

Newserials: ênfase na diversidade e identidade regional na televisão canadense

Estela Kurth

Resumo: Este ensaio analisa uma das reportagens da série *East meets west*, produzida pelo documentarista Jojo Chintoh para a *Citytv*, um canal regional de televisão sediado em Toronto, Canadá. O título “O leste conhece o oeste” já encerra, de forma irônica, as contradições e conflitos multirraciais na sociedade canadense. A identidade cultural, vista sob o ponto de vista dialético da unidade de contrários, permite compreender o que está em jogo, na produção de sentido da narrativa audiovisual. O tema da inclusão/exclusão passa a ser uma das estratégias de uma emissora de televisão que, diante de um ambiente global, se afirma pela cobertura jornalística e a diversidade, focadas na cidade de Toronto. A perspectiva de análise é a Dialética Histórico-Estrutural, a partir da Semiologia de Roland Barthes e de uma pesquisa qualitativa.

Abstract: This essay analyses one part of TV series “East meets west”, by the documentary specialist, Jojo Chintoh to *Citytv*, a local television station in Toronto, Canada. The heading “East meets west” is an ironic way to show contradictions and multiracials conflicts in Canadian society. Cultural identity, shown as a dialectic principle of contrary unit, allows to understand what is not directly expressed in the television’s narrative process to make sense of meaning. Inclusion/exclusion matters become one possible strategy for a local television in facing global environment. The program is emphasized in city’s covering news and diversity values through characteristics and interests of Toronto citizens. The analysis is in perspective to Structural-Historical-Dialectic (DHE) supplied by the Semiology of Roland Barthes.

Pode não ser a “aldeia” de Marshall McLuhan, mas o mercado televisivo está se tornando um ambiente cada vez mais global (1999). A convergência tecnológica derruba os limites entre distribuição e produção. A economia de mercado abre as fronteiras mundiais para a produção e consumo de bens culturais. Tudo concorre para uma oferta inédita de conteúdos. Nesse ambiente, as pequenas emissoras regionais de televisão parecem não ter a menor chance de sobrevivência sem o vínculo a uma grande rede. Especialmente no Brasil, onde o modelo hegemônico está baseado em redes que se espalham por todo o território a partir do Sudeste, e assim impõem a informação, sob

uma hierarquia que privilegia o internacional sobre o nacional e o nacional sobre o regional.

A lógica mercantil da informação transforma as televisões regionais em meras retransmissoras. Por um lado, atendendo positivamente às demandas da audiência nativa por acesso às matérias internacionais, mas por outro, negando a possibilidade de auto-representação cultural e o desenvolvimento de mercados menores.

O Brasil vive um momento de transição para a televisão digital, e o caso do Canadá pode ser elucidativo. Na década de 1990, de acordo com dados oficiais da *Canadian Television Private*, associação que representa as emissoras privadas, o mercado canadense de televisão enfrentou imensa fragmentação da audiência, devido ao aumento do número de canais estrangeiros em operação no país. Em 1990, existiam 32 possibilidades de escolha na televisão canadense; já em 2005, havia 230 canais, dos quais 78 eram estrangeiros. Enquanto isso, o número médio de horas por telespectador se manteve inalterado, em 22 horas. Essa pulverização levou os níveis de audiência a um retrocesso, com índices que equivaliam aos da década de 1980. Entre 1998 e 2004, a taxa de crescimento das emissoras de televisão convencional no Canadá foi de 11% em média¹.

Entre os fatores de queda das receitas está a distribuição de conteúdo por novas mídias como Internet e telefonia celular. A estagnação das emissoras de televisão convencional forçou o governo a adotar medidas de adaptação à nova realidade, por meio do incremento da programação canadense, tanto em língua inglesa como francesa, levando à aprovação da *1999 Policy*. Essa política pública incluiu várias medidas de valorização da programação de conteúdo canadense:

- a) valorização da diversidade cultural do país;
- b) estímulo à atração de audiência, principalmente em horários nobres;

¹ Canadian Television Private: a success story. Canadian Association Broadcasters, 16 jun. 2005. Disponível em: <<http://www.cab-acr.ca/english/media/speeches/default.shtm>>. Acesso em 07 out. 2005.

- c) práticas comerciais que respeitem a diversidade;
- d) incremento da transmissão digital.

Além dessas medidas, as emissoras vêm adotando estratégias complementares de programação². Os investimentos das empresas de televisão em programação própria cresceram 35% entre 1999 e 2004, e na parceria com produtores independentes, 3,6%.

