

Identities stereotyped: analysis of the representation of residents of Joinville in the JA frame in the Neighborhoods

Maiara Carvalho Batista

Mestre; Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil
maiah_cb@hotmail.com

Carla Candida Rizzotto

Doutora, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil
carla_rizzotto@yahoo.com.br

Resumo

O objetivo desse artigo é compreender a maneira como o telejornalismo local representa a identidade do seu público. 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 RBSTV Joinville. A base teórica está ancorada nas contribuições de Stuart Hall e Bhabha acerca dos conceitos de identidade, globalização e cultura. A análise empírica utiliza como base metodológica os modos de endereçamento, guiados pelos operadores de análise: mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática. A análise identificou que os moradores dos bairros de Joinville são representados de três maneiras: apaixonado, vítima e cidadão.

Palavras-chave

Identidade. Representação. Telejornalismo local.

1 Introdução

Encontrar a melhor maneira de identificar um sujeito ou uma comunidade é um exercício cotidiano presente nas redações dos noticiários. No telejornalismo local, essa identificação ganha ainda mais destaque devido à aproximação entre a emissora e o

telespectador. 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.

Analisar a maneira como o telejornalismo local representa a identidade do público e em que medida colabora com a construção de tais identidades é a proposta da pesquisa de mestrado da qual esse artigo é resultado. Estas questões são discutidas a partir do recorte empírico do noticiário local exibido na RBS TV Joinville (Santa Catarina), o Jornal do Almoço.

O quadro analisado - JA nos Bairros - é exibido desde 2013. Para esta pesquisa foram analisadas as oito edições transmitidas em 2015, totalizando 39 programas. Cada edição segue uma estrutura fixa que funciona da seguinte maneira: no primeiro dia o bairro é apresentado, nos três próximos dias são mostradas reportagens com a participação dos moradores sobre suas reivindicações, e, finalmente, no último dia é apresentado o “Vizinho Nota 10”, escolhido pelos próprios moradores como um sujeito exemplar para a comunidade. Em todos os cinco dias o repórter responsável pelo quadro faz chamadas ao vivo do bairro visitado pelo programa.

Encontramos nos modos de endereçamento, um caminho para investigar respostas sobre a representação das identidades dos moradores, uma vez que essa metodologia se debruça sobre a relação entre o público e a instância de emissão. Entende-se por endereçamento o destino final do produto audiovisual analisado. A metodologia que tem origem em análises de filmes foi adaptada para pensar como determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo.

Assim, o objeto empírico foi submetido ao procedimento analítico a partir de quatro operadores de análise: mediador, contexto comunicativo, organização temática e pacto sobre o papel do jornalismo (GOMES, 2007). Tais operadores funcionam como forma de orientar o olhar do pesquisador da seguinte forma: no primeiro observa-se o repórter, a maneira como ele se porta perante a câmera, perante o público e principalmente a sua relação com os entrevistados; o contexto comunicativo tem o objetivo de analisar todos os detalhes que envolvem a transmissão; a organização temática aborda a forma como o quadro disponibiliza as editorias; e, por fim, o pacto sobre o papel do jornalismo diz respeito às promessas feitas pelo programa.

2 Identidade e representação

Na linguagem do senso comum, o conjunto de características que distinguem e individualizam o sujeito recebe o nome de identidade. Uma mulher, por exemplo, pode ser mãe, profissional, cidadã, negra, esposa, líder, católica, brasileira, 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 [...]” (CASTELLS, 2006, p.23). 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. [...] 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 (2000, p. 112), acredita que esses papéis fazem parte da formação das identidades. “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 ser 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 compreender o conceito de identidade de Hall é fundamental percorrer as três concepções de sujeito descritas por ele: sujeito do iluminismo, sujeito sociológico e sujeito pós-moderno.

O sujeito do iluminismo tem como característica marcante a centralidade do eu, da razão. O 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). Já a identidade do sujeito pós-moderno é resultado de fragmentações, ou seja, várias identidades coexistem - mesmo se forem contraditórias ou não resolvidas. Dessa forma, o culturalista compreende que a identidade do sujeito pós-moderno é definida historicamente.

