Programa *Patrola:* percepções sobre identidade e juventude[1]

Fernanda do Amaral FERRARI[2]
Helen Piegas BARCELOS[3]
Prof. Dr. Flavi Ferreira LISBOA FILHO[4]
Universidade Federal do Pampa, Rio Grande do Sul, RS

Resumo

Temos por objeto deste estudo o programa regional *Patrola*, veiculado e produzido pela RBS TV RS. Buscamos analisar as identidades e identificações presentes através da representação de peculiaridades e temáticas do público jovem. Foi utilizada uma pesquisa qualitativa, combinada com análise textual e semiótica. Assim, percebeu-se a utilização da interação dentro do programa como estratégia de persuasão e de aproximação com o público telespectador.

Palavras chaves: televisão; identidade; programa *Patrola*.

1 Introdução

A televisão se constitui em um veículo de comunicação, que aponta diferentes registros midiáticos, cuja programação é composta por diversos formatos e gêneros. Neste estudo abordamos o programa de televisão *Patrola*, produzido e veiculado pelo canal Rede Brasil Sul de Televisão (daqui por diante referido como RBS TV), programa regional, transmitido nas manhãs de sábados às 11hs30min. O *Patrola* tem os apresentadores Rodaika Daudt, Ico Thomas, Luciano Potter. Um programa de entretenimento, que é dirigido ao público jovem, pauta questões que dizem respeito ao *modus* de vida do jovem, via de regra eclético em seu estilo musical e de vestir. Alguns temas são focados em shows, festas, personalidades, moda, entre outras temáticas com interação e informação. Espaço que consolida uma identidade regional, pelo enfoque dado às características peculiares do jovem gaúcho, mas também global, envolvendo movimentos da contemporaneidade com a regionalidade.

---

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Acadêmica do 3º semestre do curso de Comunicação Social: hab. Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa. Membro do Grupo de Pesquisa "Mídias, Artes e Narrativas em Contextos Híbridos ou Fronteiriços". (f.a.f@hotmail.com).
[3] Acadêmica do 7º semestre do curso de Comunicação Social: hab. Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa. Membro do Grupo de Pesquisa "Mídias, Artes e Narrativas em Contextos Híbridos ou Fronteiriços" (barcelos.helen@gmail.com).
[4] Orientador do trabalho. Doutor em Ciências da Comunicação (linha: Mídias e Processos Audiovisuais) pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Professor Adjunto do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa. Pesquisador líder do Grupo de Pesquisa "Mídias, Artes e Narrativas em Contextos Híbridos ou Fronteiriços". (flavifilho@unipampa.edu.br).

Nesta pesquisa buscamos identificar os sentidos produzidos pelo programa, e analisar os discursos produzidos pelos apresentadores. O foco principal recai sobre a percepção da identidade, construída através de relações de inclusão e exclusão. Compreender como se dá essa identificação do jovem (público-alvo) e como participa e influência na composição do programa é o que nos propomos.

Cabe salientar que no caso do Rio Grande do Sul, temos um regionalismo constantemente evocado e atualizado de formas diversas, inclusive em produtos midiáticos específicos de várias ordens, tanto na televisão, quanto no rádio e na internet. Contudo, esses produtos se intensificam em determinadas épocas provocando alguma mudança de comportamento social. Nesse processo, a constituição da identidade gaúcha é projetada do passado e cria práticas no presente, que se associam a outras práticas contemporâneas e até globalizadas.

2 Identidade

Para melhor entender a análise do programa Patrola é necessário pontuar alguns conceitos que abarca a identidade.

A identidade é a percepção do indivíduo sobre si mesmo, é o conjunto de características físicas e de personalidade formada pelas interações sociais que o indivíduo desenvolve na família, com a escola, na comunidade, no trabalho e em outros grupos sociais responsáveis por fornecerem um sistema de referência para o desempenho de papéis socialmente aceitos. A identidade, muito embora se constitua em um fenômeno de auto-reconhecimento, ela, no entanto, só pode ser reconhecida no coletivo e por isso diz-se que a identidade é "sempre socialmente atribuída, socialmente mantida e também se transforma socialmente" (MENESES apud FOSSÁ, 2003. P. 119). O indivíduo só reconhece sua identidade através dos valores e experiências vividas.

