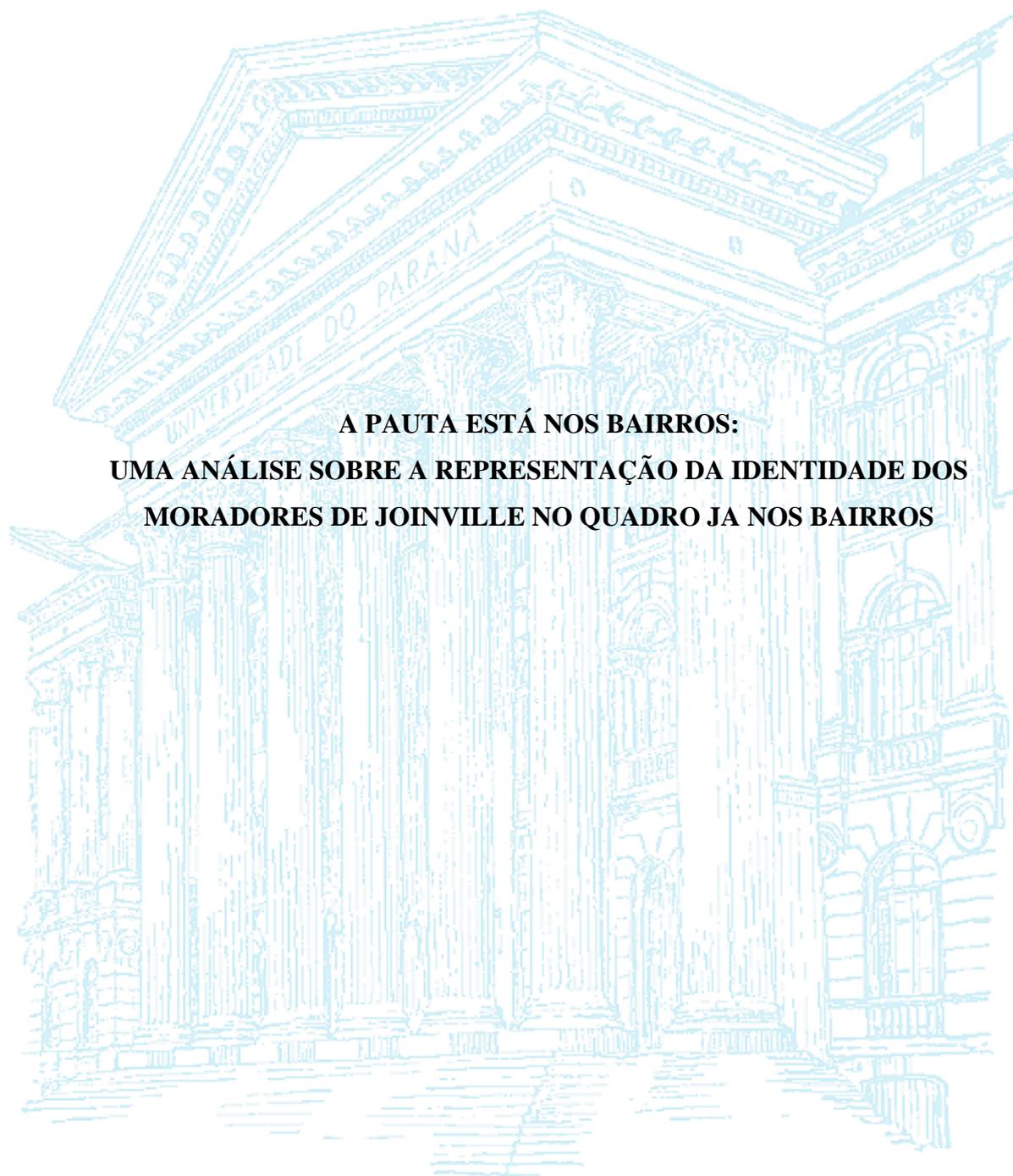


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MAIARA CARVALHO BATISTA



**A PAUTA ESTÁ NOS BAIRROS:
UMA ANÁLISE SOBRE A REPRESENTAÇÃO DA IDENTIDADE DOS
MORADORES DE JOINVILLE NO QUADRO JA NOS BAIRROS**

CURITIBA

2016

MAIARA CARVALHO BATISTA

**A PAUTA ESTÁ NOS BAIRROS:
UMA ANÁLISE SOBRE A REPRESENTAÇÃO DA IDENTIDADE DOS
MORADORES DE JOINVILLE NO QUADRO JA NOS BAIRROS**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná.

Linha de pesquisa: Comunicação, política e atores coletivos.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Carla Rizzotto.

CURITIBA

2016

Catálogo na publicação
Sistema de Bibliotecas UFPR
Biblioteca do Campus Cabral

Batista, Maiara Carvalho

A pauta está nos bairros: uma análise sobre a representação da identidade dos moradores de Joinville no quadro Já nos Bairros / Maiara Carvalho Batista – Curitiba, 2016.

123 f.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Carla Rizzotto

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná.

1. Telejornalismo - Joinville (SC) 2. Comunicação de massa - Aspectos sociais - Estudos de caso 3. Programas de televisão 4. Identidade cultural I.Título.

CDD 070.195



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
Rua Bom Jesus, 650 – Juvevê - Fone: 3313-2025

MAIARA CARVALHO BATISTA

ATA SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ata da Sessão Pública, de defesa de dissertação para obtenção do Título de Mestre em Comunicação. No dia 29 de março de 2016, às 14h00min, nas dependências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná, reuniu-se a banca examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, composta pelos Professores Doutores, Rafael Tassi Teixeira, Regiane Regina Ribeiro e Carla Candida Rizzotto, orientadora e presidente da Banca Examinadora, com a finalidade de julgar a dissertação da candidata MAIARA CARVALHO BATISTA, intitulada “**A PAUTA ESTÁ NOS BAIROS: UMA ANÁLISE SOBRE A REPRESENTAÇÃO DA IDENTIDADE DOS MORADORES DE JOINVILLE NO QUADRO JA NOS BAIROS**”, para obtenção do grau de mestre em Comunicação. O desenvolvimento dos trabalhos seguiu o roteiro de sessão de defesa estabelecido pela coordenação do curso, com abertura, condução e encerramento da sessão solene de defesa feito pela orientadora Dra. Carla Candida Rizzotto. Após haver analisado o referido trabalho e arguido a candidata, os membros da banca examinadora deliberaram pela ".....APROVAÇÃO....." da acadêmica, habilitando-a ao título de Mestre em Comunicação, linha de pesquisa “Comunicação, Política e Atores Coletivos” da área de concentração em “Comunicação e Sociedade”, desde que apresente a versão definitiva da dissertação conforme regimento interno do programa. Curitiba, 29 de março de 2016.

Prof. Dr. Rafael Tassi Teixeira

Profa. Dra. Regiane Regina Ribeiro

Profa. Dra. Carla Candida Rizzotto
Orientadora e presidente da banca examinadora



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
Rua Bom Jesus, 650 – Juvevê - Fone: 3313-2025

MAIARA CARVALHO BATISTA

PARECER

A banca examinadora, instituída pelo colegiado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná, após arguir a candidata **MAIARA CARVALHO BATISTA**, em relação ao seu trabalho de dissertação intitulado “**A PAUTA ESTÁ NOS BAIROS: UMA ANÁLISE SOBRE A REPRESENTAÇÃO DA IDENTIDADE DOS MORADORES DE JOINVILLE NO QUADRO JA NOS BAIROS**”, é de parecer favorável à *APROVAÇÃO* da acadêmica, habilitando-a ao título de *Mestre* em Comunicação, linha de pesquisa “Comunicação, Política e Atores Coletivos” da área de concentração em Comunicação e Sociedade. Curitiba, 29 de março de 2016.

Prof. Dr. Rafael Tassi Teixeira

Profa. Dra. Regiane Regina Ribeiro

Profa. Dra. Carla Candida Rizzotto
Orientadora e presidente da banca examinadora

À minha família: Ivo, Alice, Natália, Cristiano e meu noivo Francis.

AGRADECIMENTOS

À Deus, pelo dom da vida.

Aos meus pais Ivo e Alice, pelo incentivo e amor incondicional.

À minha irmã Natália e meu cunhado Cristiano, pela parceria de sempre.

Ao meu noivo Francis, pela compreensão, apoio e por me amar desse jeito infinito.

Aos meus ex-colegas de trabalho que de alguma maneira colaboraram para que eu realizasse esse curso. Em especial, agradeço o apoio do Toni, Margaret, Nilo e Bruno.

À minha madrinha Ana que esteve comigo no processo de seleção do mestrado, e hoje deve estar festejando mais essa vitória junto de Deus.

À Sandra por me acolher em Curitiba e por me tratar com carinho de mãe.

Às amigas jornalistas Juliana, Mayara e Camila, pelo apoio e por estarem comigo desde o início desse sonho de se tornar docente.

Aos colegas e professores do PPGCOM pela parceria na caminhada.

À minha orientadora Carla Rizzotto, que me ensinou através do exemplo que é preciso ter força e determinação, sempre.

RESUMO

O objetivo dessa dissertação é compreender a maneira como o telejornalismo local representa a identidade dos moradores que formam o seu público, bem como, identificar em que medida o mesmo colabora ou influencia na construção de tais identidades. O corpus da pesquisa é formado por oito edições do quadro JA nos Bairros, exibido no ano de 2015 no programa Jornal do Almoço, transmitido pela RBS TV Joinville. A pesquisa discute o papel da televisão e do telejornalismo como produtor de significados culturais (GOMES, 2007), prestador de serviços (BECKER, 2005) e lugar de referência (VIZEU, 2008). As questões de gênero televisivo e formato são discutidas a fim de entender como o programa se estrutura. Contribuições acerca dos conceitos de identidade, cultura e globalização fazem parte da base teórica. Buscou-se nas contribuições de Stuart Hall (1997, 1999, 2000), em diálogo com Woodward (2000), Castells (2006), Barth (1998) e Bhabha (2014), as definições para o entendimento do conceito de identidade. Foram fundamentais ainda as contribuições de Cuche (1996) e Geertz (1989) para compreender as questões acerca da cultura, e de Ianni (1994), Santos (2000) e Santos (2002) para verificar como a globalização interfere na formação da identidade. Como metodologia de análise optou-se pelos modos de endereçamento uma vez que eles permitem compreender a maneira como o programa se relaciona com o público (HARTLEY, 2001, ELLSWORTH, 2001, CHANDLER, 2015). O corpus da pesquisa foi submetido ao processo analítico guiado pelos operadores de análise: mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática (GOMES, 2007). A análise identificou que os moradores dos bairros de Joinville são representados de cinco maneiras: apaixonado, imigrante, vítima, herói e fiscal.

Palavras-chave: Identidade. Representação. Telejornalismo Local. Modos de Endereçamento.

ABSTRACT

The objective of this research is to understand how local TV news represents the identities of the residents who make up his audience, as well as identify to what extent it contributes or influence the construction of such identities. The corpus of the research consists of eight editions of “JA nos Bairros”, displayed in 2015 in the program “Jornal do Almoço”, broadcast by RBS TV Joinville. The research discusses the role of television and TV news as a producer of cultural meanings (GOMES, 2007), service provider (BECKER, 2005) and place of reference (VIZEU, 2008). The format of television genre and issues are discussed in order to understand how the program is structured. Contributions about the concepts of identity, culture and globalization are part of the theoretical basis. We sought the contributions of Stuart Hall (1997, 1999, 2000), in dialogue with Woodward (2000), Castells (2006), Barth (1998) and Bhabha (2014), for the understanding of the concept of identity. There were also fundamental contributions of Cush (1996) and Geertz (1989) to understand the issues about culture, and Ianni (1994), Santos (2000) and Santos (2002) to see how globalization interfere in the formation of identity. As methodology addressing modes are used since they allow us to understand how the program relates to the public (HARTLEY, 2001 ELLSWORTH, 2001 CHANDLER, 2015). The corpus of the research was submitted to the analytical process guided by the operators of analysis: mediator, communicative context, agreement on the role of journalism and thematic organization (GOMES, 2007). The analysis found that residents of Joinville neighborhoods are represented in five ways: love, immigrant, victim, hero and inspector.

Keywords: Identity. Representation. Local TV news. Addressing modes..

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – ORGANIZAÇÃO TEMÁTICA.....	86
GRÁFICO 2 – TIPOS DE VÍTIMAS.....	105

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – IMAGEM DA PRIMEIRA REPORTAGEM.....	84
FIGURA 2 – SEQUENCIA DE IMAGENS DA VINHETA.....	89
FIGURA 3 – DIAGRAMA COM AS REPRESENTAÇÕES.....	94
FIGURA 4 – SUJEIRA NA PRAÇA E CASA USADA POR USUÁRIOS.....	103
FIGURA 5 – PASSAGEM GRAVADA NO LOCAL DE UM HOMICÍDIO.....	104
FIGURA 6 – GRAVAÇÃO DE PASSAGEM NO MEIO DOS MORADORES.....	110

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – OPERADORES DE ANÁLISE.....	73
QUADRO 2 – VÍDEOS SELECIONADOS PARA ANÁLISE.....	78
QUADRO 3 – CATEGORIAS DE ANÁLISE.....	81
QUADRO 4 – ESTRUTURA DO JA NOS BAIROS.....	85

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. A TELEVISÃO.....	17
1.1 TELEVISÃO NO BRASIL: DA INSTALAÇÃO À TV DIGITAL	19
2.2 GÊNERO TELEVISIVO.....	23
2.3 TELEJORNALISMO: “A NOVA PRAÇA PÚBLICA”	29
2.4 UM OLHAR SOBRE O LOCAL.....	34
2.4.1 Telejornalismo local em Joinville, um panorama histórico.....	38
3. CULTURA, GLOBALIZAÇÃO E IDENTIDADE	42
3.1 O LUGAR DA CULTURA.....	42
3.1.1 Estudos culturais.....	45
3.2 GLOBALIZAÇÃO: PERSPECTIVAS E EFEITOS.....	47
3.3 SOBRE IDENTIDADE.....	52
3.3.1 Identidade e globalização	59
3.3.2 Identidade e representação.....	62
3.3.3 Identidades estereotipadas	66
4. CAMINHOS DA PESQUISA: MODOS DE ENDEREÇAMENTO E ASPECTOS METODOLÓGICOS	69
4.1 MODOS DE ENDEREÇAMENTO	69
4.1 OPERADORES DE ANÁLISE	71
4.2.1 Enunciador.....	73
4.2.2 Contexto comunicativo.....	74
4.2.3 Pacto sobre o papel do jornalismo	75
4.2.4 Organização temática	76
4.3 APRESENTAÇÃO E SELEÇÃO DO CORPUS.....	77
4.3 ETAPAS DA ANÁLISE	80

5. UM OLHAR SOBRE O TELEJORNALISMO JOINVILENSE: ANÁLISE DO JA NOS BAIROS.....	82
5.1 ESTRUTURA.....	82
5.2 ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS	87
5.3 RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO.....	92
5.3.1 Orgulho de morar aqui.....	93
5.3.2 Eles vieram de fora	95
5.3.3 O herói do bairro	97
5.3.4 A comunidade como vítima.....	99
5.3.4.1 Tipos de vítimas	103
5.3.5 O morador como fiscal	106
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	110
REFERÊNCIAS	115
ANEXO 1 – LISTA DE LINKS DOS VÍDEOS ANALISADOS.....	119

Identidade

*Às vezes nem eu mesmo
sei quem sou.
às vezes sou
"o meu queridinho",
às vezes sou
"moleque malcriado".
Para mim
tem vezes que eu sou rei,
herói voador,
caubói lutador,
jogador campeão.
às vezes sou pulga,
sou mosca também,
que voa e se esconde
de medo e vergonha.
Às vezes eu sou Hércules,
Sansão vencedor,
peito de aço
goleador!
Mas o que importa
o que pensam de mim?
Eu sou quem sou,
eu sou eu,
sou assim,
sou menino.*

Pedro Bandeira

1. INTRODUÇÃO

Os personagens que dão vida e credibilidade às reportagens jornalísticas são representados com base nas características da sua identidade. Mas, assim como no poema de Pedro Bandeira, a identidade pode ser formada por muitos “eus”. Sendo assim, como pode um jornalista, em sua prática profissional, escolher representar, entre tantas, uma única identidade de um sujeito?

Encontrar a melhor maneira de identificar um sujeito ou uma comunidade é um exercício cotidiano presente nas redações dos noticiários. Essa é a inquietação que deu início e guia o percurso dessa pesquisa. Durante a experiência profissional como repórter de televisão em uma emissora local de Joinville, enfrentei diariamente dúvidas sobre a forma como identificaria um entrevistado durante a entrevista e depois, na edição do material.

Aprendemos nos manuais e nas aulas de telejornalismo que os entrevistados devem ser identificados com o nome e profissão ou cargo que ocupa. Entretanto, essa não é a única forma de se identificar um sujeito ou uma comunidade. Ao construir o texto noticioso, a forma como o jornalista se refere ao indivíduo ou grupo diz muito sobre a identificação que ele recebe. No telejornalismo local, em especial, essa identificação ganha ainda mais destaque devido a aproximação entre emissora e telespectador.

Essa proximidade é uma das características que diferencia o telejornalismo exibido em rede nacional do local. Enquanto a produção jornalística que atinge todo o país tem como ideal mostrar os fatos e notícias mais importantes do dia a dia para todos os brasileiros, a produção local tem o interesse de evidenciar o cotidiano das cidades, dos bairros, dos problemas das ruas, enfim, trazer para o holofote da mídia situações próximas do cotidiano.

A união do país através das redes de televisão atendia a interesses do governo militar e do mercado publicitário, na época de sua instalação no Brasil, há 65 anos. Porém, através de contratos de afiliação, emissoras distribuídas no Brasil se uniam às redes nacionais. A Rede Brasil Sul de Televisão – RBS TV, onde é exibido o objeto empírico dessa pesquisa, foi a primeira emissora afiliada da TV Globo.

Analisar a maneira como o telejornalismo local representa a identidade dos moradores nas reportagens e ainda se o mesmo colabora na construção de tais identidades é a proposta dessa pesquisa. Essas questões serão discutidas a partir do recorte empírico do noticiário local exibido na RBS TV Joinville (Santa Catarina), Jornal do Almoço. O corpus é formado pelas oito edições do quadro JA nos Bairros exibidas no ano de 2015.

O JA nos Bairros foi exibido pelo terceiro ano consecutivo. Uma vez por mês, durante uma semana inteira o repórter Marcos Pereira se deslocou para um bairro de Joinville, eleito previamente por votação online. De segunda à sexta-feira, além das reportagens sobre o bairro que foram exibidas, o repórter fez entradas ao vivo direto do bairro. Dessa forma o corpus da pesquisa é formado pelas oito edições, que totalizam 39 vídeos.

Ao acompanhar a exibição do programa desde a primeira edição, percebi a intenção da emissora em estar cada vez mais próxima da comunidade joinvilense. Em 2013, o formato era outro. O apresentador do programa era quem se ausentava durante dois ou mais dias do estúdio e transmitia o noticiário ao vivo de algum bairro da cidade. Já no segundo ano, em 2014, o formato sofreu alterações, mas foi possível perceber que o repórter responsável pelo quadro não criava vínculos com o público. Em 2015, a emissora escolheu o repórter Marcos Pereira para apresentar o JA nos Bairros e realizou ainda mais modificações.

Chama a atenção o fato de que o “Marquinhos” como é chamado pelos apresentadores do noticiário é capaz de criar uma “identificação” com o público. Além disso, a maneira como ele descreve os bairros visitados, os moradores e a maneira como conta as histórias, foi decisivo no momento de escolha do objeto empírico.

Para entender como a identidade é representada é preciso entender também como se dá essa relação entre público e emissora. Portanto, encontramos nos modos de endereçamento um caminho para encontrar tais respostas. Entende-se por endereçamento o destino final do produto audiovisual analisado. O método que tem origem em análises de filmes foi adaptado para pensar como determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo.

Para construir um estilo, o programa precisa apostar em interesses do público. A partir do momento em que se pressupõem tais interesses, coloca-se em jogo a subjetividade do morador, ou seja, nessa hora é preciso presumir a identidade de tal sujeito ou comunidade. Isso por que a subjetividade diz muito sobre a identidade, ela é responsável pelos pensamentos e emoções conscientes e inconscientes que constituem a concepção do eu (WOODWARD, 2000).

O aporte teórico dessa pesquisa no que diz respeito às questões de identidade, está ancorado nos Estudos Culturais, mais especificamente nas contribuições surgidas na segunda fase, quando os estudos dos meios de comunicação foram caracterizados pelo foco na análise da estrutura ideológica (ESCOSTEGUY, 2006).

As contribuições do culturalista Stuart Hall (1999), bem como dos autores Castells (2006), Woodward (2000) e Bauman (2005) foram imprescindíveis para melhor entendimento

do assunto. O caminho teórico desta pesquisa inicia pelo debate acerca da cultura, responsável por moldar as identidades. Para Hall (1997), as identidades são construídas no interior da representação, através da cultura.

Porém, assim como não há uma definição única e assertiva para o conceito de identidade, também não é tarefa simples definir o que seja cultura. Denys Cuche (1996) busca definir o conceito a partir das concepções francesa e alemã. Na França, a palavra surgiu para significar o cuidado do campo e do gado, depois passou a ser considerada uma ação, ou seja, o ato de cuidar e cultivar a terra. Já na Alemanha, a palavra surgiu já com o significado vinculado a tudo que contribui para o enriquecimento intelectual e espiritual.

O antropólogo Clifford Geertz (1989) contribui defendendo que cultura é um fenômeno social e sua transmissão acontece por meio de seus atores sociais. Hall (1997) a coloca como central na sociedade e afirma que cultura é o resultado da soma dos sistemas de classificação, formados por sua vez, pela construção e circulação dos significados. Dessa forma, a cultura está na maneira como o sujeito encara as atividades do dia-a-dia, como se vestir, comer, se relacionar, enfim, trata-se do modo de vida de um povo (FELLIPPI, 2006).

Tanto a cultura quanto a identidade sofrem alterações por conta do fenômeno da globalização. Autores como Octavio Ianni (1994), Milton Santos (2010) e Boaventura de Sousa Santos (2001) são unânimes em condenar a globalização pelas desigualdades sociais existentes no mundo moderno. Para Ianni (1994), a sociedade global é um cenário de desigualdade. Já Santos (2010) classifica a globalização a partir da concepção de três “mundos”: como fábula, mundo como perversidade e mundo como possibilidade. Assim como ele, Santos (2001) acredita na utopia de um “mundo melhor” já que para o autor existem pelo menos duas globalizações: a hegemônica e a contra hegemônica.

Essa última seria formada por modos de produções. Um deles é o cosmopolitismo, a resistência de classes ou grupos sociais vitimizados. A partir desse modo, é que acontece o fortalecimento de identidades locais. Isso acontece, segundo Hall (1999), porque a globalização provoca a desintegração das identidades nacionais, fortalecendo as identidades locais e fazendo com que novas surjam tomando o lugar das que estão em decadência.

Essa seria a identidade do sujeito pós-moderno (HALL, 1999). Este sujeito tem a identidade definida historicamente a partir de representações. Tais representações são as funções que o sujeito é obrigado a assumir no momento em que enxerga o outro, ou seja, por meio da diferença.

As identidades do sujeito pós-moderno são constantemente representadas pelos meios de comunicação. Mas nem sempre as representações são feitas de maneira adequada, muitas

vezes caindo na estereotipação. Buscar um aporte teórico acerca do estereótipo se fez necessário para entender a razão pela qual os meios de comunicação, no caso analisado, o telejornalismo local realizam repetições quando representam um morador ou uma comunidade.

Segundo Homi Bhabha (2014), o estereótipo é a principal estratégia discursiva do colonialismo. Sua principal característica é a construção da alteridade, e por isso os estereótipos são representados pela diferença cultural e por vezes servem como expressões em conflitos sociais.

As identidades, estereotipadas ou não, a globalização, a cultura, entre tantos outros conceitos que cercam a sociedade atual fazem parte também da disseminação de informação e recortes da realidade transmitidos pelos meios de comunicação, entre eles a televisão.

O meio onde é veiculado o objeto empírico dessa pesquisa conquistou lugar de destaque no país. Para os brasileiros, a TV é um lugar de referência (VIZEU, 2008) e de produtor de significados culturais e sociais. A importância do telejornalismo no Brasil pode ser comprovada com dados de diversas pesquisas, uma delas, encomendada pela Secretaria de Comunicação do Governo Federal em 2015, mostra que os brasileiros assistem televisão em média mais de quatro horas por dia. A maioria deles, 79% , usa para se informar, 67% para o entretenimento e 11% afirmam que a televisão é uma companhia.

Devido à importância que a televisão exerce na vida da população e o lugar que os telejornais assumem no cotidiano dos cidadãos, há uma profusão de pesquisas acadêmicas, que em diferentes perspectivas analisam o produto audiovisual: produção de conteúdo, recepção, abordagens sociais, econômicas, políticas, entre outras. Entretanto, acredita-se que é preciso avançar nas pesquisas que abordam o telejornalismo como produtor de significados culturais e importante vínculo entre o jornalismo e a sociedade (GOMES, 2007), nessa direção caminha a pesquisa realizada.

A dissertação está estruturada em quatro capítulos. O primeiro traz um contexto histórico acerca do surgimento da televisão. A importância de iniciar com esse resgate histórico está no fato de que é preciso compreender sua influência política e principalmente a discussão acerca do seu papel manipulador. O capítulo traz também contribuições para o debate acerca da função do telejornalismo. As características estruturais do telejornalismo enquanto gênero televisivo, bem como as do telejornalismo local também fazem parte do aporte teórico deste capítulo. As contribuições são dos autores Dominique Wolton (1996), Pierre Bourdieu (1997), Arlindo Machado (2005), Eugenio Bucci (2000) e François Jost (2010).

O capítulo seguinte, “Cultura, globalização e identidade”, inicia trazendo um resgate histórico sobre cultura a partir das perspectivas de Cuche (1996), Geertz (1989) e Hall (1997). O capítulo aborda as questões acerca do conceito de globalização por meio dos estudos de Ianni (1994), Santos (2010) e Santos (2001). As questões sobre identidade são abordadas com as contribuições de Castells (2006), Hall (2000), Woodward (2000), Fredrik Barth (1998) e Homi Bhabha (2014).

O terceiro capítulo apresenta detalhes da metodologia empregada nessa pesquisa. A sessão “Caminhos da pesquisa: modos de endereçamento e aspectos metodológicos” está ancorada nos estudos de Hartley (2001), Ellsworth (2001), Chandler (2015) e Gomes (2015). A metodologia dos modos de endereçamento aplicada ao corpus da pesquisa foi realizada a partir dos operadores de análise: mediador, contexto comunicativo, o pacto sobre o papel do jornalismo e a organização temática.

Na sequência, o último capítulo traz a análise do corpus da pesquisa. Como forma de organização, os resultados foram divididos em três aspectos: estrutura, estratégias discursivas e relacionamento com o público. O primeiro faz parte do olhar da pesquisadora em relação a organização temática, bem como as características do formato e do produto enquanto gênero televisivo. As estratégias discursivas agrupam as constatações obtidas a partir dos operadores de análise contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e enunciador. Já no relacionamento com o público foram contemplados novamente o pacto sobre o papel no jornalismo e o enunciador. Os resultados foram agrupados da seguinte forma: orgulho de morar aqui; herói do bairro; eles vieram de fora; a comunidade como vítima e o morador como fiscal.

Tire a televisão de dentro do Brasil e o país desaparece.
Eugênio Bucci

2. A TELEVISÃO

Nas casas dos brasileiros existem mais aparelhos de televisão do que rádios e geladeiras. A presença da televisão parece indispensável já que ela atinge 95% das residências no país, segundo dados revelados pelo Censo de 2010¹. O meio de comunicação de massa está no país há 65 anos. É através dele que chegam notícias e informações do mundo, país, estado e da localidade para a maioria da população. A televisão pode servir como companhia, como forma de se atualizar, e para o entretenimento. Ao todo no Brasil existem 34 redes de televisão e 1511 veículos ligados às redes de TV e a seus respectivos grupos afiliados.²

A importância conquistada pela televisão coloca como central o debate sobre o seu poder de manipulação. Enquanto Dominique Wolton (1996) considera a televisão como uma das grandes conquistas da democracia, Pierre Bourdieu (1997, p.13) está no lado da condenação e defende a ideia de que os profissionais da imagem – jornalistas – precisam lutar “para que o que poderia ter se tornado um extraordinário instrumento de democracia direta não se converta em instrumento de opressão simbólica”.

Os perigos políticos inerentes ao uso ordinário da televisão devem-se ao fato de que a imagem tem a particularidade de poder produzir o que os críticos literários chamam o efeito de real, ela pode fazer ver e fazer crer no que faz ver. Esse poder de evocação tem efeitos de mobilização. Ela pode fazer existir ideias ou representações, mas também grupos. As variedades, os incidentes ou os acidentes cotidianos podem estar carregados de implicações políticas, éticas etc. capazes de desencadear sentimentos fortes, frequentemente negativos, como o racismo, a xenofobia, o medo-ódio de estrangeiro, e a simples narração, o fato de relatar, to record, como repórter, implica sempre na construção social da realidade capaz de exercer efeitos sociais de mobilização (ou de desmobilização) (BORDIEU, 1997, p. 28).

Esse efeito de “construção social da realidade” diz respeito principalmente ao jornalismo praticado na televisão. A defesa do autor está ancorada na tese de que o jornalismo de televisão é um campo pressionado constantemente pelo campo econômico, que o obriga a se submeter aos índices de audiência que a lógica comercial impõe.

No caminho inverso, Dominique Wolton (1996) considera que a televisão é uma das grandes conquistas da democracia. No livro intitulado “O Elogio ao Grande Público”, o autor defende a ideia de que a manipulação só acontece quando o receptor aceita sem restrições o produto que lhe é oferecido, ou no caso, imposto.

¹ IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas.

² Conforme informa o site *Donos da Mídia*. Disponível em: <http://donosdamidia.com.br/redes/tv>

O público é inteligente, e muitas vezes, no mundo todo, os programas não estão à altura das suas demandas e capacidades. São as elites que se enganam sobre a qualidade do olhar! O público assiste ao que lhe oferecemos, mas não é bobo e sim tributário da oferta. A responsabilidade essencial é, portanto, sempre daqueles que fabricam e dirigem a televisão. São esses que muitas vezes não estão à altura das aspirações e da capacidade do público... Limitar as ambições da televisão é limitar as ambições da democracia de massa. O regime mais belo, mas também o mais frágil da história da humanidade (WOLTON, 1996, p. 11).

O poder que a imagem exerce nos dias de hoje pode ser percebido em todos os meios que fazem parte do cotidiano³. As imagens veiculadas na televisão dão a sensação de verdade e de credibilidade. No livro *Videologias*, Eugenio Bucci (2004) faz um trocadilho com o conceito de *Mitologias*, título de um livro de Roland Barthes. O autor explica que a televisão, assim como os mitos, rouba as falas e as restitui. A ideia é de que hoje os mitos são olhados.

[a televisão] rouba falas (verbais, visuais, gestuais), todas falas “naturais”, e as devolve aos falantes. Como se ela mesma, televisão, fosse uma falante – o que aliás ela é, mas isso não vem ao caso. Uns ainda crêem que a TV “influencia” a plateia, como se ela desse ordens de conduta para a plateia, como se fosse urdida, arquitetada, premeditada, num espaço exterior ao da própria linguagem compartilhada entre os falantes. Não é bem isso. Se a TV “influencia”, ela influencia exatamente na medida em que precipita o mito, que já estava lá, na fala roubada, pressuposto (BUCCI, 2004, 19).

Para Arlindo Machado (2005), a televisão não é nem totalmente boa nem má. O autor ressalta que não é por que a televisão é um meio de massa e até popularesco que ela deve ser banalizada. Para o debate sobre o tema, Machado traz os modelos de Adorno⁴, que considera a televisão congenitamente má, independentemente do conteúdo veiculado. O autor traz ainda o pensamento de Mc Luhan⁵, para o qual a televisão é sempre boa, nas mesmas condições dos adornianos.

Na minha opinião, a televisão é e será aquilo que nós fizermos dela. Nem ela, nem qualquer outro meio, estão predestinados a ser qualquer coisa fixa. Ao decidir o que vamos ver ou fazer na televisão, ao eleger as experiências que vão merecer a nossa atenção e o nosso esforço de interpretação, ao

³ Nesta pesquisa tratamos o conceito de cotidiano, como sendo algo comum todos os dias. O que acontece rotineiramente.

⁴ Theodor W. Adorno, filósofo e sociólogo da Escola de Frankfurt, baseia-se sua teoria na perspectiva dialética.

⁵ Teórico da comunicação, canadense. Vislumbrou a internet 30 anos antes da existência.

discutir, apoiar ou rejeitar determinadas políticas de comunicação, estamos, na verdade, contribuindo para a construção de um conceito e uma prática de televisão. O que esse meio é ou deixa de ser não é, portanto, uma questão indiferente às nossas atitudes com relação a ele. Nesse sentido, muitos discursos sobre a televisão às vezes me parecem um tanto estacionários ou conformistas, pois negligenciam com relação a ela; e “nós”, aqui abrange todos os envolvidos no processo: produtores, consumidores, críticos, formadores, etc (MACHADO, 2005, p. 12).

O poder de manipular ou não a sociedade é um dos temas trazidos no capítulo que abre essa dissertação. Faz-se necessário dedicar algumas páginas à história da televisão no Brasil para entender a importância conquistada e mantida nos dias atuais. No item que segue será debatido sobre as funções e características do telejornalismo, sobre as contribuições do telejornalismo local, gênero do objeto empírico dessa pesquisa e por fim é apresentado um panorama histórico do telejornalismo local em Joinville, Santa Catarina, em especial a RBS TV.