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 identidade 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, p. 15) traz perspectivas essencialistas e não essencialistas para o debate. A perspectiva essencialista compreende que existe um conjunto de características comuns aos sujeitos que partilham determinada identidade. É, portanto, formada historicamente, uma vez que permite “[...] buscar alguma certeza apelando à verdade fixa de um passado [...]”, ou então, a um conjunto de características que grupos transmitem ao longo dos anos sem alteração. Além disso, a perspectiva essencialista entende que o “[...] 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.” A caracterização da identidade essencialista entra em choque com a perspectiva não essencialista, aquela que tem sua formação focada na diferença e na construção.

A identidade do sujeito pós-moderno é construída em um mundo globalizado, no qual a identidade se torna fragmentada: a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia (HALL, 1999). O sociólogo Manuel Castells (2006) 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, mesmo que para ele a individualidade seja também uma forma de identidade coletiva.

Castells (2006) 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, construída quando os atores sociais utilizam material cultural para formar uma nova identidade visando o reposicionamento na sociedade.

A união dessas identidades formam as comunidades, classificadas por Zygmunt Baumann (2005) em comunidades de vida, como a nacionalidade, e comunidades de destino, relacionadas ao 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).

3 Representação e estereótipos

A identidade nacional nos é imposta ao longo dos anos. “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 desenvolvido 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 fornece uma série de artefatos que representam as experiências partilhadas “[...] que dão sentido à nação [...]”. 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 à modernidade.” (HALL, 1999, p. 33).

“É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos.” (WOODWARD, 2000, p. 18). Assim, os telejornais - vistos como elementos midiáticos produtores de significados culturais, só têm sucesso em seu produto quando este cria condições para que o sujeito consumidor se identifique com tal.

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. 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 (2000), os dois termos são atos de criação:

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 se associam 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 à 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, p. 91) 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 [...]”.

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 e 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:

[...] 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 (FREIRE FILHO, 2004, p. 47).

O estereótipo é a principal estratégia discursiva 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 a diferença cultural, servindo muitas vezes como expressões em conflitos sociais. Freire 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 [...]”.

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).

4 Um olhar sobre o telejornalismo joinvilense

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 pontos de análise imprescindíveis para responder aos questionamentos que guiam essa pesquisa.

A partir da análise do material, ancorada por tais operadores de análise, foi possível identificar que as identidades dos moradores foram representadas de três maneiras principais: o apaixonado, a vítima e o cidadão.

4.1 Laços de pertencimento

Em relação ao pertencimento, os moradores são representados tanto como bairristas quanto como em constante associação com suas origens. 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) firmado entre emissora e público, que auxilia no cumprimento da promessa ontológica estabelecida com os telespectadores: a de estar ao lado da comunidade, mostrando não somente o que precisa ser melhorado, mas também as suas qualidades.

Isso acontece sempre no primeiro e no último dia da semana de exibição do JA nos Bairros. No momento 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 vídeos de apresentação, construídos de maneira semelhante para todas as reportagens. 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.*

Outra característica está nas evidências de que aqueles bairros são considerados lugares bons para morar. Em todos os vídeos de apresentação há destaque para as

qualidades do bairro e para as vantagens oferecidas aos moradores, remetendo à valorização do local.

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 incômodo, 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...

As reportagens de apresentação dos bairros têm 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.

Faz parte da identidade de uma comunidade partilhar ações positivas entre si. Isso por que o bairro escolhido pelo sujeito para viver também constitui seu lar e não é aceitável que alguém de fora o desmereça, “fale mal”, ou aponte as coisas negativas. Por essa razão o JA nos Bairros ressalta e fortalece a identidade do morador apaixonado pelo local onde vive.

Entretanto, esse sentimento de pertencimento também é bastante explorado através da aproximação da cultura local com a cultura de origem dos moradores.

13/07/2015 – OFF Marcos Pereira: *Bonito e receptivo. O Jardim Iririu acolhe paranaenses, paulistas, cariocas, nordestinos, muitos nordestinos. Vilson, 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 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.

