

“A Imagem do Lugar sobre o Lugar”: um Estudo sobre Identidade, **Representações Sociais e Imaginários Urbanos através da Análise de Publicações do Jornal Local do Município de Igrejinha (RS)**

Elisete de Souza Ramão Paz

Daniel Luciano Gevehr

Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR)

Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT) – Taquara – RS – Brasil

Resumo: Este artigo apresenta uma análise sobre a imagem construída ou projetada de uma cidade percebida a partir das publicações de um jornal local. O objeto de análise são as matérias publicadas nas edições de 2012 a 2014 do Jornal RS115, o principal jornal da cidade de Igrejinha/RS. Os dados foram analisados a partir das teorias estudadas, nas seções de fundamentação teórica, sobre a relação entre identidade cultural, representações sociais e imaginários urbanos, abordando também temas como globalização, espaço e território, para a complementação dessa reflexão, através das contribuições advindas de pesquisas já realizadas sobre o assunto e de autores que discorrem sobre o tema, como Santos (2006), Hall (1999), entre outros. Constatou-se que existe um olhar muito positivo sobre Igrejinha, a partir das publicações do seu principal veículo de comunicação, pois, em sua maioria, as notícias são boas, exaltando seu potencial cultural, turístico, industrial e empresarial. Porém, tudo isso pode ser uma projeção (e até manipulação) da sua imagem, por parte de pessoas que têm poder e influência na cidade, que podem estar buscando interesses próprios, mas também visibilidade global para Igrejinha, trazendo, dessa forma, contribuições para o seu desenvolvimento regional.

Palavras-chave: representações sociais; identidade; cultura; imaginários urbanos

1. Introdução

Segundo Laraia (2009, p.45): “O homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é um herdeiro de um longo processo acumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquiridos pelas numerosas gerações que o antecederam”. Para o autor supracitado, a cultura é algo que pode ser estudado sistematicamente, a fim de se formular leis e regras para a sua compreensão, considerando a dimensão histórica e social da cultura – ou seja, é construída e repassada pelos atores sociais, seja na esfera global ou regional. Pode-se perceber que essa ideia revela a cultura como algo aprendido, e não adquirido de forma inata. A partir disso, será verificado, neste estudo, que cultura tem uma relação direta com lugar, com espaço e território, e este último, por sua vez, se relaciona com questões de domínio e poder.

Segundo Castilho, Arenhardt e Bourlegat (2009, p. 163), o território pode ser entendido como “[...] o somatório dos sistemas naturais de um determinado país ou uma determinada área, com os fatos construídos pelos homens”. E é nesse contexto que surgirá, na presente pesquisa, uma discussão teórica sobre globalização e cultura, dentro da temática maior sobre identidade, imagem e representações sociais. Ao mesmo tempo em que se fala tanto em globalização e mundialização, percebe-se que atualmente as pessoas têm se questionado sobre viver num mundo cada vez mais padronizado ou afirmar a sua própria identidade, seu vínculo de pertencimento a algum lugar. Hall (1992) afirma que a globalização explora a diferenciação local, dessa forma, seria preciso pensar numa nova articulação entre “o global” e “o local”. A globalização, nesse sentido, iria produzir novas identificações “locais”.

Para Menezes (2009, p. 54), é nesse contexto que reside “[...] a preocupação com a valorização das manifestações culturais e do patrimônio cultural como um bem que representa a alma, a identidade e a tradição de um lugar”. A autora acredita que a procura pela cultura das cidades tem levado a um crescente interesse em preservar o que é local, e o que tem com valor cultural em dada localidade, com objetivo de valorizar a sua imagem, afirmando a identidade cultural e, ao mesmo tempo, atrair o turista, ajudando o desenvolvimento econômico.

Nesse trabalho, apresenta-se uma análise da produção de narrativas e representações sobre o município, e a relação disso com a manipulação das ideias, das pessoas, da imagem projetada sobre Igrejinha, e como isso pode contribuir para a compreensão da dinâmica que envolve o desenvolvimento regional.

Nas seções 2, 3 e 4, apresenta-se uma fundamentação teórica a respeito de temas como identidade, representações sociais, imagem, cultura, globalização, espaço, localidade, território, discutindo-se a relação entre eles, incluindo a questão do domínio/poder. Na seção 5, encontra-se uma análise de conteúdo das publicações do principal jornal local, durante o período de 2012 a 2014 – em que houve eleições, troca de gestão e de gestores, a 25ª Oktoberfest, os 50 anos de Igrejinha, entre outros acontecimentos marcantes. A partir disso, pretende-se verificar a imagem construída e projetada para a cidade de Igrejinha e como isso pode contribuir para seu desenvolvimento.

