

TELEJORNALISMO LOCAL: UM ESTUDO SOBRA A REPRESENTAÇÃO E A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

*LOCAL TV NEWS: A STUDY ON THE
IDENTITY REPRESENTATION AND
CONSTRUCTION*

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar o modo como os telejornais locais representam a identidade dos indivíduos, bem como a influência que exercem na sua construção. O artigo discute o papel da televisão e do telejornalismo como produtor de significados culturais e utiliza os Estudos Culturais de Stuart Hall em diálogo com Zygmunt Bauman e Manuel Castells como base teórica para tratar das questões de identidade. Através dos modos de endereçamento (GOMES, 2007), norteados pelos operadores de análise (mediador, contexto comunicativo, organização temática e o pacto sobre o papel do jornalismo), a pesquisa analisa o quadro JA nos Bairros, veiculado na RBS TV Joinville.

PALAVRAS-CHAVE: Identidade. Representação. Telejornalismo Local. Modos de Endereçamento.

Maiara Carvalho Batista

maiah_cb@hotmail.com

Mestre em Comunicação pela
Universidade Federal do Paraná

Carla Candida Rizzotto

carla_rizzotto@yahoo.com.br

Pós-doutoranda em Comunicação
pela Universidade Federal do Paraná



ABSTRACT

The objective of this paper is to analyze how the local TV news represent the identity of individuals, as well as their influence on the construction of this identity. The article discusses the role of television and TV news as a producer of cultural meanings and uses of a theoretical basis the studies of Stuart Hall in dialogue with Zygmunt Bauman and Manuel Castells for dealing with issues of identity. Through Modes of Address (GOMES, 2007), guided by the operators of analysis (mediator, communicative context, thematic organization and the pact on the role of journalism), the research analyzes the "JA nos Bairros", broadcast on RBS TV Joinville.

KEYWORDS: Identity. Representation. Local TV News. Modes of Address.

Introdução

Vivemos em um mundo onde os artefatos tecnológicos fazem parte do cotidiano dos sujeitos desde os primeiros anos de vida. O mundo globalizado oferece a sensação de união e encurtamento das distâncias. Além disso, o tempo, aparentemente mais escasso, faz com que os indivíduos transitem em um ritmo frenético, multiplicando seus papéis sociais. Uma mulher, por exemplo, pode ser mãe, profissional, cidadã, negra, esposa, líder, católica, brasileira, política, só para citar algumas características. Essas características que a distinguem e a individualizam formam sua identidade. Os Estudos Culturais de Stuart Hall em diálogo com Zygmunt Bauman e Manuel Castells formam a base teórica desta pesquisa, no que se refere a essas questões.

Entendendo o jornalismo como uma instituição de mediação simbólica, e, tendo em vista, ainda, que esta mediação se torna mais estreita quando as notícias se referem ao local de pertencimento do sujeito, “pois o lugar do qual se fala é também o lugar em que o receptor está” (GOMES, 2006, p. 3), busca-se, neste artigo, discutir o papel do telejornalismo local na representação e, mais ainda, na construção da identidade do sujeito.

Para tanto, os modos de endereçamento serão utilizados como metodologia de análise, visto que, ao se apoiar em alguns operadores que direcionam o olhar ao papel do mediador, ao contexto comunicativo e ao pacto quanto ao papel do jornalismo, possibilitam verificar o modo como determinado produto midiático se relaciona com a sua

audiência. Como objeto empírico toma-se o quadro JA (Jornal do Almoço) nos Bairros, veiculado no “Jornal do Almoço”, da RBS TV, filiada da Rede Globo em Joinville, Santa Catarina. Tal quadro se propõe a, juntamente com os moradores, apresentar os bairros da cidade, discutindo seus problemas e apresentando as reivindicações da população às autoridades.