1.1 TELEVISÃO NO BRASIL: DA INSTALAÇÃO À TV DIGITAL

Depois de 27 anos de existência, presente na Inglaterra, França e EUA, a televisão chegou ao Brasil na década de 1950, uma época de conflitos políticos e reviravolta no governo brasileiro. Ela foi oficialmente apresentada em 18 de setembro de 1950, quando a TV Tupi entrou no ar. Para Sodré (1999), a implantação da televisão no Brasil é fruto de um processo que o país vinha sofrendo desde os anos 1930. O autor defende também que o meio não foi criado para atender uma necessidade da comunicação, mas sim, uma necessidade do mercado capitalista.

A televisão brasileira nasceu do bolso do capital privado. Francisco Assis Chateaubriand Bandeira de Melo deixou o Brasil rumo à Nova York, com o objetivo de conhecer a rede de rádio da NBC e a fábrica da RCA Victor (a maior produtora mundial de aparelhos transmissores), e voltou com uma novidade, a televisão (MELLO, 2007).

A implantação da televisão no Brasil deu origem ao sistema de televisão, que por sua vez é fruto do moderno desenvolvimento dos meios de comunicação, capaz de produzir hegemonia ideológica e/ou dominação cultural. A demanda do mercado de luxo crescente no país na época foi a responsável pelo *boom* de vendas de aparelhos-receptores (SODRÉ, 1999).

A televisão chegou como uma novidade na área da comunicação, mas foi usada com um significado muito maior. Eugênio Bucci (2000) afirma que o governo usou a televisão e

seu papel de transmissora de informação e entretenimento para atender as suas necessidades e principalmente a vontade de integrar nacionalmente o país:

O projeto de integração nacional pretendido pela ditadura militar, um projeto levado a efeito por uma política cultural bem desenhada, uma das mais ambiciosas e mais bem-sucedidas da história do país, alcançou êxito graças à televisão. Em outras áreas houve trapalhadas (como a Transamazônica), mas, na área das telecomunicações, o Estado militarizado conseguiu o que pretendia. Espetou antenas em todo o território brasileiro (logo depois em meados dos anos 80 viriam os satélites) e ofereceu a infra-estrutura para que o país fosse integrado. Integrado via Embratel. O resto do serviço foi executado pelas grandes redes, com a Globo na primeira fila (BUCCI, 2000, p. 16).

A televisão no Brasil é definida como geralista por Wolton (1996) e defendida por ele como um modelo que une e contempla todas as classes sociais. Em um estudo comparativo com a televisão da Europa, o autor explica que o modelo brasileiro apesar de atender aos interesses do governo militar “amorteceu os efeitos da ditadura”. Para Wolton a televisão tem como funções estabelecer um laço social entre público e emissora, modernizar o sistema e construir a identidade nacional. Esta última ganhará destaque no segundo capítulo dessa dissertação, quando a formação das identidades será discutida.

Sérgio Mattos (1990) divide a história da televisão brasileira em quatro fases: elitista, populista, do desenvolvimento tecnológico e a fase da transição e da expansão internacional. A primeira fase compreende o período de 1950 à 1964, nessa época, a tecnologia não passava de um “brinquedo de luxo para a elite”. Havia poucos aparelhos receptores no país, não passavam de 200, por isso Chateaubriand mandou instalar televisões em praça pública para aumentar o acesso ao meio. Outra característica dessa primeira fase é o início das propagandas, caracterizando a TV como veículo publicitário. Um exemplo são os nomes dos programas que levavam a marca do patrocinador, como nos telejornais Telenotícias Panair, Repórter Esso, Telejornal Bendix, Reportagem Ducal ou Telejornal Pirelli (MATTOS, 1990).

Nesta primeira fase destaca-se também a chegada do videotape:

Foi o uso do VT na televisão brasileira que possibilitou não somente as novelas diárias como também a implantação de uma estratégia de programação horizontal. A veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana possibilitou a criação do hábito de assistir televisão, rotineiramente prendendo a atenção do telespectador e substituindo o tipo de programação em voga até então, de caráter vertical, com programas diferentes todos os dias (MATTOS, 1990, p. 12).

A segunda fase inicia no ano do golpe militar, 1964, e segue até 1975, é a fase populista. Nesta época, os meios de comunicação, em especial o rádio e a televisão, por precisarem de concessão do Estado para atuar, foram fortemente afetados pela situação política e econômica na qual o país se encontrava.

Foi durante esta fase que o Estado exerceu um papel decisivo no desenvolvimento e a regulamentação dos meios de comunicação de massa, criando, inclusive, várias agências reguladoras, destacando-se o Ministério das Comunicações. A criação deste Ministério, em 1967, contribuiu não apenas para a implantação de importantes mudanças estruturais no setor das telecomunicações, como também para a redução da interferência de organizações privadas sobre as agências reguladoras e, em contrapartida, o crescimento da influência oficial no setor. Isto facilitou a ingerência política nos meios de comunicação, evidenciada até mesmo nos conteúdos veiculados e sempre sob a justificativa de estarem exercendo um controle técnico (MATTOS, 1990, p. 14).

A segunda fase ainda foi marcada pela profissionalização da televisão bem como a consolidação da programação que mantém os mesmos padrões até os dias de hoje. Além disso, é nessa época que as telenovelas se tornam “responsáveis pela arregimentação de grandes massas para a TV” (MATTOS, 1990, p. 16).

A próxima fase segue até o ano de 1985, é a fase do desenvolvimento tecnológico. Como o próprio nome já diz, nessa terceira fase, a tecnologia foi o ponto principal. A transmissão em cores virou realidade e a nacionalização dos programas foi uma recomendação do governo. Mattos (1990) explica que a receptividade da nacionalização foi tão boa que os programas brasileiros, tais como as telenovelas, começaram também a ser exportados.

Esta fase caracteriza-se, também, pela suspensão da censura prévia aos noticiários e à programação da televisão, o que conduz ao término do período em que os meios de comunicação de massa operavam sob a rigidez do Ato Institucional nº 5. [...]O fim desta etapa coincide com a campanha política pelas eleições diretas, realizadas em 1984, e posterior eleição de Tancredo Neves, Presidente, e José Sarney, vice-presidente, por via indireta. A transição política iniciada no governo Geisel alcança, pois, seu ponto máximo. Aí se inicia a Quarta fase do desenvolvimento da televisão (MATTOS, 1990, p. 18).

A quarta fase é a da transição e da expansão internacional e segue até o ano de 1990. É marcada pelo aumento da competitividade entre as grandes redes e o contínuo avanço do mercado internacional. Além disso, é nessa fase que a carta magna brasileira, a Constituição

de 1988 é escrita e estabelecida. O setor das comunicações tem o capítulo V dedicado às normas e diretrizes da prática no país. Entre elas está a liberdade de pensamento, a proibição de censura e a proibição de formação de monopólio/oligopólio. Com a nova constituição, a outorga ou concessão para canais de rádio e/ou televisão continuam sendo feitas pelo Poder Executivo, porém precisam passar pelo Congresso Nacional (MATTOS, 1990).

Em outra obra Mattos (2002) acrescentou mais duas fases da televisão: a da globalização e da TV paga e, a última, da convergência e da qualidade digital. A quinta fase segue até o ano 2000. Para Mattos, a TV paga teve um papel decisivo na mudança do perfil da televisão. Para o pesquisador, o cenário econômico da época fez com que os brasileiros tivessem maior poder aquisitivo para adquirir televisores, conseqüentemente houve aumento da audiência.

A sexta e última fase trata da convergência e qualidade digital. Na obra de 2002, o autor falava na junção entre internet e televisão e na transmissão digital que se tornaria realidade. Atualmente o Brasil está em processo de implantação da TV Digital.

O Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTD) foi instalado em 2006, mas só em abril de 2015 o Ministério das Comunicações explicou como será o processo de implantação em todo o país. De acordo com informações publicadas no site do Ministério das Comunicações, até 2018 todas as casas deverão estar aptas a receber o sinal digital. A implantação inicia pela capital Brasília e cidades vizinhas e segue por todo o território.

Ao estudar as mudanças ocorridas ao longo das seis fases definidas por Mattos é possível identificar que a maneira como a televisão é feita, ou ainda, como ela é apresentada aos telespectadores mudou, assim como mudou o público. Atualmente, além da televisão, há muitas outras opções para se informar e se divertir, especialmente a internet.

O universo digital fez com que a televisão tivesse a necessidade de se transformar mais uma vez e atender às exigências do mercado, se rendendo a outras possibilidades de comunicação expandidas com as tecnologias digitais. Prova disso é a possibilidade de participação e interação por meio da internet ou telefone em programas de televisão, por exemplo. Assim como num ecossistema, a existência de uma nova espécie, no caso de uma nova mídia, faz com que as outras existentes se adaptem ou se extingam (SCOLARI, 2013).

Tal processo recebe a denominação de convergência, e o resultado é chamado de transmidialidade ou ainda narrativas transmídias. Segundo Scolari (2013), as narrativas transmídia tem o objetivo de extrair o “melhor” de cada mídia. Na prática isso significa que uma história pode começar em um filme e terminar na televisão, ou ainda, uma novela pode

seguir para a internet. A principal característica dessa modalidade é a autossuficiência, já que as histórias podem ser consumidas independentemente da mídia.

Jenkins (2006) foi um dos primeiros a utilizar o conceito de narrativa transmídia. O autor da obra *Cultura da Convergência*, na qual analisou o filme *Matrix* e sua distribuição em diferentes mídias, definiu o termo como:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo (JENKINS, 2009, p. 138).

Utilizar as narrativas transmídias como estratégia para captar o público é uma tentativa da televisão e do jornalismo em especial. Em uma pesquisa recente sobre a aplicação da transmidialidade ao jornalismo, Araújo (2014) conclui que as narrativas transmídias possibilitam o “aprofundamento das narrativas jornalísticas e de suas temáticas e o fazem por meio de uma associação de mídias e plataformas que funciona de modo a superar limites de tempo, espaço e periodicidade de programas ou veículos de comunicação” (ARAÚJO, 2014).

Historicamente, a TV no Brasil é responsável por mudanças significativas no meio político (BECKER, 2005). Depois da instalação e desenvolvimento do sistema de televisão os brasileiros têm um novo olhar em relação aos acontecimentos, sejam eles nacionais, internacionais ou locais. A televisão pode influenciar a opinião, hábitos e costumes da população, mas “ela não determina o que cada um vai fazer ou pensar, não há um cérebro “maquiavélico” por trás de cada emissora procurando doutrinar a massa acrítica” (BUCCI, 2000).

A ideia de que é preciso olhar a televisão não como um meio que pode ser bom ou ruim, mas sim como um meio que pode sofrer mutações, já que é gerida e torna-se realidade a partir de intervenções humanas, é a mais apropriada para se chegar a resultados em pesquisas empíricas desse meio (MACHADO, 2005).

2.2.GÊNERO TELEVISIVO

Neste trabalho partimos do pressuposto de que o jornalismo praticado na e para a televisão é um gênero televisivo. Consideremos gênero o conceito que engloba as características básicas que possuem um determinado grupo. A palavra deriva do latim e significa família ou espécie. Machado (2005, p. 67) chama a atenção para o fato de que nas últimas décadas a ideia de gênero tem “sofrido um questionamento esmagador”. Segundo o autor, isso acontece por que para a crítica estruturalista e mais tarde para o pensamento pós-moderno, essa discussão se tornou por vezes irrelevante.

Blanchot (1959, apud MACHADO, 2005) defendia que o que realmente importava eram as obras na sua individualidade, independente de sua categoria ou classificação. Na mesma linha, Barthes (1998, apud MACHADO, 2005) defendia “o texto em si como uma força subversiva capaz de dissolver todas as espécies de classificação”. Derrida (1980, apud MACHADO, 2005), por sua vez, era mais flexível, mas problematizava a questão do gênero com a ideia de transformação da obra literária.

Essas três concepções trazidas por Machado (2005) tendem a “destronar” as categorias, que segundo o autor permanecem fazendo parte da categoria literatura. Dessa forma, entende-se que tal divisão em categorias é involuntária. Para Machado (2005, p.68), “é o gênero que orienta todo o uso da linguagem no âmbito de um determinado meio, pois é nele que se manifestam as tendências expressivas mais estáveis e mais organizadas da evolução de um meio”.

No caso da televisão, são inúmeros os “eventos audiovisuais” que muitas das vezes se assemelham apenas pelo som e imagem. Cada evento constitui o chamado enunciado.

Os enunciados televisuais são apresentados aos espectadores numa variabilidade praticamente infinita. A rigor, poder-se-ia dizer que cada enunciado concreto é uma singularidade que se apresenta de forma única, mas foi produzido dentro de uma certa esfera de intencionalidades, sob a égide de uma certa economia, com vistas a abarcar um certo campo de acontecimentos, atingir um certo segmento de telespectadores e assim por diante (MACHADO, 2005, p. 70).

Segundo Machado (2005) os gêneros são inúmeros, mutáveis e heterogêneos, fazendo com que um enunciado possa replicar vários gêneros ao mesmo tempo.

Patrick Charaudeau (2007) reflete sobre o conceito como pertencente ao contrato de comunicação, no qual as instâncias de produção e recepção são parceiras de troca e norteadas por acordos pré-estabelecidos. O referido autor define gênero como sendo o resultado do “entrecruzamento das características de um dispositivo, do grau de engajamento do sujeito

que informa e do modo de organização discursivo”. Além disso, o autor cita os desafios que estão presentes na construção de “qualquer” gênero de informação: visibilidade, inteligibilidade e espetacularização.

O desafio da visibilidade faz com que as notícias selecionadas pela instância midiática sejam percebidas o mais imediatamente possível, com que elas possam atrair o olhar ou a atenção e que possam ser reconhecidas simultaneamente em sua distribuição temática. Esse desafio corresponde ao que se costuma chamar de “efeito de anúncio”, indispensável para que se produza a entrada dos Ali Babás, que são os consumidores de notícias na caverna da informação midiática, e cria uma estruturação “sinóptica” do processo evenemencial (CHARAUDEAU, 2007, p. 212).

O desafio da inteligibilidade trabalha na construção de hierarquização das notícias, fazendo com que elas sejam tratadas como relato, comentário ou provocação. Já o desafio da espetacularização trabalha as diferentes encenações das notícias a fim de provocar emoção.

Enquanto Charaudeau (2007) se restringe a desvendar os desafios e características dos gêneros de informação, Machado (2005) se dedica aos gêneros televisivos. Ao afirmar que não é possível saber quantos gêneros televisuais existem, o autor trabalha com sete deles: as formas fundadas no diálogo, as narrativas seriadas, o telejornal, as transmissões ao vivo, a poesia televisual, o videoclipe e outras formas musicais.

Dos gêneros citados, este trabalho se dedica exclusivamente ao telejornal, que para o autor, é o gênero mais “rigidamente codificado” na televisão. Isso por que segundo Machado (2005) a estrutura se repete, exceto as variações locais, como veremos adiante.

Essa repetição de estrutura é chamada de rótulo por François Jost (2010). O autor caracteriza o surgimento do gênero como uma necessidade dos novos (e velhos) programas estarem sempre acompanhados desse rótulo. Isso acontece porque o “sentido global das imagens não se impõe sozinho”, ou seja, é preciso colocar “etiquetas”.

[as etiquetas] vão satisfazer essa incoercível necessidade do espírito humano em tornar conhecido o desconhecido, etiquetas essas que permitem reagrupar um conjunto de emissões dotadas de propriedades comparáveis e que caracterizam o que se convencionou chamar de gênero (JOST, 2010, p. 60).

Para Jost (2010), os gêneros, independente de quantos e da nomeação, estão agrupados por três categorias com maior abrangência, as quais ele chama de mundo: mundo real, mundo fictivo e mundo lúdico.

O primeiro deles não diz respeito exatamente à realidade vivida, mas sim à realidade transmitida pela televisão. Essa realidade seria o recorte da realidade vivida. Quando um gênero faz parte do mundo real, isso não significa apenas que ele não faz parte dos outros mundos, mas significa que o telespectador necessita identificar qual realidade está sendo transmitida. Segundo o autor, esse é o primeiro reflexo do telespectador, identificar se as imagens falam do mundo, independente das características culturais e pessoais do espectador.

Já o mundo fictivo tem como norte a ficção que é o termo mais apropriado para se opor a realidade.

A partir do momento em que se pensa que um relato advém do mundo fictivo, está-se pronto a aceitar acontecimentos nos quais não se acreditariam ser atribuídos ao mundo real: assim, o mesmo telespectador, que se recusa a crer em uma imagem, retirada de uma revista sobre o paranormal que mostra uma criança deslocando um copo somente pelo poder de seu pensamento, pode ser imenso prazer em seguir uma série ou um filme fundado na telequinesia (JOIST, 2010, p. 63).

O mundo lúdico estaria no meio do caminho entre o real e a ficção. O jogo é trazido à televisão por vezes rotulados como entretenimento ou então enquadrados em diversos gêneros. Já que, segundo o autor, todos os gêneros se encaixam em pelo menos um dos mundos.

Dessa forma, o autor conclui que o gênero é uma “interface entre produtores, difusores e telespectadores, via mediadores que são os jornalistas” (JOST, 2010, p. 69). Os gêneros possuem funções estratégicas na televisão e por meio de promessas se definem participantes de um dos três mundos.

A primeira delas é uma promessa ontológica, ou seja, a natureza de cada gênero. No caso do telejornalismo, a promessa ontológica é a informação. A segunda seria a promessa pragmática.

Uma coisa é saber o que é o ao vivo ou a ficção, outra é determinar se esse ou aquele programa é um ao vivo ou uma ficção. Seguidamente, o telespectador não sabe a priori a que gênero uma emissão se liga, seja porque seu formato é novo, seja porque não existe nenhum modo de o saber: por exemplo, nada diferencia a retransmissão de um magazine ao vivo de uma retransmissão de um magazine gravado nas condições de ao vivo e é necessário frequentemente índices extratelevisuais para determinar se se trata de um caso ou de outro (JOST, 2010, p. 71).

A promessa seja ela ontológica ou pragmática é um ato unilateral. O receptor pode não acreditar ou aceitar tal promessa, mas assim que é feita, deve ser cumprida, ou então o telespectador tem o direito de contestá-la.

A construção de um programa por determinada emissora inicia pela construção de mundo, ou seja, pelo seu enquadramento no mundo real, fictivo ou lúdico. Nomeá-los ou fixar etiquetas aos produtos televisivos faz parte de seu ato de comunicação, um dos mais eficazes segundo Jost (2010). Entretanto, os enunciados ou emissões como prefere Jost (2010), fazem parte de mais uma classificação, são os formatos.

Apesar de poder ser confundido com o conceito de gênero, o formato está mais próximo dos detalhes do produto audiovisual. Como mostrado anteriormente, o gênero precisa necessariamente estar ligado a um ou mais de um dos três mundos: ficção, realidade e jogo. Os formatos por sua vez precisam estar vinculados a um gênero.

Essa noção [de formato] se opõe à lógica da oferta: o programa deve ser concebido para responder a uma necessidade de programação ou a um caderno específico de encargos, que constitui, para os produtores, o quadro de demanda. Em segundo lugar, ela supõe que o programa a ser exibido seja caracterizado por uma série de parâmetros ou de tratos estruturais, que permitam aos diferentes sujeitos envolvidos na concepção e na produção refazer indefinidamente um produto reproduzível, isto é, serializável, uma linha de produtos, como dizem certos diretores de unidades de programas (JOST, 2010, p. 78).

No que diz respeito a telerrealidade, o formato define as regras, os cenários, mas pode ser mais flexível. Isso por que pode mudar dependendo dos pontos que desagradam ao público. Essa dependência do público para definições de formatos pode ser explicado pelo fato de que é preciso ter conhecimento sobre ele, já que o que acontece em um telejornal é um processo de mediação.

Essa é a principal característica do gênero telejornal: “uma instituição de mediação simbólica entre determinados eventos e um público de leitores ou espectadores para quem esses eventos podem ser considerados relevantes” (MACHADO, 2005, p. 99).

Para o autor, o telejornal não pode ser pensado como um dispositivo de reflexão ou ainda como um meio que aproxima acontecimentos com o restante do mundo, o telejornal deve ser encarado antes como um efeito de mediação.

Ao menos que nós próprios sejamos os protagonistas, os eventos surgem para nós, espectadores, mediados através de repórteres (literalmente: aqueles que reportam, aqueles que contam o que viram), porta-vozes, testemunhas oculares e toda multidão de sujeitos falantes considerados competentes para construir versões do que acontece (MACHADO, 2005, p. 102).

O jornalismo é sempre uma forma de mediação, já que o acontecimento em forma de notícia é levado ao leitor, espectador ou telespectador por um jornalista, ou seja, um mediador. Entretanto, na televisão esse ato acontece de forma diferente. Machado usa o seguinte exemplo:

No jornal impresso, uma notícia poderia ser apresentada da seguinte forma ao leitor: “Um grave acidente envolvendo um automóvel de passageiros e um caminhão de transporte de mercadorias aconteceu ontem às 18h40 no Km 300 da Rodovia Presidente Dutra, com uma vítima fatal, o motorista do automóvel, Pedro da Silva, e mais duas outras vítimas que se encontram ainda em estado grave no Hospital Público de Taubaté, Maria de Oliveira, passageira do automóvel, e João Xavier, motorista do caminhão. Segundo uma testemunha, o acidente teria sido causado por uma tentativa indevida de ultrapassagem de um ônibus, por parte do caminhão”. Trata-se de um relato seco, impessoal e aparentemente sem marcas de enunciação (parece que ninguém está falando, a não ser talvez o coletivo da redação). Num telejornal “padrão”, essa mesma notícia seria construída de forma muito mais complexa, envolvendo vários enunciadores, diferentes entonações e múltiplos níveis de dramaticidade (MACHADO, 2005, p. 103).

O autor segue mostrando que em um telejornal, provavelmente um dos repórteres da emissora estaria ao vivo do local do acidente entrevistando testemunhas que presenciaram o acidente. Como também uma outra repórter poderia fazer uma participação ao vivo ou então gravar uma reportagem no hospital, entrevistando o médico que atendeu a ocorrência. É possível perceber que enquanto no jornal impresso não haveria marcas enunciativas e o foco seria em uma voz impessoal, no telejornal pelo menos cinco sujeitos falantes apareceriam.

Tecnicamente falando, um telejornal é composto de uma mistura de distintas fontes de imagem e som: gravações em fita, filmes, material de arquivo, fotografia, gráficos, mapas, textos, além de locução, música e ruídos. Mas, acima de tudo e fundamentalmente, o telejornal consiste de tomadas em primeiro plano enfocando pessoas que falam diretamente para a câmera (posição stand-up), sejam elas jornalistas ou protagonistas: apresentadores, âncoras, correspondentes, repórteres, entrevistados, etc. (MACHADO, 2005, p. 104).

A estrutura básica do telejornal é então a variação de vozes. Corroborando com Machado, Charaudeau (2007) acredita ser o discurso personalizado o diferencial do telejornal como gênero televisivo. Para ele, o telejornal é o “gênero que integra o maior número de formas televisuais, como: anúncios, reportagens, resultados de pesquisas e de investigações, entrevistas, minidebates, análises de especialistas etc.” O diferencial do telejornal quando comparado aos demais gêneros é o propósito e a construção da identidade dos parceiros e de suas relações.

O *propósito* é marcado pela atualidade, voltado para os acontecimentos do dia que são notícia, apresentados numa espécie de cardápio do que se terá para mastigar, seja bom ou mau. Espera-se do telejornal um recorte do mundo evenemencial em pequenos pedaços, recorte que mostraria o que ocorreu no espaço público, durante uma unidade de tempo – o cotidiano – a qual seria a mesma para todos os telespectadores (CHARAUDEAU, 2007, p. 228).

Quanto à identidade dos parceiros, o autor explica que na encenação do telejornal o apresentador desempenha duas funções principais. A primeira delas é exercer a mediação entre o mundo referencial e o telespectador, através da introdução das notícias e do direcionamento oferecido ao telespectador. Além de ser o responsável por organizar as transmissões chamando os correspondentes, introduzindo e finalizando uma reportagem.

A segunda função é mediar a materialização do mundo midiático. No caso da televisão, essa materialização é o estúdio onde o apresentador está. Tal mediação acontece por meio do contato estabelecido entre apresentador e telespectador desde a abertura quando são feitas saudações até a finalização do programa.

Essa relação, entretanto, nem sempre existiu. Assim como as características da televisão sofreram mutações ao longo dos anos chegando a era da convergência, o telejornal enquanto gênero televisivo também passou por mudanças. O próximo item resgata a história do telejornalismo brasileiro tratando dessa metamorfose.

2.3 TELEJORNALISMO: “A NOVA PRAÇA PÚBLICA”

O título desse item é uma alusão ao livro organizado por Vizeu, Porcello e Mota (2006) que trata o telejornalismo como sendo um lugar de encontro, “um lugar central na vida dos brasileiros”. A importância conquistada pelo telejornalismo no Brasil pode ser comprovada com dados de diversas pesquisas, uma delas, encomendada pela Secretaria de Comunicação do Governo Federal em 2015⁶, mostra que os brasileiros assistem televisão em média mais de quatro horas por dia. A maioria deles, 79%, usam para se informar, 67% para o entretenimento e 11% afirmam que a televisão é uma companhia.

O papel e a importância do telejornalismo merecem destaque nesse trabalho. No Brasil, o primeiro telejornal foi ao ar em 19 de setembro de 1950. Um dia depois que a primeira emissora de TV foi oficializada no Brasil, a *PRF-3 Difusora*, mais tarde *TV Tupi de*

⁶ Pesquisa disponível em: <http://www.secom.gov.br/>

São Paulo. O jornal *Imagens do Dia* era exibido entre 21h30 e 22h, com locução em *off* de texto em formato radiofônico, seguindo os padrões norte-americanos. Herdeira do rádio, a televisão tem como base o discurso oral e “faz da palavra a sua matéria-prima” (MACHADO, 2005, p. 71).

Três anos mais tarde, entrou no ar um dos telejornais de maior sucesso da televisão brasileira: *O Repórter Esso*. Nesse período o texto se tornava mais objetivo e o apresentador era enquadrado no plano americano, além de ter horário fixo para entrar no ar, às 20h. Logo depois o telejornalismo brasileiro recebeu o primeiro noticiário vespertino e o primeiro repórter de vídeo foi lançado. Em 1962, estreou na *TV Escelsior* do Rio de Janeiro o *Jornal da Vanguarda*, retirado do ar pela censura seis anos depois. Criado pelo jornalista Fernando Barbosa Lima, o noticiário trazia locutores, como Cid Moreira e comentaristas em um modelo dinâmico e bastante diferente do jornalismo radiofônico.

As alterações nos formatos de enunciação foram aprimoradas com a possibilidade de transmissão ao vivo. No dia 1º de setembro de 1969 entra no ar o *Jornal Nacional*. O programa da Rede Globo foi o pioneiro em apresentar reportagens em cores e ao vivo via satélite para todo o Brasil. Outro marco importante na história do telejornalismo é o surgimento do Âncora – o jornalista que apresenta e comenta as matérias de um noticiário. O *TJ Brasil*, entrou no ar em 4 de setembro de 1988 pelo SBT e trazia como âncora Bóris Casoy.

Esses aspectos intrínsecos ao telejornalismo brasileiro são uma junção do modelo norte americano de se fazer jornalismo de televisão e das características do rádio. Grande parte dos enunciadore, apresentadore e jornalista migraram do rádio para a televisão, já que no país ainda não haviam profissionais qualificados e designados para o meio. O telejornal como conhecemos atualmente traz características primárias como por exemplo a indicação da origem das imagens e a identificação das vozes, com a colocação do que chamamos de GC⁷.

Raymond Willians observa que a identificação da voz foi introduzida, no rádio e na televisão, por ocasião da Segunda Guerra Mundial, como medida de segurança para a eventualidade de uma invasão ou captura de emissoras. De lá para cá, a identificação do pessoal da televisão foi ficando cada vez mais marcada, a ponto de chegar, com o modelo norte-americano de telejornal, a constituir uma regra (MACHADO, 2005, p. 106).

7

Gerador de Caracteres.

As características e o percurso histórico que constituem o telejornalismo brasileiro abrem espaço para o debate acerca de sua função e da ideia do senso comum de que um dos papéis é dar transparência aos assuntos e acontecimentos identificados em nossa realidade. Entretanto, mais do que “transportar” conteúdos, o jornalismo praticado na televisão tem a função de “constituir e conformar o espaço público” (BUCCI, 2004, p. 30).

A epígrafe que abre esse capítulo traz o pensamento de Bucci (2004), que diz que o Brasil desapareceria caso a televisão fosse retirada do país. Essa afirmação faz parte da defesa do autor de que a televisão é um espaço público. O autor acredita que a TV não “mostra lugares”, mas que “é um lugar em si”. Para ele, “Assim é o lugar da TV: um lugar ubíquo, que a tudo abrange. Ao mesmo tempo, é um lugar que não está em lugar algum” (BUCCI, 2004, p. 35).

Ao mesmo tempo em que o espaço deixa de ser relacional, o tempo também deixa de ser “cronológico”. Especialmente nos noticiários de televisão, os acontecimentos estão em frequente transição, como se estivessem sempre acontecendo no “gerúndio”. “O tempo da TV é um tempo sem passado, sem futuro. O passado, quando emerge, emerge como presente. O futuro, quando vem à tela a pretexto de uma previsão qualquer” (BUCCI, 2004, p. 35).

Nessa perspectiva de que a televisão “é um lugar em si” e o tempo “encerra um outro tempo”, a transmissão de conteúdos, informações e acontecimentos como sendo um retrato fidedigno da realidade se desmancha. Isso acontece principalmente na distinção ou não distinção da realidade e ficção. Essa realidade construída e exibida na televisão pode ser em recortes, ou seja, enquadramentos ou escolhas da produção e veiculados nos noticiários, ou uma produção fictícia, exibida nas novelas.

Assim como a televisão conquistou e se mantém em um lugar central na vida dos brasileiros, o telejornal exerce uma função ainda maior: um lugar de referência (VIZEU E CORREIA, 2008).

A hipótese parte do pressuposto de que o telejornal além de ser um mediador entre os acontecimentos do mundo e a sociedade, ocupa um lugar “semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo”. O conceito proposto por Vizeu e Correia (2008, p. 12) nasce de uma pesquisa inicial que o considerava como lugar de segurança. A essa ideia se referia o fato de que os noticiários televisivos “contribuem para tranquilizar e dar segurança para as pessoas no cotidiano das sociedades complexas”.

Entretanto, parece ingênuo considerar que o telejornal exerce tal função, já que o cotidiano envolve outros sentimentos, como o de insegurança. O senso comum costuma falar que os telejornais mostram mais “fatos ruins” do que “coisas boas” e nessa perspectiva

considerá-lo como lugar de referência é mais plausível. Na defesa desta hipótese, os autores dividem o arcabouço teórico em três momentos: organização do mundo, o conhecimento do telejornalismo e a produção do conhecimento.

A ideia de que o jornalismo transmite a partir dos noticiários o mundo como ele realmente é já não encontra mais refúgio nas pesquisas sobre o tema. Importante ressaltar que o processo de produção da notícia depende de vários fatores e passa por vários “olhos” para chegar à exibição. Neste momento, a reflexão fica por conta do modo como o telejornalismo ocupa um lugar central na construção e organização da realidade social. “A mídia hoje é essencial para a vida em sociedade. Os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Dessa forma contribuem para uma organização do mundo circundante” (VIZEU, 2008, p. 7).

A organização do mundo por meio dos telejornais acontece a partir do exercício profissional do jornalismo, ou seja, da mediação estabelecida entre o mundo e a sociedade. Essa mediação acontece principalmente através das imagens e da forma como foi captada. Os enquadramentos e a escolha das imagens que irão para o ar são uma forma de organizar a realidade social. Desde a ordem das informações veiculadas até a escolha do que é ou não notícia fazem parte desse processo de organização. Nessa linha de pensamento, os autores consideram a notícia também como uma forma de conhecimento. “Se a notícia televisiva contribui para a construção da realidade social, é possível se afirmar que a informação noticiosa é uma forma de conhecimento. Mas que tipo de conhecimento? [...] Não há notícia sem conhecimento” (VIZEU e CORREIA, 2008, p. 15).

Sobre conhecimento faz-se necessário trazer a concepção de dois tipos: o *conhecimento de* e o *conhecimento acerca de*. O primeiro se refere ao “conhecimento que adquirimos no curso dos nossos encontros pessoais e de primeira mão do mundo que nos rodeia”. Já o segundo se refere a algo mais exato. O conhecimento acerca de é formal. Dessa forma, é possível afirmar que a notícia como conhecimento se refere ao “conhecimento de” e o outro ficaria a cargo da ciência. Já que essa última trabalha com hipóteses e o jornalismo com as “aparências do mundo” (VIZEU e CORREIA, 2008, p. 15).

O conhecimento do jornalismo é sustentado pelo contexto da práxis, ou seja, por meio da ação ou conduta. No caso no telejornalismo, a notícia como conhecimento é resultado da conduta profissional em relação ao fato. Ao mesmo tempo em que o produtor da notícia precisa “molhar-se pela realidade”, é necessário também “tomar distância dos fatos”. Nessa perspectiva, a eficácia da atividade jornalística e o conhecimento do jornalismo se encontram

ao que Freire (1995) colocava como a capacidade de abrir a alma da cultura, de aprender a racionalidade da experiência por meio de caminhos múltiplos, deixando-se molhar, ensopar das águas culturais e históricas dos indivíduos envolvidos na experiência. É na dimensão crítica do conhecimento jornalístico, num imbricamento entre teoria e prática (VIZEU, CORREIRA, 2008, p. 18).