2. A imagem e as representações sociais

Duarte, Mamede e Andrade (2009, pg 622), trazem várias definições, dizendo que as representações sociais devem ser vistas como “[...] uma maneira específica de compreender e comunicar aquilo que já sabemos”, e que elas “[...] ocupam uma posição, em algum ponto, entre conceitos que têm como objetivo abstrair o sentido do mundo e introduzir nele ordem e percepções que reproduzam o mundo de forma significativa”. Pode-se entender, a partir disso, que as representações sociais podem atuar nas relações estabelecidas pelos indivíduos no meio em que estão inseridos, orientando seus comportamentos e práticas, e, dessa forma, funcionando como um sistema de interpretação da realidade.

Bonomo, Trindade, Souza e Coutinho (2008) trazem um conceito de representações sociais como a realidade comum que, de certa forma, disponibiliza ao indivíduo o patrimônio necessário às identificações e diferenciações sociais a partir de sua afiliação e reconhecimento de pertença a um determinado grupo social.

Carvalho (2005, p. 151) fez um estudo sobre o conceito de representações coletivas segundo Roger Chartier, e concorda com as afirmações acima quando diz que “[...] as representações permitem também avaliar o ser-percebido que um indivíduo ou grupo constroem e propõem para si mesmos e para os outros”.

Corroborando com essa linha de raciocínio, encontram-se os estudos de Leitão e Santos (2012), que pesquisaram sobre imagem jornalística e representações sociais, considerando importante, dentro desse contexto, o conceito de agenda-setting, uma vez que, segundo os autores, o público dá importância a acontecimentos enfatizados pelos meios de comunicação de massa. O autor explica que a mídia coloca na ordem do dia os assuntos, dando ênfase e centralidade ao que se quiser, ao que for interessante a uma grupo de pessoas, etc. Essa ideia vem ao encontro da reflexão sobre a importância das representações sociais na produção de sentidos e significados.

E para encerrar essa parte de conceituação sobre representações sociais, ainda pode-se citar os estudos de Carvalho e Arruda (2008) que, em sua pesquisa, estabeleceram um diálogo entre a teoria das representações sociais e a história. Os autores argumentam que “[...] estudos em representações sociais podem ser enriquecidos com a dimensão histórica, não apenas porque toda representação se refere a um tempo-espaco, mas porque a própria historicidade está na base da transformação social”. (CARVALHO e ARRUDA, 2008, p. 446).

Para entender a questão da imagem, dentro desse contexto, temos as contribuições de Hall (1999, p. 71) que afirma: “uma identidade está profundamente envolvida no processo de representação”. Portanto, a identidade de um município, ou região, por exemplo, o representa e pode-se entender, com isso, que a forma como uma identidade é representada tem a ver com

a imagem construída e projetada aos seus públicos, como também com a imagem percebida por eles. Nesse sentido, encontra-se a afirmação de Nicolini (2013, p. 32) que faz uma importante contribuição: “A construção de identidade se dá a partir de narrativas que ordenam e dão sentido ao imaginário dos atores sociais”.

Porto (2009, p. 214) está de acordo com as afirmações de Hall (1999) e Nicolini (2013) quando faz a seguinte ponderação: “Se a realidade é construída, apresentada, representada por meio de narrativas e imagens de guerra ou de paz, os efeitos sobre possíveis formas de orientação de condutas dos atores sociais serão igualmente distintos”. Isto é, além de o público de uma localidade construir, projetar e perceber a imagem do local, ainda essa mesma imagem pode interferir na sua conduta, no seu comportamento e nas suas práticas.

3. Globalização, cultura e identidade

Para melhor compreensão sobre como se dá a relação entre identidade, representações sociais e imagem, são válidas as reflexões a respeito de temas como globalização e cultura, uma vez que os mesmos trazem elementos fundamentais para o enriquecimento da discussão.

A globalização pode ser compreendida como o conjunto de transformações recentes na economia do planeta, que causaram uma ampliação dos fluxos de mercadorias, uma integração entre os países. É um mundo interligado, já preconizado por Santos (1988) e Polanyi (1977). Segundo os autores, trata-se de uma grande transformação para saudar as profundas mudanças impostas à nossa civilização desde o início do século, uma verdadeira subversão que o mundo conheceu a partir do final da 2ª Guerra Mundial, quando, por intermédio da globalização, uma fase inteiramente nova da história humana teve início.

A globalização também pode ser entendida não somente partindo de uma visão econômica, mas também através da análise social e política, sendo que, do ponto de vista socioeconômico, destacam-se: as novas formas de internacionalização do capital; o avultamento dos grandes monopólios; as modernas redes informatizadas; a rápida internacionalização da produção; o crescimento do comércio mais rápido do que o produto, entre outros. (JARDIM e OLIVEIRA, 2009).

Já do ponto de vista da análise social e política, encontramos, entre vários aspectos: a) um sistema cultural global; b) o surgimento das novas tecnologias; c) a convergência tecnológica X novos processos societários e a perda (ou alteração) da noção de espaço, tempo, distância. (JENKIS, 2008).