Sobre a questão da identidade

Segundo Hall (2000), o termo “identidade” opera sob rasura e, por isso, precisa sempre ser pensado e repensado. Daí a necessidade da discussão acerca do conceito, além da reflexão sobre a nova posição da identidade, ou como prefere o autor, da identificação. Para Hall (2000), “a identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são partilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal” (HALL, 2000, p. 106). O autor fala que:

[...] as identidades são as posições que o sujeito é obrigado a assumir, embora “sabendo” (aqui, a linguagem da filosofia da consciência acaba por nos trair), 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 (HALL, 2000, p. 112).

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).

Ao assumir o conceito de identidade como algo criado e produzido, adotamos o conceito de identidade do sujeito pós-moderno defendido por Hall. O culturalista trabalha com três concepções do sujeito: 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 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, 2014, p. 11). O sujeito sociológico cria perspectivas para a criação

do sujeito pós-moderno. Segundo Hall, cinco são os 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 criada 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 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. 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, 2014, p.12).

Hall (2014) utiliza o termo modernidade tardia para caracterizar o processo que tornou o mundo mais interconectado, integrando nações e atravessando fronteiras.

O seu efeito seria a fragmentação das identidades, ocasionando a crise da identidade que tem sido usada com frequência para caracterizar a sociedade moderna. É como se no mundo globalizado, onde a tecnologia possibilitou a junção dos países e culturas, deixando-os com a sensação de pequenos e próximos um do outro, o indivíduo tenha a possibilidade de criar novas identidades e a identidade cultural local seja fortalecida (HALL, 2014). A globalização seria então a “culpada” por destruir as bases da identidade ou das culturas nacionais e pelo fortalecimento das culturas locais.

Castells (2006) denomina a sociedade atual como a sociedade da informação e toma como tendências conflitantes dessa sociedade a globalização e a identidade. Porém, o autor se restringe a estudar o conceito de identidade no âmbito coletivo. 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). Para o autor, a união dessas identidades formam as comunidades:

Ele dá origem a formas de resistência coletiva diante de 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).

Zygmunt Baumann (2005) fala sobre dois tipos de comunidades: de vida e de destino. A primeira seria aquela imposta, onde o sujeito não tem escolha, como a nacionalidade onde nasceu por exemplo. Já a segunda diz respeito ao pertencimento, ou seja, pertencer a alguma coisa ou lugar e ter a sua identidade vinculada a tal.

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 (HALL, 2014). Para tanto, para compreender como a identidade do morador de Joinville é representada pelo telejornalismo local é preciso entender como se dá a relação entre esses atores. A seguir apresentam-se os caminhos metodológicos dessa pesquisa, que direcionam a análise do produto jornalístico, sem perder de vista que a identidade sempre é construída dentro e através do discurso.

Caminhos da pesquisa

Partindo do pressuposto de que o telejornal local é um objeto produtor de significados culturais, foi possível aplicar uma metodologia que tem como base os Estudos

Culturais, promovendo assim um diálogo com a base teórica que mantém essa pesquisa. Para compreender a maneira como a identidade dos moradores é representada no telejornalismo local é preciso entender a maneira como o programa se relaciona com o público. Por isso, a metodologia utilizada neste artigo são os modos de endereçamento, guiados por operadores de análise: mediador, contexto comunicativo, o pacto sobre o papel do jornalismo e a organização temática (GOMES, 2007) ¹.

Entende-se por endereçamento o destino final do produto audiovisual analisado. O método que tem origem em análises de filmes “tem sido apropriado para ajudar a pensar como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais” (GOMES, 2007, p. 20).

A análise dos modos de endereçamento do objeto empírico permitirá compreender a maneira como o telejornal representa e auxilia na construção da identidade da comunidade que escolhe retratar.

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

¹ A análise realizada nesse artigo se apropria da metodologia utilizada no Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo, na Universidade Federal da Bahia, através dos operadores de análise desenvolvidos pelo grupo.

assim, foram criados operadores de análise, que não são categorias, mas dizem respeito ao olhar que o pesquisador deve ter perante o objeto.

O primeiro deles é o mediador. 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 mediador não precisa ser necessariamente o apresentador. No caso do quadro JA nos Bairros, o enunciador 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.

