



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA – MEC
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO – PRPPG
Coordenadoria Geral de Pesquisa – CGP
Campus Universitário Ministro Petrônio Portela, Bloco 06 – Bairro Ininga
Cep: 64049-550 – Teresina-PI – Brasil – Fone (86) 215-5564 – Fone/Fax (86) 215-5560
E-mail: pesquisa@ufpi.br; pesquisa@ufpi.edu.br

O ‘OUTRO’ EM SI MESMO: ANÁLISE DA IDENTIDADE DO PIAUÍ NOS TEXTOS JORNALÍSTICOS SOBRE A IMPLANTAÇÃO DA TV CLUBE

Afonso Rodrigues Bruno Neto (bolsista PIBIC/UFPI), Nina Nunes Rodrigues Cunha (bolsista PIBIC/CNPQ), Gustavo Fortes Said (orientador, Departamento de Comunicação Social – UFPI)

INTRODUÇÃO

O projeto “O ‘Outro’ em si mesmo: análise da identidade do Piauí nos textos jornalísticos sobre a implantação da TV Clube” tem por objetivo analisar a representação, na produção jornalística da época, do processo de implantação da primeira emissora de TV do Piauí, a TV Clube, inaugurada em 03 de dezembro de 1972. Além disso, busca descrever como esses textos utilizam-se da alteridade para a construção de uma identidade piauiense.

Para tanto, é preciso conhecer os conceitos de identidade e alteridade, bem como os mecanismos de que o jornalismo dispõe para construir uma identidade, através de representações da realidade.

O processo de implantação da TV Clube durou uma década, marcada por grande expectativa por parte da população – e também da imprensa –, desilusões, disputas políticas e pela batalha de seu fundador, o professor Walter Alencar. Dentro desse processo, o papel dos jornais da época ganhou importância porque tornava pública toda a batalha pela liberação do canal, mobilizando a população sobre a importância de uma emissora própria.

Essa produção jornalística, além de servir de documento da história da imprensa do Piauí, revela aspectos dignos de nota. Dentre eles, destaca-se a recorrência sintomática a um “outro”, em sua maioria os estados vizinhos do Maranhão e Ceará, que já possuíam cada um a sua emissora. A situação era agravada porque os canais de televisão desses estados eram retransmitidos ao Piauí.

A presença do “outro” nos textos que tratam da implantação da TV Clube, ora representado de forma positiva, ou seja, integrado à era da modernização e industrialização, cujo símbolo era o referido veículo de comunicação, ora de forma negativa, mostra que os jornalistas construíram uma identidade piauiense a partir da comparação com um “outro” externo.

METODOLOGIA

Para analisar como o processo de implantação da TV Clube foi representado nos textos jornalísticos da época, o método de pesquisa adotado foi o descritivo, de caráter qualitativo, utilizando-se a técnica da análise textual.

O procedimento metodológico utilizado para esta pesquisa se assemelha ao da análise textual criada por Clifford Geertz, cujo objetivo é tratar a produção cultural como um conjunto semântico. Decorre disso o pensamento de Geertz (1973), de que “a cultura é um texto”, passível de ser lido e interpretado.

Para entender como o jornalismo utiliza-se do “outro” para construir a identidade piauiense, são necessárias as noções de identidade, alteridade e representação.

Assim, identidade, na modernidade tardia, não é algo fixo, mas fragmentado, em constante processo de transformação (HALL, 2000). Para Duveen (1998, p.99), é “a força ou o poder que liga uma pessoa ou grupo a uma atitude ou crença; numa palavra, a uma representação”.

As identidades pertencem ao campo social, sendo criadas a partir de representações sociais, que conferem significado às práticas sociais (WOODWARD, 2000).

No entanto, é necessária a presença de um “outro”, para que, a partir dessa relação, que pode ser ou não de confronto, seja construída, a partir da diferença, a identidade do sujeito. Aqui entra a noção de alteridade, caracterizada pela presença e reconhecimento do “outro” em uma relação entre sujeitos.

A relação com o outro pode se dar de diversas formas, e não apenas através da oposição. Podem ser desenvolvidas, por exemplo, relações de desejo, de complementaridade ou mesmo de dependência do outro.