A identidade reconhecida pelo coletivo se dá através da diferença, por meio de sistemas simbólicos de representação como por exclusão social. A identidade só existe se admitida em relação a algo que ela não é. A uma outra identidade, pois ela é relacional. Sua existência depende de algo externo e diferente. Pode-se dizer que a identidade resulta de uma correlação entre a cultura constituída de valores, normas, crenças, regras, mitos, símbolos, ritos, imagens e os indivíduos que já estão estruturados

por estes formadores da cultura (FOSSÁ, 2003. P. 120). A pessoa se reconhece com alguém, com um grupo ou elementos simbólicos.

3 Metodologia

O programa *Patrola* possui uma das produções que causa interesse por se tratar de um programa regional de entretenimento e aborda uma cultura local. Para isso, buscamos identificar os sentidos produzidos pelos programas e os processos de significação, espaço que consolida uma identidade regional.

Com o intuito de averiguar a identidade no *Patrola*, um programa jovem e atual que busca mostrar curiosidades a respeito dos acontecimentos cotidianos, foram analisadas duas edições, uma do ano de 2009, no período do mês de setembro[5] e outro no mês de julho do ano de 2010. Assim, procura-se investigar as características que marcam os meses das gravações, e sua relação com a constituição identidades ou processos de identificação, também como se atualizada a gauchidade[6] e se relaciona com diferentes juventudes na televisão.

Quanto à abordagem da pesquisa foi qualitativa, pois visou analisar e interpretar hábitos, às atitudes e à tendência de comportamento "olhar contemporâneo". Adotamos uma análise que permite uma visão mais aproximada e melhor compreensão do objeto, onde se tem por objetivo familiarizar-se com o artefato e ao mesmo tempo criar novas idéias. Trata-se de uma análise audiovisual, baseada em preceitos da análise textual combinada com a semiótica, que visa avaliar profundamente aspectos da cultura regional, dentro de um programa de televisão, especificamente juvenil.

4 O *Patrola*

4.1 Apresentadores

O Patrola possui três apresentadores, Ico Thomaz, jornalista, busca apresentar reportagens com humor, personagem cômico, procura vestir-se adequado conforme o

[5] Período em que o culto as tradições gaúchas são constantemente evocadas, pois no dia 20 de setembro comemora-se o dia do gaúcho

[6] LISBOA FILHO, F. (2009. p. 20) "o termo gauchidade busca trazer a idéia de fenômeno, abrindo possibilidades para a investigação de qualidades, comportamentos, valores, maneiras de agir, sendo mais abrangente, permitindo a consideração de múltiplas formas discursivas de representação do que é ser gaúcho".

estilo e tema das reportagens, sempre com roupas características ao ambiente; Luciano, mais conhecido como Potter, ganhou esse apelido exatamente porque ele é parecido com *Harry Potter*, usa um estilo casual "jeans, camiseta, tênis" admitindo conforto e simplicidade, sempre demonstrando humor, em suas falas faz uso de gírias, que gera uma identificação com o público; Rodaika Daudt, jornalista, com estilo próprio, unhas coloridas, com roupas que parecem fazer parte da sua personalidade, bem marcante, irreverente, mas sem roubar a cena. Ela possui o 'tom' de fala mais marcante com a linguagem regional.

Com relação à linguagem os três apresentadores assumiram o 'tu' que faz parte do sotaque gaúcho, a linguagem típica regional é muito marcante em suas falas, usam de brincadeiras, risadas, misturadas com gírias, em suas entrevistas mostram ser um bate-papo informal, utilizada no cotidiano, onde haja fluidez na comunicação, tudo em ar jovial, sem diálogos rebuscados.