O contexto comunicativo é o segundo operador de análise e se refere ao enunciador, receptor e ao que acontece no espaço e tempo que se dá o programa. A maneira como o enunciador se dirige ao público, seja através do texto, ou postura, enquadramento de câmera (frase truncada). Dessa forma, o contexto comunicativo é a maneira como o emissor assume uma posição e impõe que o receptor assumira a posição que lhe é dada.

É importante também, na análise dos modos de endereçamento, verificar como se dá o pacto sobre o papel do jornalismo, terceiro operador de análise. Uma das mais tradicionais características do jornalismo é a função de cão de guarda. A vigilância exercida por tal é também o primeiro pacto sobre

o papel do jornalismo perante a sociedade, segundo Gomes (2004). 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 editorias como cultura ou esporte. Portanto, na análise é importante identificar qual o pacto que o programa analisado firma com o público.

Por último, a organização temática se refere às editorias presentes no programa analisado, e sobre a importância que determinada temática exerce perante a outra. No caso dos telejornais, como há uma variedade maior de temáticas, esse operador tem a função de ver a aplicabilidade de cada uma delas e como elas se encaixam dentro do programa.

Sobre a seleção do corpus: JA nos Bairros

O Jornal do Almoço é o mais antigo programa jornalístico do Sul do país, está no ar desde 1972. Veiculado na Rede Brasil Sul de Televisão, a RBS TV, a primeira emissora afiliada a Rede Globo, o programa vai ao ar de segunda à sexta-feira, das 12h às 12h50. Nos últimos três anos, o programa tem veiculado na cidade de Joinville, Santa Catarina, o quadro denominado JA nos Bairros, objeto empírico dessa pesquisa.

A escolha do corpus de pesquisa se dá por motivos de audiência² e tradição³. Se-

² Segundo a pesquisa IBOPE de 2013, a RBS TV é líder de audiência em Santa Catarina.

gundo 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 espectadores, abrangendo 790 municípios.

Em 2013, a RBS TV Joinville lançou a primeira edição do quadro JA nos Bairros. No primeiro ano do programa, o formato era diferente do atual. O apresentador Rafael Custódio deixava o estúdio 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 em relação à infraestrutura ou outros serviços). Já no segundo dia, a produção convidava uma fonte oficial para participar ao vivo direto do bairro, para falar sobre os pedidos e reivindicações da comunidade⁴.

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. No segundo ano de programa, o formato sofreu 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

³ O Jornal do Almoço é o mais antigo programa jornalístico do sul do país e o primeiro da Rede Brasil Sul de Televisão, a mais antiga afiliada da Rede Globo.

⁴ Informações obtidas de 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>

com serviços de saúde e lazer e atrações para a comunidade local. A produção era da jornalista Emilin Souza, reportagem de Júlio Eto e imagens de Heverton Ferri. No 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.”⁵. A temporada 2015 do JA nos Bairros iniciou em 23 de março e foi comandada pelo jornalista Marcos Pereira. Entre as novidades desta edição está a estreia do quadro Vizinho Nota 10. Durante a semana em que a equipe do Jornal do Almoço está no bairro eleito por votação no G1 Santa Catarina⁶, 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 ser nas prioridades e reivindicações da comunidade.

Foram selecionados para esta análise os vídeos referentes ao primeiro bairro visitado no ano, o Jardim Paraíso. Os vídeos veiculados na programação da RBS TV estão todos disponibilizados no site do G1 SC, portanto, a obtenção do corpus da pesquisa se deu através de pesquisa no site.

⁵ 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/>

⁶ <http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/index.html>

Ao todo foram encontrados 15 vídeos correspondentes ao primeiro bairro visitado pelo quadro, correspondendo a 45 minutos e 20 segundos de produção. Entretanto, para a análise foram selecionados os vídeos que possuem sonoras com moradores, entrevistas e links ao vivo correspondente a semana do dia 23 a 27 de março de 2015, totalizando quatro vídeos, 24 minutos e 24 segundos de produção, 20 sonoras, três links ao vivo e duas entrevistas ao vivo.