O Brasil vive um momento de definições importantes para o mercado televisivo nacional. Em junho de 2006 o governo assinou o Decreto nº 5.820, para implementação do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (SBTVD-T), com a fixação de diretrizes para a transição do analógico para o digital (Zanatta, 2006). Porém, de concreto, o decreto presidencial definiu apenas que o SBTVD será baseado no padrão de modulação japonês, o ISDB-T, deixando para mais além definições importantes como a evolução do sistema e a incorporação de tecnologias nacionais, só para citar dois itens.

A migração digital é apenas um dos elementos em um cenário bastante complexo. Outra ameaça diz respeito à oferta de canais estrangeiros, como ocorreu no Canadá. Recentemente as empresas de telecomunicações foram liberadas para atuar no mercado de televisão por satélite, no qual havia grande concentração. As novas tecnologias, por sua vez, permitem cada vez mais a distribuição de conteúdos em vídeo pela Internet, inclusive com a previsão de portabilidade. Todos esses fatores têm grandes implicações para o consumo de televisão e sugerem profundas mudanças nos hábitos de consumo e na distribuição de programação televisiva em um futuro próximo.

Nesse contexto de tensões políticas, tecnológicas e econômicas, sobressai o aspecto cultural da produção televisiva: a necessidade de preservação da autonomia das populações de diversas regiões em se auto-representarem culturalmente. Daí a importância de fortalecer a atuação das emissoras regionais, que refletem a essência de cada cultura onde estão inseridas.

Sem desprezar a globalização, porém em um movimento inverso, a *Citytv*, televisão baseada no Canadá, se apresenta

² Id., *ibid.*

como uma emissora regional com predominante orientação para a cobertura jornalística e cultural da cidade de Toronto, mediando a oferta de programação local com a global. Atualmente a *Citytv* é uma rede composta por cinco emissoras, mas mantém sua política de cobertura local.

Sob tal perspectiva, este ensaio se dedica à análise das estratégias de mediação, entre local e global, da primeira emissora comercial com transmissão em UHF³ em Toronto. A *Citytv*, criada por Moses Znaimer em 1972, tem sido reconhecida mundialmente por sua opção em voltar-se para uma região determinada, refletindo a essência cultural dessa comunidade urbana. Dentro de sua atuação, a programação enfatiza a cobertura jornalística local, a diversidade cultural e a interatividade com o público.

A *Citytv* desenvolveu um conceito bastante inovador de operação de televisão: foi a primeira no mundo a não ter estúdios e a produzir toda a programação em gravações nas ruas, com o uso de ENG (*Electronic News Gathering*), unidades portáteis de captação de vídeo, e com transmissões ao vivo, via microondas, de uma unidade móvel. Quando implantou estúdios, colocou-os voltados para a rua, em uma das avenidas de maior movimento de Toronto.

A *Citytv* foi a primeira emissora de televisão a investir na diversidade cultural, em um modelo que tenta refletir o espectro cultural do seu espaço de cobertura. Uma prática que viria a se tornar uma política pública dentro da *1999 Policy*, já mencionada.

Newserials tem a característica das reportagens investigativas e documentais, com duração maior do que as matérias do dia-a-dia. Ocupa-se de questões de interesse restrito a Toronto, tais como criminalidade urbana, temas históricos, aspectos étnicos e culturais da formação da cidade. Normalmente são exibidos cinco episódios, de segunda a sexta-feira, dentro de uma mesma série a cada mês, no programa *CityNews at 6*.

³ UHF (Ultra High Frequency). É o intervalo de frequências do espectro eletromagnético (300 a 3000 megahertz) onde se propagam ondas de rádio. Disponível em: < <http://www.teleco.com.br/>>. Acesso em: 08 out. 2005.

Neste ensaio, será analisado um dos segmentos da série de reportagens intitulada *East meets west* (“O leste conhece o oeste” – tradução nossa), exibida em abril e apresentada pelo especialista em documentários Jojo Chintoh, responsável pela *Newserials*.