4.2 Formato

Para melhor entender esse item vale ressaltar os conceitos de gênero e formato. Os gêneros televisuais podem ser definidos, a princípio, por duas grandes categorias: ficção e não ficção. Contudo, essa divisão parece não bastar e as categorizações propostas não encontram unanimidade. É, nessa perspectiva, que Duarte (2006) entende que os gêneros televisivos podem ser melhor entendidos se considerado os subgêneros e formatos. Ainda assim, da mesma forma que ocorre no cinema, não é possível delinear os usos dos gêneros e subgêneros televisivos de maneira homogênea, pois um gênero envolve "(...) um funcionamento das narrativas, um funcionamento diferencial e diferenciador, cultural e socialmente discriminatório, que atravessa tanto as condições de produção quanto as de consumo".

Contudo, as realidades evocadas pelos gêneros têm um caráter de encaminhar a forma de entender o discurso, direcionando o telespectador, para o tipo de leitura que deverá fazer do produto televisivo. O que se vê em cada programa televisivo são elementos discursivos, que obedecem a regras de formatação que se repetem, garantindo a sustentação do gênero num determinado discurso: enquadramentos, movimentos das câmeras, edição, sonoplastia, mas também gestualidades, falas, tempos, ritmos, figurinos, cenários, entre outros. Por mais que os apresentadores e os convidados sejam agentes sociais, na realização do programa eles tornam-se também atores discursivos. Então se trata de uma realidade discursiva construída por linguagem e técnica próprias

do meio televisivo, instituída a partir de diferentes fontes e referências, organizada de tal forma que permite a produção de sentidos por parte do espectador.

Nos sub-gêneros e formatos, as realidades são configuradas e atualizadas para satisfazer as demandas de cada produto televisual. Os sub-gêneros referem-se a um rol de produtos do mesmo tipo, enquanto que o formato se compõe pelos elementos diferenciadores e caracterizadores dos programas pertencentes a um mesmo sub-gênero. O formato, elemento diferenciador e próprio, é responsável por identificar a forma e o tipo de produção de um determinado programa, refletindo escolhas em relação a cenário, temática, protagonistas, entre outros.

Para Houillon *In* Duarte e Castro (2007, p.142), "O formato é, então, um elemento revelador da diversidade complexa dos interesses que animam a televisão". Ele é capaz de padronizar e normatizar a realização audiovisual de cada produto televisivo, ou seja, o formato funciona como padrão de produção. Podemos entender que essa capacidade advém da possibilidade de dar uma cara, uma identidade a um programa, fazendo com que o formato se repita nas diversas edições, na medida em que confere autenticidade, tornando-o único, especial. Isso dificulta sua cópia literal, seu plágio.

Considerando isso, o Patrola como programa televisivo é composto por três blocos, aproximadamente 6 a 8 minutos que variam conforme a duração das matérias, com intervalos de 2 minutos totalizando cerca de 25 minutos. Como um programa de entretenimento as matérias e quadros são gravados e editados anteriormente, assim é forte a presença de efeitos de som e imagem. A intenção é realmente essa, a utilização de um técnico de produção para que o programa fique com um "tom" mais engraçado.

Em todos os blocos é mostrado o quadro "tube do patrola", onde aparecem pequenos vídeos que envolvem os apresentadores em ações cotidianas ou relacionadas a eventos em que participam. Os apresentadores se encontram geralmente ao ar livre, pois não possuem estúdio de gravação, eles vão "atrás das matérias", circulam por cidades como Porto Alegre e interior do estado, procurando familiarizar-se com seus telespectadores, invadindo diversos espaços onde eles se movimentam.