Em busca de resultados: análise do “JA nos Bairros”

Nesse item são expostos os resultados da aplicação dos modos de endereçamento no corpus da pesquisa. Toma-se aqui como forma de organização três categorias que têm como base os operadores de análise: produto jornalístico (organização temática e contexto comunicativo), enunciador e relacionamento com o público.

Produto jornalístico

A temporada 2015 do JA nos Bairros começou no dia 23 de março. A primeira reportagem mostra a história e características do bairro Jardim Paraíso. Nesse primeiro dia, o repórter Marcos Pereira convida a comunidade para ir até o local onde ele está para uma votação. O quadro necessita da participação do público para votar nas prioridades do bairro. A partir da escolha das três prioridades é que são feitas as reportagens veiculadas nos dias seguintes. Sendo assim, a primeira edição do JA nos Bairros 2015 foi exibida durante quatro dias e a divisão temática do quadro foi feita a partir dessa votação.

Data	Nome do vídeo	Temática
23/03/2015	JA nos Bairros chega ao Jardim Paraíso	Cotidiano
24/03/2015	JA nos Bairros: moradores do Jardim Paraíso reclamam da violência na região	Segurança pública
26/03/2015	JA nos Bairros: diretor do Detrans dá prazo para revitalização da Avenida Júpiter	Trânsito
27/03/2015	JA nos Bairros: conhece o vizinho Nota 10 do Bairro Jardim Paraíso	<i>Faits-divers</i> ⁷

Quadro1 - Editoriais
Fonte: produzido pelas autoras.

A primeira reportagem exibida é um panorama sobre o bairro e a vida naquela comunidade. O direcionamento dessa reportagem é transmitir uma “sensação agradável”, mostrar que a comunidade sente orgulho de morar ali. 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.

No dia seguinte, o repórter estava novamente ao vivo no bairro. Nesse segundo dia, Marcos Pereira mostrou as prioridades eleitas pela comunidade e foi exibida mais uma reportagem. Dessa vez, sobre o primeiro tema: falta de segurança pública. Logo após a exibição do quadro, Pereira entrevistou o

⁷ Temas que não se enquadram nas editoriais tradicionais.

Tenente Coronel Nelson Coelho, comandante do 8º Batalhão da Polícia Militar, para falar sobre possíveis soluções para o problema.

O próximo programa analisado, veiculado na quinta-feira, 26/03, exibiu uma reportagem sobre a terceira prioridade, melhorias no trânsito na Avenida Júpiter, principal acesso ao bairro. O repórter Marcos Pereira, a exemplo dos outros programas, também estava ao vivo do bairro, e ao final entrevistou o diretor executivo do Detrans (Departamento de Trânsito de Joinville), Eduardo Bartniak Filho.

A reportagem que fecha a participação do JA nos Bairros no Jardim Paraíso traz a história de um dos moradores do bairro. Podemos caracterizar o Vizinho Nota 10 como um sub quadro. Nesse dia, Marcos Pereira está no estúdio e através de uma conversa com a apresentadora Regiane Gambhin fala sobre a experiência de estar no bairro durante a semana e chama a matéria que acabara de produzir sobre a história de “solidariedade” de um dos vizinhos do bairro.

Através dessa leitura, verifica-se que o quadro está estruturado em quatro diferentes editoriais: cotidiano, segurança pública, trânsito e *faits-divers*.

Considera-se a última reportagem como um *faits-divers*⁸ Assim como o quadro iniciou mostrando o lado positivo de morar no Jardim Paraíso, encerrou mostrando que o lugar tem também pessoas que fazem o

⁸ Jargão jornalístico para definir assuntos que não são categorizados em editoriais tradicionais dos veículos.

bem. Essa é uma característica do telejornalismo brasileiro, iniciar ou encerrar o programa com reportagens que transmitem sentimentos agradáveis como a esperança, solidariedade e/ou bom humor (BECKER, 2005).

A vinheta de abertura faz parte do contexto comunicativo e serve para situar o receptor que a partir daquele momento será exibido o 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 inserido ao lado do JA, com a frase “nos bairros”. 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 Jardim Paraíso. 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.

