (WEBER, 2004, p. 262)

Percebemos dessa forma as inúmeras etapas de produção do discurso político para reverberar no midiático, o que nos estimula a indagar: “Que imagem dos atores políticos da cidade de Juazeiro do Norte é repercutida e transmitida aos receptores?”. Essa questão desperta para um novo embrião da nossa pesquisa, voltada aos estudos de recepção. Contudo ela já está sinalizada na interpretação dos recortes do Jornal do Cariri, que se destaca pela presença reiterada de fatos que envolvem atores e ações políticas.

Além disso, a pesquisa nos direcionou para a questão sobre como é organizada a agenda política e a agenda midiática em relação ao recorte de temporalidade. Constatamos que, nas tiragens analisadas em 2017, a maioria das matérias explora melhor as pautas sobre serviços públicos prestados tanto pelo Estado quanto pela Prefeitura da cidade. Já nas edições de 2018, foram mais recorrentes as problemáticas em torno das catástrofes tanto na política quanto na prestação e manutenção de serviços para a população. Foi notoriamente curioso o fato das edições deste ano se atentarem principalmente às problemáticas e não às “benfeitorias”, levando em conta que no ano em curso teremos eleições gerais. A partir dessa observação, obtivemos mais um desdobramento da pesquisa, podendo gerar futuras análises.

Diante do que expomos, vemos o jornal do Cariri como um periódico que representa a cidade de Juazeiro do Norte na fusão de atores e serviços públicos, abrindo leque para refletir outras questões sobre mídia e política em torno da cidade e do espaço urbano/político em que ela está localizada, dando respostas à questão posta no início da pesquisa e gerando novos enfoques através de olhares específicos sobre as páginas do jornal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Emanuel. **Jornalismo e política: a construção do poder**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol. III No 1, 2006

COOK, Timothy E. O jornalismo político. In: **Revista Brasileira de Ciência Política**, n.6, Brasília jul./dez. 2011. p. 203-247.

COSTA, Carlos. “**Passeio pelas mensagens da cidade: convívio de mídias**”. In: COSTA, C.; BUITONI D. S. *A cidade e a imagem*, Jundiaí, SP: Editora In House, 2013. Cap.8, p. 131-152.

MELO, Henrique M. A. e ALVES, Paula I. A.. (2016). **Análise do Discurso do Jornal do Cariri**. (On-line). INTERCOM. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-2469-2.pdf> Acesso em: 14 de abril de 2018 às 15:40.

MIGUEL, Luis Felipe. **Os meios de comunicação e a prática política**. *Lua Nova*, 2002, n. 55-56.

PORTO, Mauro. “**Enquadramentos da Mídia e Política**”, in A. Rubim (org.), *Comunicação e Política: Conceitos e Abordagens*. Salvador, Edufba, 2004.

SERRA, P. (2005). **Cataclismos e catástrofes: reflexões acerca da relação entre sistema político e sistema mediático**. Universidade da Beira Interior. [online]. [Acesso em: 24/03/2018]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serrapaulo-cataclismos-catastrofes.pdf>.

SILVA, Luiz Martins da. “**Jornalismo e Interesse Público**”. In: SEABRA & SOUZA. *Jornalismo político – teoria, história e técnicas*. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 87-108.

TORRES, Ricardo José. **Jornalismo político e mídias sociais: das restrições convencionadas às rupturas alternativas**. 2016. 292 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis.

WEBER, Maria Helena. “**Imagem Pública**”. In: RUBIM, Antonio. *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*. Salvador, Edufba, 2004.