A função do telejornalismo como forma de conhecimento seria então: a) informar a sociedade e b) pedagógica. Essa última acontece quando o enunciador se relaciona com o telespectador de forma a ensiná-lo algo sobre alguma coisa ou alguém. Os jornalistas são vistos como enunciadores pedagógicos, “que pré-ordena[m] o universo do discurso visando ao leitor, que procura orientar, responder-lhe às questões, em suma informar” (VÉRON, apud VIZEU, CORREIA, 2008, p. 19).

Quanto à produção de conhecimento no telejornalismo, os autores explicam que esse processo se dá por meio de cinco operações ou construções jornalísticas as quais, segundo os autores, produzem a construção do real. São elas: de atualidade, de objetividade, de interpelação, de leitura e operadores didáticos.

A atualidade, diz respeito ao tempo do telejornal, não ao tempo de fato, mas um tempo abstrato. Por exemplo, “mesmo um evento transmitido ao vivo em *tempo real*, se submete ao tempo e à formatação do telejornal: há um recorte sobre a realidade (pelo plano da tomada, pela forma de enquadramento, etc).”

As “operações/construções de objetividade” se referem a tentativa de escrever e falar um discurso realista. A objetividade está relacionada com a divisão entre comentários e notícias, fazendo com que o jornalismo tenha como foco traduzir o fato como ele ocorreu e garantir a veracidade dos acontecimentos.

O jornalista, produtor do *discurso realista*, situa-se no mesmo plano do *artista realista* que para Barthes (2000) nunca identifica a origem do seu discurso com a realidade, mas, sempre e somente, tão longe, quanto se possa ir, com um real já escrito, com um código prospectivo, ao longo do qual, a perder de vista, nada mais se pode encontrar do que um conjunto de cópias. Quando confrontado com seu conceito de *verdade* o jornalista reage como o artista plástico que não faz mais nada do que citar o código supremo, fundado de todo o real e que é a arte, de onde derivam as *verdades* e as evidências. Tal como o artista plástico, o jornalista é infalível não pela segurança das suas *performances*, mas pela autoridade da sua competência; é ele quem conhece o código, a origem, o fundamento, e quem se assume, assim, como assegura, testemunha e autor da realidade (VIZEU, 2008. P. 23).

O operador de interpelação está relacionado com a forma como o enunciador se dirige ao público, por exemplo, quando o apresentador usa o pronome pessoal “nós”, convidando o telespectador a fazer parte do programa. Vizeu e Correia (2008) definem as construções de leitura da seguinte forma:

[...] no âmbito do discurso não podemos falar em passividade da audiência, pois ela é *acionada* a efetuar *percursos* no interior desse campo, fazendo *elos associativos* com base nos investimentos dos seus próprios saberes e também na pressuposição de que a produção faz ao valer-se da noção de que o coenunciador(telespectador) já sabe sobre aquilo que lhe é dito (VIZEU, CORREIA, 2008, p. 24).

O quinto e último operador é o didático. Tido também como uma das funções do telejornalismo, essa “preocupação didática com relação a audiência” se deve ao fato de que um dos desafios da atividade é traduzir as informações técnicas.

Nessa perspectiva é que se pode afirmar que o telejornalismo é um lugar de referência para a sociedade brasileira. Portanto, segue-se com a ideia de que o jornalismo praticado em televisão deve seguir as normas e características que norteiam o jornalismo em si. Mesmo que dessa maneira se crie margem para outra discussão relacionada às características do jornalismo e as críticas em relação a manipulação e escolha de assuntos que entram ou não em pauta.

2.4 UM OLHAR SOBRE O LOCAL

Os itens anteriores possibilitaram compreender como a televisão se instalou no Brasil e o seu percurso histórico, bem como o histórico do telejornalismo no país. O momento agora é de focar nas questões que envolvem o telejornalismo local, entendido neste trabalho como sendo um subgênero televisivo, fazendo parte tanto do gênero telejornal como também do gênero informação.

O surgimento do telejornalismo local está associado ao desejo concretizado de unir o país através da televisão que se transformou anos mais tarde em torná-la também regional. A televisão que ganhou espaço nacional, onde telespectadores do sul do país poderiam compartilhar dos mesmos momentos com telespectadores do norte, por exemplo, foi a mesma que sentiu a necessidade de se tornar também local, de mostrar e transmitir não só o que aconteciam nas grandes metrópoles, mas também o que se passava nas proximidades de onde determinado público estava (VIZEU, 2008).

A união do país através das redes de televisão atendia a interesses do governo militar e do mercado publicitário, na época. Porém, através de contratos de afiliação, emissoras distribuídas no Brasil se uniam à redes nacionais como aconteceu com a Rede Brasil Sul de Televisão (RBS TV), onde é transmitido o programa jornalístico *corpus* dessa pesquisa.

Essa é uma das características da televisão brasileira que a partir da distribuição em redes, seguindo o modelo norte americano, exhibe uma programação conjunta. Em uma pesquisa sobre a notícia exibida em rede, Klein (2013) afirma que a televisão em rede criou um novo formato de recepção, produção e administração.

Do ponto de vista da recepção, a televisão em rede permitiu, em alguns momentos históricos, que os brasileiros pudessem ver um mesmo canal, uma mesma emissora e um mesmo programa, obtendo altíssimos índices de audiência.. Do ponto de vista da produção, o centro do país, eixo Rio de Janeiro-São Paulo, passou a dominar a produção da programação televisiva. Contudo, do ponto de vista das concessões, acentuou-se muito cedo a concentração da televisão brasileira em mãos de poucos concessionários, mesmo quando esses canais tinham endereços afastados dos grandes centros urbanos (KLEIN, 2013, p. 15).

Essas emissoras afiliadas veiculam programação nacional, bem como produzem conteúdo local, em horário previamente contratado. Geralmente a produção realizada pelas emissoras tem caráter jornalístico (COUTINHO, 2008). A exibição de programas locais é garantida por lei desde a implantação da Constituição de 1988. O artigo 221⁸ que se refere a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão diz que as mesmas devem atender ao princípio de “regionalização da produção cultural, artística e jornalística”.

Sobre a questão local, Coutinho (2008) traz as contribuições do sociólogo francês Alain Bourdin. Para o autor, no espaço local há a valorização do encontro, da proximidade e da existência de afinidades e especificidades sociais e culturais. Coutinho, que estuda a questão da identidade no telejornalismo local, destaca a primeira interrogação feita pelo autor no que se refere a constituição do local:

O vínculo e a identidade social seriam fundamentados em três grandes dimensões: 1) a complementaridade e a troca; 2) o sentimento de pertença à

⁸ Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

humanidade e 3) o compartilhamento de uma mesma cotidianidade a partir do fato da vivência comum. Nessa perspectiva de partilha de experiências, “[...] a proximidade surge então como produtora de vínculo social” (BOURDIN, 2001:28), e seria através desse processo que, de acordo com o autor, se desenvolveriam as ilusões e paixões de identidade local. Valorizado pela vulgata localista, “o local oferece uma resposta que privilegia a diversidade, as diferenças, a multiplicidade das escalas e a força das pequenas unidades” (2001:29) (COUTINHO, 2008, p. 97).

No novo milênio a televisão começou a ganhar novas características, entre elas a regionalização da produção e também da transmissão dos telejornais. De forma geral, os programas de notícias no âmbito local

dão pistas de que a realidade é socialmente construída, e a que a mesma varia de acordo com linguagem empregada, a tematização dos problemas na agenda pública, na tipificação de personagens que compõem as matérias e por meio da cambiante relação discursiva que as emissoras tentam manter com seu público ao longo de cada edição e ao longo do próprio tempo (MATA, 2011, p. 67).

Contato (2014, p. 56) defende que a valorização da notícia local faz com que o público se identifique com o que é exibido: “Na tentativa de retomar a audiência perdida para os novos meios, principalmente internet e telefonia móvel, as emissoras testam formatos e começam a perceber que a televisão funciona, ainda hoje, como promotora de identificação social.”

É nessa perspectiva que as contribuições de Bourdin (2001, apud Coutinho, 2008) se encontram com o telejornalismo. É por meio da construção de um território local por parte da televisão que é possível falar em pertencimento e representação do público. Dessa forma, mostrar o que acontece na cidade e no bairro foi também uma necessidade que fez com que o telejornalismo de televisão se tornasse também local. Nesse sentido, Gomes (2006) afirma que o telejornalismo local passa a ter papel fundamental na intermediação entre telespectador e o que é notícia na cidade.

Se a mídia nos insere neste espaço público, influenciando nosso sentimento de pertencimento, podemos aferir que quando as notícias se referem ao local em que moramos, à nossa cidade, esta mediação se torna mais estreita, pois o lugar do qual se fala é também o lugar em que o receptor está (GOMES, 2006, p. 3).

O telejornalismo local seria então o mediador entre o receptor e a cidade. Na linha contrária ao telejornalismo nacional, que se restringe a noticiar fatos de interesse de toda uma

nação, a localidade do telejornal proporciona aos telespectadores a proximidade com as informações, através deles cidadãos compartilham de momentos e de histórias de pessoas que vivem problemas semelhantes (MARTINS, 2008). Na mesma linha do nacional, o local também convive com a “pressão mercadológica, a cobrança social e os padrões de qualidade são os mesmos que permeiam os padrões do telejornalismo nacional. As possibilidades de produção, porém, são muito diferentes nos âmbitos local e nacional” (CAVENAGHI, 2013, p. 37).

Entre as características que podem ser percebidas do telejornalismo local está a proximidade com o público e a tendência do jornalismo de televisão local se tornar um prestador de serviço. Os telejornais, locais e nacionais, estão disponibilizados na grade de programação em lugares estratégicos. Eles vendem credibilidade e atraem investimentos.

Ao representar os fatos sociais, constituem a realidade social e intervêm na expressão das identidades nacionais. Produzem um território simbólico de tamanho poder que ganhou, nas reflexões críticas sobre as mediações dos meios, o conceito de telerrealidade; um poder também comprovado financeiramente, apontando para os noticiários um surpreendente valor comercial (BECKER, 2005, p. 55).

Seguindo a tendência nacional, os telejornais locais se utilizam cada vez mais de artefatos tecnológicos para se aproximar da audiência. Seja através de e-mails, redes sociais online, com o envio de sugestões de pautas, vídeos e fotografias de flagrantes e problemas encontrados no dia a dia, o público encontra maneiras diversas de entrar em contato com o telejornal com o objetivo de ser ouvido.

Podemos considerar que a sociedade ainda é apontada como uma vítima da realidade social cotidiana, que precisa contar com os noticiários para conquistar seus direitos de cidadão. Os depoimentos populares que constituem a narrativa dos telejornais revelam uma efetiva carência de amparo e assistência a população pelos poderes públicos. Mas, ao mesmo tempo, essas vozes não são valorizadas, ao contrário, são condicionadas a um lugar social sem a devida capacidade de autoria, porque, os cidadãos comuns não aparecerem pelo o que são e sabem, sempre reafirmam o que não são ou o que não sabem (BECKER, 2007, p. 186).

O telejornalismo local tem sido, então, organizador e tem pautado as conversas do cotidiano, além de ocupar o lugar de mediador entre o poder público e as necessidades ou reivindicações da comunidade onde está inserido. Essa é uma das convicções nas quais esse trabalho se ancora. Faz parte dessa pesquisa compreender também a maneira como telejornalismo local se porta perante seu público. Portanto, é necessário conhecer a história do

telejornalismo local em Joinville, priorizando a instalação e evolução da RBS TV, emissora onde é exibido o quadro corpus desta pesquisa.

2.4.1 Telejornalismo local em Joinville, um panorama histórico

Joinville, localizada no norte de Santa Catarina é a cidade mais populosa do Estado. A cidade possui sete emissoras de televisão, quatro afiliadas de redes nacionais, RBS TV do Grupo RBS, afiliado à Globo; Ric Record do Grupo Ric, afiliado à Record; SBT SC, afiliado ao SBT Nacional e Band SC, afiliado à Rede Bandeirantes. Além da TV Cidade transmitida em canal pago e duas TV's comunitárias, a TV Brasil Esperança e TV Babitonga.

Das emissoras afiliadas a redes nacionais, duas tem sinal local para região de Joinville (englobando 20 municípios da região, totalizando mais de um milhão de habitantes). A RBS TV dispõe de 50 minutos (de segunda a sábado) pra programação local, tendo como programa o Jornal do Almoço. A Ric Record dispõe de cerca de duas horas e trinta minutos (de segunda à sábado) para produção local, sendo que o telejornal Meio Dia é produzido pela própria emissora.

O quadro JA nos Bairros, objeto empírico dessa pesquisa é exibido no telejornal Jornal do Almoço, transmitido pela RBS TV Joinville. Segundo informações contidas no site da emissora, a RBS TV, pertencente o Grupo RBS é “a maior rede regional de TV do país”. Possui 18 emissoras espalhadas pelos Estados vizinhos Rio Grande do Sul e Santa Catarina, atingindo 16 milhões de expectadores, abrangendo 790 municípios.

Em Joinville, a implantação da RBS TV aconteceu na década de 70, época em que a cidade já era a mais desenvolvida do Estado. Em uma pesquisa sobre a história da emissora no Estado de Santa Catarina, a pesquisadora Dulce Marcia Cruz (1996) conta em seu livro *Televisão e Negócio: a RBS em Santa Catarina*, que a cidade recebia sinal da TV Coligas, de Blumenau e dos canais 4,6 e 12 de Curitiba. Entretanto, a elite tinha o desejo de ter um canal próprio da cidade e em 1973 fundou a Companhia Catarinense de Rádio e Televisão (CCRTV). A companhia era formada por 160 sócios, em sua maioria empresários e políticos locais.

A CCRTV fez o pedido de abertura de concorrência para abertura de um canal de TV ao governo federal, participou e venceu. Só que não conseguiu cumprir o prazo de dois anos para inauguração do serviço e viu na RBS TV de Florianópolis uma solução.

Como não teve condições de entrar no ar dentro do prazo, fez um acordo operacional com a RBS, recém inaugurada em Florianópolis, para retransmitir a programação da Globo. Nesse sentido, no dia 14/05/1979, a CCRTV enviou uma carta ao Dentel avisando que entraria em cadeia com a Rede Gaúcha Zero Hora, integrando a Rede Catarinense de Televisão (CRUZ, 1996, p. 69).

Meses depois, o Dentel emitiu um laudo afirmando que a CCRTV não tinha condições de operar sem a parceria com a RBS TV, só que o acordo não estava legalizado. Depois do pedido de legalização, a sede nacional do Dentel legalizou a situação e no dia 23 de agosto de 1979, Nelson Sirotsky, proprietário da RBS TV recebeu a licença de radiodifusão válida por 15 anos.

A implantação da RBS TV em Joinville e nas demais cidades do Estado onde há sinal local, bem como as outras emissoras espalhadas pelos Estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul fazem parte da história da família Sirotsky. Segundo Cruz (1996), a união entre o nacional e o regional é visto como modelo de sucesso: a network de bombachas.

A história da Rede Brasil Sul não pode ser separada da biografia de seu fundador, Maurício Sirotsky Sobrinho. Sua carreira, como a de muitos radiodifusores da época, tem início como locutor de rádio na cidade natal, Passo Fundo, interior do Rio Grande do Sul, em 1939. Logo aos 13 anos, conseguiu um emprego no Serviço de Autofalantes Sonora Guarany, uma espécie de “rádio-poste”, pioneiro na cidade. Ali lançou, com sucesso, o primeiro programa de calouros em serviço de auto-falantes e como naquela época o locutor também era um vendedor, ele mesmo conta que passou a se interessar pela angariação de anúncios, marcando nova etapa em sua vida profissional (CRUZ, 1996, p. 39).

De locutor a proprietário de um dos maiores impérios da comunicação do país. Mauricio Sirotsky Sobrinho realizou seu primeiro grande negócio em 1957, quando comprou com outros sócios a Rádio Gaúcha. Depois disso veio à aquisição da TV Gaúcha. Atualmente a RBS TV é a maior rede regional de televisão do Brasil, de acordo com informações do endereço eletrônico do Grupo RBS.

Mauricio Sirotsky foi pioneiro também na implantação de uma rede de televisão, colocando a transmissão do sinal da emissora em vários pontos do Estado, se aproximando da comunidade, do telespectador e dos anunciantes. Não deixando de lado a retransmissão da programação nacional da afiliada Rede Globo, que tinha como estratégia justamente isso: se filiar a emissoras regionais e investir na consolidação da rede através das afiliadas e na configuração Padrão de Qualidade.

A comunicação foi tida de fato como um negócio por Sirotsky. “Sabemos todos que a comunicação não pode ser apenas um negócio. Mas ela precisa ser um negócio também, ela precisa perseguir os lucros para sobreviver, senão ela não se fortalecerá,” afirmou Sirotsky à Cruz (1996).

Em 1970, Maurício e Jaime Sirotsky assumem a gestão do jornal Zero Hora. Até o final dessa década, a família tinha a detenção de 10 estações de TV, cinco emissoras de rádio, um jornal, uma editora e uma gráfica. Nascia a Rede Brasil Sul de Comunicações. A história contada por Dulce Márcia Cruz buscar comprovar que a tentativa de se criar uma identidade local e aproximar o público são marcas do grupo gaúcho que em 1º de maio de 1979 chegou para conquistar também os catarinenses.

A manchete de capa do jornal *O Estado de Santa Catarina* desse dia anunciava a novidade: “No ar, o nosso abraço.” Até 1982 já eram quatro emissoras no Estado, na capital, onde iniciou a trajetória, em Joinville, Blumenau e Chapecó.

Schirmer (2002) afirma em seu livro *RBS: Da voz-do-poste à multimídia*, que umas das principais marcas da Rede Brasil Sul de Comunicações sempre foi o jornalismo. O primeiro telejornal local da emissora entrou no ar em 1972, no Rio Grande do Sul, o *Jornal do Almoço*. Em Santa Catarina, este noticiário entrou no ar junto com a TV Catarinense, em 1979.

O breve relato histórico da emissora exposto nesse item, junto das contribuições expostas neste capítulo, servirá de base para analisar o modo como o telejornalismo local representa a identidade de seu público e conseqüentemente como colabora com a sua construção. Para tanto, se faz necessário refletir sobre as questões acerca do conceito de identidade, bem como os de cultura e globalização. Questões estas que serão abordadas no capítulo seguinte.

As identidades são as posições que o sujeito é obrigado a assumir, embora sabendo, sempre, que elas são representações, que a representação é sempre construída ao longo de uma falta, ao longo de uma divisão, a partir do lugar do Outro e que, assim, elas não podem, nunca, ser ajustadas – idênticas – aos processos de sujeito que são nelas investidos.

Stuart Hall

3. CULTURA, GLOBALIZAÇÃO E IDENTIDADE

O capítulo anterior deu início a construção teórica dessa dissertação que tem por objetivo compreender como o telejornalismo local representa e/ou constrói a identidade de seus telespectadores. O contexto histórico se fez útil para entender as transformações que aconteceram ao longo dos anos na televisão brasileira e principalmente no telejornalismo. Entendido como um subgênero televisivo, o telejornalismo local exerce papel de prestador de serviço (BECKER, 2005) e é tido como um lugar de referência para quem o assiste (VIZEU, 2008).

Dessa forma, se faz necessário compreender também como esse processo midiático no qual a televisão está inserida se relaciona com o processo social e cultural. Neste capítulo, os conceitos de cultura, globalização, hegemonia e contra-hegemonia serão trabalhados a fim de dar suporte para o debate sobre o conceito de identidade, bem como o de estereótipos.

3.1 O LUGAR DA CULTURA

Pensar que a cultura tenha um local, como no título da obra que faz parte do tensionamento conceitual proposto neste capítulo, seria ingênuo. Homi Bhabha (2014) logo na introdução de seu livro “O Local da Cultura” utiliza o termo “locais” pois não trata de apenas uma cultura, mas de várias, de uma diversidade cultural que não está em apenas um lugar. Na atualidade, a questão cultural está na esfera do além e a moda de usar o prefixo pós (pós-modernismo, pós-colonialismo, pós-feminismo) é característica desse tempo em que se vive em uma “tenebrosa sensação de sobrevivência”. Essa sobrevivência é característica das identidades híbridas que podem ser impostas por questões culturais, como a tradição e diversidade cultural.

O autor sugere que é necessário trabalhar o termo “diferença cultural” para definir o afastamento das singularidades de classe e gênero, por exemplo, no que diz respeito à subjetivação das identidades. Ainda que não proponha uma definição única concreta para o conceito de cultura, suas contribuições se tornam imprescindíveis no entendimento do papel da cultura.

O conceito de cultura existe há pelo menos dois séculos. Para entender seu significado buscou-se nas contribuições das ciências sociais, especialmente nos escritos de Denys Cuche (1996), respostas para tais questionamentos.

O autor busca definir o conceito a partir da constituição da gênese da palavra “cultura”, em suas concepções francesa e alemã. Segundo Cuche (1996), na França, a palavra cultura significava “cuidado dispensado ao campo ou ao gado”. No começo do século XVI ela passou a ser considerada uma ação, ou seja, o ato de cultivar a terra.

Logo na metade do século, o sentido da palavra evolui e ela começa a ser considerada como algo que pode ser desenvolvido. Entretanto, é só no século XVIII, que a palavra cultura entra para o *Dicionário da Academia Francesa (edição de 1718)* com o significado figurado e quase sempre seguido de um complemento: cultura das artes, por exemplo.

Ainda no século XVII, o seu uso é sempre no singular, “o que reflete o universalismo e o humanismo dos filósofos: a cultura é própria do homem (com maiúscula), além de toda distinção de povos ou de classes” (CUCHE, 1996, p. 21). Essa concepção faz parte da ideia iluminista de progresso. Neste momento, a definição de cultura se aproxima da palavra civilização.

A palavra civilização é ainda mais usada pelos franceses do que cultura. Para os franceses, segundo Cuche (1996), enquanto cultura estava relacionada aos “progressos individuais”, civilização relacionava-se com “progressos coletivos”.

A civilização é então definida como um processo de melhoria das, instituições, da legislação, da educação. A civilização é um movimento longe de estar acabado, que é preciso apoiar e que afeta a sociedade como um todo, começando pelo Estado, que deve se liberar de tudo o que é ainda irracional em seu funcionamento. Finalmente, a civilização pode e deve se estender a todos os povos que compõe a humanidade (CUCHE, 1996, p 22).

Enquanto os franceses preferem utilizar o conceito de civilização para transmitir a ideia de progresso, os alemães emprestam ou se apropriam do conceito de cultura para designar tudo aquilo que “contribui para o enriquecimento intelectual e espiritual”. “A cultura se opõe então à civilização como a profundidade se opõe à superficialidade” (CUCHE, 1996, p. 25). Ao contrário dos franceses, a burguesia e a aristocracia alemã não tinham laços estreitos, resultando na forma como a burguesia fez uso do conceito de cultura. Para os intelectuais que pensavam a burguesia alemã, era um erro dos príncipes governantes de Estados alemães abandonarem as artes e a literatura como forma de cultura e “consagrar” e imitar os atos civilizados da corte francesa.

A antítese dos conceitos de cultura e civilização, pouco a pouco, se desloca da oposição social para a nacional.

A idéia alemã de cultura evolui então pouco no século XIX sob a influência do nacionalismo. Ela se liga cada vez mais ao conceito de "nação". A cultura vem da alma, do gênio de um povo. A nação cultural precede e chama a nação política. A cultura aparece como um conjunto de conquistas artísticas, intelectuais e morais que constituem o patrimônio de uma nação, considerado como adquirido definitivamente e fundador de sua unidade (CUCHE, 1996, p. 28).

Na França, ao longo do século XIX, cultura ganha uma dimensão coletiva e por vezes é sinônimo de civilização. Esse debate franco-alemão que inicia no século XVIII e segue até o século XX é paradigma das duas concepções de cultura, uma particularista e outra universalista, que fazem parte da definição do conceito nas ciências sociais contemporâneas (CUCHE, 1996).

A primeira definição etnológica de cultura é uma concepção universalista feita pelo antropólogo Edward Tylor:

Cultura e civilização, tomadas em seu sentido etnológico mais vasto, são um conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e as outras capacidades ou hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro da sociedade (TYLOR, apud CUCHE, 1996, p. 35).

Essa descrição, segundo Cuche (1996), é simples e precisa ser comentada. Uma vez que, se para Tylor a cultura é adquirida e não depende da hereditariedade biológica, o seu caráter e origem são inconscientes. No caminho contrário dele, o antropólogo Franz Boas tinha uma definição particularista para cultura, ou, para as culturas, como ele preferia chamar. “Toda a obra de Boas é uma tentativa de pensar a diferença. Para ele, a diferença fundamental entre os grupos humanos é de ordem cultural e não racial” (CUCHE, 1996, p. 40).

O antropólogo Clifford Geertz (1989) traz um pensamento de Max Weber para explicar o que é cultura. O conceito defendido é semiótico, afirma o autor:

[...] o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado. É justamente uma explicação que eu procuro, ao construir expressões sociais enigmáticas na sua superfície (GEERTZ, 1989, 4).

Para o autor, cultura é um fenômeno social e a sua transmissão acontece por meio de seus atores sociais. Ela é pública e os criadores do que ele chama de teia não são passíveis de

identificação. Geertz (1989) sugere ainda que a cultura enquanto estrutura é fundamental para compreender conflitos entre grupos heterogêneos.

3.1.1 Estudos culturais

Apesar do conceito de cultura existir há pelo menos dois séculos, a tentativa de compreender e analisar a cultura como tendo papel central na sociedade iniciou após a publicação de alguns textos que “elevaram a cultura a uma dimensão sem a qual as transformações da sociedade não poderiam ser pensadas” (FELIPPI, 2006, p. 36). Esses textos fazem parte da história dos Estudos Culturais.

O surgimento dessa teoria multidisciplinar acontece por meio do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) fundado por Richard Hoggart em 1964. O centro estava ligado ao *English Department* da Universidade de Birmingham, na Inglaterra. Ao lado de Hoggart, Raymond Williams e E.P. Thompson participaram da fundação do centro (ESCOSTEGUY, 2010).

As pesquisas que deram início aos Estudos Culturais surgiram a partir da identificação de uma mudança nos valores tradicionais dos trabalhadores na Inglaterra (ESCOSTEGUY, 2010). No final dos anos 50, três textos de cada um dos fundadores do centro foram identificados como as fontes para a teoria.

Em 1957, Richard Hoggart escreveu sobre a história cultural da metade do século XX no texto *The Uses of Literacy*. Um ano depois, Raymond Williams “constrói um histórico do conceito de cultura, culminando com a ideia de que a cultura comum ou ordinária pode ser vista como um modo de vida em condições de igualdade de existência com o mundo das Artes, Literatura e Música”, no texto *Culture and Society*. Em 1963, na obra *The Making of the English Working-class*, E. P. Thompson fala sobre a história da sociedade inglesa de uma maneira particular, contando a história da classe social menos favorecida. (ESCOSTEGUY, 2010).

Entre 1968 e 1979 Stuart Hall substituiu Hoggart na direção do centro. Apesar de não ser citado como fundador, a participação de Hall na formação dos Estudos Culturais é reconhecida. O seu legado para os estudos se dá principalmente na segunda fase⁹, quando os estudos dos meios de comunicação são caracterizados pelo foco na análise da estrutura

⁹ A primeira fase é caracterizada pelos estudos das culturas populares, bem como, a maneira como essas culturas contribuem para a constituição de uma identidade coletiva e como se articulavam.

ideológica, especialmente, das coberturas jornalísticas. A etapa é chamada de “redescoberta da ideologia”, já que para o autor os efeitos dos meios de comunicação podiam ser deduzidos da análise textual (ESCOSTEGUY, 2010).

No artigo “A centralidade da cultura”, o autor separa tal centralidade em dois momentos: substantiva e epistemológica. A primeira se refere ao “lugar da cultura na estrutura empírica real e na organização das atividades, instituições, e relações culturais na sociedade, em qualquer momento histórico particular” e a segunda refere-se “à posição da cultura em relação às questões de conhecimento e conceitualização, em como a 'cultura' é usada para transformar nossa compreensão, explicação e modelos teóricos do mundo” (HALL, 1997, p. 1).

Hall traz para o debate o conceito de “revolução cultural” com o intuito de definir o processo pelo qual a sociedade passou no século XX. Para ele, a indústria cultural passou a ter papel importante no que diz respeito à estruturação e organização da sociedade, bem como se tornou mediadora de muitos processos. Para Hall, a mídia é um dos principais “meios de divulgação de ideais e imagens”.

A valorização da cultura a partir do século XX não tem a pretensão de desmerecer as descobertas revolucionárias de outros momentos históricos, mas Hall credita à cultura o poder de mudança de visão e comportamento, seja na elite ou no popular. O autor traz a mídia para esse centro e trabalha com a ideia de que ela “encurta a velocidade com que as imagens viajam”. Resultado desse “encurtamento” do mundo seria a homogeneização cultural: “tendência de que o mundo se torne um lugar único, tanto do ponto de vista espacial e temporal quanto cultural: a síndrome que um teórico denominou de McDonaldização do globo” (HALL, 1997, p. 2).

Entretanto, para Hall, da mesma maneira com que ocorrem as transformações no nível global, a vida das pessoas também é afetada, portanto a revolução cultural também afeta a maneira de pensar e agir. Hall traz como exemplo a transformação na sociedade a partir da Revolução Industrial, quando a sociedade passou a ter como âncora o trabalho, mas com a chegada da revolução cultural o “lazer” passou a fazer parte do cotidiano, além de outras mudanças culturais. “A expressão — centralidade da cultural indica aqui a forma como a cultura penetra em cada recanto da vida social contemporânea, fazendo proliferar ambientes secundários, mediando tudo” (HALL, 1997, 5). Hall defende que a formação de nossas identidades se dá culturalmente e há uma aproximação entre subjetividade e objetividade.

Isto, de todo modo, é o que significa dizer que devemos pensar as identidades sociais como construídas no interior da representação, através da cultura, não fora delas. Elas são o resultado de um processo de identificação que permite que nos posicionemos no interior das definições que os discursos culturais (exteriores) fornecem ou que nos subjetivemos (dentro deles). Nossas chamadas subjetividades são, então, produzidas parcialmente de modo discursivo e dialógico (HALL, 1997, p. 8).

O segundo aspecto central da cultura é considerado pelo autor como epistemológico. A perspectiva que coloca a cultura no centro do debate teria fundamento no que Hall chama de “virada cultural”. Sua origem está na mudança de atitudes em relação ao modo de encarar a linguagem. Esse novo modo se refere ao fato de que a linguagem é a responsável por construir ou circular os significados que por sua vez formam os sistemas de classificação. Quando somados, tais sistemas formam o que chamamos de cultura.

Cultura está na maneira como o homem trabalha, come, veste-se, relaciona-se; na maneira como as sociedades arranjam sua economia, nas organizações políticas; e até no sentido que o senso comum atribui à palavra. Cultura como sendo atividade ordinária engloba vários entendimentos correntes sobre o termo. É o modo de vida de um povo e os significados comuns atribuídos por ele à realidade; é a descrição das práticas de atividade intelectual e artística, mas também os processos de descoberta e criação; e é o processo de desenvolvimento mental (FELIPPI, 2006, p. 37).

Assim como na citação de Felippi (2006), fica evidente que “tudo é cultura”. Entretanto, é preciso esclarecer que toda prática social depende e tem relação com o significado, ou seja, “não que não haja nada além do discurso, mas que toda prática social tem o seu caráter discursivo” (HALL, 1997, p. 13).

3.2 GLOBALIZAÇÃO: PERSPECTIVAS E EFEITOS

Construir paradigmas baseados na reflexão sobre a sociedade nacional já não é mais possível para as ciências sociais. Isso por que a sociedade nacional está sendo “recoberta” pela sociedade global. Apesar de parecer ser uma extensão, essa última “constituiu uma realidade original, desconhecida e carente de interpretações” (IANNI, 1994). Segundo Ianni (1994), os estudos e pesquisas existentes sobre a sociedade nacional não dão conta da complexidade do global.

Aos poucos, e às vezes de repente, a sociedade global subsume formal ou realmente a sociedade nacional, compreendendo indivíduo, grupo, classe,

movimento social, cultura, língua, religião, moeda, mercado, formas de trabalho, modos de vida. Tudo isto continua vigente, como nacional, com toda a sua força original. Mas tudo isto, simultaneamente, articula-se dinâmica e contraditoriamente com as configurações e os movimentos de sociedade global (IANNI, 1994, p. 1).

Para Ianni (1994), as pesquisas sobre a sociedade global ainda sofrem com a não libertação dos quadros de referência representados pela sociedade nacional. São poucos os autores que trabalham com o conjunto de relações, processos e estruturas que descrevem a sociedade global. Assim como, segundo o autor, o método comparativo faz parte da maioria dos estudos. “Comparam-se nações e continentes, tecnologias e mercadorias, regimes políticos e políticas governamentais, indicadores econômicos, financeiros, políticos, sociais e culturais...” (IANNI, 1994, p. 4)

O autor chama a atenção para o fato de que são poucos os estudos que tratam a desterritorialização como perspectiva. Ianni diz que a globalização precisa ser pensada como um fenômeno.

A cultura da globalização passa pela cultura de massa, indústria cultural, mídia impressa e eletrônica, religiões e línguas, além de outros aspectos que transbordam limites convencionais da antropologia e da sociologia. Não sempre, mas em muitos casos, os estudos e as interpretações sobre globalização reabrem questões epistemológicas que pareciam resolvidas, quando as ciências sociais trabalhavam principalmente com a sociedade nacional, como emblema do paradigma clássico (IANNI, 1994, p.8).

Os estudos aos quais Ianni (1994) se refere resultaram em algumas observações para o esclarecimento da globalização. Para o autor, a sociedade global é formada, desde o início, como sendo um conjunto problemático, complexo e contraditório. A sociedade global seria então um cenário de desigualdade.