O mediador

A aproximação com a comunidade é uma das estratégias do Grupo RBS para alcançar altos índices de audiência. A afirmação é comprovada com as inúmeras campanhas e quadros jornalísticos que dependem do público para existir, nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Em Joinville, o quadro “JA nos Bairros” faz parte de uma campanha institucional lançada em 2014. Com o nome “Joinville Faz Bem”, o projeto, de acordo com informações contidas no si-

te⁹, serve para “renovar o compromisso e laços da empresa com a comunidade e a cidade”.

A estratégia de estar próximo da comunidade joinvilense, convertida mais tarde ou ao mesmo tempo em audiência, tem sido a principal marca do “JA nos bairros”. Mas, nesse ano, um dos principais pontos que podem ser observados no relacionamento entre emissora e público está no enunciador. O repórter Marcos

Pereira, que comanda o quadro, está há sete anos na emissora. Iniciou e permaneceu por dois na RBS TV Blumenau e foi então transferido para Joinville, sua cidade natal. 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 familiaridade e a credibilidade tentam ser transmitidas através do texto do repórter. Durante as três vezes em que esteve ao vivo direto do primeiro bairro visitado pelo programa, o Jardim Paraíso, a fala do repórter transmite a sensação de que ele faz parte daquela comunidade.

⁹<http://redeglobo.globo.com/sc/rbstvsc/joinvillefazbem/>

Marcos Pereira	<i>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 é bonito no nome, conheço esse bairro, tem quase 20 mil moradores por aqui.</i>
-----------------------	--

Relação com as fontes de informação

O telejornalismo local tem exercido papel de prestador de serviços. Essa função tem sido explorada no objeto analisado, já que dos quatro vídeos analisados, todos se referem a exibição de problemas e busca por soluções. Mais uma vez o papel do enunciador ganha destaque quando este se coloca ao lado da comunidade para reivindicar as demandas através de entrevistas com o poder público responsável.

Nos quatro vídeos analisados, foram utilizadas 20 sonoras, além de duas entrevistas ao vivo – por serem fontes oficiais não entraram em análise neste artigo que tem como objetivo identificar a representação da comunidade. As sonoras com moradores do bairro Jardim Paraíso estão distribuídas nas quatro reportagens exibidas no quadro. A organização temática nos deu aporte para categorizar a maneira como as identidades dos sujeitos são expostas.

Orgulho de morar aqui

Na fala do enunciador, logo na primeira entrada ao vivo do bairro, já foi possível identificar a estratégia utilizada no telejornalismo em iniciar transmitindo sentimentos positivos. Em cinco minutos do primeiro VT, foram usadas seis sonoras com cinco moradores diferentes. Todas serviram para comprovar o que o enunciador dizia em off, ou seja, afirmando o quanto o bairro Jardim Paraíso é bom para morar. Na última sequência do texto o enunciador enfatiza a ideia:

Entrevista	<p><i>MP: O senhor está vivendo em paz aqui?</i></p> <p><i>Luis – comerciante: Graças a Deus.</i></p> <p><i>MP: Com bastante amigos?</i></p> <p><i>Luis: Bastante amigos, pouco dinheiro, muito bom.</i></p> <p><i>MP: Tá no Paraíso mesmo?</i></p> <p><i>Luis: No Paraíso mesmo.</i></p>
Off - Marcos Pereira	<i>É seu Luis, também vamos ficar no Paraíso, pelo menos até sexta-feira que vem.</i>

A comunidade como vítima

Na reportagem, são usadas cinco sonoras para comprovar que o bairro, conhecido historicamente por ser um dos bairros mais vulneráveis à violência da cidade, estava “sofrendo” com a falta de policiamento. É perceptível que, nessa segunda reportagem, a

identidade coletiva da comunidade é retratada como vítima, seja da violência ou do “descaso” das autoridades.

Em duas reportagens divergentes a identidade coletiva da comunidade foi retratada como “orgulhosa” e como “vítima”. A identidade de vítima continuou a ser representada como tal na terceira reportagem.