A série foi motivada pela resolução do Parlamento canadense em oferecer um pedido formal de desculpas aos imigrantes chineses. Durante a guerra civil, sendo o Canadá parte do império britânico, muitos habitantes chineses foram trazidos ao país para a construção de estradas de ferro. Depois de concluídas as ferrovias, os imigrantes foram assentados em diferentes áreas e sofreram vários tipos de discriminação. Entre 1908 e 1947, o governo canadense impôs uma política de restrição, estabelecendo altas taxas para o ingresso das famílias dos imigrantes asiáticos. Com o fim das restrições, e a partir dos vínculos familiares entre as duas nações, houve uma nova onda migratória. A série resgata a importância da imigração asiática na formação do Canadá e mostra como vivem os descendentes, tanto da primeira quanto da segunda onda.

A análise da programação da *Citytv* é relevante para a compreensão das peculiaridades da televisão regional, bem como de sua pertinência nos estudos sobre os fluxos globais de bens simbólicos. Embora à primeira vista o conceito de televisão regional pareça de fácil apreensão, sua delimitação é complexa. Primeiro porque não há um único padrão de televisão em todo o mundo. Outra dificuldade está no fato de que o conceito se desloca, conforme o ponto escolhido para analisar a questão. O termo “regional” é relativo ao lugar de quem fala.

Por exemplo, as novelas da Rede Globo são freqüentemente reconhecidas como afirmação da identidade cultural frente à crescente oferta de produções internacionais na televisão brasileira. Contudo, para os programadores brasileiros, “regional” é aquela programação produzida e gerada por afiliada, em horários menos nobres, dentro da grade nacional, e que se destina a um público circunscrito em uma cobertura territorial determinada.

Ainda que a produção de conteúdo seja um referencial importante, não esgota a questão, pois ainda resta a

classificação dos canais comunitários, religiosos, ou os canais locais, na televisão por assinatura. Cassiano Simões sugere observar-se a televisão regional a partir das possibilidades de produção e distribuição (televisão aberta) de conteúdos televisivos. Para alcançar uma tipologia de televisão regional ele propõe um cruzamento das características global/local do ponto de vista de distribuição, grade de programação e programas. Nessa perspectiva, ele chega a doze possibilidades de classificação, o que demonstra a dificuldade de buscar consenso em torno do termo.

Por sua vez, o modelo da *Citytv* é diferente. Nem sofre as restrições que sofrem as emissoras brasileiras, nem se dedica só ao localismo. Trata-se de uma televisão que exhibe como carro-chefe a cobertura jornalística circunscrita na cidade de Toronto, por meio de programas de notícias, esportes e variedades e grande interatividade *online*. Mas, ao mesmo tempo, oferece à audiência nativa uma programação de entretenimento, especialmente nos fins de semana, com séries consagradas, filmes (*Blockbusters*) e programas produzidos pelos canais segmentados da *ChumTelevision*, grupo ao qual pertence.

Assim, para efeitos metodológicos deste ensaio, utilizamos como referência para o termo televisão regional dois critérios: abrangência cultural e territorial. Uma emissora que gera produção televisiva própria ou terceirizada, desde que tratando de temas de interesse de um espaço geográfico delimitado e destinada a um público localizado na sua área de cobertura de sinal.

Além do que já foi referido anteriormente sobre o enfoque cultural na programação da *Citytv*, cabem algumas considerações sobre o desenho da grade de programação, especialmente sobre o tempo dedicado à produção regional⁴.

1. O espaço destinado à produção própria de cobertura jornalística, incluindo notícias, esportes, serviços, entrevistas e variedades é:

⁴ Análise da grade de programação entre os dias 04 e 10 de jun. de 2006. Disponível em: <http://www.citytv.com/toronto/tvshows_CHINMultiethnic.aspx>. Acesso em 06 jun. 2006.

a) Segunda a sexta-feira – (programação no ar: 24 horas / 1440 minutos) – de 480 a 570 minutos, entre 33% e 39,5%;

b) Sábado (programação no ar: 24 horas / 1440 minutos) – 150 minutos, cerca de 10%;

c) Domingo (programação no ar: 24 horas / 1440 minutos) – 90 minutos, cerca de 6%;

2. O espaço destinado à programação da rede *ChumTelevision*, à qual a *Citytv* é vinculada, inclui programas de moda, cinema, celebridades, música, *talk-shows*, reportagens e sexo:

a) Segunda a sexta-feira – (programação no ar: 24 horas / 1440 minutos) – 60 minutos, cerca de 41 %;

b) Sábado (programação no ar: 24 horas / 1440 minutos) – 390 minutos, cerca de 27 %;

c) Domingo (programação no ar: 24 horas / 1440 minutos) – 510 minutos, cerca de 35,5%;