A dinâmica do todo não se distribui similarmente pelas partes. As partes, enquanto distintas totalidades também notáveis, consistentes, tanto produzem e reproduzem seus próprios dinamismos como assimilam diferencialmente os dinamismos provenientes da sociedade global, enquanto totalidade mais abrangente (IANNI, 1994, p. 10).

Essa desigualdade é uma das consequências da globalização apontada por Milton Santos (2000).

De fato, para a grande maior parte da humanidade a globalização está se impondo como uma fábrica de perversidades. O desemprego crescente torna-

se crônico. A pobreza aumenta e as classes médias perdem em qualidade de vida. O salário médio tende a baixar. A fome e o desabrigo se generalizam em todos os continentes. Novas enfermidades como a SIDA se instalam e velhas doenças, supostamente extirpadas, fazem seu retorno triunfal. A mortalidade infantil permanece, a despeito dos progressos médicos e da informação. A educação de qualidade é cada vez mais inacessível. Alastram-se e aprofundam-se males espirituais e morais, como os egoísmos, os cinismos, a corrupção (SANTOS, 2000, p. 10).

Esse cotidiano faz parte de um dos momentos da globalização descrito por Santos (2000). Faz parte do mundo como perversidade, um dos três mundos que Santos (2000) acredita existir em somente um, o nosso. Os outros dois são como fábula e como possibilidade. Da mesma maneira que em uma fábula, um conto de fadas, a globalização não passa de uma fantasia, fazendo com que os indivíduos pensem que o mundo está dentro da própria casa. Nesse mundo, a globalização é responsável por sustentar e dar continuidade ao sistema. Nesse processo de globalização, Santos cita como exemplo o uso da “aldeia global” como forma de convencer que a difusão de informação é instantânea.

A partir desse mito e do encurtamento das distâncias – para aqueles que realmente podem viajar – também se difunde a noção de tempo e espaço contraídos. É como se o mundo se houvesse tornado, para todos, ao alcance da mão. Um mercado avassalador dito global é apresentado como capaz de homogeneizar o planeta quando, na verdade, as diferenças locais são aprofundadas. Há uma busca de uniformidade, ao serviço dos atores hegemônicos, mas o mundo se torna menos unido, tornando mais distante o sonho de uma cidadania verdadeiramente universal. Enquanto isso, o culto ao consumo é estimulado (SANTOS, 2000, p. 9).

Esse sonho da cidadania universal apontado pelo autor está presente no mundo como possibilidade, ou seja, o que ainda pode se tornar realidade. Santos (2000) profetiza a ideia de que é possível existir uma outra globalização. O ideal desse processo seria a transição da centralidade: do dinheiro para o homem, ou ainda, do consumo para as pessoas. Para ele, a atual globalização é reversível. É possível que a humanidade faça do mundo um lugar menos perverso e mais solidário.

No plano teórico, o que verificamos é a possibilidade de produção de um novo discurso, de uma nova metanarrativa, um novo grande relato. Esse novo discurso ganha relevância pelo fato de que, pela primeira vez na história do homem, se pode constatar a existência de uma universalidade empírica. A universalidade deixa de ser apenas uma elaboração abstrata na mente dos filósofos para resultar da experiência ordinária de cada homem. De tal modo, em um mundo datado como o nosso, a explicação do acontecer pode ser feita a partir de categorias de uma história concreta. É isso,

também, que permite conhecer as possibilidades existentes e escrever uma nova história (SANTOS, 2000, p. 10).

A utopia de Santos (2000) se assemelha à ideia de Boaventura de Sousa Santos (2002), quando este discorre sobre a globalização hegemônica e a contra-hegemônica. A hegemônica tem como característica a junção da globalização como utopia - aquela mostrada pelos meios de comunicação onde o mundo parece interconectado-, e a globalização como perversidade - aquela que é responsável pelas desigualdades e conflitos sociais.

Essa globalização capitalista neoliberal acontece não só no campo econômico, mas também no social e cultural. A globalização econômica se caracteriza pela divisão internacional do trabalho, pelo crescimento do mundo desenvolvido (Estados Unidos, Comunidade Econômica Européia e Japão) e privatização de empresas estatais. Além dessas, o “Consenso de Washington” ganha destaque:

No entanto, por sobre todas as suas divisões internas, o campo hegemónico actua na base de um consenso entre os seus mais influentes membros. É esse consenso que não só confere à globalização as suas características dominantes, como também legitima estas últimas como as únicas possíveis ou as únicas adequadas. Daí que, da mesma forma que aconteceu com os conceitos que a precederam, tais como modernização e desenvolvimento, o conceito de globalização tenha uma componente descritiva e uma componente prescritiva. Dada a amplitude dos processos em jogo, a prescrição é um conjunto vasto de prescrições todas elas ancoradas no consenso hegemónico. Este consenso é conhecido por "consenso neoliberal" ou "Consenso de Washington" por ter sido em Washington, em meados da década de oitenta, que ele foi subscrito pelos Estados centrais do sistema mundial, abrangendo o futuro da economia mundial, as políticas de desenvolvimento e especificamente o papel do Estado na economia (SANTOS, 2002, p.27).

A globalização social se caracteriza pelas desigualdades sociais provocadas por tal consenso. Já a globalização cultural é marcada pela “americanização” ou “ocidentalização” dos produtos culturais. Isso significa que o mercado internacional “tenta” homogeneizar ou impor os modos de pensar e de agir. Para Santos (2002), seria a televisão a principal responsável por essa disseminação.

Lima (2004) corrobora com o autor quando trata a televisão como meio dominante. Citando Hall (1988 apud LIMA, 2004), a televisão seria um “maquinário de representação”. Essa centralidade traz consequências para a sociedade. Uma delas é o fato de não ser necessário a conexão entre a pessoa física e a experiência. Segundo o autor, a televisão tirou a sensibilidade dos sujeitos perante os textos escritos ou falados, priorizando as imagens. Além

disso, a televisão é tida como um espaço de construção da cultura na contemporaneidade (LIMA, 2004).

Tanto a globalização hegemônica quanto a contra-hegemônica são formadas a partir de modos de produção. Dois deles dizem respeito ao hegemônico, são os localismos globalizados e os globalismos localizados. O localismo globalizado consiste no processo de globalização de determinado fenômeno global, como por exemplo, a transformação da língua inglesa em língua franca, a disseminação do *fast food* americano ou ainda de sua música popular.

Neste modo de produção de globalização o que se globaliza é o vencedor de uma luta pela apropriação ou valorização de recursos ou pelo reconhecimento da diferença. A vitória traduz-se na faculdade de ditar os termos da integração, da competição e da inclusão. No caso do reconhecimento da diferença, o localismo globalizado implica a conversão da diferença vitoriosa em condição universal e a consequente exclusão ou inclusão subalterna de diferenças alternativas (SANTOS, 2002, p.65).

Já o globalismo localizado se refere ao impacto nas condições locais, consequência dos localismos globalizados. Enquanto o primeiro é definido pelos países centrais, para o segundo resta aceitar e enfrentar o primeiro. Além desses dois modos de produção, a globalização ainda tem referência no cosmopolitismo e no patrimônio comum da humanidade, que fazem parte da corrente contra-hegemônica.

O cosmopolitismo trata-se da organização de resistência de Estados-nação, classes ou grupos sociais vitimizados, bem como o uso da comunicação como meio alternativo na disseminação de ideias.

A resistência consiste em transformar trocas desiguais em trocas de autoridade partilhada, e traduz-se em lutas contra a exclusão, a inclusão subalterna, a dependência, a desintegração, a despromoção. As actividades cosmopolitas incluem, entre muitas outras: movimentos e organizações no interior das periferias do sistema mundial; redes de solidariedade transnacional não desigual entre o Norte e o Sul; a articulação entre organizações operárias dos países integrados nos diferentes blocos regionais ou entre trabalhadores da mesma empresa multinacional operando em diferentes países (o novo internacionalismo operário); redes internacionais de assistência jurídica alternativa; organizações transnacionais de direitos humanos; redes mundiais de movimentos feministas; organizações não governamentais (ONG's) transnacionais de militância anticapitalista; redes de movimentos e associações indígenas, ecológicas ou de desenvolvimento alternativo; movimentos literários, artísticos e científicos na periferia do sistema mundial em busca de valores culturais alternativos, não imperialistas, contra-hegemônicos, empenhados em estudos sob perspectivas pós-coloniais ou subalternas (SANTOS, 2002, p. 67).

Em uma perspectiva transnacional, a resistência aos localismos globalizados e aos globalismos localizados é denominada por Boaventura Santos (2002) de patrimônio comum da humanidade. Essa resistência se caracteriza pelas lutas transnacionais que buscam proteger e desmercadorizar os recursos, entidades, artefatos e ambientes tidos como essenciais para a sobrevivência da humanidade.

Pertencem ao patrimônio comum da humanidade, em geral, as lutas ambientais, as lutas pela preservação da Amazônia, da Antártida, da biodiversidade ou dos fundos marinhos e ainda as lutas pela preservação do espaço exterior, da lua e de outros planetas concebidos também como patrimônio comum da humanidade. Todas estas lutas se referem a recursos que, pela sua natureza, têm de ser geridos por outra lógica que não a das trocas desiguais, por fideicomissos da comunidade internacional em nome das gerações presentes e futuras (SANTOS, 2002, p.70).

Os efeitos na sociedade da aplicação dessas “globalizações” afetam também a identidade. As perspectivas trazidas até aqui relacionadas com o estudo da televisão, clamam por um entendimento acerca do conceito de identidade. A construção, o desenvolvimento e o papel delas na cultura e na globalização se fazem necessário, já que as mudanças nos padrões de produção e consumo produzem identidades novas e globalizadas, como exposto nas próximas páginas.

3.3 SOBRE IDENTIDADE

O conceito de identidade é complexo e pouco compreendido, e é por isso que se faz necessário discuti-lo nesta pesquisa, ainda que não se coloque como objetivo encontrar a definição mais adequada para o conceito, mas sim debater sobre o seu processo de formação e sobre a atuação das identidades na modernidade.

Na linguagem do senso comum, características que distinguem e individualizam o sujeito recebem o nome de identidade. Uma mulher, por exemplo, pode ser mãe, profissional, cidadã, negra, esposa, líder, ser católica, ser brasileira, ser política, só para citar algumas das características.

Para Castells (2006) essas características recebem a denominação de papéis. Esses papéis podem influenciar o comportamento dos indivíduos na dependência de negociação entre sujeito e instituições. No caminho inverso, as identidades são “fontes de significado para os próprios atores”. Sobre isso, Castells explica:

[embora] as identidades também possam ser formadas a partir de instituições dominantes, somente assumem tal condição quando e se os atores sociais as internalizam, construindo seu significado com base nessa internalização. Na verdade, algumas autodefinições podem também coincidir com papéis sociais, por exemplo, no momento em que ser pai é a mais importante autodefinição do ponto de vista do ator. Contudo, identidades são fontes mais importantes de significado do que papéis, por causa do processo de autoconstrução e individualização que envolvem. Em termos mais genéricos, pode-se dizer que identidades organizam significados, enquanto papéis organizam funções (CASTELLS, 2006, p. 23).

Já Hall acredita que esses papéis fazem parte da formação das identidades. Na epígrafe que abre esse capítulo, Hall (2000) acredita que as “identidades são representações que o sujeito é obrigado a assumir”, mesmo sabendo que tais representações são construídas na falta, no lugar do outro, e por isso não podem nunca serem idênticas.

As mudanças que ocorreram ao longo do século XX e que resultaram em transformações na sociedade moderna estão fragmentando “paisagens culturais” tais como as de classe, gênero, sexualidade e etnia. Essa fragmentação ocasiona o deslocamento das identidades ou a descentração do sujeito, ou seja, “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado” (HALL, 1999, p. 9).

Para Hall (1999), o deslocamento tanto no mundo social e cultural, quanto no interior de si, é o que provoca a crise de identidade. Essa crise é gerada somente quando há deslocamento e só dessa forma se torna uma questão para debate. Para debater se há uma crise de identidade e como ela se dá é preciso entender de qual identidade está se falando e por isso é adotada aqui a diferenciação de três concepções defendidas por Hall (1999): sujeito do iluminismo, sujeito sociológico e sujeito pós-moderno.

O sujeito do Iluminismo é a primeira delas. No século XVIII, a característica marcante de um indivíduo era a centralidade do eu, da razão. A concepção do sujeito era individualista:

O sujeito do Iluminismo estava baseado numa concepção da pessoa como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo “centro” consistia num núcleo interior, que emergia pela primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo – contínuo ou “idêntico” a ele – ao longo da existência do indivíduo. O centro essencial do “eu” era a identidade de uma pessoa (HALL, 1999, p. 10).

O segundo, sujeito sociológico, é aquele indivíduo que presenciou a chegada da modernidade e criava a identidade através de interações e da cultura dos povos. “A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o espaço entre o “interior” e o “exterior” – entre o mundo pessoal e o mundo público” (HALL, 1999, p. 11). O sujeito sociológico cria perspectivas para a criação do sujeito pós-moderno. A identidade desse sujeito é resultado de várias fragmentações, ou seja, várias identidades - mesmo se forem contraditórias ou não bem resolvidas. Dessa forma, o culturalista compreende que a identidade do sujeito pós-moderno é definida historicamente e não biologicamente.

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com as quais poderíamos nos identificar a cada uma delas – ao menos temporariamente (HALL, 2000, p. 12).

Assim como Hall defende que a identidade é resultado de uma formação histórica, Kathryn Woodward (2000) traz perspectivas essencialistas e não essencialistas para o debate. As identidades de base essencialista são aquelas formadas tanto na história quanto na biologia. Na história por que tais identidades podem “buscar alguma certeza apelando a verdade fixa de um passado”, ou então a um conjunto de características que grupos transmitam ao longo dos anos sem alteração. Na biologia por que o nosso “corpo é um dos locais envolvidos no estabelecimento das fronteiras que definem quem nós somos, servindo de fundamento para a identidade – por exemplo para a identidade sexual”. Nesses dois casos, a caracterização da identidade essencialista entra em choque com a proposta de identidade não essencialista, aquela que tem sua formação focada na diferença, na construção (WOODWARD, 2000, p. 15).

Para a autora, é necessário esclarecer os conceitos centrais do debate por meio de dez principais questões. A primeira delas é conceitualizar e dividir o termo identidade. A segunda e a terceira questões referem-se às “reivindicações essencialistas” nas quais muitas vezes a identidade está baseada, por exemplo as questões raciais.

Os próximos quatro itens dizem respeito a questões simbólicas:

4. A identidade é na verdade, relacional, e a diferença é estabelecida por uma marcação simbólica relativamente a outras identidades (na afirmação das identidades nacionais, por exemplo, os sistemas representacionais que marcam a diferença podem incluir um uniforme, uma bandeira nacional ou mesmo os cigarros que são fumados). 5. A identidade está vinculada também

a condições sociais e materiais. Se um grupo é simbolicamente marcado como o inimigo ou como tabu, isso terá efeitos reais por que o grupo será socialmente excluído e terá desvantagens materiais. [...] 6. O social e o simbólico referem-se a dois processos diferentes, mas cada um deles é necessário para a construção e a manutenção das identidades. A marcação simbólica é o meio pelo qual damos sentido a práticas e a relações sociais, definindo por exemplo, quem é excluído e quem é incluído. [...] 7. A conceitualização da identidade envolve o exame dos sistemas classificatórios que mostram como as relações sociais são organizadas e divididas (WOODWARD, 2000, p. 14).

No processo de construção das identidades, a diferença pode estar em destaque como pode também estar obscurecida, as identidades nacionais por exemplo podem omitir diferenças de classe e gênero. Os dois últimos pontos tratam da questão interior das identidades. Ao afirmar que as identidades não são unificadas, Woodward (2000) explica que no interior podem haver contradições: “pode haver discrepâncias entre o nível coletivo e o nível individual, tais como as que podem surgir entre as demandas coletivas da identidade nacional”. Por fim, é preciso entender também por que as pessoas assumem posições e se identificam com elas. “O nível psíquico também deve fazer parte da explicação; trata-se de uma dimensão que, juntamente com a simbólica e a social, é necessária para uma completa conceitualização da identidade” (WOODWARD, 2000, p. 15).

Esses elementos tidos como fundamentais pela autora para entender como são formadas e mantidas as identidades, tratam o conceito como formação social e cultural. Por meio das características das formações essencialistas e não essencialistas das identidades é possível afirmar que a identidade do sujeito pós-moderno, descrito por Hall, é baseada em uma formação não essencialista. A principal característica desse último sujeito, segundo a divisão do autor, é não ter uma “identidade fixa, essencial ou permanente” (HALL, 2000, p. 11). Entretanto, para chegar ao sujeito pós-moderno foi necessário haver a morte do sujeito cartesiano – sujeito racional defendido por Descartes.

Hall define cinco avanços na teoria social e nas ciências humanas ocorridos na segunda metade do século XX que ocasionaram a “morte do sujeito moderno”: 1) tradições do pensamento marxista que trouxeram discussões acerca do papel do sujeito na sociedade; 2) descoberta do inconsciente por Freud, que diz que a estrutura de um sujeito é criado com base em processos psíquicos e simbólicos; 3) o trabalho do linguista estrutural Ferdinand de Saussure, defensor de que não somos donos do que falamos ou expressamos; 4) o trabalho de Michel Foucault sobre o poder disciplinar capaz de manter em controle e disciplina os sujeitos; 5) impacto do feminismo e de outros movimentos sociais no início da discussão acerca das identidades de gêneros e etnias.

O primeiro avanço tende a exemplificar o que Woodward trouxe na última questão a fim de definir a formação das identidades. Com a pretensão de responder o porquê investimos nas identidades, a autora traz a teoria da subjetividade, desenvolvida pelo estruturalista marxista Louis Althusser. O pensador foi um dos que fizeram uma releitura das obras de Marx, principalmente no que se refere às noções de base e superestrutura. Para Marx o que faz o sujeito investir na identidade é o “substrato material, das relações de produção e da ação coletiva, especialmente da solidariedade de classe, na formação das identidades sociais, em vez da autonomia individual ou da determinação” (WOODWARD, 2000, p. 61).

A partir dessa teoria é possível explicar, por exemplo, a construção de uma identidade materna no caso de uma adoção. Por meio da análise de um poema que é parte de uma série sobre a questão da adoção de crianças¹⁰, Woodward defende a ideia de que as identidades sociais são construídas. Ao adotar uma criança, a mulher se torna mãe, a partir daí constrói sua identidade como tal: “em casos de adoção, tornamo-nos agudamente conscientes sobre o que constitui identidades maternas ou paternas socialmente aceitáveis” (WOODWARD, 2000, p.59).

A função da subjetividade nesses casos está no significado do conceito: “pensamentos e emoções conscientes e inconscientes que constituem nossas concepções sobre quem somos” (WOODWARD, 2000, p.56). Esse exemplo mostra também que “os tempos estão mudando” e que as construções de identidades se tornam aceitáveis, ou seja, é uma comprovação de que as identidades tem formação não essencialista.

A subjetividade envolve nossos sentimentos e pensamentos mais pessoais. Entretanto, nós vivemos nossa subjetividade em um contexto social no qual a linguagem e a cultura dão significado à experiência que temos de nós mesmos e no qual nós adotamos uma identidade. Quaisquer que sejam os conjuntos de significados construídos pelos discursos, eles só podem ser eficazes se eles nos recrutam como sujeitos. Os sujeitos são, assim, sujeitados ao discurso e devem, eles próprios, assumi-lo como indivíduos que, dessa forma, se posicionam a si próprios. As posições que assumimos e com as quais nos identificamos constituem nossas identidades (WOODWARD, 2000, p.56).

A releitura do papel do sujeito na sociedade a partir de Marx valoriza as contribuições da psicanálise e da linguística estrutural, mas enfatiza os sistemas simbólicos e acredita na hipótese de que os sujeitos são recrutados e produzidos, não só no nível consciente, mas também no inconsciente. Na formulação da teoria da subjetividade, Althusser buscou na

¹⁰ O poema assinado pela poeta Jackie Kay que expressa os sentimentos sobre a questão da adoção está escrito em primeira pessoa na voz de uma mulher que quer adotar uma criança.

teoria do psicanalista francês Jacques-Marie Émile Lacan, uma releitura da descoberta do inconsciente por Freud. Esse é o segundo descentramento no pensamento ocidental do século XX responsável pelo deslocamento das identidades. Essa teoria acredita que as identidades, sexualidade e a estrutura dos desejos são formadas por meio de processos psíquicos e simbólicos do inconsciente (HALL, 1999).

Entretanto, a leitura feita por Lacan amplia a análise de Freud quando enfatiza o simbólico e a linguagem na formação e desenvolvimento da identidade. Para a psicanálise o inconsciente é formado por desejos (muitas vezes insatisfeitos) que surgem na infância, mais especificamente quando o pai interfere na relação entre filho/filha e mãe. É o que Lacan denominou “fase do espelho”. Essa fase é posterior a “fase imaginária”, na qual a criança ainda não tem contato com a linguagem e acredita ser uma junção com o corpo da mãe. “O início da formação da identidade ocorre quando o infante se dá conta que é separada da mãe. A entrada da linguagem é, assim o resultado de uma divisão fundamental do sujeito” (LACAN apud WOODWARD, 2000, p. 64).

Essa fase é caracterizada pelo reconhecimento da criança na sua imagem refletida, seja no próprio espelho ou no lugar do outro, é quando a criança toma conhecimento de que não faz parte da mãe, é um ser separado. Esse seria o primeiro encontro com a subjetividade e também uma das pistas para o atual debate acerca da formação e construção das identidades, onde a diferença e o lugar do outro são fundamentais.

Os sentimentos contraditórios e não resolvidos que acompanham essa difícil entrada – o sentimento dividido entre amor e ódio pelo pai, o conflito entre o desejo de agradar e o impulso para rejeitar a mãe, a divisão do “eu” entre suas partes “boa” e “má”, a negação de sua parte masculina/feminina, e assim por diante -, que são aspectos-chave da “formação” inconsciente do sujeito” e que deixam o sujeito “dividido”, permanecem com a pessoa por toda a vida. Entretanto, embora o sujeito esteja sempre dividido, ele vivencia sua própria identidade como se ela estivesse reunida e “resolvida”, ou unificada, como resultado da fantasia de si mesmo como uma “pessoa” unificada que ele formou na fase do espelho (HALL, 1999, p. 24).

O terceiro ponto elencado por Hall (1999) refere-se ao argumento do linguista estrutural Ferdinand de Saussure de que “nós” não somos “autores” do que falamos ou expressamos na língua. Isso quer dizer que a língua falada faz parte de um sistema social e não individual, e além disso os significados são móveis e podem surgir, assim como as identidades, na diferença. Assim como acontece com a criança quando sabe quem ela é a partir da descoberta de que ela não pode ser a sua mãe, na língua o significado “surge nas relações de similaridade e diferença” (HALL, 1999, p. 26).

Nossas afirmações são baseadas em proposições e premissas das quais nós não temos consciência, mas que são, por assim dizer, conduzidas na corrente sanguínea de nossa língua. Tudo que dizemos tem um “antes” e um “depois” – uma “margem” na qual outras pessoas podem escrever. O significado é inerentemente instável: ele procura o fechamento (a identidade), mas ele é constantemente perturbado (pela diferença) (HALL, 1999, p. 26).

O quarto e o quinto descentramento dizem respeito a atuação do sujeito na contemporaneidade ou na modernidade tardia, como prefere Hall. O autor traz o pensamento do filósofo e historiador francês Michel Foucault, do qual destaca o chamado “poder disciplinar”. Esse poder reporta-se à disciplina vivida pelos sujeitos – que podem ser identificadas na atualidade – como as práticas sociais: atividades, trabalho, prazeres, saúde física e mental. Tais “disciplinas” podem ou devem acontecer em locais que “policiam” as populações: escolas, prisões, hospitais, etc. Embora esse poder disciplinar tenha como foco o coletivo, é no individual que ele se destaca. É como se “quanto mais coletiva e organizada a natureza das instituições da modernidade tardia, maior o isolamento, a vigilância e a individualização do sujeito individual” (HALL, 1999, p. 27).

O último item responsável pelo deslocamento das identidades se dá por meio dos novos movimentos sociais associados ao ano de 1968, entre eles o feminismo. O papel desse movimento na “morte” do sujeito cartesiano e sociológico e no “nascimento” do sujeito pós-moderno se dá por pelo menos cinco motivos: 1) questionamento sobre a distinção dentro/fora, privado/público; 2) abertura para a contestação política de novas arenas de vida social – família, sexualidade, trabalho doméstico; 3) politização da subjetividade, da identidade e do processo de identificação; 4) o movimento passou de contestação da posição social da mulher para formação das identidades sexuais e de gênero; 5) discussão acerca da noção de que homens e mulheres são parte de uma mesma identidade: a humanidade (HALL, 1999, p. 28).

Nessa perspectiva, o indivíduo pós-moderno tem como principal característica a identidade móvel, que se constrói. A identidade do sujeito pós-moderno é construída em um mundo globalizado, onde a identidade se torna fragmentada: a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia (HALL, 1999).

O sociólogo Manuel Castells concorda que toda identidade é construída. O autor denomina a sociedade atual como a sociedade da informação e toma como tendências conflitantes a globalização e a identidade. O autor, porém, se restringe a estudar o conceito de identidade no âmbito coletivo, mas afirma que o “individualismo pode ser também

considerado uma forma de identidade coletiva”. Ele parte do pressuposto de que as identidades surgem em contextos marcados por relações de poder e define três formas de origem de construção de identidade: identidade legitimadora, aquela que nasce em instituições dominantes da sociedade; identidade de resistência, criada por atores que se encontram em situações desvalorizadas; identidade de projeto, aquela que é construída quando os atores sociais utilizam material cultural para construir uma nova identidade para se reposicionar na sociedade (CASTELLS, 2006). Na atualidade, seria a segunda forma de construção de identidade a mais importante. A união dessas identidades formam as comunidades:

Ele dá origem a formas de resistência coletiva diante uma opressão que, do contrário, não seria suportável, em geral com base em identidades que, aparentemente, foram definidas com clareza pela história, geografia ou biologia, facilitando assim a “essencialização” dos limites da resistência (CASTELLS, 2006, p. 25).

Considerando que as identidades formam as comunidades, Zygmunt Baumann (2005), fala de dois tipos delas: comunidades de vida e comunidades de destino. A primeira seria aquela imposta, que não possibilita escolha ao sujeito, como a nacionalidade. Já a segunda, diz respeito ao pertencimento, ou seja, pertencer a alguma coisa ou lugar e ter a sua identidade vinculada a essa comunidade de destino. Seria então a identidade marcada pelo pertencimento.

Tornamo-nos conscientes de que o “pertencimento” e a “identidade” não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a “identidade” (BAUMANN, 2005, p. 17).

O sentimento de pertencer a algum lugar ou alguma coisa é o ponto chave para se definir uma identidade. As identidades são construídas dentro e não fora do discurso (HALL, 1999, p. 110).

3.3.1 Identidade e globalização

A globalização provoca alguns efeitos em termos de identidade. Para Hall (1999), que prefere utilizar o termo modernidade tardia, ela provoca a desintegração das identidades nacionais gerando o crescimento da homogeneização cultural, fortalece as identidades

nacionais e locais por meio da resistência à globalização e faz com que as novas identidades tomem o lugar das identidades nacionais que estão em decadência.

As mudanças ocorridas em todo o mundo, seja no âmbito econômico, político ou cultural, produziram também outras demandas, entre elas, a do mercado de trabalho. A busca por melhor qualidade de vida em outros lugares, ou seja, a migração dos povos é uma das características. Essa ação traz impactos tanto para o país de origem, quando para o país de destino. “Essa dispersão das pessoas ao redor do globo produz identidades que são moldadas e localizadas em diferentes lugares e por diferentes lugares” (WOORDWARD, 2000, p.22).

Para Hall, a ideia de que as identidades estão se tornando homogeneizadas é “simplista, exagerado e unilateral”. Kevin Robins (1991, apud HALL, 1999) defende que ao lado da tendência a homogeneização local, há também uma “fascinação com a diferença e um interesse pelo local.” Outra qualificação acerca do tema homogeneização global está no que Doreen Massey (1991 apud HALL, 1999) chama de geometria do poder. Para ele a globalização é desigual. Além disso, cabe destacar que a existência ou força da globalização é maior no ocidente: “A proliferação das escolhas de identidade é mais ampla no centro do sistema global que nas suas periferias” (HALL, 1999, p. 47).

A globalização seria então a “culpada” por destruir as bases da identidade ou das culturas nacionais e pelo fortalecimento das culturas locais. Nesse ponto se encontram as outras duas consequências da globalização, o fortalecimento das identidades locais e a produção de novas identidades. “O fortalecimento de identidades locais pode ser visto na forte reação defensiva daqueles membros dos grupos étnicos dominantes que sentem ameaçados pela presença de outras culturas” (HALL, 1999, p. 50).

Hall exemplifica:

Algumas vezes isso encontra correspondência num recuo, entre as próprias comunidades minoritárias, a identidades mais defensivas, em resposta a experiência de racismo cultural e de exclusão. Tais estratégias incluem a reidentificação com as culturas de origem (no Caribe, na Índia, em Bangladesh, no Paquistão); a construção de fortes contraetnias – como na identificação simbólica da segunda geração da juventude afro-caribenha, através dos temas e motivos do rastafarianismo, com sua origem e herança africana; ou o revival do tradicionalismo cultural, da ortodoxia religiosa e do separatismo político, por exemplo, entre alguns setores da comunidade islâmica (HALL, 1999, p. 50).

Entende-se por grupos étnicos a população que se caracteriza semelhante pela biologia, compartilha valores culturais, se comunica e interage e por fim, cujos membros se identificam e são identificados por outros. Esses grupos não são mais vistos como grupos

isolados que mantêm sua cultura sem deixar ultrapassar as fronteiras ou se deixar invadir. As fronteiras étnicas continuam a existir independente do fluxo de pessoas que a atravessam, bem como os grupos étnicos continuam a existir mesmo que estejam separados em mais de um grupo (BARTH, 1998).

Para Fredrik Barth (1998), a manutenção das fronteiras étnicas tem que ser debatida como algo problemático, já que segundo o autor, isto se relaciona às diferenças culturais e raciais, separação social, barreiras linguísticas, inimizades. “Essa história” de explicar a diversidade cultural associando o fato de que cada grupo étnico desenvolve sua cultura isoladamente respeitando fatores ecológicos locais resultou em “um mundo de povos separados” (BARTH, 1998).

A manutenção de fronteiras étnicas implica também a existência de situações de contato social entre pessoas de diferentes culturas: os grupos étnicos só se mantêm como unidades significativas se acarretam diferenças marcantes no comportamento, ou seja, diferenças culturais persistentes (BARTH, 1998, p. 34).

Dessa forma, as fronteiras étnicas se fixam muito mais na cultura do que no território. Um exemplo disso é o fato de que um grupo étnico x pode se inserir em um grupo étnico y , atribuindo à identidade do primeiro características culturais do segundo. Entretanto, o contrário não precisa necessariamente acontecer, ou seja, o grupo y continua tendo sua identidade sem agregar as características do grupo x .

Há ainda outro conceito que merece atenção pelo fato de ser resultado da globalização. Como já citado acima, a migração dos povos faz parte desse processo e os termos “tradição” e “tradução” ganham espaço em um quadro global. Embora as consequências trazidas até aqui façam pensar que as identidades podem ser construídas de forma homogeneizada, ou retornando as raízes ou ainda se fixando “num lugar ou noutro”, há outra possibilidade para a sua formação, a da tradução.

Esse conceito descreve aquelas formações de identidade que atravessam e intersectam as fronteiras naturais, compostas por pessoas que foram dispersadas para sempre de sua terra natal. Essas pessoas retêm fortes vínculos com seus lugares de origem e suas tradições, mas sem a ilusão de um retorno ao passado. [...] As pessoas pertencentes a essas culturas híbridas têm sido obrigadas a renunciar ao sonho ou à ambição de redescobrir qualquer tipo de pureza cultural “perdida” ou de absolutismo étnico. Elas são irrevogavelmente traduzidas (HALL, 1999, p. 52).

A crise de identidade se configura na mudança pela qual as identidades do sujeito pós-moderno estão passando. A identidade fragmentada, móvel e construída toma o lugar dos sujeitos cujas identidades nasciam consigo e seguiam fixas ao longo da vida.

Faz parte dos objetivos específicos dessa pesquisa entender como se dá a construção das identidades, seja individual ou de uma comunidade, no âmbito local. Para tanto é preciso tencionar o conceito de identidade nacional, já que é por meio da resistência que as identidades locais são fortalecidas.

3.3.2 Identidade e representação

A identidade nacional nos é imposta ao longo dos anos, não nascemos com ela. “As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre a nação, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades.” (HALL, 1999, p. 31). Nessa perspectiva trazemos o conceito de “comunidades imaginadas” formulado por Benedict Anderson e citada por Woodward (2000) e Hall (1999):

[o autor] utiliza essa expressão para desenvolver o argumento de que a identidade nacional é inteiramente dependente da ideia que fazemos dela. Uma vez que não seria possível conhecer todas aquelas pessoas que partilham de nossa identidade nacional, devemos ter uma ideia partilhada sobre aquilo que a constitui. A diferença entre as diversas identidades nacionais reside, portanto, nas diferentes formas pelas quais elas são imaginadas (WOORDWARD, 2000, p. 24).

Essas “comunidades imaginadas” se constituem, segundo Hall, a partir de elementos que ditam como a identidade nacional é contada. Em primeiro lugar, “há uma narrativa da nação”, ou seja, é por meio das histórias contadas através da literatura, mídia e cultura popular que se fornecem uma série de artefatos (histórias, imagens, eventos, símbolos e rituais), que representam as experiências partilhadas “que dão sentido a nação”.