1.3 Vinhetas

A vinheta de abertura possui quinze segundos e é mostrada em seu todo após a contagem regressiva. Ela tem a seguinte seqüência:

Frames da vinheta principal do *Patrola*

Na primeira cena é visto bolas ovais, como manchas de tinta vindas rápido em direção a tela, como se fosse sair dela, após essa manchas são percebidas como objetos de um céu que "sobrevoa" uma cidade, que agora a câmera se aproxima em forma de *zoom*. Já dentro da cidade é visto representações de prédios e casas com quadrados retangulares e cabos de som (e outros) como "invasores" que estão por cima dos prédios.

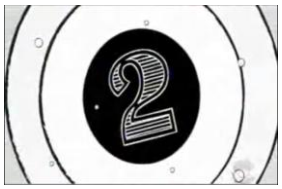
Como em quadrinhos a cena corta e vai para um próximo acontecimento, como se fosse simultâneo, surge à imagem de um carro rebaixado em meio às ruas da cidade que se move como as mãos de um *rapper*, para baixo e pra cima, com se acompanhasse o som de uma música. À frente do carro aparece o *Dj*, que é o que embala a "dança" do carro, dando ritmo a música, ou seja, em meio a este movimento mais visto, de "empurra e puxa" o vinil em uma mesa de som.

Na cena que procede, as mesmas manchas de tintas do início do vídeo aparecem por trás do *Dj*, como se o empurrassem para a próxima cena, as ruas da cidade. Nelas, em alguma rua específica aparecem "fitas" amarela, preta e branca correndo como se a caminho de algum lugar. Assim a imagem chega até um "palco na rua", com os prédios atrás e caixas de som ao lado, onde está um homem que faz a "dança de rua" em movimentos circulares e rodeado por uma luz laranja, que se transforma no nome *Patrola* com o fundo do mesmo palco, mas rodeado pelos cabos de som e vinis.

As cores utilizadas nessas vinhetas são preto e branco, e o laranja como única cor de destaque para objetos representativos. É fácil perceber que estas "gotas" de tinta representam o programa *Patrola* que também tem sua cor de destaque a cor laranja. Essas por sua vez, mostram o local em que o programa mais está, na rua, cobrindo todos os acontecimentos em relação ao jovem e a música no estado.

A percepção que levou ao encontro do jovem foi à forma com que a animação é construída, uma imagem de desenho moderno e criativo, em movimento e cortes rápidos e que remete o cenário a festas, shows, música de rap, música eletrônica, que são elementos de uso mais comum entre os jovens.

Dentre as vinhetas do programa temos três mais utilizadas como sugere Lisbôa Filho (2009. p. 165.) a de abertura, já vista; a de auto-referenciação que é vista na contagem regressiva e de chamada para o programa (produzida com base na vinheta de abertura a partir da seleção de algumas cenas) que aparece nos oferecimentos e antes da contagem regressiva.



Frames da contagem do programa *Patrola*

Denominamos essa de vinheta de auto-referenciação em função de ela fazer menção às atrações que serão apresentadas e, por conseqüência, anunciar o próprio programa.

4.4 Matérias

Os temas das matérias apresentam o próprio cotidiano do telespectador, e a utilização do humor como uma das características mais próximas do público jovem freqüenta. Vejamos algumas delas em destaque nas edições analisadas que podem caracterizar uma identidade pós-moderna:

4.4.1 Celebridade, Marlon tem muitos seguidores no *twitter*, uma rede social na internet em que muitos jovens se envolvem, ele fala sobre seu nome fictício virtual, chamado "Real Insane" utilizado na internet. Sua trajetória iniciou em 2006 no fotoblog e em seguida virou personagem no *twitter*, desde o começo sua vida real foi influenciada pela virtual, principalmente na forma como é tratado pela família e amigos, o nome e as vestimentas modificadas. Com sua popularidade, indicou Tessália e Serginho para o BBB10, pois os mesmos faziam muita movimentação nas redes sociais. Entre os benefícios que seu personagem trouxe para ele estão a influencia no meio dos famosos e a realização de alguns sonhos, mas sem esquecer do mundo real. Sua dica

para as pessoas que queiram seguir seus passos é mostrar quem você é, conversar bastante e não ter medo de conhecer pessoas novas.