A mesma coisa foi percebida na terceira edição do JA nos Bairros, quando o programa esteve no bairro Vila Nova e sua origem alemã ganhou destaque. Os moradores do bairro Vila Nova fazem parte de um grupo que se caracteriza pelo compartilhamento de valores culturais: um grupo étnico, que segundo Barth (1998), mantém suas culturas para além das fronteiras. No caso da comunidade do Vila Nova, isso acontece através das festas típicas, uma maneira de manter e partilhar as tradições culturais.

*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 fala 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 aos costumes germânicos.

A identidade do povo joinvilense também é associada à identidade alemã quando estes são representados como sujeitos que valorizam o trabalho. Em sete dos 39 vídeos analisados, a identidade do morador de Joinville é representada a partir do estereótipo do trabalhador. 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 dedicação para o trabalho como qualidade dos moradores:

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

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, ele se sente representado.

4.2 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.

Para o telejornal, os sujeitos ou a comunidade se tornam vítimas quando têm algum direito violado. Os sujeitos são representados dessa forma nas 22 reportagens que tratam dos problemas dos bairros e das reivindicações dos moradores.

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 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 fruto de 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 os 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 à tona um problema social.

Entretanto, não tratou a questão como um problema social, e sim como um problema que afeta a segurança dos moradores.

As vítimas, de uma forma geral, são estereotipadas no momento em que são classificadas como tal pelo programa, fazendo 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 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 tiram 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.

As vítimas 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 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 política eles prometem.

Acaba a política não vem nada aqui. Ninguém tem apoio aqui dentro.

Marcos Pereira: Vocês estão aguardando?

Morador: Todo mundo tá aguardando.

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, que representam 24% do total. 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 Patrícia. O pai está no serviço. Patrícia 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.***

As reportagens que abordam os problemas tem espaço também para as vítimas apreensivas. São aquelas que 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 para os quais 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 da vítima, e nos casos identificados, ela confirma em entrevista os motivos 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. As vítimas genéricas representam 18% do total.

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.

Importante notar que a menção aos problemas e reivindicações da comunidade ocorre, na maioria das vezes, pelo morador. Apesar do mediador ser usado como estratégia de aproximação com a comunidade, é mais conveniente e mais assertivo usar o morador para mostrar o que precisa ser melhorado.

4.3 Nós fazemos a nossa história

Os modos de endereçamento identificados durante a análise fizeram chegar a categorias distintas da representação dos moradores no telejornalismo local. Como vimos, as identidades dos moradores são construídas pelo JA nos Bairros a partir de questões relativas ao pertencimento e à vitimização, veremos agora que, por outro lado, esses mesmos moradores são representados como sujeitos conscientes do seu papel social, que têm suas ações valorizadas e reconhecidas pelos seus pares: o morador como cidadão.

Fiscalização e cobrança são características no discurso do JA nos Bairros. Apesar do mediador também executar a função de fiscal, mostrando estar ao lado da comunidade, buscando soluções para problemas, é na representação dos moradores e da comunidade que essa função é mais evidente.

As características do formato influenciam consideravelmente na maneira como as 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).

O JA nos Bairros representa o morador como responsável pela cobrança de melhorias, nunca como cidadão inerte, apolítico ou desinteressado pela vida em comunidade.

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 o mediador constrói seu texto a partir dos relatos dos moradores, utilizando as informações, reclamações e reivindicações ouvidas no momento de apuração da reportagem.

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 urgentes.***

Outra importante característica dessa representação está no fato de que em algumas ocasiões o mediador incentiva os sujeitos a atuarem como fiscais, cobrando melhorias para a comunidade.

26/03/2015 – Off – Marcos Pereira: *Em frente às escolas já existe faixas de pedestres// O tráfego 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.***

O mesmo acontece quando o quadro JA nos Bairros convida os moradores a participarem das gravações. A partir das 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.*

Os moradores são representados como fiscais também para justificar que as reclamações apresentadas não partem do telejornal, mas dos moradores que vivem o cotidiano daquele local e, portanto, têm propriedade para discorrer sobre a situação.