3. Programação não produzida pela *Citytv* nem *ChumTelevision*. O espaço destinado ao entretenimento – exibição de filmes, séries consagradas, espaços de veiculação de programas étnicos e pagos:

a) Segunda a sexta-feira – (programação no ar: 24 horas / 1440 minutos) – 750 minutos, cerca de 52 %;

b) Sábado (programação no ar: 24 horas / 1440 minutos) – 900 minutos, cerca de 62,5 %;

c) Domingo (programação no ar: 24 horas / 1440 minutos) – 840 minutos, cerca de 58 %;

Da análise, podemos constatar que a *Citytv* dá ênfase a uma cobertura que reflita os interesses da comunidade local, seja através da produção de notícias, serviços e programação cultural. Os conteúdos voltados ao entretenimento são exibidos através de bens culturais globalizados dos grandes estúdios (*Friends*, *Sex and the City* e outros).

Cabe ressaltar que a programação gerada pela *Citytv* ocupa os principais horários diurnos. De segunda a sexta-feira, das 6h até as 12h, toda a programação é local, incluído o *CityNews* (noticiário). A grade vespertina mescla filmes e séries com a produção própria. Ao longo do dia são exibidas mais duas edições do telejornal *CityNews at 6*, às 18h, com uma hora

de duração, e o *CityNews Tonight*, às 23h, com 30 minutos. Alguns programas têm duas exibições ao longo do dia, uma inédita e uma reprise: é o caso de *CityLine* e *CityNews Tonight*. A produção da *Citytv* entra nos fins de semana, com os noticiários e o *Speakers Corner*, uma versão eletrônica da carta do leitor, com duração de 30 minutos, exibido no sábado e reprisado no domingo.

Comparando à televisão regional brasileira, seria um erro descon siderar as limitações das afiliadas sobre a utilização de sua própria grade. As redes nacionais concedem às afiliadas duas possibilidades para a produção local: a) horários obrigatórios – aqueles em que, por contrato, a emissora afiliada se compromete em produzir e exibir a cobertura jornalística da cidade e do estado; b) horários optativos – espaços em que a emissora local pode optar por exibir programação própria ou permanecer em rede com a programação nacional.

O localismo tem sido uma estratégia das emissoras de televisão para tornar fiel a sua audiência, porque há de forma intrínseca um interesse por notícias comuns entre membros de uma comunidade geográfica⁵. Nesse sentido, o termo identidade precisa ser compreendido como potencializador do sentimento de pertença e referência social que, na atualidade, se não faz resistência à globalização, assume o papel de mediador entre o local e o global. Nos séculos XVII e XVIII, os ideais revolucionários associavam identidade a igualdade, porém, como diz Anthony Smith, “os elementos de determinado grupo se parecem justamente naquilo que se diferenciam” (1997, p. 68).

A aparente expansão das fronteiras nacionais que o fenômeno da globalização impõe às identidades coletivas no mundo moderno não deve suplantar a onipresença da nação e do nacionalismo, que são, de fato, questões globais. Sua onipresença é uma realidade concreta. Em quase todo o mundo

⁵ O diretor da Central Globo de Afiliadas e Expansão (CGAE), Francisco Góes, usou o termo em uma entrevista à revista *Tela Viva* (Falgetano; Boccatto, 2000). Francisco Góes confirmava que algumas redes regionais perceberam que a fragmentação da cobertura, com inclusão de um maior número de emissoras por região, tem duas vantagens: aumento do faturamento e fidelização do telespectador, pelo fato de a emissora estar mais próxima da comunidade.

se registram conflitos étnicos e movimentos separatistas, que lutam pela autonomia de sua identidade.

A idéia de nações homogêneas, livres e abertas pode ter inspirado muitos estados-nações, mas enfrenta ainda resistência popular. Portanto, de fato, o que se tornou global foi o nacionalismo e a imanência da identidade em várias instâncias da vida social: cultural, política e econômica. A conclusão de Smith (1997, p. 131) é de que outros tipos de identidades coletivas, tais como de gênero, raça, classes sociais ou religião, podem mesclar-se com a identidade nacional, porém raramente superam a autoridade desta, ainda que eventualmente influenciem as ações das comunidades coletivas.