Pode-se listar, ainda, a valorização das origens e da tradição, bem como a “invenção da tradição”, que tem como base a ideia de que as vezes tradições que parecem antigas não passam de ações repetidas diversas vezes que tem como objetivo implantar na cultura nacional algum comportamento. O autor fala também do mito fundacional:

uma história que localiza a origem da nação, do povo e de seu caráter nacional num passado tão distante que eles se perdem nas brumas do tempo, não do tempo “real”, mas de um tempo “mítico”. Tradições inventadas

tornam as confusões e os desastres da história inteligíveis, transformando a desordem em “comunidade” (HALL, 1999, p. 33).

Por vezes a identidade nacional se baseia na ideia simbólica de um povo com uma cultura pura ou original. Entretanto, a realidade mostra que com o desenvolvimento nacional essas características se perdem. Portanto, é preciso registrar que as identidades nacionais se constroem entre o passado e o futuro, se equilibrando entre “as glórias passadas e o impulso por avançar ainda mais em direção a modernidade” (HALL, 1999, p. 33).

É a partir da posição que o sujeito assume perante tais conceitos que a representação acontece. “É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos” (WOODWARD, 2000, p. 18). A autora traz como exemplo para a questão da representação os anúncios publicitários que tem o “poder” de construir identidades através de seus significados. A mídia, referindo-se também aos telejornais como elemento midiático produtor de significados culturais, só tem sucesso em seu produto quando este cria condições para que o sujeito consumidor se identifique com tal.

A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar (WOODWARD, 2000, p. 18).

Em um texto de 1988, sobre a mudança na política cultural negra na Inglaterra, Hall utilizou pela primeira vez o conceito de Cenário de Representação (CR). Lima (2004) traz o surgimento do conceito para explicar que os Cenários de Representação são o espaço ou lugar onde acontece uma ação, na qual a hegemonia, ou seja, o sistema vivido de significados e valores é construído. São nos cenários de representação que são construídas publicamente as hegemonias relativas à política, gêneros, raças, gerações.

O conceito surgiu, segundo o autor, com a necessidade de se compreender as representações da realidade. As contribuições acerca do tema surgiram com os Estudos Culturais com a devida importância dada a essas representações impostas principalmente pela mídia. Lima (2004) traz o conceito de hegemonia para fundamentar a articulação teórica feita pelo mesmo. Ele retoma o que Raymond Williams (1979, apud LIMA, 2004) afirmou: “um conjunto de práticas e expectativas”, “um sistema vivido de significados e valores”, “um complexo realizado de experiências, relações e atividades, com pressões e limites específicos

e mutáveis” (LIMA, 2004, p. 12). Dessa forma, os cenários de representação têm como característica o fato de não apenas representar a realidade, mas também constituí-la.

Nas democracias representativas contemporâneas, os Cenários de Representação são, portanto, o espaço específico das diferentes representações da realidade, constituído e constituidor, lugar e objeto da articulação hegemônica total, construído em processos de longo prazo, na mídia e pela mídia (sobretudo na e pela televisão). Como a hegemonia, os CR não pode nunca ser singulares. Temos, portanto, de acrescentar ao conceito de CR o conceito de contra-CR ou de CR alternativo (LIMA, 2004, p. 14).

Lima (2004) defende que o conceito de hegemonia dispõe de vantagens teóricas na referência do conceito de CR. O primeiro deles se refere ao fato de que é necessário entender que em uma sociedade há desigualdades entre as classes e, portanto, a hegemonia não pode ser reconhecida por completa. Portanto é preciso usar o termo contra-hegemonia ou hegemonia alternativa para diferenciar a hegemonia dominante, bem como as alternativas ou subordinadas.

O segundo ponto de discussão diz respeito à identificação que a hegemonia recebe no processo de “constituído pela” e “constituidor da” realidade social. Lima (2004) lembra que a hegemonia é um espaço de representações simbólicas, portanto, o símbolo é a unidade básica. Entretanto, citando Willians, o autor explica que a função constituidora e constituída da hegemonia supera a dicotomia entre as duas e estabelece um novo argumento de que a “linguagem e significação” não se dissolvem e estão envolvidos na produção e reprodução da realidade (LIMA, 2004, p. 16).

O que é válido para o conceito de “hegemonia” necessariamente será também válido para o conceito de CR. Considerando que um aspecto (não o único) que diferencia o CR da hegemonia é a ênfase no papel central da mídia, na construção do hegemônico [...] logo se manifesta uma das implicações de seu caráter “constituidor da” e “constituído pela” realidade: as “representações” que a mídia faz da “realidade” (media representations) passam a constituir a própria realidade (LIMA, 2004, p. 16).

A hipótese de que a mídia tem papel central na constituição do hegemônico nos cenários de representação faz parte dos avanços teóricos na pesquisa de comunicação. O modelo semiótico textual é um deles. Tal avanço trata a mensagem como um “conjunto de práticas textuais”, as quais confirmam “o poder determinante da mídia na construção do hegemônico”. Outro avanço é a questão do enquadramento (*framing*), ou seja, a seleção ou escolha do que será notícia (LIMA, 2004, p. 17).

Retornando a questão da identidade, é preciso destacar que em um primeiro olhar, a identidade pode ser entendida como sendo aquilo que o sujeito é, sendo então uma positividade. Entretanto é na diferença que ela se constitui. Na mesma linha de pensamento de que identidade é aquilo que se é, a diferença é aquilo que não se é, ou aquilo que o outro é. Dessa forma, a construção da identidade na perspectiva da diferença se dá por meio da exclusão (ex.: identidade racial) e do poder (ex.: classes sociais). Para Silva os dois termos são atos de criação, “tem que ser ativamente produzidas”:

Em geral, consideramos a diferença como um produto derivado da identidade. Nesta perspectiva, a identidade é a referência, é o ponto original relativamente ao qual se define a diferença. Isto reflete a tendência a tomar aquilo que somos como sendo a norma pela qual descrevemos ou avaliamos aquilo que não somos (SILVA, 2000, p. 75).

A identidade e a diferença estão inteiramente ligadas e juntas estão associadas aos sistemas de significação que por sua vez vinculam-se aos sistemas de representação. Esse conceito tem sua história vinculada a múltiplos significados. Na filosofia ocidental o conceito se refere a ideia de materializar o real, seja por meio de sistemas de signos como a pintura ou na representação interna ou mental. No pós-estruturalismo, o conceito clássico de representação é questionado. Nessa concepção a representação acontece única e exclusivamente no exterior, no visível e nunca há representação mental. Silva (2000) explica que nesse contexto, o conceito de representação é concebido como um sistema de significação: “a representação é, como qualquer sistema de significação, uma forma de atribuição de sentido” (SILVA, 2000, p. 91).

É aqui que a representação se liga à identidade e à diferença. A identidade e a diferença são estreitamente dependentes da representação. É por meio da representação, assim compreendida, que a identidade e a diferença adquirem sentido. É por meio da representação que, por assim dizer, a identidade e a diferença passam a existir. Representar significa, neste caso, dizer: “essa é a identidade”, “a identidade é isso” (SILVA, 2000, p. 91).

Entender a relação entre identidade e diferença é compreender também que é necessário ter um olhar para o outro, para o que é estranho ou diferente aos seus olhos. A representação das identidades por vezes faz parte de um conjunto de características que determinam como os grupos indeníveis serão concebidos, são os estereótipos.

3.3.3 Identidades estereotipadas

A centralidade da televisão como meio dominante (LIMA, 2004), bem como a influência dos meios de comunicação de forma geral são um dos responsáveis pela disseminação de representações de identidades nacionais, culturais, locais. Essas representações “inadequadas de estrangeiros, classes sociais e outras comunidades” são tidas como um dos problemas do processo democrático. Tais representações são o que podemos chamar de estereótipos (FILHO, 2004, p. 47).

Como exposto no item anterior, as identidades fazem parte dos sistemas de representação. Tal representação da identidade vem acompanhada de uma série de características que formam os estereótipos. Segundo Filho (2004),

os estereótipos, a exemplo de outras categorias, atuam como uma forma de impor um sentido de organização ao mundo social; a diferença básica, contudo, é que os estereótipos ambicionam impedir qualquer flexibilidade de pensamento na apreensão, avaliação ou comunicação de uma realidade ou alteridade, em prol da manutenção e da reprodução das relações de poder, desigualdade e exploração; da justificação e da racionalização de comportamentos hostis e, *in extremis*, letais (FILHO, 2004, p. 47).

O estereótipo é a principal estratégia discursiva do discurso do colonialismo. Para Bhabha (2014), a característica do discurso colonial é a dependência de conceitos fixos na construção da alteridade, ou seja, na concepção do outro. Essa fixidez, signo da diferença cultural/histórica/racial pode conotar ordem e desordem. A ambivalência existente nesse processo de estereotipagem é a força que garante sua validade.

[o estereótipo] é uma forma de conhecimento e identificação que vacila entre o que está sempre “no lugar”, já conhecido, e algo que deve ser ansiosamente repetido... como se a duplicidade essencial do asiático ou a bestial liberdade sexual do africano, que não precisam de prova, não pudessem na verdade ser provados jamais no discurso (BHABHA, 2014, p. 117).

O uso do estereótipo está presente na mídia, seja em conteúdo jornalístico ou publicitário. Em uma análise sobre o uso da preguiça como traço cultural baiano na divulgação do Estado da Bahia como destino turístico, Oliveira (2006) acredita que o estereótipo do baiano como preguiçoso faça parte de um discurso colonial. Para o autor esse

estereótipo faz parte de uma série de características que formam a “baianidade”, que serve como “chamariz turístico”.

A preguiça baiana seria, portanto, um perfil construído historicamente e reforçado pela mídia, que reproduz os interesses da elite. Desde o século XVI, a elite local depreciava os negros escravos, descritos como desorganizados e sujos, depois como analfabetos e sem conhecimento, e, finalmente, como preguiçosos (OLIVEIRA, 2006, p. 58).

Dessa forma, os estereótipos representam não só categorias pessoais, mas também representam a diferença cultural, servindo muitas vezes como expressões em conflitos sociais. Filho (2004, p. 47) exemplifica as características estereotipadas em identidades nacionais: “português boçal, o irlandês rude, o oriental dissimulado, o argentino esnobe, o imigrante arruaceiro, o roqueiro drogado, o rebelde sem causa, o homossexual erotomaniaco, o intelectual afeminado, o índio preguiçoso”.

Como visto, o processo de estereotipagem está relacionado à construção do outro, ou seja, o modo de representação da alteridade. Esse movimento pode ser vinculado a questões de pertencimento do mundo moderno, ou seja, ao sentimento de nação e as tradições culturais de nação, ao progresso da civilização como a hierarquização racial, bem como a questões de poder e autoridade no contexto da construção nacional, do colonialismo e imperialismo (FILHO, 2004).

No que diz respeito ao colonialismo, é importante destacar o estereótipo visto como fetiche. Isso acontece por que o “mito” da origem histórica do sujeito colonizado em relação ao estereótipo colonial tem como objetivo estabelecer normas para constituir o discurso colonial, que neste caso é o discurso da recusa da diferença ou do reconhecimento (BHABHA, 2014).

O estereótipo, então, como ponto primário de subjetificação no discurso colonial, tanto para o colonizador como para o colonizado, é a cena de uma fantasia e defesa semelhantes – o desejo de uma originalidade que é de novo ameaçada pelas diferenças de raça, cor e cultura. [...] O estereótipo não é uma simplificação porque é uma falsa representação de uma dada realidade. É uma simplificação porque é uma forma presa, fixa, de representação que, ao negar o jogo da diferença (que a negação através do Outro permite), constitui um problema para a representação do sujeito em significações de relações psíquicas e sociais (BHABHA, 2014, p. 130).

Bhabha (2014) usa Fanon para explicar a maneira como o sujeito se posiciona no discurso estereotipado do colonialismo. Segundo o autor, as lendas e histórias auxiliam o

sujeito a fazer a negação, dando acesso dessa forma ao reconhecimento da diferença. Um exemplo seria o momento em que uma criança se defronta com estereótipos raciais e culturais nas histórias infantis - os brancos são os heróis e os negros os demônios.

Cenas como essa são comuns em sociedades coloniais, como a brasileira, por exemplo. Bhabha relaciona os estereótipos com o “problema da discriminação”. Como forma de exemplificação, usa-se a sociedade brasileira e o discurso colonial racial. Em uma pesquisa recente sobre estereótipo do negro em uma telenovela, Almeida (2015) afirma que o estereótipo racial produzido pelo discurso colonial é resultado da busca pela imagem fetichista, pois ele possui valor de recusa e de saber.

O discurso discriminatório, precisa lembrar sempre pela repetição as suas representações para que a diferença seja atual na forma do estereótipo tornando eficaz seu modelo de poder. A discriminação racial é sustentada na presença da diferença, porque ela é o seu objeto e para tanto, precisa ser lembrada e apontada, através do estereótipo. A afirmação da diferença, se apoia na “evidência do visível” como um tipo de conhecimento primário, espontâneo, empírico, produzido pelo estereótipo racial. Desse modo, a cor da pele negra ou a textura do cabelo crespo entre outros traços físicos ou culturais são fixados como signos raciais suficientes para a discriminação marcando ideológica e politicamente a diferença negativa que irá produzir tanto, uma identidade deteriorada como determinar um lugar social subalterno (ALMEIDA, 2015, p. 244).

Para Bhabha (2014), a ação de estereotipar não está vinculada a ideia de uma imagem falsa que se torna uma prática discriminatória. Para o autor, esse ato é muito mais ambivalente “de projeção e introjeção, estratégias metafóricas e metonímicas, deslocamento, sobredeterminação, culpa, agressividade, o mascaramento e cisão de saberes oficiais e fantasmáticos” (BHABHA, 2014, p. 140).

As identidades, sejam elas estereotipadas ou não, e todo o processo ao qual estão inseridas, como foi exposto nesse capítulo darão suporte para a análise empírica desta pesquisa. Dessa forma, para compreender como o telejornalismo local, como subgênero televisivo representa e/ou colabora na construção de novas identidades é necessário olhá-lo a partir de sua relação com o público. Portanto, a metodologia utilizada são os modos de endereçamento, apresentados no capítulo que segue.

4. CAMINHOS DA PESQUISA: MODOS DE ENDEREÇAMENTO E ASPECTOS METODOLÓGICOS

Devido à importância que a televisão conquistou na vida da população e ao lugar que os telejornais assumem no cotidiano dos cidadãos, há uma profusão de pesquisas, que em diferentes perspectivas analisam o produto audiovisual: produção de conteúdo, recepção, abordagens sociais, econômicas, políticas, entre outras. Entretanto, ainda não é possível reconhecer uma só metodologia que melhor se adapte à análise de telejornais (GOMES, 2007).

Para compreender a maneira como a identidade do público é representada no telejornalismo local é preciso entender a maneira como o programa se relaciona com ele. Por isso, a metodologia utilizada nessa pesquisa são os modos de endereçamento, guiados por alguns operadores de análise que são apresentados a seguir. Ainda neste capítulo, será apresentado o corpus, bem como as etapas da pesquisa.

4.1 MODOS DE ENDEREÇAMENTO

Quem esse filme pensa que somos? Esse questionamento abre a discussão para implantação de uma metodologia capaz de analisar a maneira como o produto cinematográfico se relaciona com o público (espectador). Os modos de endereçamento surgiram na década de 70, a partir dos Estudos Culturais associados aos Estudos de Cinema, baseado na teoria Screen¹¹ (GOMES, 2006).

Essa noção de modo de endereçamento foi desenvolvida para entender especificamente questões relacionadas não só aos estudos de cinema, mas também questões da sociologia, antropologia, história, educação. O modo de endereçamento tem a ver com a maneira como o produto cultural se endereça a determinado público e como este o interpreta ou reage a ele: “Em outras palavras, qual é a relação entre o lado de “fora” da sociedade e o lado de “dentro” da psique humana?” (ELLSWORTH, 2001, p. 12).

Se essa metodologia busca entender a relação entre o produto e o espectador, parte-se então do pressuposto que tais produtos são feitos para alguém. O papel do público se torna relevante quando este é o responsável pela criação e endereçamento final do produto: “Um programa só é imaginado, planejado e executado porque se acredita que alguém terá interesse

¹¹ Screen theory: conjunto de reflexões elaborado na década de 70, no espaço editorial e institucional organizado em torno à revista britânica Screen, que tem como objeto central a relação entre o cinema dominante e o seu espectador. Segundo essa teoria, o espetáculo é quem cria o espectador (MASCARELLO, 2001).

em assisti-lo” (CAVENAGHI, 2013, p. 153). Dessa forma, é preciso imaginar quem é este público, ou então criá-lo.

O conceito de modo de endereçamento está baseado no seguinte argumento: para que um filme funcione para um determinado público, para que ele chegue a fazer sentido para uma espectadora, ou para que ele a faça rir, para que a faça torcer por um personagem, para que um filme a faça suspender sua descrença [na “realidade” do filme], chorar, gritar, sentir-se feliz ao final – a espectadora deve entrar em uma relação particular com a história e o sistema de imagem do filme (ELLSWORTH, 2001, p. 12).

Em concordância com a autora, Daniel Chandler (2015) também define os modos de endereçamento como sendo a maneira como as relações entre o produto e o público são construídas dentro de um texto. “Para se comunicar, o produtor de um texto precisa fazer algumas suposições a respeito de uma audiência pretendida: reflexos dessas suposições podem ser encontrados no texto” (CHANDLER, 2015, p. 1, tradução nossa).

Para que isso aconteça, o espectador precisa assumir a posição que lhe é oferecida. A partir da concepção do posicionamento de público, Ellsworth (2001) explica que ao assumir tal posição, o público adota - ainda que temporariamente – o espaço social em que o texto está inserido, seja ele um filme ou um noticiário de televisão.

De forma semelhante, Daniel Chandler traz a concepção de posicionamento do sujeito para explicar a forma como o público recebe o endereçamento proposto. O autor explica que o termo sujeito está relacionado ao “conjunto de funções construídas por valores culturais e ideológicos”. “Ideologia transforma indivíduos em sujeitos. Os indivíduos não são pessoas reais, mas existem apenas em relação à interpretação de textos e são construídos através do uso de sinais” (CHANDLER, 2015).

Para o autor, a relação do nosso olhar com a imagem é uma construção histórica e social. Por isso, ele acredita que a produção de conteúdo audiovisual depende da suposição de qual audiência está sendo atingida. Chandler faz um resgate histórico para comprovar tal fato. A partir da descoberta da perspectiva, no Renascimento, o mundo passou a olhar os objetos de forma mais realista. Entretanto, essas representações por mais realistas que sejam são construções e é a partir daí que o “modo de ver” de outras formas (pintura, fotografia, cinema e televisão) também é construído.

Autores como David Morley e John Hartley também colaboram com a definição dos modos de endereçamento, a fim de defendê-los como metodologia no estudo do sentido do texto televisivo. Morley (1999 apud Gomes, 2007), caracteriza o modo de endereçamento

através da relação que o programa tem com a audiência, tendo como referência o estilo. “O conceito de ‘modo de endereçamento’ designa as específicas formas e práticas comunicativas que constituem o programa, o que teria referência dentro da crítica literária como o seu ‘tom’ ou o seu ‘estilo’” (MORLEY & BRUNSDON, 1999, p.262, apud GOMES, 2007).

Enquanto David Morley analisa os modos de endereçamento a partir da visão do público, ou seja, por meio dos estudos de recepção, John Hartley realiza a análise a partir do produto. Para o autor, o método é um “conjunto de estratégias inserido nos programas a fim de direcionar a sua mensagem a um público já previsto”. Na abordagem de Hartley (2001), as estratégias da televisão constroem uma imagem da audiência.

Na nossa abordagem, o conceito de modo de endereçamento, quando aplicado aos estudos de jornalismo, nos leva a tomar como pressuposto que quem quer que produza uma notícia deverá ter em conta não apenas uma orientação em relação ao acontecimento, mas também uma orientação em relação ao receptor. Esta “orientação para o receptor” é o modo de endereçamento e é ele, em boa medida, que provê grande parte do *apelo* de um programa para os telespectadores (cf. HARTLEY, 2001, p. 88). O modo de endereçamento, em Hartley, se refere ao *tom* de um telejornal, àquilo que o distingue dos demais e nessa perspectiva, portanto, o conceito nos leva não apenas à imagem da audiência, mas ao *estilo*, às especificidades de um determinado programa (GOMES, 2007, p. 22).

A adaptação para a análise de outros produtos audiovisuais, além de filmes, se dá com o avanço das pesquisas relacionadas a cultura. A partir dos Estudos Culturais, as produções midiáticas, principalmente as de televisão ganham papel central em pesquisas. O Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornais, coordenado pela professora Itania Gomes, do PPGCOM/UFBA, desenvolve estudos que aplicam os modos de endereçamento na análise do telejornalismo, que servirão como referência teórico-metodológica para o desenvolvimento das estratégias metodológicas e ferramentas de análise nesta pesquisa.

4.1 OPERADORES DE ANÁLISE

Segundo Gomes (2007), o pesquisador que se dedica a analisar telejornais ou outros produtos audiovisuais precisa olhar para o objeto de análise com alguns direcionamentos para se colocar diante dos elementos semióticos e textuais do produto. Sendo assim, foram criados quatro operadores de análise. É preciso deixar claro que esses operadores de análise não são categorias, mas dizem respeito ao olhar que o pesquisador deve ter perante o objeto.

Ressaltamos, no entanto, que não se trata de categorias de análise, na medida mesmo em que não são excludentes e não são exaustivos, e nem se organizam a partir de quaisquer regras externas ao programa telejornalístico objeto de análise. É o modo mesmo de configuração dos programas que dirá ao analista a partir de quais operadores um programa concreto se constrói. Os operadores se articulam entre si, não devem ser observados nem interpretados isoladamente. Ao mesmo tempo, é importante tomar em conta que o objetivo de análise não deve ser descrever ou interpretar cada um dos operadores isoladamente, mas, através dos operadores, acessar o modo de endereçamento de um programa específico: os operadores são os “lugares” para onde o analista deve olhar, não o fim último do esforço analítico (GOMES, 2007, p. 24).

Silva (2012) descreve os operadores de análise – o enunciador, o contexto comunicativo, o pacto sobre o papel do jornalismo e a organização temática – sintetizados no quadro abaixo:

QUADRO 1 – OPERADORES DE ANÁLISE

OPERADORES DE ANÁLISE	DEFINIÇÃO	QUESTÕES P/ ANÁLISE	PALAVRAS-CHAVE	EXEMPLO
O enunciador	São os apresentadores, repórteres, comentaristas e correspondentes do programa telejornalístico.	Como se posiciona diante das câmeras? Qual o vínculo com o telespectador? Como constrói sua credibilidade no campo da comunicação e a conduz para veiculação do programa?	Âncora Familiaridade Credibilidade Performance Texto verbal	José Luiz Datena, Brasil Urgente. William Borner e Patrícia Poeta, Jornal Nacional
O contexto comunicativo	Compreende o emissor, o receptor e as circunstâncias espaciais e temporais em que ocorre o processo comunicativo.	Como os emissores se apresentam? Como representam seus receptores? Como situam uns e outros em uma situação comunicativa concreta?	Emissor Receptor Comunicação	Apresentação explícita do receptor: “Bem, amigos da Rede Globo”. Apresentação implícita do modo de se comunicar: cenário, postura do apresentador.
O pacto sobre o papel do jornalismo	Diz respeito aos acordos tácitos construídos pelo programa para relacionar-se com sua audiência; as expectativas sociais sobre o jornalismo.	Quais os formatos de apresentação da notícia? Como buscam o reconhecimento de sua autenticidade? Qual a relação com as fontes de informação? Como lida com as premissas, valores,	Jornalismo Tecnologia Objetividade Imparcialidade Interesse público Atualidade	Transmissão vivo Exibição das redações como pano de fundo para a bancada de apresentação. As vozes utilizadas para a construção da notícia.

		normas e convenções que constituem o jornalismo?	Quarto poder Autenticidade Vigilância social	
Organização temática	Faz referência às temáticas observadas no telejornal.	Como a temática em questão é abordada? Qual o modo de organizar e apresentar as diversas editorias?	Editorias Temas Assuntos	Telejornais temáticos. Editorias de economia, esporte, política, cultura etc.

FONTE: Silva (2012).

4.2.1 Enunciador

Vindos do rádio, os primeiros apresentadores da televisão brasileira nada se parecem com os atuais. Aos 65 anos, a televisão presenciou várias mudanças, como já citadas no primeiro capítulo deste trabalho. Importante retomar o tema, já que as adaptações e reformulações nos telejornais aconteceram, mas o papel do apresentador ou do âncora é incontestável.

Responsável por ser a “cara” do telejornal, o apresentador ou âncora tem a função de introduzir as matérias, fazer comentários em alguns casos, e, principalmente, construir a relação com o público e com outros jornalistas, repórteres e comentaristas.

O enunciador não precisa ser necessariamente o apresentador. No caso do corpus da pesquisa analisado, o quadro JA nos Bairros, o mediador é o repórter responsável pelo quadro, o jornalista Marcos Pereira. Cabe a ele a função de ser a “ponte” entre o telejornal e o público. Na análise dos modos de endereçamento, olhar para o mediador como um dos pontos fortes da análise significa entender os vínculos que ele constrói com o público. Sobre isso, Gomes (2007) afirma:

Mas o modo de endereçamento diz respeito também aos vínculos que cada um dos mediadores (âncoras, comentaristas, correspondentes, repórteres) estabelece com o telespectador no interior no programa e ao longo da sua história dentro do campo, à familiaridade que constrói através da veiculação diária/semanal do programa, à credibilidade que constrói no interior do campo midiático e que “carrega” para o programa, ao modo como os programas constroem a credibilidade dos seus profissionais e legitimam os papéis por eles desempenhados (GOMES, 2007, p. 24).

Para Gomes (2007), a valorização do trabalho do repórter é considerada uma das estratégias utilizadas pelos telejornais. E para entender como isso acontece, algumas

descrições podem ser aplicadas na análise. A primeira se refere ao modo como o mediador interpreta – assim como no teatro – a notícia ou informação que irá transmitir. “A noção põe em relevo o caráter interpretativo do desempenho dos atores, dos mediadores televisivos: o ator representa a partir de seu próprio corpo, de suas próprias características, mas ele desempenha um *papel*” (GOMES, 2007, p. 25).

A credibilidade aplicada ao mediador pode ser identificada através dos vínculos estabelecidos entre o sujeito que transmite as informações e o público que a recebe. Em busca dessa credibilidade, “a valorização do trabalho do repórter é considerada como uma das grandes estratégias de credibilidade dos noticiários” (GOMES, 2007, p. 24).

4.2.2 Contexto comunicativo

O segundo operador de análise se refere ao espaço onde a comunicação se dá, seja ele físico, social ou mental. Para tanto, a análise do telejornal a partir do contexto comunicativo deve se referir ao emissor, bem como ao receptor e tudo o que acontece em volta, no espaço e tempo em que se dá o programa. A maneira como o enunciador se dirige ao público, seja através do texto, postura, ou enquadramento de câmera é uma das maneiras de se analisar esse operador. As “definições dos seus participantes” feitas por eles (enunciadores), os objetivos e o modo de comunicar também entram em análise. Por exemplo, ao chamar o telespectador de “amigo” ou dizer o que ele está fazendo ou pensando (GOMES, 2007, p. 25).

Para Gutmann (2013) o contexto comunicativo é o “lugar de comunicabilidade no telejornalismo”. Por meio da observação desse operador

é possível fisgar papéis assumidos pelas instâncias de produção e propostos para o público, bem como as situações conformadas, que acionam partilhas ideológicas e culturais. Numa dimensão pragmática, a partir da consideração do contexto, são identificados os sentidos que um enunciado adquire em função das constituições de atores, ações, lugares, momentos e razões que configuram uma dada enunciação (GUTMANN, 2013, p 31).

Gutmann (2013) diz ainda que a compreensão do contexto comunicativo deve “pressupor” a “interpretação de como o sujeito que tem voz reconhece o outro (o espectador) e o posiciona no texto”. Dessa forma, nesse lugar de configuração da comunicação acontece “a adesão por parte do público, às regras do jogo, aos posicionamentos e modos de conduta simbólicos estabelecidos na relação com os produtos, processo aqui destacado com base na análise do contexto comunicativo”. Em resumo, o contexto comunicativo é o discurso que

acontece por meio do reconhecimento por parte do enunciador, de seu receptor, e de sua competência cultural. (GUTMANN, 2013, p. 227).

4.2.3 Pacto sobre o papel do jornalismo

Tendo como norte na análise a relação entre telespectador e emissor, se faz necessário entender como se dá os “acordos tácitos” estabelecidos entre eles. Segundo Gomes (2007), esses acordos fazem parte de um pacto sobre o papel do jornalismo. Em resumo, diz respeito ao que o espectador pode esperar de determinado telejornal e por outro lado a forma como o noticiário se apropria dos elementos que compõe a prática da atividade jornalística na sociedade.

Para compreensão do pacto é fundamental a análise de como o programa *atualiza* as premissas, valores, normas e convenções que constituem o jornalismo como instituição social *de certo tipo*, em outras palavras, como lida com as noções de objetividade, imparcialidade, factualidade, interesse público, responsabilidade social, liberdade de expressão e de opinião, atualidade, quarto poder, como lida com as idéias de verdade, pertinência e relevância da notícia, com quais valores-notícia de referência opera (GOMES, 2007, p. 26).

Além disso, é preciso observar também como são utilizados os recursos técnicos a serviço do jornalismo. Com esse operador é possível identificar também como o telejornal busca a credibilidade perante os telespectadores. As transmissões ao vivo são um exemplo.

Outra pista de como esse pacto é regulado é por meio da relação do telejornal com as fontes de informação. Gomes (2007) afirma que há pelo menos dois tipos de fontes: os especialistas e o cidadão comum (nessa pesquisa esse último ganhará destaque no momento da análise). Para a autora, o cidadão comum geralmente aparece em três momentos nos programas: “quando ele é afetado pelas notícias; quando ele próprio se transforma em notícia, seja nos *fait divers*, seja nas humanizações do relato; quando ele autentica a cobertura noticiosa e é tratado como *vox populi*.”

Gomes (2007) prefere manter a análise olhando para o objeto a partir das duas principais características do jornalismo: a função de cão de guarda e a conversação social. A primeira é a mais tradicional, se refere a vigilância exercida por tal. O segundo é o que a autora chama de conversação social, onde o jornalismo tem a missão de transmitir informação com o objetivo de formar a opinião pública. Além do entretenimento, no caso de programas com caráter jornalístico, mas que faz um pacto com o público para exibir também editoriais

como cultura ou esporte. Portanto, na análise, é importante identificar qual o pacto que o programa analisado firma com o público.

4.2.4 Organização temática

Esse operador diz respeito ao modo como o telejornalismo distribui os conteúdos ou as informações ao longo da exibição do programa. Nessa pesquisa, serão adotadas também as contribuições de Charaudeau (2007) sobre o tema. O que o autor chama de “tematização” é a ordem com que o noticiário “organiza” os acontecimentos do mundo.

Entretanto, para organizar os temas veiculados, o telejornal precisa “apostar em certos interesses e competências do telespectador”. Nos programas televisivos temáticos essa disposição é mais evidente. Já nos telejornais, onde vários e diferentes assuntos e temas são tratados, a organização temática se torna então um operador de análise importante, pois ele irá contribuir para chegar ao modo de endereçamento do produto.

Para os telejornais, entretanto, a análise da organização temática demanda maior atenção e por vezes só pode ser compreendida através da observação do modo específico de organizar e apresentar as diversas editorias e do modo específico de construir a proximidade geográfica com sua audiência. Um telejornal pode ser local, regional, nacional ou internacional. Sem ser temático, o telejornal pode enfatizar as editorias de economia e política, ou a de cultura e lazer, ou a de esportes (GOMES, 2007, p. 27).

No caso específico do objeto empírico analisado, a organização temática se refere exclusivamente a um quadro do telejornal e não a ele por completo. Entretanto, esse operador de análise permitirá entender como os temas das reportagens são discutidos e organizados ao longo da semana em que o Jornal do Almoço exibe o JA nos Bairros. Pois entende-se que a partir do momento que o telejornal faz escolhas editoriais sobre a forma como irá dividir a exibição das reportagens, conseqüentemente, o mesmo está “apostando” em determinados interesses do telespectador.

Os operadores de análise terão como função orientar o olhar da pesquisadora em relação ao objeto de análise. Portanto, faz parte dos aspectos metodológicos conhecer o corpus da pesquisa e compreender como foi selecionado. Os itens que seguem tratam desse tema, bem como apresentam as etapas da análise.

4. 3 APRESENTAÇÃO E SELEÇÃO DO CORPUS

O corpus desta pesquisa é formado pelos vídeos do quadro JA nos Bairros, exibido no Jornal do Almoço, telejornal da RBS TV Joinville. Ao todo, são 39 vídeos que foram exibidos em oito edições, chegando ao total de quatro horas, seis minutos e nove segundos de gravação.

No início da pesquisa, quando o programa ainda estava sendo exibido, todos os vídeos disponíveis no catálogo de vídeos do site da emissora intitulados “JA nos Bairros” foram salvos para posterior seleção do corpus. Ao término da exibição das oito edições, mais uma edição de encerramento, se chegou ao número de 98 vídeos.

Com a finalidade de eleger um corpus suficiente para comportar o objetivo de tal pesquisa, mas sem atingir um acúmulo quantitativo de vídeos para além das possibilidades da mesma, optou-se por selecionar os vídeos exibidos somente durante a semana de exibição do quadro. Entretanto, os vídeos que antecedem ou sucedem a semana de exibição do JA nos Bairros poderão ser citados em algum momento da análise, já que eles fizeram parte da fase inicial.

Dessa forma, a opção pelos vídeos exibidos durante a semana se dá por conta do objetivo primordial desta dissertação, identificar a maneira como a identidade do público é representada no telejornal. Foram selecionados 39 vídeos, como mostra o quadro abaixo. Aparentemente, o número do corpus pode parecer grande, mas isso será justificado no momento em que a análise acontece, já que há muitos registros de repetições, no que diz respeito ao formato e discurso entre os vídeos.