Outra reportagem característica é dos meninos de São Leopoldo (quinze a dezesseis anos de idade), que fazem telejornais amadores, em vídeos caseiros. Tudo começou com um trabalho de escola, e terminou como um *hobby* entre os meninos, eles produzem um "telejornal" na garagem, algumas de suas matérias são gravadas externamente e editadas em casa, que consequentemente postam site youtube. Em entrevista, eles dizem gostar do que estão fazendo e que muitas pessoas contam que olham os vídeos produzidos por eles, e elogiam sua iniciativa com esse tipo de brincadeira, ao final da matéria deixam ditas em suas falas que, do próprio grupo pode sair futuros comunicadores e o sonho de trabalhar na RBS.

Hoje o meio virtual, tornou-se um dos meios mais tradicionais e com exclusivas vantagens, percebemos que para Marlon, a web iniciou com entretenimento sem compromisso, mas que se tornou um ambiente de trabalho, em cima de um personagem fictício, no ambiente jovem; e para os meninos de São Leopoldo o meio serve como propagação de seus sonhos, onde podem representar a profissão de jornalista. Aqui, a criação de um personagem é um rótulo para atingir vários grupos possíveis, explorando um mundo de personalidades e ao mesmo tempo se encaixando aos "diferentes". A fuga como pessoa real adota uma identidade pós-moderna que é mais preocupada com a imagem, onde você pode ser o personagem que você deseja. Escolha a sua imagem e ela lhe dirá quem você é. (REGINATO, 2009. p.2)

4.4.2 O *Patrola* visita uma festa sertaneja, casa noturna em Caxias do Sul. As pessoas que freqüentam a festa estão todas caracterizadas pelo chapéu, os homens com calça jeans mais justa ao corpo e cinto com fivela e botas. Na reportagem o Potter pergunta a um convidado se tivesse algum animal na festa alguém saberia laçar, o convidado aos risos diz que ninguém sabe, mas todos gostam do estilo *country*, e para estar ali precisa saber dançar. As pessoas podem até participar de outros grupos, mas estão unidos também ao estilo sertanejo.

Nesse exemplo percebemos a identidade no momento em que há a inclusão das pessoas que gostam de sertanejo, porém ao mesmo tempo ocorre a exclusão das pessoas que assistem ao programa e não se identificam com esse estilo musical. Na própria reportagem é perceptível essa questão, pois os próprios apresentadores que não se identificam com o estilo acabam participando para não passar alguma forma de

discriminação diante dos outros convidados. Na festa a moda c*ountry* acaba sendo imposta para criar um efeito de unicidade.

4.4.3 Potter na copa. Em um vídeo na África do Sul, Potter está em uma savana com elefantes dizendo "está é a prova que estamos na África do Sul".

Vale lembrar que a copa do mundo de 2010 ocorreu no país da África do Sul. O que queremos ressaltar aqui é a questão de identidade nacional, da criação de uma unicidade para os países como identificação pelos outros países do mundo, neste caso o Brasil como o "país do futebol", pois exporta um grande número de jogadores, possui o maior número de títulos em copa do mundo movimentando grande parte da economia do país; e a África do Sul como um país da biodiversidade, dos maiores mamíferos do mundo, por isso é que Potter traz como prova, de estar na África do Sul, as imagens dos elefantes em uma savana.

Isso nos mostra o interesse do programa em se mostrar incluído nos grandes eventos mundiais e o porquê da matéria. Um vídeo para os brasileiros marcando que o programa está interessado em marcar a identidade nacional como o "país do futebol" e mostra como a África tem sua identidade marcada para os outros países do mundo, as imagens dos elefantes. Para Hall (2006. p.59) Não importa quão diferentes seus membros possam ser em tempos de classe, gênero ou raça, uma cultura nacional busca unificá-la numa identidade cultural, para representá-los todos como pertencendo á mesma e grande família nacional.