Identificação é um elemento fundamental na produção televisiva regional. A *Citytv* apresenta aos sábados, pela manhã, cerca de cinco programas (terceirizados) para minorias étnicas. Em pesquisa realizada em 2003, os programas da *Citytv* voltados para o público asiático foram reconhecidos como líderes na mente dos telespectadores. Esse estudo sobre a diversidade cultural na televisão ouviu vinte grupos de minorias étnicas⁶. O tratamento positivo não parece casual, mas estratégico.

Uma singularidade da semiologia barthesiana é sua articulação entre o lingüístico, na concretude dos signos, e o translingüístico, na sua dimensão sócio-histórica. Discurso (estereótipo) e intertextualidade (cultura) estão instalados no poder, que se realiza tanto no biológico como no cultural.

Um elemento constante na produção televisiva é o estereótipo. A crítica ideológica de Roland Barthes persegue obstinadamente a fuga ao estereótipo, pelo seu aspecto fixo e impregnado de rótulo. A tentativa de exprimir com o mínimo de palavras o máximo de significado, no sentido da “mais-valia” de Marx. Um *clichê* ensejando formas repetitivas que tentam naturalizar a linguagem. Para Barthes, o estereótipo é uma prótese de linguagem, cuja função é ligar o conotativo

⁶ Cultural Diversity on Television – Phase IV. Toronto: Solution Research Group Consultants Inc. Disponível em: <http://www.cab-acr.ca/english/culturaldiversity/report/cdtf_phase_4.pdf>. Acesso em 07 out. 2005.

ao denotativo, por um axioma, isto é, um sentido fixo e pré-formulado.

Uma das categorias básicas na semiologia de Roland Barthes é a cultura. Uma particularidade da cultura de Barthes é sua liga, isto é, seu entrecruzamento no cotidiano pela intertextualidade. O sujeito é atravessado por muitas influências: pelo convívio social, pelas conversas, pelos gostos musicais, pelas leituras. Todos são textos que compõem o aspecto intertextual da cultura. Em síntese, a intertextualidade se funda na linguagem, mas tem o “outro” como referência. O ego só existe através de um alter-ego.

Para Barthes, o poder está imbuído do sentido de prazer, ou melhor, de uma “energia prazerosa”, da qual o prazer sexual é apenas uma face entre tantas manifestações. O homem é indissociável dessa energia prazerosa, imposta e interdependente na relação liberdade/submissão. De forma invariante o poder, por meio da linguagem, ocupa toda a história humana para além da política. Todo discurso esconde poder, ainda que parta de fora dele, observa Barthes.

A língua enuncia o poder, mais pelo que obriga a dizer do que por aquilo que não consegue expressar. O sujeito é estruturado pela língua. “É o significante que produz os significados da condição de sujeito humano” (Ramos, 2006, p. 10). No poder, entendido através do sujeito em Barthes, está implícito o papel determinante do inconsciente.

A DHE e a dualidade global/local

A escolha da dialética histórico-estrutural (DHE) como metodologia atende a particularidades da representação das minorias étnicas em uma televisão regional, a partir de fenômenos sociais conflitivos como a dualidade global/local. A dialética tem qualidade política e compromisso com a mudança a partir da realidade histórica. Permite compreender totalidades complexas e conflituosas.

A globalização parece recorrente à dialética histórico-estrutural porque enseja a unidade de contrários. Globalização e

regionalização são fenômenos sociais, modulando em frequências distintas mas, ao mesmo tempo, paralelas, dentro de uma mesma realidade, pela alternância de conflito e interdependência. A materialização desse movimento pode ser percebida na imagem de um campo magnetizado em constante movimentação entre os dois pólos.

A análise da identidade cultural demonstrou que as pressões contrárias subjazem à tendência de unidade da nação. Tanto mais se avança para uma homogeneização, mais se enfrenta resistência popular. Aqui se estabelece o conflito social, enredado por condições objetivas estruturais (livre-mercado, fortalecimento de blocos econômicos no Pós-Guerra, políticas migratórias) e subjetivas (a regularidade do nacionalismo em diferentes países), ambos tão caros à DHE. Os aspectos estruturais devem ser apreendidos como dinâmica ilimitada, ao passo que a subjetividade se baseia em regularidades e invariâncias.

A DHE conflui teoria e prática, reconhecendo a existência de vários caminhos metodológicos na investigação, por isso permite diálogos com diferentes epistemologias. Neste ensaio optamos por articulá-la com a pesquisa semiológica de Roland Barthes.