QUADRO 2 – VÍDEOS SELECIONADOS PARA ANÁLISE

Bairro	Data	Vídeo	Tempo
Jardim Paraiso	23/03/2015	JA nos Bairros chega ao Jardim Paraiso	10' 16''
Jardim Paraiso	24/03/2015	JA nos Bairros: moradores do Jardim Paraiso reclamam da violência na região	9'25''
Jardim Paraiso	26/03/2015	JA nos Bairros: diretor do Detrans dá prazo para revitalização da Avenida Júpiter	8'41''
Jardim Paraiso	27/03/2015	JA nos Bairros: conheça o Vizinho Nota 10 do Bairro Jardim Paraiso	6'31''
Comasa	06/04/2015	JA nos Bairros: moradores do Comasa valorizam relações esquecidas nas grandes cidades	6'55''
Comasa	07/04/2015	JA nos Bairros: moradores do Comasa reclamam do tráfico de drogas na região	8'51''
Comasa	08/04/2015	JA nos Bairros: moradores do Bairro Comasa pedem mais atenção à saúde na região	11'30''
Comasa	09/04/2015	JA nos Bairros: moradores do Comasa reclamam de insegurança no trânsito	8'04''

Comasa	10/04/2015	JA nos Bairros: conheça o Vizinho Nota 10 do Bairro Comasa	4'12''
Vila Nova	11/05/2015	JA nos Bairros chega ao Vila Nova, em Joinville	2'16''
Vila Nova	12/05/2015	Bairro Vila Nova, em Joinville, é conhecido pela tradição germânica	5'06''
Vila Nova	12/05/2015	JA nos Bairros: subprefeita se compromete em fazer obras no Rio Vermelho, no Vila Nova	8'02''
Vila Nova	13/05/2015	Moradores do Bairro Vila Nova, em Joinville, pedem pavimentação nas ruas	6'03''
Vila Nova	15/05/2015	JA nos Bairros: Rosana é a Vizinha Nota 10 do Vila Nova	5'54''
Boehmerwaldt	1º/06/2015	Jornal do Almoço relembra história do Bairro Boehmerwaldt	5'17''
Boehmerwaldt	02/06/2015	Moradores do Boehmerwaldt pedem melhorias em calçadas	5'49''
Boehmerwaldt	03/06/2015	Moradores pedem reabertura de posto de saúde no Boehmerwaldt	8'19''
Boehmerwaldt	04/06/2015	Moradores do Boehmerwaldt pedem pavimentação de ruas da região	5'35''
Boehmerwaldt	05/06/2015	JA nos bairros: Conheça o vizinho nota 10 do Boehmerwaldt	4'27''
Jardim Iririu	13/07//2015	JA nos Bairros chega ao Bairro Jardim Iririu, em Joinville	10'32''
Jardim Iririu	14/07//2015	JA nos Bairros: moradores do Jardim Iririu reclamam de uso de drogas em praças	7'44''
Jardim Iririu	15/07//2015	JA nos Bairros: moradores pedem ampliação do atendimento na saúde para o Jardim Iririú	8'25''
Jardim Iririu	16/07//2015	JA nos Bairros: enchentes são frequentes no Jardim Iririú, dizem os moradores	9'52''
Jardim Iririu	17/07//2015	JA nos Bairros: conheça o Vizinho Nota 10 do Jardim Iririú	5'54''
Parque Guarani	17/08/2015	JA nos Bairros chega ao Parque Guarani, em Joinville	5'32''
Parque Guarani	18/08/2015	JA nos Bairros: moradores do Parque Guarani pedem pavimentação de ruas	7'26''
Parque Guarani	19/08/2015	JA nos Bairros: moradores do Parque Guarani reclamam de falta d'água	9'10''
Parque Guarani	20/08/2015	JA nos Bairros: moradores do Parque Guarani dizem que não conseguem vagas em CEIs	9'15''
Parque Guarani	21/08/2015	JA nos Bairros: conheça o Vizinho Nota 10 do Parque Guarani	6'19''
Jativoca	28/09/2015	JA nos Bairros: cerca de 1500 famílias vivem no Jativoca com tranquilidade	6'36''
Jativoca	29/09/2015	JA nos Bairros: moradores do Jativoca pedem pavimentação	9'12''
Jativoca	30/09/2015	JA nos Bairros: moradores pedem melhorias em unidade de saúde do Jativoca	5'27''
Jativoca	1º/10/2015	JA nos Bairros: moradores do Jativoca pedem cobertura de vala	8'43''
Jativoca	02/10/2015	JA nos Bairros: conheça o Vizinho Nota 10 do loteamento Jativoca	7'02''
Itinga	02/11/2015	JA nos Bairros chega ao Itinga, em Joinville	7'02''
Itinga	03/11/2015	JA nos Bairros: moradores do Itinga pedem mais ruas pavimentadas	7'28''
Itinga	04/11/2015	Moradores do Itinga pedem mudanças na principal rua do bairro	6'57''
Itinga	05/11/2015	JA nos Bairros: moradores pedem áreas de lazer no Itinga	4'52''
Itinga	06/11/2015	Vizinho Nota 10: conheça a história da dona Izoleti,	7'58''

		do Bairro Itinga	
--	--	------------------	--

FONTE: elaborado pela autora.

O quadro JA nos Bairros foi exibido em 2015 pelo terceiro ano consecutivo. No primeiro ano do programa, em 2013, o formato era diferente do atual. O apresentador Rafael Custódio deixava o estúdio do programa e durante dois dias apresentava o quadro ao vivo, direto de um bairro da cidade. No primeiro dia era realizada uma votação, que acontecia pela internet, referente às prioridades do bairro (as necessidades referentes a infraestrutura ou outros serviços). Já no segundo dia, a produção do programa convidava uma fonte oficial da Prefeitura para participar ao vivo direto do bairro, para falar sobre os pedidos e reivindicações daquela localidade.¹² A segunda edição do quadro foi ao ar no ano de 2014. Ao todo foram oito quadros exibidos ao longo dos meses de abril e novembro. Neste segundo ano de programa, o formato teve alterações. As visitas aos bairros ocorriam de segunda a sábado, em uma semana de cada mês, sendo exibido durante esses dias reportagens no Jornal do Almoço. No último dia, sábado, havia programação com serviços de saúde e lazer e atrações para a comunidade local. A produção era da jornalista Emilin Souza, reportagem de Júlio Etoe. Nesse segundo ano, além das reivindicações e reclamações, o quadro procurou valorizar e exibir as boas ações realizadas pela comunidade: “A fim de valorizar o que a região tem de melhor, ajudar na resolução de problemas e aproximar ainda mais a emissora da comunidade, a iniciativa acontece durante uma semana por mês e faz parte da campanha Joinville Faz Bem.”¹³

No ano de 2015, o jornalista Marcos Pereira é repórter do quadro que continua sendo produzido por Emilin Souza. Entre as novidades desta edição está a estreia do quadro Vizinho Nota 10. Durante a semana que a equipe do Jornal do Almoço está no bairro eleito por votação no G1 Santa Catarina¹⁴, os moradores da comunidade são convidados a enviarem histórias dos vizinhos e dizer por que o vizinho merece tal reconhecimento. Entre as mudanças no quadro, o foco do JA nos Bairros voltou a serem as prioridades e reivindicações da comunidade.

¹² Informações obtidas matéria publicada no jornal A Notícia, do Grupo RBS. Disponível em: <http://anoticia.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2013/07/jornal-do-almoco-de-joinville-estreia-o-projeto-ja-nos-bairros-4188769.html>

¹³ Rafael Custódio, editor-chefe e apresentador do Jornal do Almoço. Citação de matéria veiculada no jornal A Notícia. Disponível em: <http://gruporbs.clicrbs.com.br/blog/2014/04/28/rbs-tv-apresenta-novidades-no-projeto-ja-nos-bairros/>

¹⁴ <http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/index.html>

4. 3 ETAPAS DA ANÁLISE

A proposta metodológica deste trabalho toma como referência os modos de endereçamento a partir das contribuições de Gomes (2007) e de seus operadores de análise, já expostos no início desse capítulo. Os operadores de análise servem então para guiar o olhar do pesquisador perante o objeto empírico e também o corpus da pesquisa. Sendo assim, foi preciso traçar um caminho estratégico a fim de contemplar os operadores de análise, bem como o material disposto. A análise foi dividida em três etapas que resultaram nas seguintes categorias.

QUADRO 3 – CATEGORIAS DE ANÁLISE

Categorias	Operador de análise
1. Estrutura	Organização temática
2. Estratégias discursivas	Pacto sobre o papel do jornalismo Contexto comunicativo Enunciador
3. Relacionamento com o público 3.1.1. Orgulho de morar aqui 3.1.2. Eles vieram de fora 3.1.3. O herói do bairro 3.1.4. A comunidade como vítima 3.1.2.1 Tipos de vítimas 3.1.5. O morador como fiscal	Pacto sobre o papel do jornalismo Enunciador

FONTE: Elaborado pela autora.

A **primeira etapa** analisou a estrutura. O operador de análise observado foi o que se refere a organização temática, bem como as características do formato e do produto enquanto subgênero televisivo. Os resultados dessa primeira etapa foram reunidos na categoria “estrutura”.

A **segunda etapa** procurou analisar o texto. Nessa etapa os operadores de análise contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e enunciador foram contemplados. Os resultados dessa etapa estão expostos na segunda categoria, denominada “estratégias discursivas”.

A **terceira etapa** e última analisou o relacionamento com o público. Nesta etapa foram contemplados novamente o pacto sobre o papel no jornalismo e o enunciador. Tão importante quanto as outras, nessa etapa a pesquisadora focalizou o olhar para o objeto relacionando especialmente as contribuições teóricas trazidas no capítulo dois, referente à identidade. Os resultados foram agrupados na categoria “relacionamento com o público” e subdivididos da seguinte forma: orgulho de morar aqui; herói do bairro; eles vieram de fora; a

comunidade como vítima e o morador como fiscal. Essas subdivisões surgiram no andamento da análise. Conforme a pesquisadora analisava os vídeos, conseqüentemente se deparava com as representações dos moradores.

Os resultados da análise estão expostos no capítulo seguinte.

5. UM OLHAR SOBRE O TELEJORNALISMO JOINVILENSE: ANÁLISE DO JA NOS BAIROS

Logo na introdução dessa dissertação, a questão acerca da escolha da representação da identidade de um sujeito entrevistado em um telejornal é trazida para o debate. Como o jornalista escolhe entre tantas uma única forma de representar tal sujeito? Como a identidade dos moradores de um determinado local é representada no telejornalismo local? Esses questionamentos fazem parte da proposta dessa dissertação, focada em analisar a maneira como o telejornalismo local representa a identidade dos moradores nas reportagens e ainda se o mesmo colabora na construção de tais identidades.

A partir do aporte teórico sobre a televisão e o telejornalismo local, juntamente com as contribuições acerca de cultura, globalização e identidade e sob a perspectiva metodológica dos modos de endereçamento, as oito edições de 2015 do quadro JA nos Bairros foram submetidas ao processo analítico, cujos resultados estão expostos neste capítulo.

Os operadores de análise - mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática - direcionaram a análise, que focou três aspectos principais: estrutura, estratégias discursivas e relacionamento com o público.

5.1 ESTRUTURA

O JA nos Bairros está no ar desde 2013. As mudanças que ocorreram desde as primeiras edições até aquelas exibidas em 2015 dizem respeito ao formato e à estrutura do quadro. O quadro faz parte do telejornal local Jornal do Almoço, exibido no canal VHF 5 – sinal digital 5.1, RBS TV Joinville.

Por ser exibido na televisão, o objeto assume as características desta mídia. Tomando como ponto de partida o uso da imagem, é possível afirmar que ao longo dos 39 vídeos analisados, a imagem foi sempre primordial para o entendimento das reportagens. Mas não só isso, em alguns momentos as imagens tinham a intenção de chocar, em outras de provocar sentimentos como o de revolta ou indignação nos espectadores. Como aconteceu logo na primeira reportagem, exibida no dia 23 de março de 2015. No momento em que o repórter contava a história do bairro Jardim Paraíso, foram exibidas imagens de arquivo de uma época em que o bairro foi notícia nacional por conta de uma enchente:

FIGURA 1 – IMAGEM DA PRIMEIRA REPORTAGEM



FONTE: Jornal do Almoço (2015).

Essas imagens não são fictícias e nem fazem parte de um jogo ou entretenimento, mas compõem a realidade construída a qual Bourdieu (1997) se refere, chamada por Jost (2010) de mundo real. Esse mundo não diz respeito à realidade vivida, mas sim àquela transmitida via televisão. Essa realidade é um recorte feito pelo mediador e entregue ao telespectador como verdade única. Esse percurso entre recorte da realidade, mediação e telespectadores faz parte das etapas para se delimitar um gênero. Segundo Jost (2010), os gêneros possuem funções estratégicas na televisão exercidas por meio das promessas ontológica e pragmática.

No objeto analisado, vinculado ao subgênero telejornalismo local, observa-se que a promessa ontológica é a informação mais próxima ao cotidiano da instância de recepção. Já a pragmática é feita e reafirmada pelos apresentadores, bem como pelo mediador principal, e pode ser definida como a promessa de estar ao lado da comunidade, ouvindo as reivindicações, buscando soluções e mostrando o dia-a-dia de tal comunidade. Não cabe aqui identificar se essas promessas foram ou não cumpridas, já que a primeira é universalmente aceita e a segunda não depende de outro lado para existir. Entretanto, no próximo item, esse debate retorna sob o olhar do operador de análise “pacto sobre o papel do jornalismo”.

Como vimos, o telejornal é um gênero televisivo e o telejornalismo local um subgênero. Tanto o gênero, quanto o subgênero se encaixam ainda em outra categoria denominada gênero da informação. Segundo Charaudeau (2007), para se caracterizar como informação, o produto midiático precisa enfrentar desafios, como a inteligibilidade.

A forma como a notícia é hierarquizada faz parte desse desafio. O momento em que escolhas discursivas são feitas, como optar por relatar, comentar ou provocar um acontecimento, faz parte desse processo. O relato pode ser identificado em todas as reportagens exibidas no quadro. Ao contar uma história de um morador, ou contar sobre os problemas da comunidade o repórter está relatando o acontecimento. Já os comentários são identificados nas aparições do repórter, quando este deixa explícito a sua opinião sobre determinado assunto. Os acontecimentos são também provocados, quando os apresentadores usam o que eles denominam Calendário JA¹⁵. Isso acontece por que no momento em que marcam uma data para cumprimento de tal promessa, eles estão agendando uma pauta, ou seja, provocando um acontecimento futuro.

Sendo assim, já é possível afirmar que o JA nos Bairros carrega as características do gênero e subgênero, mas os fatores que diferenciam o objeto analisado de outros produtos estão relacionados ao formato. Isso porque o formato é o responsável pelos detalhes. Enquanto as características do gênero precisam ser mantidas, uma vez que foram prometidas ao telespectador por meio das promessas ontológica e pragmática, o formato pode sofrer quantas alterações sejam necessárias. Essas mudanças podem ocorrer dependendo da vontade do público.

O JA nos Bairros sofreu alterações a cada ano de exibição. A promessa pragmática continuou a mesma, mas a forma como o quadro é produzido, mediado e exibido mudou. Nas oito edições exibidas em 2015, o quadro manteve uma mesma estrutura em todas. A repetição do formato aconteceu de forma idêntica, como mostra o quadro abaixo:

QUADRO 4: ESTRUTURA DO JA NOS BAIRROS.

Dia da semana	Estrutura do JA nos Bairros
Semana anterior	Escolha do bairro por votação online
Segunda-feira	Repórter ao vivo no bairro escolhido Reportagem de apresentação Escolha das prioridades
Terça-feira	Repórter ao vivo no bairro escolhido Reportagem sobre a primeira prioridade Entrevista ao vivo com órgão público responsável
Quarta-feira	Repórter ao vivo no bairro escolhido Reportagem sobre a segunda prioridade Entrevista ao vivo com órgão público responsável
Quinta-feira	Repórter ao vivo no bairro escolhido Reportagem sobre a terceira prioridade Entrevista ao vivo com órgão público responsável
Sexta-feira	Repórter ao vivo no bairro escolhido Reportagem com o Vizinho Nota 10

FONTE: Elaborado pela autora.

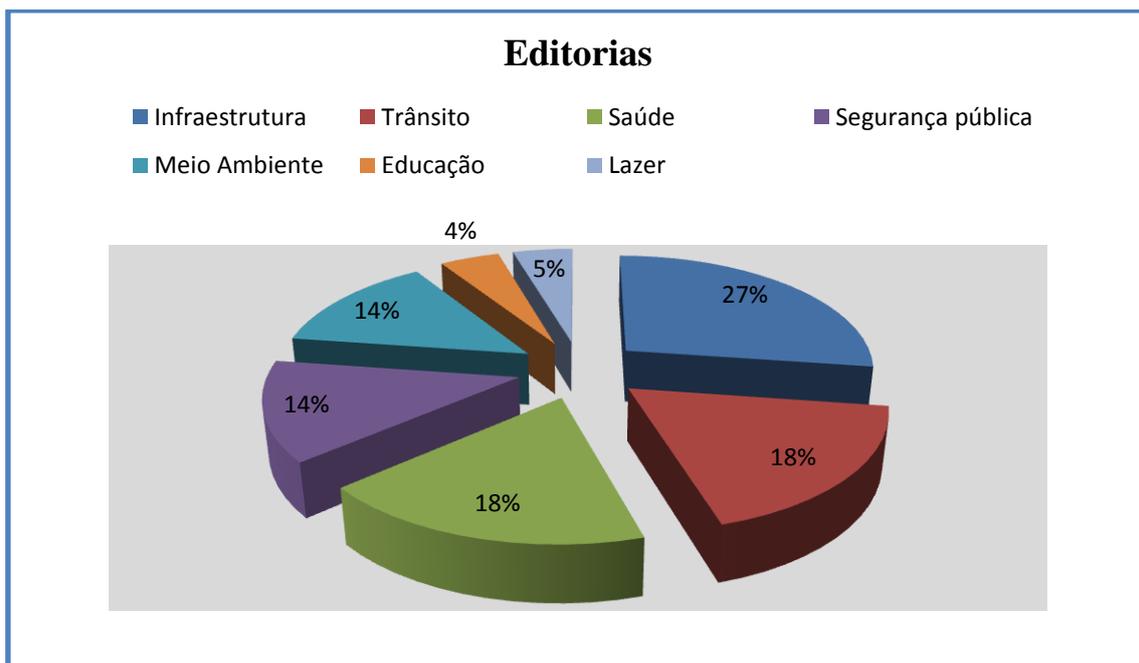
¹⁵ Usado pelos apresentadores para marcar as datas e os compromissos assumidos pelas autoridades do poder público.

A escolha do bairro se dá por meio de votação online no site do G1. No primeiro dia da semana de exibição do quadro é mostrada uma reportagem com um panorama sobre o bairro e a vida naquela comunidade. O direcionamento dessa reportagem é transmitir uma “sensação agradável”, mostrar o orgulho de morar ali refletido nos depoimentos. No caminho contrário do que acontece com a identidade nacional, a identidade local está sendo fortalecida e o sentimento de pertencer a algo tão próximo faz com que os sujeitos resistam aos efeitos da globalização. Por isso, a importância de iniciar a exibição do quadro representando o bairro como um lugar bom para se viver.

Nos três dias seguintes, o repórter faz a abertura e logo em seguida é apresentado um VT com uma reportagem sobre uma das prioridades eleitas pelos moradores. Durante os quatro dias de exibição, o mediador pede a participação do público para indicar um vizinho que tenha uma história que mereça reconhecimento. A escolha feita pela produção do programa gera uma reportagem exibida no último dia. O Vizinho Nota 10 encerra o JA nos Bairros novamente usando a estratégia do início, emitindo sentimentos positivos.

Definir um formato significa também apostar nos interesses do público. Sendo assim, foi uma aposta do JA nos Bairros definir como principal meio de captação do público as matérias de reivindicação, já que elas aparecem em maior quantidade. Entre as matérias de reivindicação, as de infraestrutura lideram:

GRÁFICO 1: ORGANIZAÇÃO TEMÁTICA



FONTE: Elaborado pela autora.

As reportagens foram divididas em sete editorias. A editoria de infraestrutura esta presente em seis vídeos e representa 27% do total. A maioria delas (cinco) tem como temática a pavimentação das ruas e têm abordagens semelhantes. Isso por que nas cinco reportagens o problema da falta de pavimentação na rua traz as mesmas consequências: buracos nas ruas, lama em dias chuvosos e pó em dias de sol. A outra matéria dessa editoria tem como temática o abastecimento de água.

Na sequência aparece a editoria trânsito com 18%. As reportagens estão divididas em três temáticas: melhorias nas ruas (uma), insegurança para motoristas e pedestres (duas) e manutenção das calçadas (uma). Essas reportagens também têm em comum a abordagem. A questão do trânsito é tratada pelo JA nos Bairros como sendo um problema que ao mesmo tempo em que precisa de providências do poder público, precisa também da colaboração dos motoristas e pedestres.

As reportagens de saúde também representam 18%. Apesar de tratarem de temáticas diferentes, as abordagens parecem uma com as outras. Uma delas relata a insatisfação dos moradores com o posto de saúde do bairro que não abre todos os dias da semana. Nessa reportagem o foco está na reivindicação para ampliação do horário de atendimento. Em outra o foco está na reabertura do posto de saúde que segundo relatado na matéria foi fechado por questões estruturais e os moradores reivindicam uma nova unidade. Em outras duas reportagens, a reclamação envolve o atendimento à população. Em dois bairros o problema está na falta de atenção do poder público para com a saúde pública de uma forma geral.

A editoria de segurança pública (14%) trata das temáticas violência e tráfico e consumo de drogas. A matéria que trata da temática violência tem como característica evidenciar os casos de assaltos e homicídios no bairro visitado, bem como ressaltar a falta de policiamento no local. Já as duas reportagens que abordam a questão das drogas, se referem ao tema como um problema social, além de evidenciar também a falta de policiamento.

Também com 14% aparecem as matérias de meio ambiente. Em duas reportagens a temática são as enchentes e em ambas as abordagens são semelhantes. O quadro trata a questão como sendo um problema crônico da cidade. Os problemas seriam causados, segundo a abordagem do JA nos Bairros, pela falta de manutenção e limpeza de valas e rios por parte do poder público, bem como pela falta de consciência humana já que foram mostrados imagens de lixo jogado por moradores nesses locais. Outra reportagem trata da questão das valas abertas, abordada como uma questão de saúde pública.

Com apenas uma reportagem de cada, as editorias educação e lazer são as menos frequentes. A de educação se refere ao problema de falta de vagas em creches no bairro

visitado pelo quadro. Já a matéria sobre lazer, relata a reivindicação dos moradores por mais áreas de lazer no parque.

Em seguida serão identificadas as estratégias definidas pelo gênero, o que possibilitará compreender a maneira como a identidade dos moradores é representada.

5.2 ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS

Para se manter no ar, um programa de televisão precisa ter anunciantes e altos índices de audiência. Tendo conhecimento de que o primeiro seja resultado do segundo, é correto afirmar que tais programas estão sempre em busca de mais espectadores e da fidelização dos já existentes. Para conseguir tal feito, os programas apostam nos interesses do público. Como mostrado no item anterior, tal aposta pode ser compreendida a partir das editorias e temáticas abordadas ao longo do programa.

Outra maneira de se alcançar tal objetivo é firmar um pacto com o público. Nas oito edições de 2015 analisadas, os apresentadores do programa, bem como o principal mediador – o repórter que apresenta o quadro, são enfáticos em afirmar que o JA nos Bairros tem o objetivo de ouvir a comunidade e suas reivindicações, além de mostrar o que há de bom no bairro.

A partir da análise do formato é possível identificar que tal compromisso foi cumprido. Isso por que a primeira e última reportagem de cada semana tratam de assuntos positivos e tem o objetivo de enaltecer as boas ações. Já as outras reportagens têm como objetivo mostrar os problemas e o que precisa ser melhorado.

Desde o momento em que os apresentadores fazem a abertura do quadro até o momento do encerramento, o pacto segue sendo reafirmado. Durante todo o tempo de exibição, o telejornalismo local se coloca ao lado dos moradores e se reconhece como responsável por “cuidar” de tal localidade, mas principalmente se coloca como ouvinte.

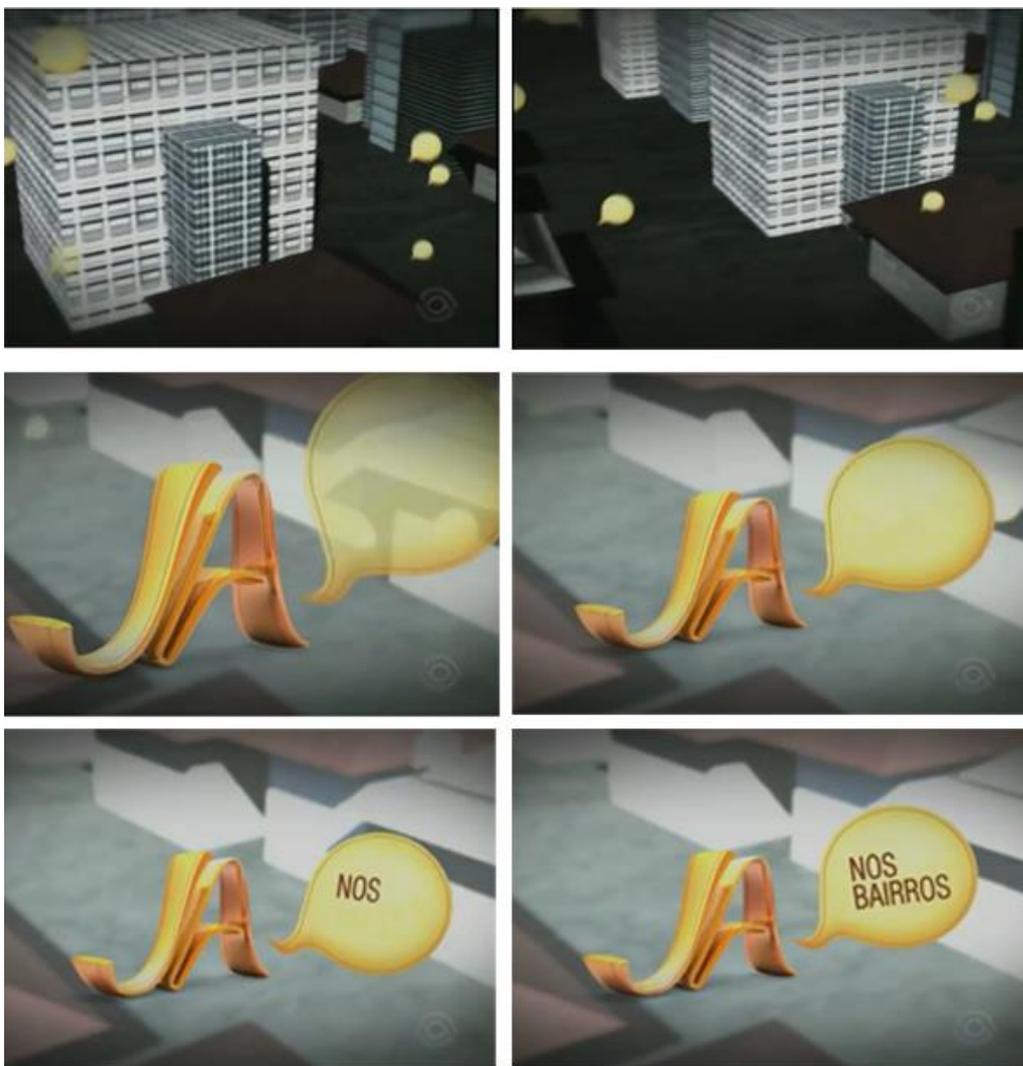
13/07/2015 – Apresentador Rafael Custódio: Você que acompanha o Jornal do Almoço sabe, o nosso compromisso aqui é com a comunidade. Por isso, uma vez por mês o público aí de casa elege um bairro para que a gente passe e fique por lá uma semana, ouvindo a comunidade, cobrando as ações que melhorem a vida das pessoas no bairro. É o nosso JA nos Bairros.

Em todas as edições, após a fala de abertura feita por um dos apresentadores, como no trecho acima, entra a vinheta de apresentação do quadro. Essa vinheta faz parte do contexto comunicativo e serve para situar o receptor a respeito da exibição do quadro. A vinheta tem

cerca de quatro segundos e a rápida sequência de imagens mostra vários balões de fala saindo das casas e um deles ao lado da logomarca do JA. A vinheta é uma das estratégias para mostrar que a comunidade terá voz no programa.

Depois da entrada da vinheta, os apresentadores chamam a participação ao vivo do repórter Marcos Pereira que está em um ponto do bairro escolhido. A partir daí quem comanda o quadro é o repórter. Atrás dele há um *banner* com a imagem do JA nos Bairros, mas com muita frequência a câmera abre a imagem para mostrar o local onde o repórter está.

FIGURA 2 – SEQUÊNCIA DE IMAGENS DA VINHETA



FONTE: Jornal do Almoço (2015).

Nas edições de 2015, as transmissões ao vivo se tornaram um diferencial. Isso por que elas estão associadas a questão da credibilidade e da aproximação com o público.

A partir do momento em que o repórter está todos os dias no bairro escolhido, ele pode ser considerado parte daquela comunidade, por estar ali observando de perto os problemas, ouvindo as reivindicações e buscando as soluções de uma forma diferente. Isso por que ao questionar o poder público ou a iniciativa privada em relação aos problemas trazidos pelos moradores, o JA nos Bairros convida e/ou convoca a presença daquele sujeito no bairro onde está. Essa ação faz com que o morador acredite no discurso do telejornal local e conceda credibilidade ao programa.

Essa estratégia faz parte da rotina jornalística dos veículos do Grupo RBS. A afirmação é comprovada com as inúmeras campanhas e quadros jornalísticos que dependem do público para existir, nos Estados de Santa Catarina e no Rio Grande do Sul. Em Joinville, o quadro JA nos Bairros faz parte da campanha institucional “Joinville Faz Bem”. O projeto, de acordo com informações contidas no site, serve para “renovar o compromisso e laços da empresa com a comunidade e a cidade”.

Nas edições do JA nos Bairros de 2015, um dos principais pontos que pode ser observado no relacionamento entre emissora e público está no enunciador. O repórter Marcos Pereira está há sete anos na emissora. Iniciou e permaneceu por dois anos na RBS TV Blumenau e foi então transferido para Joinville. Trabalhando na RBS TV Joinville por seis anos, o comunicador já apresentou o Jornal do Almoço e também o antigo RBS Notícias. Ao analisar o corpus da pesquisa, foi possível identificar que a escolha de Marcos Pereira como principal enunciador teve a intenção de promover laços com o público, já que Pereira é natural de Joinville e, portanto, mais familiarizado com os problemas da comunidade, podendo se colocar com mais propriedade ao lado dos moradores dos bairros retratados nas reportagens.

A valorização do trabalho do repórter é uma das estratégias do telejornalismo (GOMES, 2007). A presença do repórter como principal mediador entre o público e o telejornal foi apresentada como uma novidade pelo apresentador Rafael Custódio, no vídeo do dia 23 de março de 2015:

23/03/2015 – Rafael Custódio: E a gente já começa essa nova temporada Regiane, com uma novidade. Quem vai nos levar para conhecer de perto a realidade dos bairros é o Marcos Pereira.

Foi identificado também ao longo da análise um detalhe que vai além da valorização do trabalho do repórter, é a relação afetiva entre os sujeitos pertencentes à cena. Em alguns

momentos os apresentadores chamaram o repórter pelo apelido “Marquinhos” e em um vídeo exibido no dia 29 de setembro de 2015 o chamaram de amigo:

*29/09/2015 – Rafael Custódio: É onde está também **nosso amigo** Marcos Pereira.*

Essa relação de amizade entre os jornalistas gera no público expectativas de proximidade, pois assim como o “Marquinhos” é amigo do apresentador, ele também pode vir a ser seu amigo.

Em todos os 39 vídeos analisados, o repórter Marcos Pereira aparece como principal mediador. Além disso, ele exerceu uma função de fiscal. A mediação entre a comunidade e o telejornal pode ser entendida a partir do que Charaudeau (2007) chama de materialização do mundo midiático. A partir do momento que ele fala através de seu texto o que viu e ouviu dos sujeitos entrevistados, ele materializa tal realidade. Essa ação foi identificada em diversos vídeos, principalmente no momento em que o repórter faz sua entrada ao vivo e fala a respeito da matéria que será exibida em seguida. Pode-se também entender como um testemunho.

*24/03/2015 – Marcos Pereira: E a gente preparou uma reportagem ouvindo os **moradores que querem justamente isso**. Querem mais segurança para que o bairro tenha definitivamente, de vez, fora, o rótulo de bairro mais violento de Joinville.*

*26/03/2015 – Marcos Pereira: [...] Pois é, os **pedidos dos moradores** sobre a avenida Júpter, essa aqui onde eu estou, são muitos. Mas dois pedidos especiais chamaram a atenção da nossa equipe, duas reivindicações importantes dos moradores.*

*08/04/2015 – Marcos Pereira: [...] E **eles dizem o seguinte**, está faltando especialista, estão faltando remédios e os moradores querem a construção de uma policlínica aqui no bairro para atender essa demanda. **A reclamação é geral** como agente vai ver agora na reportagem.*

*03/11/2015 – Marcos Pereira: [...] A **situação por aqui está muito preocupante**. Basta olhar esse cenário aqui ó...já dá perceber né...não precisa dizer nada por que as imagens já falam por si só. Olha quanto buraco nesta rua aqui por exemplo, que liga a rua principal do bairro a rua da delegacia...uma delegacia ali na frente. **É um problema muito grave claro**.*

A mediação realizada pelo repórter acontece também entre a comunidade e órgãos competentes ou fontes oficiais. Essa mediação faz parte das características do telejornalismo local, considerado um prestador de serviço (BECKER, 2005).