<p>Off1:Marcos Pereira</p>	<p>[...] O pedido é por mais segurança no bairro. E não é difícil encontrar vítimas da violência. Esta atendente que não quer mostrar o rosto foi assaltada duas vezes. Ela conta o que passou atrás do balcão.</p>
<p>Sonora 2 sem GC:</p>	<p>Na primeira, o moço foi bem calmo, ele não teve nenhuma reação de agressão. Só pediu dinheiro e saiu. O outro foi um pouco mais agressivo, ele entrou com arma na mão e acabou sendo um pouco mais assustador pelo fato de ter clientes e ter acabado deixando até clientes traumatizados com isso.</p>

O morador como fiscal

Fiscalização e cobrança são características no discurso do “JA nos Bairros”. Tanto na fala do enunciador, que na maioria das vezes se mostra ao lado da comunidade e ainda como pertencente de tal comunidade, como nas sonoras de sujeitos moradores do bairro, a fiscalização e reivindicação por melhorias são identificadas. Na segunda reportagem exibida, sobre a falta de segurança, aparece o sujeito como fiscal, mas é na terceira reportagem, sobre a falta de segurança

no trânsito que essa característica é mais forte.

<p>Off 4 Marcos Pereira</p>	<p>Em frente as escolas já existe faixas de pedestres. O tráfego de veículos é intenso como mostra esse 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.</p>
<p>Sonora 6: Adão Conrado Vigilante</p>	<p>Seria de grande valia um semáforo aqui nesse local, e também, como você citou anteriormente, faixas de pedestres, por que hoje em dia o povo não está respeitando mais</p>

O herói do bairro

Os modos de endereçamento identificados durante essa análise fizeram chegar a categorias distintas do uso dos personagens 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).

No “JA nos Bairros”, Eduardo foi eleito o “Vizinho Nota 10”. A identidade de um sujeito, inicialmente identificada pela ocupação, no caso aposentado, recebe a notoriedade de herói. Através da história contada por outro sujeito, o herói em questão,

inconsciente de seu ato, recebe atribuição a sua identidade.

Marcos Pereira	<i>Se o mundo tivesse mais confiança nas pessoas como você teve, o mundo seria melhor?</i>
Eduardo	<i>Bem melhor. O que eu fiz na época não foi pensando na confiança, simplesmente foi um acordo. Esse acordo também foi cumprido porque ele também depositou confiança, porque se não ele não aceitaria.</i>
Marcos Pereira	<i>Então quero cumprimentar o senhor, o senhor é o Vizinho Nota 10 aqui do bairro Jardim Paraíso.[...] Parabéns pela atitude.</i>

Considerações

Quem o “JA nos Bairros” pensa que somos? Essa é a pergunta que norteia a metodologia dos modos de endereçamento aplicada nessa pesquisa. A fim de identificar a maneira como o telejornalismo local representa a identidade da comunidade e como colabora com a construção de tal, nos pareceu sensato entender como se dá a relação do objeto pesquisado, o “JA nos Bairros”, com o seu público.

Segundo Hall (2000), o fato de que as identidades são construídas dentro e não fora do discurso está ligada a ideia de que a construção da identidade depende do pertencimento a algo ou algum lugar. Sendo assim, o telejornalismo local colabora com a construção da identidade de um sujeito ou de uma comunidade a partir de suas representações.

A participação do telejornalismo na construção das identidades pode ser identificada a partir da maneira como ele se apropria de tal para relatar um fato ou uma notícia. No caso analisado foi possível identificar quatro maneiras diferentes utilizadas para representar a comunidade: o orgulho em pertencer, retratando o bairro de maneira positiva; a comunidade como vítima, mostrando as vulnerabilidades da localidade; o morador como fiscal, responsável pela reivindicação de melhorias junto às autoridades; e o morador como herói, comprovando a ideia de que o telejornalismo local pode também construir identidade ao agregar qualidades ou características a um indivíduo.

Referências

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.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. vol II. 5ª edição. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2006.

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

_____, et al. **Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modos de endereçamento no telejornalismo show**. 26 ed. Revista FAMECOS, Porto Alegre, 2004. (pp. 85-98)

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2014.

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.

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