Barthes admite que a semiologia tem relação ancilar com a ciência, mas não a vê como disciplina. “Ela pode ser sua (da ciência) companheira de viagem por algum tempo, propondo-lhe um protocolo operatório a partir do qual cada ciência deve especificar a diferença de seu *corpus*” (Barthes, 1978, p. 38).

A semiologia barthesiana pressupõe que não há distinção entre discurso e língua: “Hoje creio realmente que, sob a pertinência que aqui se escolheu, língua e discurso são indivisíveis, pois ambos deslizam segundo o mesmo eixo de poder” (op. cit., p. 31). Nesse sentido, a semiologia deve ser entendida como uma linguagem sobre a linguagem, em que se coloca a dificuldade de tratar o signo com o próprio signo.

Como a série *Newserials* se particulariza na semiologia barthesiana

A estrutura narrativa da matéria *East meets west* segue um padrão tradicional dentro do estilo de grandes reportagens para televisão. Tem duração de quatro minutos nove segundos. Contempla maior número de fontes: cinco ao todo. A seleção destas, por sua vez, demonstra a construção por meio de estereótipos: imigrantes bem-sucedidos, alguns militantes engajados da comunidade, todos adaptados à vida em Toronto. Mesclados aos depoimentos pessoais, a série utiliza trechos de arquivo como a sessão do Parlamento sobre o anúncio oficial do pedido de desculpas e uma solenidade de homenagem aos imigrantes, o *Chinese Academy Award*.

A peculiaridade da *Newserials* não está no seu formato ou estilo jornalístico, mas na construção do seu significado. A começar pela ironia proposital do título, sugerindo que a comunidade ocidental canadense desconhece a comunidade asiática. Para isso a figura do repórter/apresentador Jojo Chintoh é central. Nascido em Gana, oeste da África, Jojo Chintoh foi em 1969, para o Canadá, onde se tornou editor de várias publicações, incluindo *Contrast*, o primeiro jornal da minoria negra. Ingressou na *Citytv* em 1978, trabalhando como repórter por onze anos até se tornar responsável pela série *Newserials*. Portanto, na condição de imigrante negro e ativista, Jojo é um personagem credenciado para tratar desse assunto, pois sabe do que está falando.

A unidade da narrativa é conferida pelo repórter/apresentador, que conversa informalmente com suas fontes e aparece em passagens (olhando para o telespectador). A edição é despreziosa, embora bem-amarrada; utiliza como recurso imagens neutras (cenas gerais). A câmera flui bem, é solta e procura revelar o olhar humano, mantendo-se discreta. A trilha é eventual; surge para reforçar elementos da cultura oriental, misturando-se na maior parte do tempo com o som do próprio ambiente.

A reportagem inicia com um depoimento de Dora Nipp,

advogada, descendente do primeiro grupo de imigrantes chineses que nasceu em Prince George, Columbia Britânica. Seus ancestrais foram para o Canadá durante a guerra civil. Ela diz: “Sou asiática de Hong Kong, mas os canadenses me dizem: Oh, você parece canadense. Mais canadense que muitos canadenses”. Sua fala é seguida por um *off* do repórter, que confirma: “Sim ela é canadense, como muitos outros que se parecem com ela”. E segue contando os detalhes sobre a participação da primeira onda de imigrantes no fim do século XIX (Campbell, apud Narayan, 2006, p. 6).

A seqüência é absolutamente barthesiana na construção de sentido. Dora Nipp afirma o que não é, e confunde a audiência por sua imagem oriental. A ironia é intencional e parece tentar demonstrar o sentido contraditório de identidade cultural em Toronto. Quem é o cidadão essencialmente canadense?

Dora Nipp é advogada e conhece detalhes históricos da exclusão. Não está ali por acaso. É na voz de Dora que se revela objetivamente a dimensão da primeira migração: “Entre 54 e 70 mil chineses”. Ela é uma das fontes qualificadas, que vão se unir ao repórter para conformar a trajetória de injustiça dos chineses no Canadá.

A seqüência introdutória revela também a pertinência da categoria de cultura de Barthes, pela intertextualidade. O que faz de Dora Nipp uma cidadã de Toronto são suas influências textuais (vestuário, a decoração ocidental do seu escritório, os hábitos, o modo de falar), não sua ascendência oriental ou seus traços físicos.

Mais à frente o repórter faz uma passagem em frente ao *shopping center* Pacific Mall e apresenta o local como “o centro da nova comunidade chinesa”. Jojo faz mais uma provocação, dirigindo-se diretamente para a audiência: “Caso você ainda não tenha percebido, existem comunidades como esta aflorando por todo o Canadá, especialmente na área de Toronto”.