Em 22 dos 39 vídeos essa função aparece com destaque. Em 17 desses vídeos as fontes oficiais são entrevistadas ao vivo, como maneira de cumprir a promessa de cobrança e acompanhamento das reivindicações realizadas.

Mais uma vez o mediador tem papel fundamental no cumprimento dessa promessa, colocando-se ao lado daquela comunidade. Há vários momentos em que o repórter exerce uma postura firme e se impõe perante o entrevistado:

12/05/2015- Marcos Pereira: Esse é o problema. Qual a solução? Vamos saber agora. Estou aqui com a sub-prefeita da região oeste de Joinville, Elenita Souza. Sub-prefeita, obrigada pela sua participação ao vivo com a gente aqui no JA nos Bairros. Começo lhe perguntando o seguinte: *que compromisso a senhora pode assumir com essa comunidade aqui do Vila Nova, no que diz respeito aos alagamentos que estão preocupando os moradores, quando teremos início de alguma obra para minimizar essa situação ou resolver totalmente?*

03/06/2015 – Marcos Pereira: Esse é o problema, e a solução? Eu vou conversar agora com o Paulo Manoel de Souza, diretor executivo da Secretaria Municipal de Saúde. Paulo, primeiro obrigado pela sua presença ao vivo aqui com a gente no Jornal do Almoço, falando dos problemas dessa comunidade. *Te pergunto, qual o compromisso que o senhor assume com essa comunidade do bairro em relação a nova unidade de saúde, e mais, vou repetir a mesma pergunta que um morador fez a nossa equipe. Quando que as obras vão começar dessa nova unidade do posto de saúde do Boehmerwaldt II?*

20/07/2015 – Marcos Pereira: É a angústia dos moradores aqui da região. Bom, já está aqui comigo o secretário de educação, Roque Mattei, ao vivo aqui no bairro Parque Guarani, pra falar dessa situação. Secretário, muito obrigado pela participação com a gente aqui no JA nos Bairros. *Começo lhe perguntando o seguinte, a pergunta que os moradores se fazem aqui, por que o Parque Guarani tem dois CEIs e ainda tem esse problema com a falta de vagas aqui nos Centros de Educação Infantil do bairro?*

Nos outros cinco vídeos onde o repórter é identificado como sendo mediador entre sociedade e órgão público não há entrevista ao vivo. Entretanto, o mediador deixa evidente que tais fontes foram contatadas e convidadas para participar do programa. Em dois vídeos é possível identificar o “desgosto” por parte do repórter e dos apresentadores em relação a essa situação. Isso mostra mais uma vez, que por meio de seu mediador, o telejornal local se mantém como prestador de serviço, fiscal, e principalmente se mostra estar ao lado da comunidade.

13/05/2015 – Marcos Pereira: Problema que está preocupando os moradores. Bom, *ninguém da prefeitura pode vir até aqui no Vila Nova para falar dessa situação, mas a assessoria de imprensa da Prefeitura de Joinville informa o seguinte: que a Prefeitura está investindo 20 milhões de reais em recapeamento asfáltico em várias ruas da cidade, inclusive aqui no bairro Vila Nova.*
No estúdio – Rafael Custódio apresentador: *Infelizmente né Marcos, a gente lamenta aqui que ninguém da prefeitura pode ir até o Vila Nova para dar essas respostas aos moradores. Mas o Jornal do Almoço se compromete a continuar de olho nessa situação e assim que esses recursos forem liberados como você disse, nós vamos verificar se as ruas do Vila Nova foram contempladas conforme foram divulgadas hoje pela Prefeitura.*

30/09/2015 – Marcos Pereira: Bom, este é o relato dos moradores que vivem aqui e veem essa situação todos os dias. Bom, nós convidamos a Prefeitura pra falar dessa situação da saúde,

aqui no Jativoca. A Prefeitura nesse momento preferiu se manifestar em nota, nota enviada a nossa equipe pela assessoria de imprensa.

O telejornalismo exerce um papel de segurança e referência na sociedade (VIZEU, 2008). No telejornalismo local esses papéis se expandem ainda mais e dão lugar também à valorização do encontro, da proximidade e da existência de afinidades sociais e culturais, como aponta Coutinho (2008). Essa contribuição teórica se aplica ao objeto empírico, especialmente ao mediador, quanto este aposta na familiaridade com o público.

Desde a maneira informal de falar, bem como a forma de expressão e ainda a inclusão de experiências próprias, fazem do repórter um importante mediador entre telejornal e comunidade e entre a comunidade e órgãos públicos. Os trechos abaixo são alguns exemplos da forma como o mediador busca se familiarizar com os moradores dos bairros:

23/03/2015 – Marcos Pereira: Olá Rafael. Olá Regiane. Olá pessoal. Falo ao vivo do bairro Jardim Paraíso, com muita alegria, com muita satisfação pra vir aqui ouvir os moradores, saber o que os moradores dessa região querem falar. [...] Então, é com muita alegria que eu vou estar percorrendo a cidade nos próximos meses pra falar sobre o JA nos Bairros. Na estreia, o bairro Jardim Paraíso, bairro que já bonito no nome, conheço esse bairro, tem quase 20 mil moradores por aqui.

06/04/2015 – Marcos Pereira: Como eu disse é um bairro bonito, conheço essa região, morei aqui quando cheguei com meus pais na década de 80, só que agora a gente precisa da ajuda de você que é morador, que mora aqui no Comasa, ou até na região do Comasa, ou seja, a gente quer saber que é prioridade aqui.

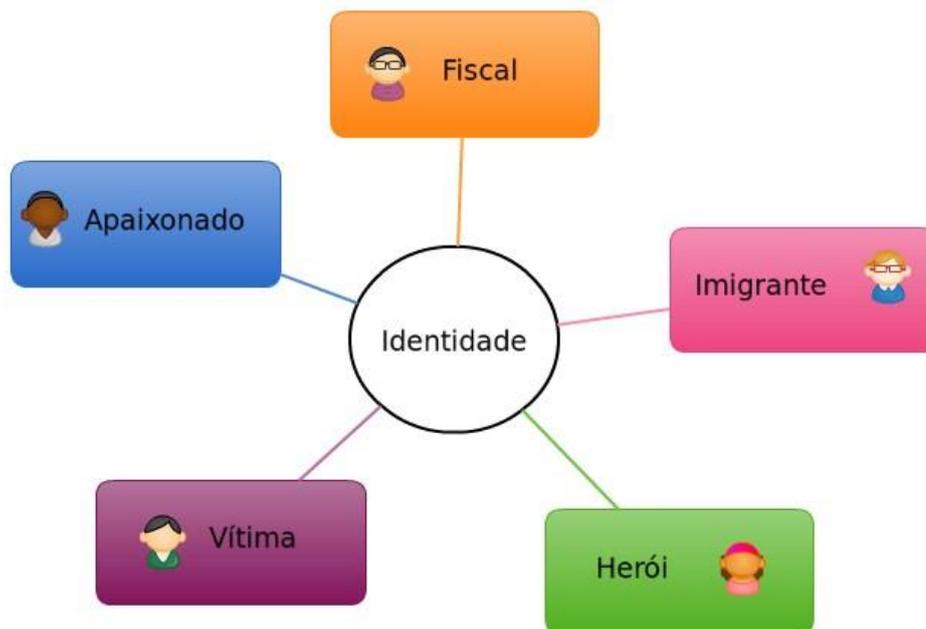
A identificação entre público e mediador provocada pelas estratégias discursivas do quadro JA nos Bairros dão pistas de que a relação entre eles ficou mais estreita e por isso a maneira como ele enxerga a identidade do outro é afetada. É o que será exposto no próximo item, que trata das representações da identidade do morador.

5.3 RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO

A forma como o quadro JA nos Bairros se estrutura, a maneira como o mediador se direciona ao público e as estratégias usadas pelo telejornalismo local para cumprir a promessa feita ao público foram imprescindíveis para se chegar ao momento de responder os questionamentos que guiam essa pesquisa. De que maneira o telejornalismo local representa a identidade dos moradores dos bairros visitados pelo programa? Ele colabora ou influencia na construção de tais identidades?

É necessário nesse momento resgatar o que Hall (2000) traz sobre o tema. Para ele, as identidades são representações que o sujeito é obrigado assumir, mesmo sabendo que essas representações são construídas na falta, no lugar do outro. A partir da análise do material foi possível identificar cinco representações da identidade dos moradores. São elas: apaixonado, imigrante, herói, vítima e fiscal, conforme figura 3.

FIGURA 3: DIAGRAMA COM AS REPRESENTAÇÕES



FONTE: Elaborado pela autora.

5.3.1 Orgulho de morar aqui

Para Hall (1997) assim como a cultura é central na vida das pessoas, a formação das identidades se dá culturalmente. Isso significa que precisamos pensar as identidades sociais como construídas no interior da representação, através das culturas. Dessa forma ao analisar os vídeos do JA nos Bairros foi possível identificar que o telejornalismo local tem como estratégia valorizar a cultura local. O objetivo dessa ação é o laço social (WOLTON, 1996) criado entre emissora e público.

O telejornalismo se tornou local com a necessidade de estar mais próximo dos anunciantes e conseqüentemente de seu público. Como consequência da globalização, a televisão instalada em regiões é característica do que Santos (2001) chama de localismo

globalizado. Que apesar de se deixar influenciar pelo globalismo localizado, tem como princípio a resistência por parte de grupos sociais vitimizados.

Na prática, isso não acontece dessa forma. Não é possível inocentar o telejornalismo local como sendo uma ferramenta contra hegemônica, mas o JA nos Bairros cumpre a sua promessa ontológica estabelecida com os telespectadores: a de estar ao lado da comunidade e mostrar coisas boas e o que precisa ser melhorado. O que o bairro tem de bom é mostrado no primeiro e último dia de exibição do quadro. Como já mostrado no primeiro item desse capítulo, a primeira reportagem em cada bairro se trata de uma apresentação, e a última da escolha do Vizinho Nota 10.

Nestes vídeos de apresentação do bairro, os moradores são representados como sujeitos orgulhosos e apaixonados pelo lugar onde vivem. A característica marcante da valorização do local é identificada em todos os oito vídeos. A semelhança na forma como o mediador escreve e monta as reportagens se dá desde o modo como representa os moradores de cada localidade, bem como as informações que traz nelas. Um exemplo disso é a forma como as reportagens são encerradas. Em sete dos oito vídeos, aparecem moradores afirmando que não pretendem mudar de endereço.

28/09/2015 – off Marcos Pereira: *Quem mora não quer sair daqui.*

Morador 1: Mais fácil eu fechar o mercado e arrumar outra profissão do que sair daqui e deixar minha casa, isso eu não faria.

Morador 2: Não pretendo me mudar daqui.

02/11/2015 - Morador: *A vizinhança pra mim é tranquila. Pra mim é tranquila por que tipo assim, como eu moro há 38 anos, eu conheço bastante, eu tenho muitos parentes aqui, nós moramos os irmãos tudo junto...tem os primos. Então pra mim é bem tranquilo nesse lado...é bom...eu gosto de morar aqui.*

*Off – Marcos Pereira: Gente que fez história no bairro como o saudoso Waldomiro José Borges que dá nome a principal rua do bairro. Ele e a família chegaram aqui em 1960, deixando marco de empreendedorismo. **Quem mora aqui não quer sair.***

*Marcos Pereira: **A senhora quer sair? É feliz de morar aqui?***

Moradora: Sou graças a Deus sou...se não estava esses 30 anos aqui...

Marcos Pereira: Vai ficar até?

Moradora: Até Deus me levar né...

Outra característica está nas evidências de que aqueles bairros são considerados lugares bons para morar. Em todos os vídeos de apresentação há destaque para o que bairro tem de importante para o dia-a-dia dos moradores. Isso remete à valorização do local e é uma forma também de mostrar aos espectadores que o JA nos Bairros acredita que aquele bairro é constituído por sujeitos de bem e que merecem que tal lugar seja realmente bom.

12/05/2015 – Passagem Marcos Pereira: *O Vila Nova foi criado em 1977, através da lei 1526. Tem uma área de 15 km² de extensão. Está localizado a cerca de 6,5 km da área central. **O Vila Nova tem de tudo e não nenhum exagero em dizer o seguinte: é uma pequena cidade dentro de Joinville.** [...]*

*Morador: Toda a parte de comércio e infraestrutura está alocada na 15 de novembro. Isso também traz um pouco de incomodo, **mas também é um fator bom.** Que você tem toda a infraestrutura centralizada numa região só.*

*Moradora: **Tem tudo que uma dona de casa, alguém precisa.** Banco, lotérica...*

06/04/2015 - Off1 – Marcos Pereira: *Se tem uma coisa que **orgulha** quem mora no Comasa é o vizinho. Todos que entrevistados não tem praticamente nada do que reclamar de quem mora do lado ou na frente de casa.*

*Morador: Ah **muito bom, não pode reclamar** de jeito nenhum.*

*Marcos Pereira: **O pessoal é bom?***

*Morador: **Muito bom.***

As reportagens de apresentação do bairro tem em comum também o resgate histórico feito pelo mediador. O intuito disso é mostrar como o bairro evoluiu e passou a ser um bairro “bom para morar”.

28/09/2015 – OFF Marcos Pereira: *Mas é **preciso voltar no tempo** para entender um pouco da história desse loteamento. Seu Alfredo nasceu, se criou aqui e conhece bem o Jativoca.*

*Morador: **Há 35 anos isso aqui não tinha ônibus, não tinha luz, não tinha nada.** Nem água, nem nada, era só no lampião de querosene.*

Marcos Pereira: Um picadão só?

Morador: Um picadão, não tinha estrada igual hoje.

A semelhança com que o mediador representa a identidade dos moradores nas reportagens de apresentação é justificável quando comparada a ação de estereotipar. O estereótipo como principal estratégia do discurso colonial (BHABHA, 2014), responde o porque as representações das identidades são incansavelmente repetidas ao longo das oito edições do JA nos Bairros de 2015.

O estereótipo do apaixonado aponta que a comunidade não iria aceitar um formato em que só situações negativas fossem transmitidas. Faz parte da identidade de uma comunidade partilhar ações positivas entre si. Isso por que o local onde um sujeito escolheu para viver é visto como se fosse uma casa, um ambiente familiar, e não é aceitável que alguém de fora o desmereça, “fale mal”, ou aponte as coisas negativas.

5.3.2 Eles vieram de fora

Os vídeos de apresentação do bairro exibidos no primeiro dia de cada edição do JA nos Bairros de 2015, representam os moradores não só como sujeitos apaixonados e que sentem orgulho de morar naquele local, mas também evidenciam a cultura de cada localidade.

Isso acontece principalmente quando o mediador cita em seu texto a origem dos sujeitos que ali moram.

13/07/2015 – OFF Marcos Pereira: *Bonito e receptivo. O Jardim Iririu acolhe paranaenses, paulistas, cariocas, nordestinos, muitos nordestinos. Wilson, conhecido como Paraíba é um deles que escolheu o bairro para viver, morar e trabalhar. E é ele quem organiza a tradicional festa nordestina que caiu no gosto do bairro há mais de 15 anos.*

*Morador: A gente faz as **comidas típicas do nordeste** né, que é o baiano, a buchada, o sarapatel, o mungunzá. O forró também e as músicas daqui também né. A gente sempre põe as bandas aqui do Jardim Iririu. Nós estamos no reduto aqui de Joinville, Santa Catarina, a gente põe umas bandas de forró...uma daqui e assim vai é o dia todo.*

A ação que esse sujeito realiza e que é representada pelo mediador a partir de seu texto se relaciona ao que Hall (1999) chama de tradução. No momento em que um sujeito deixa sua terra natal, ou seja, migra para outro local, ele é obrigado a traduzir as suas tradições. Esses sujeitos têm fortes vínculos com seus lugares de origem e sentem a necessidade de manter e repassar essas tradições, como forma de se preservar a identidade.

Em outro vídeo a identidade dos moradores de Joinville também foi representada de forma semelhante. A terceira edição do JA nos Bairros em 2015 esteve no bairro Vila Nova e sua origem alemã ganhou destaque. A história conhecida na cidade, diz que quando esses imigrantes chegaram se instalaram em dois pontos, no bairro Vila Nova e o atual distrito de Pirabeiraba.

Os moradores do bairro Vila Nova fazem parte de um grupo que se caracteriza pelo compartilhamento de valores culturais. Fazem parte de um grupo étnico, que segundo Barth (1998) mantém suas culturas para além das fronteiras. No caso da comunidade do Vila Nova isso acontece no momento em que acontecem as festas típicas por exemplo. Uma maneira de manter as tradições culturais sem influenciar na identidade de outro grupo que possa vir a participar de tais eventos.

12/05/2015 – Marcos Pereira: *A Vila como é carinhosamente chamada tem verde, muito verde, área rural, dezenas de plantações de arroz, agricultura, condomínios residenciais e festas...**muitas festas típicas**. Encontros que reúnem a família inteira, como na festa do arroz, o futebol na lama.*

A questão dos grupos étnicos está relacionada também às diferenças raciais e culturais, separação social e barreiras linguísticas (BARTH, 1998). Esta última foi exemplificada na reportagem, quando o mediador inicia falando o nome do bairro em alemão:

12/05/2015 – Marcos Pereira: *Vila Nova, em alemão, Neudorf. Assim era chamado o bairro na década de 1940. [...]O bairro começou a ser chamado de Vila Nova muito provavelmente pela proibição de se falar em alemão durante a segunda guerra mundial.*

A história da colonização de Joinville com destaque para a influência dos imigrantes e da cultura alemã é constantemente utilizada pelas mídias, bem como pelos órgãos públicos. Seja por meio do incentivo a festas e eventos que tenham o objetivo de fomentar tal cultura, como também através da disseminação de imagens e textos vinculando a cidade com os costumes germânicos.

Isso acontece também quando a associação é feita com a identidade do alemão, que neste caso é representado como um povo que valoriza o trabalho. Dessa forma, a identidade do povo joinvilense está associada à identidade nacional alemã. Essa representação é explicada por Silva (2000) como sendo o resultado da identidade e da diferença, ou seja, a partir do momento que o sujeito identifica que sua identidade contém signos de outra identidade, ele está sendo representado.

Dos 39 vídeos analisados, em sete deles, a identidade do morador de Joinville é representada com a característica da valorização do trabalho. No primeiro bairro visitado, foram identificadas duas aparições. A primeira na voz de um morador quando ele pede mais segurança para o bairro, justificando que ali moram pessoas trabalhadoras. No mesmo vídeo, outro entrevistado, dessa vez o porta-voz da Polícia Militar, exalta a característica como qualidade dos moradores:

*24/03/2015 – entrevistado: O Jardim Paraíso ele tem uma característica muito própria. É uma comunidade ordeira, uma **comunidade trabalhadora**.*

No outros seis vídeos, o mediador é quem destaca o adjetivo. Em dois vídeos seguidos ele afirma: “um povo muito trabalhador, um povo educado.” A característica cultural herdada da identidade cultural alemã pode ser reconhecida como um estereótipo. Nesse caso a representação é dada a partir da diferença cultural, apesar de ser caracterizada como algo positivo, tal representação se entendida de forma ofensiva pode ser causa de conflitos sociais (FILHO, 2004). A partir do momento em que a identidade do joinvilense é caracterizada como sujeitos que gostam do trabalho, o outro, no caso o migrante ou o estrangeiro pode entender que se ele não é joinvilense, ele não é considerado trabalhador.

5.3.3 O herói do bairro

Os modos de endereçamento identificados durante essa análise fizeram chegar a categorias distintas da representação dos moradores no telejornalismo local. Mas é na

concepção de herói que a afirmação de que uma identidade pode ser criada através do produto jornalístico pode ser justificada. O herói, personagem clássico da dramaturgia, se faz presente também nos noticiários. Eles têm o papel de auxiliarem as vítimas, combaterem vilões e servem também como lição de vida (MATA, 2011).

Conforme foi descrito no item 1 deste capítulo, a estrutura do quadro JA nos bairros dispõe de cinco reportagens ao longo de uma semana. Nas sextas-feiras, são exibidas reportagens com o “Vizinho Nota 10”. O sujeito que se torna personagem principal da reportagem é eleito pela produção do quadro a partir do recebimento de sugestões feitas pelos moradores do bairro onde o programa está.

A partir da análise dos oito vídeos que contemplam histórias de sujeitos que fazem ou fizeram alguma ação merecedora de reconhecimento, foi possível identificar que seis personagens foram sugeridos e eleitos por realizarem trabalho voluntário na comunidade, um foi considerado por praticar uma ação de confiança e um dos vizinhos “salvou” uma casa de um possível incêndio.

As histórias dos oito sujeitos são contadas de forma semelhante. Em todas as reportagens, o mediador faz as mesmas abordagens, mas que são diferentes das que são exibidas nos dias anteriores. Isso por que ele não utiliza imagens cobertas por *off* com a mesma frequência das outras. O mediador optou por utilizar o *stanp-up*¹⁶ para gravar os vídeos.

Essa diferença no modo de se fazer a reportagem mostra como o JA nos Bairros se importa com o Vizinho Nota 10. Essa questão também é abordada no momento em que o mediador faz sua entrada ao vivo, antes da exibição da matéria, quando ele se mostra satisfeito com a indicação da comunidade.

*02/10/2015 – Marcos Pereira: O Vizinho Nota 10 aqui do Jativoca é uma vizinha, é uma moradora. Ela já mora aqui no bairro, no loteamento especificamente falando, há uns dois anos. Mas **ela tem um envolvimento muito grande, muito importante, uma dedicação com essa comunidade aqui. Por que ela conseguiu trazer alguns projetos pra cá. Quem indicou foi a Raquel. A Raquel indicou a Jucélia. Eu fui na casa das duas e vou contar essa história pra vocês agora.***

No que diz respeito à representação da identidade do morador como um herói, isso é identificado de várias maneiras e em todos os oito vídeos. Uma delas é o destaque para as histórias do cotidiano. Nas seis reportagens em que o Vizinho Nota 10 realiza trabalhos

¹⁶ Quando o repórter faz uma gravação no local de um acontecimento e não tem necessariamente imagens para usar de apoio. Neste caso, o fato é julgado como importante para ser exibido do local onde aconteceu.

voluntários ou que então já realizou alguma ação que trouxe benefícios aos moradores do bairro, isso acontece de forma notória.

No momento em que o sujeito toma conhecimento de que sua ação rotineira é valorizada pelo telejornal local, ou seja, no momento em que o telejornal representa a sua identidade como a de um herói, a reação é de contestação e resistência. Isso acontece por que o outro sujeito é quem está atribuindo um papel ou uma característica a sua identidade. Todos os personagens reagem de forma semelhante e nas falas em resposta a pergunta do mediador sobre o porquê ele acredita que merece esse reconhecimento, eles são humildes e agradecem aos vizinhos pela escolha.

27/03/2015 – Marcos Pereira: Então quero cumprimentar o senhor, o senhor é o Vizinho Nota 10 aqui do bairro Jardim Paraíso.

Vizinho Nota 10: Quem tá considerando é ele né...

Marcos Pereira: Parabéns pela atitude.

Vizinho Nota 10: Assim eu também o considero...talvez mais...10, 20...

*06/11/2015 – Vizinha Nota 10: Ontem já quando eu soube, já fiquei lembrando essa noite...chorei. Por que veio tudo assim, passagens da minha vida que eu nem lembrava mais sabe. Aí eu pensei: **por que me indicaram?** [...] eu me sinto muito **agradecida** por tudo. A Deus em primeiro lugar, esses vizinhos maravilhosos, a minha família, a todos.*

Comparado com as outras representações identificadas até o momento, a representação do sujeito como herói ocorre no singular, ou seja, não são os moradores representados como herói, mas apenas um deles. Isso significa dizer que o herói é mais um estereótipo criado pelo telejornalismo local a fim de comprovar ao espectador que ele mais uma vez cumpriu com seu pacto em mostrar as boas ações da comunidade.

5.3.4 A comunidade como vítima

A representação da identidade coletiva dos moradores visitados pelo JA nos Bairros foi marcada pela contradição. Enquanto nas reportagens exibidas no primeiro dia de transmissão do programa as identidades são representadas a partir da valorização da identidade local, as reportagens exibidas nos três dias seguintes representam os sujeitos como vítimas.

Assim como no primeiro caso, onde a valorização do local faz parte da contra hegemonia da globalização, no segundo isso também acontece. Isso por que, a comunidade

sendo representada como vítima mostra que ela faz parte do mundo perverso descrito por Santos (2010).

Ao adotar o conceito de identidade defendido por Hall, de que ela é algo criado e produzido, assumimos o conceito de identidade do sujeito pós-moderno. Esse sujeito tem a identidade fragmentada. O que Castells (2006) chama de papéis nada mais são que as funções que o sujeito assume na construção de sua identidade.

No corpus da pesquisa, no momento em que o mediador faz um recorte da realidade, ele usa como estratégia representar o sujeito como uma vítima. Para o telejornal, os sujeitos ou a comunidade se torna vítima quando tem algum direito violado. Os sujeitos são representados dessa forma nas reportagens que tratam dos problemas dos bairros, das reivindicações. Ao todo são 22 vídeos.

As vítimas são assim representadas por diversas motivações. Nas reportagens de infraestrutura, por exemplo, os sujeitos são vítimas do descaso do poder público ou então são vítimas por que são enganadas por políticos, por promessas que não são cumpridas. O mesmo acontece com as matérias de educação e saúde. Em reportagens que envolvem o meio ambiente, como os casos de enchente, as vítimas são provocadas por questões ambientais, mas também podem ser identificadas como vítimas da falta de interesse do poder público em solucionar o problema.

Os moradores dos bairros são representados também como vítima de outros sujeitos. É o caso das reportagens de segurança pública que envolvem a temática tráfico e consumo de drogas.

A televisão como meio dominante na sociedade vem disseminando estereótipos diversos sejam de etnias, classes sociais, raça ou gênero. O “drogado”, por exemplo, sempre se vincula à negatividade e ilegalidade, e se associa ao estereótipo do “bandido” e do “marginal”. Quando são sujeitos participantes de uma notícia, em sua grande maioria estão na voz de outros sujeitos que o relacionam a uma ação negativa. No JA nos Bairros não foi diferente. O telejornalismo local por ter assumido o compromisso de falar dos problemas da comunidade e buscar soluções, aceitou o desafio de trazer a tona um problema social. Entretanto, não tratou a questão como um problema social, e sim como um problema que afeta a segurança dos moradores.

Dos 39 vídeos analisados, dois tratam do tráfico e consumo de drogas em locais públicos. Nas duas reportagens o mediador menciona os sujeitos e os entrevistados falam sobre eles, mas eles não aparecem em nenhum momento.

No vídeo exibido no dia 14 de julho de 2015, logo na abertura, o mediador Marcos Pereira comenta que a situação é “difícil” e que os “moradores ficam apreensivos”. Ao longo da reportagem o sujeito que carrega o estereótipo do drogado é o principal destaque do texto do repórter e está presente na fala dos entrevistados. No primeiro *off* o repórter chama a atenção para o fato de que “um cheiro nada agradável, em plena luz do dia”, interrompeu a leitura de um morador, que estava aproveitando o “sossego” da praça do bairro. O entrevistado complementa:

*14/07/2015 - morador: Aquela pergunta né... quem é que gosta de estar sentado perto de uma pessoa que está fumando maconha? Aquele que não fuma... eu tô consumindo junto com ele né... Daqui a pouco eu saio maluco daqui também... aí não dá né... Além de que nós não sabemos **que tipo de pessoas são**. Será que eu tô seguro aqui né?.*

O comentário do sujeito entrevistado pode ser classificado como uma prática discriminatória. A ação acontece quando um sujeito identifica as diferenças no outro e as classifica de acordo com suas percepções. Nesse momento, em que a diferença se torna um estereótipo, e esse estereótipo é usado para definir o outro como algo negativo, acontece a discriminação.

A prática discriminatória segue ao longo da reportagem também na fala do mediador. Na passagem – momento em que o repórter aparece na reportagem - o mediador afirmou que o grupo de sujeitos estava próximo ao local onde ele estava, mas que ao ligar a câmera eles saíram. Ele conclui:

*14/07/2015 – Marcos Pereira: Isso é **uma prova** de que o consumo de drogas, infelizmente, aqui nessa região acontece de manhã, de tarde, de noite, de madrugada.*

Na sequência da reportagem, o mediador mostra as consequências da presença dos sujeitos usuários de droga na comunidade.

*14/07/2015 – Marcos Pereira: A praça São João Batista é a principal do bairro, ponto de encontro das famílias, mas tem quem não cuida do local, basta dar uma passada rápida aqui para **encontrar garrafas de bebidas alcoólicas, sujeira, muita sujeira**. Flagramos um endereço que segundo os moradores serve de **ponto de consumo de álcool e drogas**. É uma **casa abandona** que virou abrigo para **moradores de rua e que assusta os vizinhos**.*

FIGURA 4 – SUJEIRA NA PRAÇA E CASA USADA POR USUÁRIOS



FONTE: Jornal do Almoço (2015)

O uso do estereótipo do drogado semelhante ao do bandido percorre todo o texto. O terceiro entrevistado complementa a fala do repórter, dizendo que testemunha o uso de droga em local público e diz sentir medo.

14/07/2015 - morador: *Eu mesmo tenho até medo de andar de noite por causa desse tipo de gente, já fui assaltado. Então, segurança principalmente, está faltando aqui.*

Ao falar que tinha medo “desse tipo de gente” ele se referia aos usuários de droga citados até o momento da reportagem, mas ao falar que tinha sido assaltado, ele passa a acreditar que o drogado é também um assaltante.

A outra reportagem que aborda o mesmo tema trata a questão de maneira mais abrangente. O vídeo exibido no dia 07 de abril de 2015, aborda a questão como um problema de segurança pública. Entretanto, a estereotipação do drogado como bandido também está presente. No primeiro *off* o mediador comenta que o tráfico de drogas é um problema grave e um assunto delicado para os moradores. Na sequência, uma moradora concorda: “prefiro nem comentar né... eu sou nova aqui, mas tem sim.” A sequência da reportagem mostra que o mediador teve a intenção de destacar a relação entre o tráfico e consumo de drogas com a violência:

07/04/2015 - Off2 – Marcos Pereira: *Mas quem é morador antigo não aguenta mais o problema e desabafa.*

Sonora - morador: A noite tem muita movimentação de carro, de moto. Pessoal que vem trazer droga, que vem buscar droga...isso a gente percebe né... Eu tendo um filho de 14 anos agora, acho que essa é a grande preocupação de todos os pais. Então, eu penso assim, se a polícia tivesse mais presente aqui, talvez até um posto da polícia aqui, iria inibir mais a ação dessa rapaziada ai...

Off3 – Marcos Pereira: *A movimentação que seu Ivo se refere é a venda e consumo de drogas no Comasa. Ontem conversei com vários moradores que são unânimes. O ponto do casqueiro, onde fica a sede da associação de moradores é onde está o grave problema. Dona Dirce fica preocupada.*

Sonora 3: Olha, nós estamos vivendo aqui momentos de terror. De eu ter que colocar grade na minha casa. Se o policiamento voltasse pra cá...isso aqui seria uma maravilha...

A associação de um crime ao outro é identificada também no momento da gravação da passagem. O mediador grava sua aparição na reportagem em um local onde ocorreu um assassinato e faz uso de uma especulação para justificar a ação:

07/04/2015 – Marcos Pereira: Os homicídios registrados aqui no bairro Comasa geralmente tem ligação com o tráfico de drogas. No último assassinato, no dia 20 de março, a vítima foi um homem de 53 anos, segundo a polícia ele tinha passagens criminais e foi atingido por três tiros. O crime foi aqui na rua areia branca, num sábado a tarde, em plena luz do dia.

FIGURA 5 – PASSAGEM GRAVADA NO LOCAL DE UM HOMÍCIDIO



FONTE: Jornal do Almoço (2015)

O uso do estereótipo não acontece só com os sujeitos dessas duas reportagens. As vítimas de uma forma geral são estereotipadas no momento em que são classificadas como tal pelo programa. Elas são divididas em categorias expostas na sequência.

5.3.4.1 Tipos de vítimas

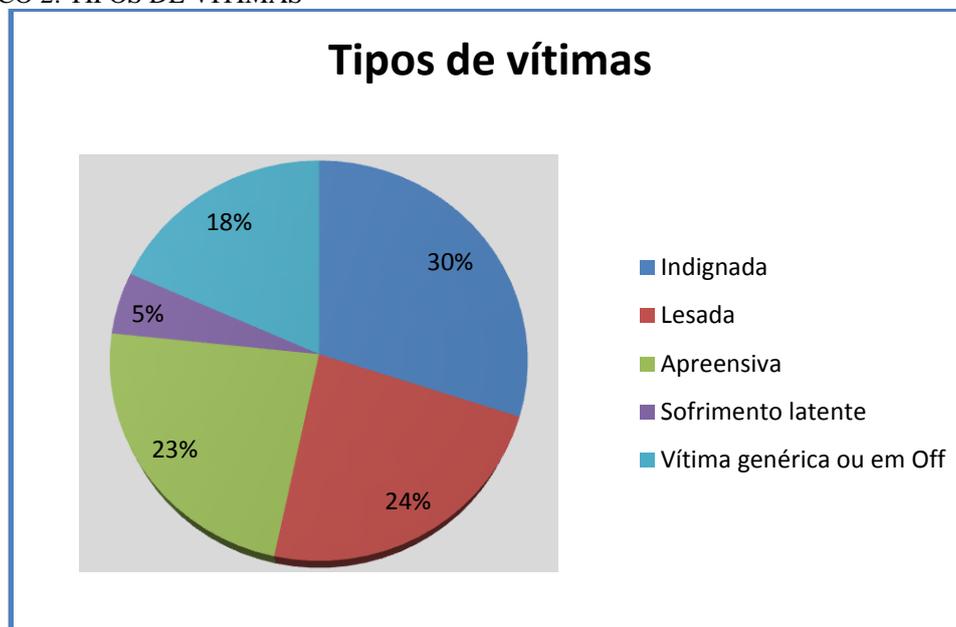
As vítimas fazem parte da realidade retratada pelo telejornalismo local. Através delas é possível comover o público, dar ênfase aos problemas retratados e apresentar ao poder público as reivindicações de tal comunidade. As vítimas estão presentes em 38% dos vídeos analisados. Todos retratam os problemas da comunidade.