Quanto ao jornalismo, é preciso destacar que, ao representar a realidade, ele acaba propondo interpretações e sentidos. Entende-se, dessa forma, que a realidade só é acessível à sociedade através das construções sociais, dentre elas as realizadas pelo jornalismo (NEDER, 2009).

Sendo as identidades construídas a partir de representações sociais, os jornais, ao representarem a realidade por meio de seus textos e produções, trabalham na construção da identidade e da marcação da diferença (SILVA, 2000).

O *corpus* foi escolhido através de um processo seletivo deliberado em que as unidades que fazem parte do material de análise foram determinadas de maneira intencional, de forma a atender os objetivos e metas de trabalho (BARROS, 2001, s.p.). O *corpus* compreende o material produzido (artigos, editoriais, notícias e notas em colunas) pelos jornais O Dia (analisado pela bolsista Nina Cunha) e Jornal do Piauí (analisado pelo bolsista Afonso Rodrigues), entre os anos de 1965 e 1972, material levantado junto ao Arquivo Público do Estado do Piauí – Casa Anísio Brito. Apesar das dificuldades previamente citadas no projeto inicial, como a ausência e deterioração de alguns exemplares, o que acarretou pequenas lacunas cronológicas, os textos encontrados foram devidamente digitalizados, catalogados e transcritos.

RESULTADO E DISCUSSÕES

Jornal do Piauí

O Jornal do Piauí, em sua produção textual, recorria frequentemente à presença do “outro”, caracterizado pelos estados vizinhos do Maranhão e Ceará, para falar sobre a implantação da TV Clube.

A retransmissão (repetição do sinal de outra emissora) foi representada tanto como algo desnecessário como, até mesmo, invasivo. Para o Jornal, as TVs cearense e maranhense, além de apresentarem falhas técnicas, ameaçavam tomar o lugar da TV piauiense, essa sim, produzida especialmente para os piauienses.

Como mecanismo para reverter a posição de inferioridade do Piauí, que ainda não possuía o símbolo da modernidade – como era construída a televisão –, o Jornal do Piauí estabeleceu outros critérios de marcação de diferença, nos quais os estados vizinhos ocupavam posição inferior, tais como a falta de limpeza das ruas da cidade e o atraso no pagamento dos funcionários públicos.

Outros pontos também observados no *corpus* do Jornal do Piauí dizem respeito à representação da figura de Walter Alencar, construído como herói que, por vezes em uma luta solitária, sacrificava-se em prol de um objetivo maior para a sociedade piauiense, a saber, a fundação da TV Clube, bem como a representação da influência do campo político no processo de implantação, mais como um obstáculo que auxílio para a liberação do sinal da emissora.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do projeto “**O ‘Outro’ em si mesmo: análise da identidade do Piauí nos textos jornalísticos sobre a implantação da TV Clube**” transcorreu de forma satisfatória, com discussões sobre temas como identidade e seu processo de construção, alteridade, representações sociais, pontos indispensáveis para a análise da cobertura da implantação da TV Clube feita pelo jornal do Piauí e pelo O Dia. Interessante destacar que, para além da reflexão sobre o tema identidade, o projeto também propiciou o resgate de um período importante da história do Piauí, a saber, a chegada da primeira emissora de televisão piauiense e sua representação no jornalismo da época.

Palavras chave: Mídia e cultura. Jornalismo e identidade cultural. Televisão, cultura e identidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, Antônio Teixeira de. Ecologia em Revistas: análise de conteúdo das revistas Veja e Istoé nas décadas de 1970 a 1990. In: **Ciberlegenda**, no. 4, 2001. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/teixeira1.htm>> Acesso em: 07/06/2011.

GEERTZ, Clifford. **The Interpretation of Cultures**. Nova York: Basic Books, 1973.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

NEDER, Vinícius. **Reflexões teóricas sobre a prática jornalística: três conceitos**. *Revista Ícone*. v. 11, n. 02, dez. 2009. Disponível em: < <http://www.icone-pggcom.com.br/index.php/icone/article/viewFile/58/54> > Acesso em: 24 jul 2011.

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

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual**. In: SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.