Compartilhar valores de identidade é um elemento recorrente na série *Newserials*. Para mostrar a contribuição asiática, Jojo utiliza um *off*, mostrando imagens de três personagens: “Hung Ting Seng, Frank e Arian Shu. Estes são

apenas três dos milhares de novos imigrantes chineses que deram *energia* (grifo nosso), como afirma o repórter, às comunidades canadenses, mesmo enfrentando a discriminação”. É um discurso de solidariedade e inclusão. Ora, um discurso que valoriza a inclusão está automaticamente assumindo a existência da exclusão. O conflito e a exclusão são relações que evidenciam a antítese pela existência de uma anuidade relacional, uma união de contrários (Ramos, 2006, p. 6).

Alguns autores como Demo (1996, p. 91) atribuem à antítese o papel de “alma da DHE”, porque a realidade social gera *per se* uma dinâmica própria, na qual figuram contradições. São as condições objetivas e subjetivas que levarão a sua superação. Contudo, esta só assume valor de categoria quando deriva de algo, isto é, precisa de uma condição preexistente que é a relação. Sem relação não há antítese.

O estereótipo é uma constante na linguagem televisiva por tudo aquilo que Barthes repudia. A televisão fala para grandes audiências, diversificadas tanto cultural como socialmente. Os manuais ensinam que a linguagem para televisão deve ser coloquial e simples; as mensagens, pouco complexas, para atingir o telespectador médio.

A reportagem de Jojo Chintoh segue tais premissas e acrescenta sua própria performance, demonstrando reciprocidade com seus interlocutores. Na academia, com um especialista em artes marciais, Hung Ting Seng, Jojo Chintoh se mostra à vontade. Ri e abraça o chinês com intimidade. Diante de uma foto do instrutor com a atriz Halle Berry, ele pergunta várias vezes: “Você gosta de Halle Berry?”. A edição é emendada e Hung Ting Seng aparece respondendo afirmativamente, mas na seqüência fala de outra coisa: “Sim, sim... Eu uso a minha mente em bons serviços para os canadenses”. A cena revela mais do que a fala. Primeiro pela construção de uma amizade artificial, momentânea, que busca reforçar a postura do apresentador próximo, ao nível do entrevistado, da qual só Jojo tem a lucrar. Mas também o que é esperado do imigrante: que ele compartilhe dos ícones da indústria cultural ocidental, para ser aceito como tal. Barthes observa a importância da fala para evidenciar práticas culturais e ideológicas.

O estereótipo e a cultura se misturam no depoimento de Frank Shu e sua mulher. Os dois provêm da segunda onda migratória, após o fim das restrições a partir de 1960 (Narayan, 2006, p. 24). Uma foto do casal, ainda jovem, sustenta o texto em que eles são caracterizados como “típicos novos imigrantes chineses”, que se conheceram em Toronto, casaram e tiveram duas filhas. Jojo não afirma, mas mostra a felicidade conquistada.

A contradição da narrativa novamente surge pela ironia na linguagem. Frank Shu, sempre sorridente e amigável, afirma: “Nós trouxemos muito capital (*Do you know?*)⁷ e habilidades”. Shu reivindica a relação econômica que sustenta a imigração, mas o faz assimilando uma expressão usual da língua inglesa (“Você sabe?”), uma pergunta que é também uma afirmação, assumindo a função metalingüística pela qual a língua explica a própria linguagem (Borregana, 2000, p. 15). Frank Shu usa a expressão para evidenciar o papel subentendido da função econômica.

Dora Nipp, a mesma advogada que abre a matéria, faz o seu fechamento resumindo em uma frase todo o sentido de pertinência da reportagem de Jojo Chintoh, e expressa a categoria de poder em Barthes: “A desculpa é importante porque ela vem impor respeito à cultura chinesa!”.

Dora Nipp traz o instante de ruptura, não por acaso no fim da matéria. O esforço chinês precisa de uma ação de estado para encontrar reconhecimento. Uma verdade incômoda submerge junto com a sensação de estar exatamente no meio, entre duas margens (Barthes, 1999, p. 11). Qualquer lugar, no meio de uma relação antagônica de pertencer e ser diferente. O discurso cívico de inclusão de um país formado por grandes hordas de imigrantes, das muitas colônias britânicas, esbarra na realidade. Exige reparos, mas não há mais tempo. Momento singular de poder. A fala de Nipp exala a energia prazerosa que o ato de desculpas fez surgir.