A fim de compreender a maneira como o JA nos Bairros representa as vítimas, utilizou-se a divisão elaborada por Mata (2011) em uma pesquisa sobre a representação da identidade de moradores de Juiz de Fora, Minas Gerais.

Segundo o pesquisador as identidades das vítimas podem aparecer das seguintes maneiras: a) indignada, quando não aceita uma situação em que se torna vítima; b) lesada: quando as consequências de um ato retira algo de alguém; c) apreensiva: quando tem receio de que outro sujeito possa se tornar vítima também; d) sofrimento latente: quando a pessoa se

torna vítima no momento em que o produto jornalístico está sendo produzido; e) vítima genérica ou em off: quando o mediador generaliza as vítimas ou quando elas aparecem no texto da reportagem.

GRÁFICO 2: TIPOS DE VÍTIMAS



FONTE: Elaborado pela autora.

As vítimas estereotipadas como indignadas são as que mais aparecem nas reportagens de reivindicações (30%). Nos textos, o mediador está sempre preocupado em destacar a indignação dos moradores, seja através de sua fala, ou então impulsionando os moradores através de suas perguntas a falarem sobre os problemas com mais ênfase. Em uma matéria sobre falta de pavimentação em ruas do bairro, um morador diz não acreditar mais em promessas. Em outra matéria sobre falta de água, uma moradora destaca o tempo que está “sofrendo” com o problema.

29/09/2015 – morador: *Aqui é só promessa. Todo ano de politica eles prometem. Acaba a politica não vem nada aqui. Ninguém tem apoio aqui dentro.*

Marcos Pereira: *Vocês estão aguardando?*

Morador: *Todo mundo tá aguardando.*

19/08/2015 – moradora: *A gente sofre há mais de 26 anos com a falta de água.*

No telejornalismo as vítimas são os sujeitos que tem algum direito violado. Entretanto, no objeto empírico analisado, há ainda as vítimas que tem essas violações destacadas de forma mais enfática, são as vítimas lesadas. Elas representam 24% e são aquelas que

perderam algum bem ou deixaram de ganhar algo por conta de alguma situação. Reportagens que envolvem a temática meio ambiente e educação são exemplos.

20/08/2015 - Off1- Marcos Pereira: *Amanda brinca como uma criança feliz, em casa tem a companhia do irmão Guilherme e da mãe Patricia. O pai está no serviço. **Patricia também precisaria trabalhar, mas...***

Moradora: **Eu tô na verdade há três anos esperando por vaga na creche. Quando ela fez dois anos eu já cadastrei e venho acompanhando toda vez que sai a lista, nunca tá o nome dela na lista e em fevereiro saiu o CEI na minha rua praticamente. O nome dela não constava na lista e eu tive que pedir a conta de um emprego que eu estava.**

15/07/2015 - Off2 – Marcos Pereira: *A unidade é básica, mas nem o básico tem, dizem os pacientes. Faltam médicos, estrutura, medicamentos.*

Moradora: **Não consegui, eles falaram que não tem o “sinvastatina” 20 mg e também não me falaram se nos outros postos aqui em Joinville tem. Então o nosso posto aqui não tem. Eu vim semana passada, falaram pra mim vir hoje...vim hoje, não tem. [...]**

Off5 – Marcos Pereira: **Quem sabe assim a Dona Erica consiga trocar as várias receitas que tem na mão pelo direito de ser bem atendida.**

16/07/2015 – moradora: **Dá vontade de chorar, de se emocionar mesmo.**

Off1 – Marcos Pereira: **E não há como não se emocionar com a história da Dona Darci. Ela mora no bairro há mais de cinquenta anos, mas é nos últimos cinco que vem enfrentando problemas sérios com os alagamentos. Estas fotos foram feitas dentro da casa da família. A água invadiu o local sem avisar de madrugada. Os prejuízos estão aqui, nos móveis, nas paredes, na cozinha.**

Moradora - Eu não tenho condições de comprar tudo de novo, começar tudo de novo.

As reportagens que abordam os problemas tem espaço também para as vítimas apreensivas. São aquelas que podem ainda não serem vítimas, mas temem que algo de ruim aconteça com elas ou com alguém próximo. Essa característica é mais evidente em reportagens sobre segurança pública e trânsito.

07/04/2015 – morador: *A noite tem muita movimentação de carro, de moto. Pessoal que vem trazer droga, que vem buscar droga...isso a gente percebe né... **Eu tendo um filho de 14 anos agora, acho que essa é a grande preocupação de todos os pais. Então, eu penso assim, se a polícia tivesse mais presente aqui, talvez até um posto da polícia aqui, iria inibir mais a ação dessa rapaziada aí...***

Apesar de não serem tão comuns, há também as vítimas de sofrimento latente. Elas representam 5% do total e foram encontradas em três reportagens, todas da editoria de saúde. Essas vítimas são aqueles sujeitos em que o sofrimento está acontecendo no momento em que a reportagem está sendo gravada, ou seja, a vítima apresenta seu sofrimento *in loco*. O relato do repórter antecipa o drama do sofrimento da vítima, e nos casos identificados, ela confirma em entrevista o motivo de tal sofrimento.

08/04/2015 - Off – Marcos Pereira: *Sem médicos e sem remédios, os moradores não sabem a quem recorrer.*

Morador: **Eu não sei o que eu vou fazer. Não tem remédio, a gente não fica bom né, independente do remédio a gente não fica bom. Tem que pedir dinheiro emprestado pra pagar mês que vem.**

Off – Marcos Pereira: Dona Carmem veio em busca de uma consulta pra filha. Vai ter que continuar esperando.

Morador: Preciso de uma consulta...tô com dor e cada vez maior...eu não sei mais o que fazer.

Os sujeitos são representados como vítimas também no momento em que o repórter os coloca no *off* das reportagens ou na gravação das passagens. Essas vítimas representam 18% do total. Em alguns casos podem ser vítimas genéricas, como a comunidade de uma forma geral, por exemplo.

12/05/2015 – Passagem – Marcos Pereira: A realidade de quem vive aqui no Vila Nova é esta. Aqui está um guarda-roupa inteiro que foi perdido por causa dos alagamentos que foi registrado no mês de março desse ano. E eles já sofreram tanto com esse problema que quem morava aqui por exemplo, foi embora e a casa agora está totalmente desocupada. Quem insiste em ficar aqui já perdeu as contas de quantas vezes viu a água destruir tudo.

Apesar de existir essa divisão entre as vítimas, de uma forma geral elas são importantes personagens na construção do JA nos Bairros. Tratar o morador como vítima faz parte das estratégias do telejornalismo local. Assim como acontece na representação do apaixonado pelo bairro, do herói e do imigrante, o programa tem a necessidade de cumprir o pacto firmado com o espectador no que diz respeito a falar de situações positivas, mas também falar dos problemas. Entretanto, ao mencionar os problemas e as reivindicações, essa fala precisa vir na sua maior parte dos moradores.

Apesar de o mediador ser usado como estratégia para estar ao lado da comunidade, é mais conveniente para o programa e mais assertivo usar o morador para mostrar o que precisa ser melhorado e para isso a vítima foi essencialmente adequada. Assim como a função de fiscalização, mesmo sendo identificada em alguns momentos na fala do mediador, ela aparece mais evidentemente representada na fala do morador.

5.3.5 O morador como fiscal

Fiscalização e cobrança são características no discurso do JA nos Bairros. Dos 39 vídeos analisados, em 15 o morador é representado como fiscal. Apesar de que o mediador também foi identificado executando a função de fiscal, como quando ele se mostra estar ao lado da comunidade, buscando soluções para problemas, é na representação dos moradores e da comunidade em que é mais evidente.

Em todas as representações identificadas até o momento, inclusive a de fiscal, é possível constatar que as características do formato influenciam consideravelmente na maneira como tais identidades são representadas. Isso porque o formato do JA nos Bairros necessita que a principal voz do programa seja a do morador. Essa multiplicidade de vozes é a característica do telejornal enquanto gênero televisivo (CHARAUDEAU, 2007).

Partimos do pressuposto que o quadro necessita especialmente da voz do morador para existir. Como já exposto anteriormente, o quadro é exibido em cinco dias, no primeiro é exibida uma reportagem de apresentação do local. Nesses oito vídeos de apresentação a identidade do morador é representada como apaixonada pelo bairro e em alguns vídeos a representação como imigrante também é identificada. Já no último dia, a representação da identidade foi identificada nesta pesquisa como de herói.

Dessa forma, restaram os três dias em que as reportagens de reivindicação são exibidas. Nesses vídeos, o JA nos Bairros mostrou o que estava acontecendo no bairro que não estava agradando os moradores através do processo de mediação, principal característica do gênero televisivo telejornalismo.

O jornalismo é sempre uma forma de mediação, já que o acontecimento em forma de notícia é levado ao leitor, espectador ou telespectador por um jornalista, ou seja, um mediador. Sendo assim, para mostrar os problemas e reivindicações do bairro o quadro optou por representar a identidade dos moradores de duas maneiras: vítima e fiscal. A primeira já foi exposta no item anterior. Já a de fiscal tem como característica principal, mostrar que o sujeito morador do bairro não está de “olhos fechados”, ou seja, ignorando os problemas.

15/07/2015 - Passagem Marcos Pereira: A unidade é básica de saúde, mas segundo os moradores, nem o básico tem aqui. Além do espaço faltam médicos e medicamentos.

*Morador: Já temos uma comissão, um pessoal aí, e **nós vamos se reunir e nós vamos para a prefeitura**, com urgência nós vamos para a prefeitura, nós já temos um grupo e nós vamos fazer isso aí.*

MP: Cobrar uma solução?

*Manoel: **Cobrar uma solução.** Ou eles tomam uma providência, por que do jeito que tá não tem condições.*

É possível identificar também que na fala do mediador ele utiliza as informações, reclamações e reivindicações ouvidas no momento em que estava fazendo a apuração da reportagem, para construir seu texto em cima de relatos, ou seja, ele representa o fiscal por meio de suas concepções.

*24/03/2015 – Off – Marcos Pereira: Os moradores **pedem** mais segurança, para o bairro ficar, aí sim, um paraíso.*

07/04/2015 – Off – Marcos Pereira: *O policiamento era feito por uma base da PM que funcionava junto a sede da associação de moradores. Foi desativada por problemas estruturais no prédio. O presidente da associação disse que estão fazendo reuniões para trazer a base novamente, mas por enquanto sem previsão.*

08/04/2015 – Off – Marcos Pereira: *O prédio foi construído em 1973. A unidade tem cerca de 50 servidores, entre funcionários, médicos e agentes de saúde. O bairro é o segundo com mais idosos em Joinville. O conselho local de saúde quer providências urgente.*

13/05/2015 – Off – Marcos Pereira: *Caminhões e carros passam em alta velocidade. Os moradores já fizeram abaixo-assinado, documentos foram entregues e nada...*

Outra importante característica dessa representação está no fato de que em algumas ocasiões o mediador incentiva o sujeito a ser um fiscal.

26/03/2015 – Off – Marcos Pereira: *Em frente as escolas já existe faixas de pedestres// O trafego de veículos é intenso como mostra essa vídeo feito por um motorista, o que requer atenção de todos os envolvidos no trânsito. Os moradores querem mesmo é mais atenção do poder público com a principal via de acesso ao bairro.*

19/07/2015 – off – Marcos Pereira: *Não é o calendário do Compromisso JA e sim o calendário do seu Edson. Onde aparece a letra F é por que faltou água nesse dia. O problema é que faltou espaço também e seu Edson cansou de escrever no calendário.*

Morador: Antes de eu ligar para a imprensa, para vocês e para a rádio e para o jornal eu ainda verificava pra ver o que eu estou fazendo aqui com vocês e fiz antes de vocês chegar, ver se tem...e não tem...ai eu considerava o F, a falta de água naquele dia. Então foi o ano inteiro assim, de 2014 né...

O mesmo acontece quando o quadro JA nos Bairros convida os moradores a participarem da gravação da reportagem em maior quantidade. Não é possível saber de que forma isso é feito, mas ao analisar as reportagens de reivindicações, como a exibida no dia 3 de junho de 2015, é identificável a persuasão do telejornalismo local em angariar participação efetiva da comunidade.

03/06/2015 - Passagem Marcos Pereira: *Esses moradores que estão aqui, aos quais eu conversei e outros aqui do bairro se sentem abandonados. Isso porque além da falta do posto de saúde, também não tem médico. Essa estrutura é alugada e está interditada desde novembro do ano passado.*

FIGURA 6: GRAVAÇÃO DE PASSAGEM NO MEIO DOS MORADORES



FONTE: Jornal do Almoço (2015)

Os fiscais aparecem nas reportagens de reivindicações para mostrar que estão “de olho” no que acontece no bairro e também que não estão parados esperando uma solução, mas sim em busca dessas soluções. Essa também é uma imagem estereotipada do sujeito. Isso por que a repetição com que o morador é representado como fiscal faz parte da estratégia de mostrar que quem está reclamando não é o telejornal e sim os moradores que vivem o cotidiano daquele local e têm propriedade em falar de tal situação.

Dessa forma, a estereotipação está presente em todas as cinco representações de identidade encontradas no corpus da pesquisa. As características fixas presentes em cada uma dessas representações fazem parte dessa constatação, pois apesar de serem representados de formas diferentes, cada forma é exaustivamente repetida.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa nasceu a partir de questionamentos em relação à maneira como o telejornalismo local representa a identidade do seu público. O objetivo é entender como o JA nos Bairros – quadro exibido no programa Jornal do Almoço – escolhe, entre tantas, apenas um aspecto da identidade do morador joinvilense para representar. A proposta tinha ainda como objetivo identificar em que medida o programa colabora na construção de tais identidades.

Para responder a esses questionamentos, em primeiro lugar realizou-se um estudo bibliográfico para compreender os conceitos que o circundam. O primeiro capítulo foi dedicado às questões que envolvem o meio no qual o corpus da pesquisa está inserido – a televisão. O resgate histórico da televisão, bem como do telejornalismo, foi importante para entender as transformações que ocorreram ao longo dos anos.

As contribuições acerca do gênero televisivo que teceram as características do telejornalismo e do telejornalismo local foram imprescindíveis para aplicação na análise. Vimos que para os brasileiros a TV é um lugar de referência (VIZEU, 2008), produtor de significados culturais e sociais (GOMES, 2007) e o telejornalismo exerce um papel de prestador de serviços (BECKER, 2005).

Assim como o estudo sobre televisão foi importante, os estudos sobre os conceitos de cultura, globalização e identidade foram imprescindíveis para a compreensão dessa pesquisa. A base teórica trouxe as contribuições de teóricos como Cuche (1996), Hall (1997, 1999, 2000), Ianni (1994), Santos (2000), Santos (2002), Woodward (2000), Barth (1998) e Bhabha (2014).

Vimos que cultura está na maneira como o sujeito encara as atividades do cotidiano, como se veste, come, relaciona, trata-se do modo de vida de um povo (FELLIPPI, 2006). Para Hall (1997) a cultura tem lugar central na sociedade e é o resultado da soma dos sistemas de classificação, formados por sua vez, pela construção e circulação dos significados.

A intenção neste trabalho não era de se chegar a significados fixos acerca dos conceitos. Mas foi preciso fazer escolhas teóricas para ter um melhor aproveitamento. Sobre identidade, vimos que Hall (1997) defende que elas se dão culturalmente, dentro do processo de representação. O autor diz ainda que a identidade única, completa, segura e coerente não passa de uma fantasia. Para Woodward (2000), a identidade é marcada pela diferença.

Como metodologia de análise optou-se pelos modos de endereçamento uma vez que eles permitem compreender a maneira como o programa se relaciona com o público. Entende-

se por endereçamento o destino final do produto audiovisual. A metodologia tem origem nas análises fílmicas, mas foi adaptada para analisar o relacionamento de programas televisivos com seu público, a partir da construção de um estilo. Para entendimento dessa metodologia foram estudados os seguintes autores: Hartley (2001), Ellsworth (2001) e Chandler (2015). Além disso, foram adotados nesta pesquisa os operadores de análise criados por Gomes (2015): mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática.

Em tempo de conclusões, é possível afirmar que a escolha por representar a identidade de um sujeito da maneira como foi feita se justifica, dentre outras coisas, pelas características do formato. A maneira como o JA nos Bairros está estruturado foi fundamental para a definição das cinco representações das identidades dos moradores: apaixonado, imigrante, herói, vítima e fiscal.

Por ser exibido na televisão, o programa assume as características desta mídia. Isso explica o uso da imagem como algo imprescindível para alcançar o público, como o uso de cenas que emocionam, impactam ou causam indignação. Além disso, o quadro JA nos Bairros assume características do gênero telejornalismo e do subgênero telejornalismo local. Enquanto gênero, ele cumpre as promessas ontológica e pragmática, que segundo Jost (2010) são as funções estratégicas dos gêneros televisivos.

A promessa ontológica é a de transmitir informações sobre o local em que o público está, bem como o dia a dia daquela comunidade. Já a pragmática é feita e reafirmada pelos apresentadores e pelo principal mediador, e pode ser definida como a promessa de estar ao lado da comunidade, ouvindo as reivindicações, buscando soluções e mostrando o que de bom tem no bairro.

Enquanto subgênero, o telejornalismo local se reafirma como um local de pertencimento. Assim como Alan Bourdin afirma, é possível identificar que o quadro JA nos Bairros é executado no espaço local, onde há a valorização do encontro, da proximidade e da existência de afinidades sociais e culturais. Mesmo que essas características sejam usadas como estratégia para manter a relação de pertencimento do público para com a cidade, e do público para com a emissora, ou ainda o programa exibido.

Outra estratégia do JA nos bairros é a valorização do trabalho do repórter. A identificação criada entre o mediador e o público foi importante no momento em que o morador precisou ser representado. Isso porque o repórter Marcos Pereira exerceu uma importante função ao longo das oito edições analisadas. Ele foi o principal porta-voz das comunidades por onde passou. Por meio do papel do mediador, o telejornal local relatava os

acontecimentos, mostrava os problemas e as reivindicações do bairro para toda a região em que o Jornal do Almoço é exibido e também mediava as reivindicações dos moradores com o poder público.

Dessa forma, a postura que o telejornal, através da figura do mediador, adotou perante o público foi a de permanecer ao lado dos moradores. Isso explica o fato de tais identidades serem representadas da maneira como foram. A representação do morador como fiscal é um exemplo.

Apesar do mediador assumir a posição de fiscal em algumas situações, esse papel é mais evidente na representação do morador. O formato do JA nos Bairros precisa necessariamente que a principal voz do programa seja a do morador. De acordo com a estrutura do quadro, em três dias seguidos, após o dia em que o bairro é apresentado, são exibidas matérias sobre reivindicações. Nesses vídeos, o JA nos Bairros relatou as queixas dos moradores através do processo de mediação, principal característica do telejornalismo.

Dessa forma, o telejornalismo local se apropria da fala do morador para comprovar que quem está reclamando e reivindicando são os próprios moradores, que vivem o cotidiano dos bairros e conseqüentemente tem propriedade para isso. Quando isso acontece, o JA nos Bairros está, em certa medida, influenciando diretamente a construção da identidade desses moradores. Assim, os fiscais aparecem nas reportagens de reivindicações para mostrar que estão “de olho” no que acontece no bairro e também que não estão parados esperando uma solução, mas sim em busca dessas soluções.

Nos vídeos em que o objetivo é mostrar os problemas da comunidade, o papel de vítima também é identificado. Assim como a representação do fiscal, o papel de vítima não passa de uma estratégia para tornar público os problemas de cada comunidade a partir do sofrimento dos sujeitos que fazem parte dela.

As vítimas são representadas por diversas motivações. Nas reportagens da editoria de infraestrutura, os sujeitos são vítimas do descaso do poder público ou então são vítimas por que são enganadas por políticos, por promessas que não são cumpridas. O mesmo acontece com as matérias de educação e saúde. Em reportagens que envolvem o meio ambiente, como os casos de enchente, as vítimas são provocadas por questões ambientais, mas também podem ser identificadas como vítimas da falta de interesse do poder público em solucionar o problema.

As outras três identidades representadas no JA nos Bairros também podem ser explicadas a partir do formato. Para cumprir a promessa de mostrar “as boas iniciativas” do

bairro, o programa inicia e finaliza a exibição do quadro com reportagens que evidenciam esta promessa.

Na representação do morador como apaixonado, quando o morador sente orgulho do bairro onde mora, o mediador utiliza em todos os oito vídeos a estratégia de construir seu texto a partir da positividade em relação àquele local. As reportagens de apresentação falam sobre a história do bairro, suas características e generalizam a ideia de que os moradores que ali vivem não tem a intenção de mudar de bairro através da fala de um ou dois moradores.

Em alguns vídeos de apresentação, há espaço também para representar os moradores como imigrantes. Os sujeitos que vieram de fora são evidenciados por fazer parte da história de Joinville, vinculada pelo JA nos Bairros com a colonização alemã. Um exemplo disso é quando é feita a associação entre a identidade do joinvilense com a identidade do alemão, representado como um povo que valoriza o trabalho. Assim, a identidade dos moradores de Joinville está associada à identidade nacional alemã quando ele é chamado pelo mediador de “povo trabalhador”.

Quando as características da identidade são representadas dessa forma, constantemente recai-se na estereotipação. O estereótipo segundo Bhabha (2014) é a principal estratégia do discurso colonial. Em todas as cinco representações é possível afirmar que essa estratégia foi utilizada uma vez que o ato de estereotipar está relacionado ao ato de repetir características que se julguem semelhantes.

A representação do morador seja como apaixonado, imigrante, herói, vítima ou fiscal, aparece em contextos diferentes, mas todas elas são encontradas no mesmo momento em cada edição. Isso significa dizer que a fixidez dessas identidades é exaustivamente repetida pelo telejornal.

Essa estereotipação das identidades também foi encontrada na concepção do herói. Em cada uma das oito edições um morador do bairro tem sua rotina alterada a partir da aparição do JA nos Bairros em sua casa, para contar uma história que faz dele um merecedor de reconhecimento. Sua representação como um herói é recebida como algo inesperado e todos os “heróis” dos bairros visitados pelo programa demonstram gratidão e humildade diante da escolha.

Apesar de ter sido identificada em todas as cinco representações uma imposição na identidade aos moradores, foi na concepção do herói que essa representação foi criada de forma mais ostensiva. A pergunta feita ao longo dessa pesquisa, sobre a medida que o JA nos Bairros colabora ou influencia na construção da identidade do morador de Joinville, não pode ser respondida de forma exata, mas sim, foi identificado que isso aconteceu em todas as

representações. Já que a partir do momento em que representou moradores com tais identidades, essas representações foram impostas, criadas ou influenciadas de alguma maneira.

Essa conclusão direciona para a necessidade de estudos futuros que poderiam aprofundar a discussão acerca da construção da identidade. A metodologia aqui utilizada - os modos de endereçamento - se preocupa com a visão da instância de produção; um estudo de recepção possibilitaria compreender, do ponto de vista da audiência, qual é o grau de influência do telejornalismo local na formação do seu “eu”.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, José Ricardo D'. **O estereótipo do negro na telenovela Avenida Brasil**. Revista da ABPN (online), v. 7, n. 16, p. 236-255, mar-jun 2015.
- ARAÚJO, Yuri Borges de. **Jornalismo e narrativas transmídias: a reportagem no contexto da convergência**. Dissertação (mestrado estudos da mídia). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal/RN, 2014.
- BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.
- BARTH, Fredrik. **Grupos Étnicos e suas fronteiras**. In: POUTIGNAT, P. Teorias da etnicidade. Seguindo de grupos étnicos e suas fronteiras de Fredrik Barth, Philippe Poutignat, Jocelyne Streiff-Fenard. São Paulo: UNESP, 1998.
- BAUMANN, Zygmunt. **Identidade**. Entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil**. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2000.
- _____; KEHL, Maria. **Videologias**. São Paulo: Ed boitempo, 2004.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. vol II. 5ª edição. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2006.
- CAVENAGHI, Beatriz. **Telejornalismo local: Estratégias discursivas e a configuração do telespectador**. Dissertação (mestrado de jornalismo). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis/SC, 2013.
- CHANDLER, Daniel. **Semiotics for Beginners** Disponível em <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/sem08b.html>, acesso em 03/08/2015.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- CONTATO, Ana Carolina Felipe. **As transformações do telejornalismo brasileiro e suas implicações no telejornal regional: um estudo do Paraná TV 1ª edição**. Dissertação (mestrado de comunicação). Universidade Estadual de Londrina. Londrina/PR, 2004.
- COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. In: VIZEU, Alfredo (org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 91-107.

CRUZ, Dulce Márcia Cruz. **Televisão e Negócio: a RBS em Santa Catarina**. Florianópolis/Blumenau: UFSC/FURB, 1996.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: Edusc, 1996.

ELLSWORTH, Elizabeth. “*Modos de Endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também.*” In Silva, Tomaz Tadeu da (Org.). **Nunca fomos humanos – nos rastros do sujeito**, Belo Horizonte, Autêntica, 2001.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais – uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. **Jornalismo e identidade cultural: construção da identidade gaúcha em Zero Hora**. Tese (tese de doutorado de comunicação). Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre/RS, 2006.

FILHO, João Freire. **Mídia, estereótipo, e representação das minorias**. Revista Eco-Pós, v. 7, n.2, p. 45-71, ago-dez, 2004.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro:LTC,1989.

GOMES, Itânia Maria Mota. **Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise**. Revista Compós (online), 31 p., 2007.

_____. **Telejornalismo de qualidade: pressupostos teórico-metodológicos para análise..** Revista Compós (online), 22 p., 2006.

GOMES, Taiga Corrêa. **A localidade no telejornalismo: um espaço de interação e pertencimento**. In: XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Intercom Sudeste. *Anais...* Ribeirão Preto, SP, 2006.

GUTMANN, Juliana. **Formas do Telejornal: Um estudo das articulações entre valores jornalísticos e linguagem televisiva**. Tese (doutorado). Universidade Federal da Bahia. Salvador/BH. 2013, 270 p.

_____. **Contexto comunicativo: pensando um operador para análise de estratégias comunicativas no telejornalismo**. Rumores, São Paulo/SP. n° 14, v. 7, julho-dezembro 2013, 17fls.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

_____. **A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo**. Cultura, Mídia e Educação - Educação & Realidade. Porto Alegre, v. 22, n 2, p 15-46, jul./dez. 1997a.

_____. Quem precisa de identidade? In SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 4ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

HARTLEY, John. **Understanding News**, London: Routledge, 2001.

IANNI, Octavio. **Globalização: novo paradigma das ciências sociais**. Revista Estudos Avançados, São Paulo, v. 18, n. 21, mai-agost. 1994. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141994000200009. Acesso em 13/01/2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

KLEIN, Otavio José. **A notícia em rede: processos e práticas de produção da notícia em rede regional de televisão**. Passo Fundo: UPF Editora, 2013.

LIMA, Venício A. de. **Cenários de Representação da Política, CR-P**. In: : RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.) Comunicação e política: conceitos e abordagens. São Paulo: Unesp; Salvador: Edufba, 2004.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2005.

MARTINS, Simone. **Da audiência presumida ao espectador participativo: telejornalismo e identidade local no jornal da Alterosa edição regional**. Estação Científica Online. Juiz de Fora, MG, nº 5, 13p., junho de 2008. 13f.

MATA, Jhonatan Alves Pereira. **Um telejornal pra chamar de seu: identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local**. Dissertação (mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de fora/ MG. 2011, 192p.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2002. 248 p.

_____. **Um Perfil da TV Brasileira: 40 ANOS DE HISTÓRIA - 1950/1990**. Salvador, BH: Associação Brasileira de Agências de Propaganda, 1990.

MELLO, Edna. **Telejornalismo e comunidade: o bairro como espaço de cena e o olhar vigilante no SPTV 1ª edição**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). São Paulo: Escola de Comunicações e Artes de São Paulo, 2007, 129 p.

OLIVEIRA, Rodrigo Bomfim. **A "comunidade imaginada" Bahia e a publicidade da bahiatura: um enfoque sobre o estereótipo da preguiça**. Caderno Virtual de Turismo (online), v. 6, n. 3, p. 54-63, 2006.

SCOLARI, Carlos. **Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan**. Madrid: Deusdo, 2013.

SHIRMER, Lauro. **RBS: Da voz-do-poste à multimídia**. Porto Alegre: L&PM, 2002.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro; Record, 2000.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Os processos da globalização**. In: SANTOS, Boaventura de Souza. A globalização e as ciências sociais. São Paulo: Cortez, 2002.

SILVA, Rodrigo Barbosa e. **Criminalidade na televisão baiana: o telejornal policial Se Liga Bocão e os relatos dos sujeitos privados de liberdade.** Tese (doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2012.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** 4ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

VIZEU, Alfredo (org.). **A sociedade do Telejornalismo.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

_____; CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência.** In: VIZEU, Alfredo (org.). **A sociedade do Telejornalismo.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

_____; MOTA, Célia ladeira; PORCELLO, Flávio A.C. (org.). **Telejornalismo: a nova praça pública.** Florianópolis: Insular, 2006.

WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público: uma Teoria Crítica da TV.** São Paulo: Ática, 1996.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.** In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** 4ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

ANEXO 1 – LISTA DE LINKS DOS VÍDEOS ANALISADOS**23/03/2015:**

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-chega-ao-jardim-paraiso/4055949/>

24/03/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-jardim-paraiso-reclamam-da-violencia-na-regiao/4058608/>

26/03/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-diretor-do-detrans-da-prazo-para-revitalizacao-da-avenida-jupiter/4064385/>

27/03/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-conheca-o-vizinho-nota-10-do-bairro-jardim-paraiso/4067407/>

06/04/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-comasa-valorizam-relacoes-esquecidas-nas-grandes-cidades/4090078/>

07/04/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-comasa-reclamam-do-traffic-de-drogas-na-regiao/4092939/>

08/04/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-bairro-comasa-pedem-mais-atencao-a-saude-na-regiao/4095434/>

09/04/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-comasa-reclamam-de-inseguranca-no-transito/4098534/>

10/04/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-conheca-o-vizinho-nota-10-do-bairro-comasa/4101356/>

11/05/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-chega-ao-vila-nova-em-joinville/4170750/>

12/05/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/bairro-vila-nova-em-joinville-e-conhecido-pela-tradicao-germanica/4173569/>

12/05/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-subprefeita-se-compromete-em-fazer-obras-no-rio-vermelho-no-vila-nova/4173601/>

13/05/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/moradores-do-bairro-vila-nova-em-joinville-pedem-pavimentacao-nas-ruas/4176514/>

15/05/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-rosana-e-a-vizinha-nota-10-do-vila-nova/4184079/>

01/06/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/jornal-do-almoco-relembra-historia-do-bairro-boehmerwaldt/4221847/>

02/06/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/moradores-do-boehmerwaldt-pedem-melhorias-em-calcadas/4224919/>

03/06/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/moradores-pedem-reabertura-de-posto-de-saude-no-boehmerwaldt/4227737/>

04/06/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/moradores-do-boehmerwaldt-pedem-pavimentacao-de-ruas-da-regiao/4230427/>

05/06/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-conheca-o-vizinho-nota-10-do-boehmerwaldt/4232844/>

13/07/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-chega-ao-bairro-jardim-iririu-em-joinville/4318668/>

14/07/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-jardim-iririu-reclamam-de-uso-de-drogas-em-pracas/4321267/>

15/07/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-pedem-ampliacao-do-atendimento-na-saude-para-o-jardim-iririu/4324123/>

16/07/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-enchentes-sao-frequentes-no-jardim-iririu-dizem-os-moradores/4326445/>

17/07/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-conheca-o-vizinho-nota-10-do-jardim-iririu/4329253/>

17/08/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-chega-ao-parque-guarani-em-joinville/4399767/>

18/08/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-parque-guarani-pedem-pavimentacao-de-ruas/4402725/>

19/08/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-parque-guarani-reclamam-de-falta-dagua/4405514/>

20/08/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-parque-guarani-dizem-que-nao-conseguem-vagas-em-ceis/4408346/>

21/08/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-conheca-o-vizinho-nota-10-do-parque-guarani/4410990/>

28/09/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-cerca-de-1500-familias-vivem-no-jativoca-com-tranquilidade/4500226/>

29/09/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-jativoca-pedem-pavimentacao/4502637/>

30/09/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-pedem-melhorias-em-unidade-de-saude-do-jativoca/4505862/>

1º/10/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-jativoca-pedem-cobertura-de-vala/4508362/>

02/10/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-conheca-o-vizinho-nota-10-do-loteamento-jativoca/4512274/>

02/11/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-chega-ao-itinga-em-joinville/4580605/>

03/11/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-do-itinga-pedem-mais-ruas-pavimentadas/4583030/>

04/11/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/moradores-do-itinga-pedem-mudancas-na-principal-rua-do-bairro/4586295/>

05/11/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/ja-nos-bairros-moradores-pedem-areas-de-lazer-no-itinga/4590065/>

06/11/2015:

<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/jornal-do-almoco/videos/t/joinville/v/vizinho-nota-10-conheca-a-historia-da-dona-izoleti-do-bairro-itinga/4590995/>