Outro ponto levantado nesse quadro é a forma como excluem os brasileiros que não simpatizam com o futebol, muito menos com a copa do mundo e os africanos que possuem várias culturas, idiomas e crenças religiosas.

Ao final do século XX a identidade como unicidade entrou em crise, "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, 2006. p.6). Hoje a identidade está relacionada com a satisfação do desejo individual.

Alguns estudiosos dizem que a identidade está em crise, outros acreditam que estamos no ápice da pós-modernidade. A crise pela fraqueza de reconhecimento não temos mais identificação material, com os produtos midiáticos e ápice porque podemos ser quem e como queremos ser, sendo seres individuais e não vistos como seres únicos que possuem uma mesma cultura, uma unicidade. O individualismo traz a independência, na forma que você não precisa de espelhos para se reconhecer, mas você

é composto de múltiplas identidades e pode se identificar em todos os grupos. O *Patrola* como um programa pós-moderno mostra exatamente isso, a multiplicidade de culturas, o individualismo fazendo com que um grande número de jovens de diferentes tribos se reconheçam isso por possuir diferentes tipos de matérias como outras não citadas aqui, como um curso de culinária, bastidores do programa e de uma rádio, coberturas em festa, e shows de vários estilos musicais que envolvem várias idades, etc.

5 Considerações finais

O programa destina-se ao público jovem, através de pautas que não são as tradicionais – ligadas à tradição. Exibem um público que é telespectador, mas que também quer seu espaço. O público se identifica com o programa através das vestimentas dos apresentadores e do tom de fala, por exemplo, o que faz com que eles busquem características comuns e se vejam como um "espelho".

As marcas de identificação são encontradas desde a vinheta de abertura, que se dá com elementos da dança de rua e músicas eletrônicas, o cenário que em algumas matérias apresentam o próprio cotidiano do telespectador, e a utilização do humor como uma das maiores características do público jovem, além do acesso à internet através de quadros como o "tube do *patrola*", fazendo analogia com o site You Tube, uma das mídias mais utilizadas pelos jovens.

O jovem que o programa se refere, é o dinâmico, bem humorado, eclético em seu estilo musical e visual. Talvez esta seja uma estratégia adotada para persuadir toda essa faixa etária. Assim, os elementos do conjunto televisual do programa *Patrola* são eficazes em sua proposta, de interação, de informação e de entretenimento do seu público. Trata-se de um programa que se vale do conceito de identidade pós-moderna, pois é agregador de aspectos de regionalidade, nacionalidade e globalidade, independente da época do ano.

Referência bibliográfica

FOSSÁ, Maria Ivete Travisan. Comunicação e cultura organizacional. *In:* SILVEIRA, Ada C. M. **Comunicação e cultura midiática.** Santa Maria: UFSM, 2003. 224p.

HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença:** a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 11 ed. Rio de Janeiro : DP&A, 2006.

LISBOA FILHO, Flavi Ferreira. **Mídia Regional:** gauchidade e formato televisual no Galpão Crioulo. 2009. 232f. Tese (Doutorado em ciências da comunicação)- Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo. 2009.

_____. A gauchidade midiática televisual: enunciações de sentidos no Galpão Crioulo. *In*: FELIPPI, Ângela.; NECCHI, Vitor. **Mídia e identidade gaúcha**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2009.

Rede Brasil Sul de Televisão. **ClickRBS TV**. Porto Alegre, 2010. <http://www.clicrbs.com.br/rbstv/jsp/default.jsp?programa=1&nome=patrola&pSection=259&uf=1&local=1> Acessado dia 24 de maio de 2010.

REGINATO, Juliana Verella. **Jornalismo e linguagem.** Disponível em: <http//WWW.jorwiki.usp.br/gdnot07/índex.php/Juliana_Varella_Reginato> Acesso em: Setembro 2009.