Da aplicação das categorias ao objeto analisado, podemos fazer algumas observações. A primeira delas é que a *Citytv* usa os elementos de identidade cultural como uma estratégia de fidelização da sua programação para uma audiência multirracial.

⁷ Manteve-se a expressão no inglês original para evidenciar o sentido da frase.

Identidade é uma das categorias mais úteis nesta análise, dada a dimensão das diferenças no convívio entre cultura chinesa (étnico/cultural) e a canadense (territorial/política). Ao longo de toda a matéria, percebe-se uma certa antítese: ser reconhecido pela semelhança, e simultaneamente, integrado pela diferença.

A cultura tanto emerge nas falas contraditórias dos imigrantes, quanto se revela nas imagens que exprimem a intertextualidade barthesiana, pelos gestos, pelo vestuário e pela caracterização dos espaços.

Os estereótipos têm uso recorrente para fixar conceitos de sucesso, exclusão, inclusão, nação, felicidade ou solidariedade.

O poder categorizado por Barthes, através da *libido dominandi*, surge muitas vezes em Dora, em Ting, e está presente na convicção sobre as bases monetárias da relação, como salienta Frank Shu.

No tocante ao poder, a conquista de um pedido oficial de desculpas pelo governo canadense parece ser, pelo menos no momento da entrevista, a fonte de uma dose extra de “energia prazerosa”. Ao mesmo tempo, e do ponto de vista político, o poder se revela via pressão e influência econômica crescentes da comunidade chinesa na sociedade canadense. O poder está também em Jojo Chintoh, imigrante negro, porta-voz de outras minorias, mas que é ao mesmo tempo um instrumento da *Citytv*, na sua estratégia de fidelização de audiência asiática.

Esta análise não presume ter encontrado explicações definitivas. Ao contrário, levanta a dúvida: se a globalização e os benefícios de consumo e comunicação que ela oferece atendem às necessidades essenciais do indivíduo, por que persiste o desejo por reconhecimento a partir de valores identitários e culturais?

A categoria de poder, relacionada à afirmação cultural, parece a mais adequada para explicar o papel que as emissoras regionais de televisão assumem no contexto da globalização, pois, como afirma Jesús Martín-Barbero (2003, p. 58), a construção do cotidiano se dá na territorialidade do local.

Referências

- BARTHES, Roland. *O prazer do texto*. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- _____. *Aula*. São Paulo: Cultrix, 1978.
- _____. *Elementos de semiologia*. São Paulo: Cultrix, 1996.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- BORREGANA, Afonso António. *Gramática: Língua Portuguesa*. Lisboa: Texto, 2000.
- DEMO, Pedro. *Metodologia científica em ciências sociais*. São Paulo: Atlas, 1995.
- _____. Dialética e qualidade política. In: _____. *Dialética hoje*. Petrópolis: Vozes, 1990.
- CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. *Comunicação e televisão: desafios de pós-globalização*. São Paulo: Hacker, 2004.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, Dênis de (org.). *Por outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 11 ed. São Paulo: Cultrix, 1999.
- NARAYAN, K. Laxmi. *Indian diaspora: a demographic perspective*. Centre for Study of Indian Diaspora, University of Hyderabad, India. Disponível em: <http://www.uohyd.ernet.in/sss/indian_diaspora/oc3.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2006.
- RAMOS, Roberto. *A ideologia da Escolinha do Professor Raimundo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.
- _____. *Roland Barthes: a semiologia dialética*. Disciplina: Comunicação e Teoria das Ideologias cursada na PUCRS, no primeiro semestre de 2006.
- _____. *Mídia – uma leitura de conjuntura: uma abordagem dialética*. Disciplina: Comunicação e Teoria das Ideologias cursada na PUCRS, no primeiro semestre de 2006.
- SIMÕES, Cassiano. *TV regional e a globalização*. Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <http://www.cinform.ufba.br/v_anais/artigos/cassiano.html>. Acesso em: 12 jun. 2006.

SMITH, Anthony D. *La identidad nacional*. Madrid: Trama Editorial, 1997.

ZANATTA, Carlos Eduardo. *Lula assina decreto para implementar SBTVD-T*. Telavivanews. TV Digital, 29 jun. 2006.