O morador “cidadão” também é construído a partir da figura do herói, personagem clássico da dramaturgia, que tem o papel de auxiliar as vítimas, combater os vilões e inspirar o próximo (MATA, 2011).

Conforme explicado anteriormente, a estrutura do quadro JA nos Bairros dispõe de cinco reportagens ao longo de uma semana. Nas sextas-feiras, é exibido o “Vizinho Nota 10”. O sujeito que se torna personagem principal da reportagem é eleito pela produção do quadro a partir de sugestões feitas pelos moradores do bairro onde o programa está.

As histórias de todos os “heróis” são contadas de forma semelhante, e se diferenciam das anteriores, pois não são utilizadas imagens cobertas por *off* com a mesma frequência das demais. O mediador optou por utilizar o *stand up*¹ para gravar os vídeos.

Essa diferença no modo de execução mostra como o JA nos Bairros valoriza 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 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 à sua identidade.

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...

O “cidadão-herói” é mais um estereótipo criado pelo telejornalismo local a fim de comprovar ao espectador que o pacto assumido de mostrar as boas ações da comunidade está sendo cumprido.

5 Considerações finais

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

¹ 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.

fundamental para a definição das três representações das identidades dos moradores: apaixonado, vítima e cidadão.

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. 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 lado positivo de cada bairro.

Enquanto subgênero, o telejornalismo local se reafirma como um local de pertencimento. Assim como Alan Bourdin (2001) 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.

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 cidadão é um exemplo.

Apesar de o 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.

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.

Nos vídeos em que o objetivo é mostrar os problemas da comunidade, o papel de vítima também é identificado. Assim como a representação do cidadão, 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 demais 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 as evidenciam.

Na representação do morador como apaixonado, o mediador utiliza 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 difundem a ideia de que os moradores que ali vivem não tem a intenção de mudar de bairro. Em alguns vídeos de apresentação, há espaço também para aproximar os moradores de suas origens. Os sujeitos que vieram de fora são evidenciados por fazer parte da história de Joinville, associada pelo JA nos Bairros com a colonização alemã.

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.

A representação do morador, seja como apaixonado, vítima ou cidadão, 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 “cidadão-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 representações uma imposição identitária aos moradores, foi na concepção do cidadão que essa representação foi criada de forma mais ostensiva.

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

- BARTH, Fredrik. **Grupos Étnicos e suas fronteiras**. In: POUTIGNAT, P. Teorias da etnicidade. Seguido 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. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2014.
- BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. 5. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2006. v. 2.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- FREIRE FILHO, João. Mídia, estereótipo, e representação das minorias. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 45-71, ago./dez, 2004.
- GOMES, Itânia Maria Mota. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. **Revista Compós**, Brasília, v. 8, p. 1-31, 2007.
- HALL, Stuart. 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. 1997.
- HALL, Stuart. **Identidade Cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.
- JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

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, 2004.

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

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

SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

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**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

Stereotypical identities: analysis of the representation of the residents of Joinville in "JA nos Bairros"

Abstract

The objective of this paper was to understand how local TV news represents its audience. The corpus of the research consists of eight frames of "JA nos Bairros", displayed in 2015 in the "Jornal do Almoço", broadcasted on RBS TV Joinville. The theoretical basis is consisted on the contributions of Stuart Hall and Bhabha, about the concepts of identity, globalization and culture. The empirical analysis uses as a methodological basis the modes of address, guided by the analysis of operators: mediator, communicative context, agreement on the role of journalism and thematic organization. The analysis found that residents of Joinville neighborhoods are represented in five ways: passionate, victim and citizen.

Keywords

Identity. Representation. Local TV News.

Recebido em 20/04/2016

Aceito em 08/07/2016

Copyright (c) 2017 Maíara Carvalho Batista, Carla Candida Rizzotto. Creative Commons License. Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. Os Direitos Autorais dos artigos publicados neste periódico pertencem aos autores, e os direitos da primeira publicação são garantidos à revista. Por serem publicados em uma revista de acesso livre, os artigos são de uso gratuito, com atribuições próprias, em atividades educacionais e não-comerciais.