Jenkis (2008), em seu livro “Cultura da Convergência”, fala sobre como os avanços tecnológicos têm alterado o estilo de vida das pessoas, a maneira de se relacionarem, de fazerem negócios e até mesmo de conduzirem as suas vidas pessoais. Num dado momento, uma pessoa pode se comunicar com alguém do outro lado do mundo através de computadores ou dispositivos móveis, instantaneamente. E isso também é resultado da globalização.

Essa linha de raciocínio de Jenkis (2008) corrobora com as afirmações de Serres (1990, p. 12), citado no livro de Santos (2006): “[...] nossa relação com o mundo mudou. Antes, ela era local-local; agora é local-global [...]”. O filósofo utiliza um argumento geográfico, dizendo que “[...] hoje, temos uma nova relação com o mundo, porque o vemos por inteiro. Através dos satélites, temos imagens da Terra absolutamente inteira”.

Na verdade, a globalização faz também redescobrir a corporeidade. O mundo da fluidez, a vertigem da velocidade, a frequência dos deslocamentos e a banalidade do movimento e das alusões a lugares e a coisas distantes, revelam, por contraste, no ser humano, o corpo como uma certeza materialmente sensível, diante de um universo difícil de apreender. (SANTOS, 2006, pg 212).

Seguindo na reflexão sobre globalização, ou *mundialização* - o que se equivale, do ponto de vista cultural, conforme Jardim e Oliveira (2009) -, cada lugar é, à sua maneira, o mundo. Os autores afirmam que, no entanto, cada lugar, irrecusavelmente imerso numa comunhão com o mundo, torna-se exponencialmente diferente dos demais, ou seja, uma maior globalidade corresponde uma maior individualidade. “A localidade se opõe à globalidade, mas também se confunde com ela”. (SANTOS, 2006, p. 218).

Já de acordo com Mattelart (2005, p. 90), “[...] a globalização nomeia o projeto de construção de um espaço homogêneo de valorização, de unificação das normas de competitividade e de rentabilidade em escala planetária”. Muitos até acreditam que a globalização deveria se limitar a significar o projeto de capitalismo mundial integrado, mas na terminologia ela transpassa as fronteiras da geoeconomia e da geofinança, espalhando-se pela sociedade.

A partir desta definição de globalização, é possível perceber que este processo transcende a esfera econômica, atingindo também a sociedade e as suas organizações, e isso está de acordo com a linha de pensamento de Nicolini (2013, p.22) quando ele enfatiza que “[...] o movimento de integração entre as diferentes áreas do globo acaba trazendo consigo uma série de consequências, as quais se refletem diretamente na forma como as regiões se organizam”. De acordo com essas afirmações também estão os autores Jardim e Oliveira

(2009), Jenkis (2008) e Santos (2006), citados anteriormente, quando trazem a discussões sobre global X local e suas relações.

Na visão de Hall (2006), a globalização é um processo de mudança no que o autor chama de “modernidade tardia”, se tratando de um aspecto de discussão sobre identidade. Para ele, sociedades modernas são sociedades de mudanças constantes, rápidas e permanentes, apresentando essa como a principal distinção entre as sociedades "tradicionais" e as "modernas".

Essa discussão remete ao termo “modernidade líquida”, usado por Fontenelle (2007), após citar vários intelectuais da psicologia, para se referir à maneira contemporânea de se pensar o sujeito moderno: um eu maleável, multiforme, camaleônico, disposto a assumir quantas identidades forem necessárias para a sua sobrevivência social. Pode-se entender, com isso, que a modernidade líquida seria a necessidade de mudanças da era moderna,

[...] uma sociedade que, à maneira dos líquidos e gases, poderia sofrer uma constante mudança de forma quando submetida a fortes pressões, já que os fluídos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la; assim, para eles o que conta é o tempo, mais do que o espaço que lhes toca ocupar [...]. (FONTANELLE, 2007, p. 61)

Na globalização, devem ser analisados, em particular, o ritmo e o alcance da mudança — “à medida em que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da terra” — e a natureza das instituições modernas. (GIDDENS, 1990, p. 6). Para Hall (2006), isso é radicalmente novo, em comparação com as sociedades tradicionais (por exemplo, o estado-nação ou a mercantilização de produtos e o trabalho assalariado), ou têm uma enganosa continuidade com as formas anteriores (por exemplo, a cidade), mas são organizadas em torno de princípios bastante diferentes.

Castilho, Arenhardt e Bourlegat (2009), autores que analisaram a cultura e a identidade do assentamento Aroeira, do Chapadão do Sul, MS, também concordam que as particularidades que cada sociedade possui de organização e de satisfação das suas aspirações são fundamentais para a sua identificação cultural. “Toda cultura passa por processos de construção de significados culturais, sociais e econômicos que são internalizados pelos próprios membros que fazem parte do grupo ou sociedade e por meio deles vão construindo a sua identidade”, reforçam Castilho, Arenhardt e Bourlegat (2009, p. 162).

Seguindo essa linha de raciocínio, pode-se dizer que, nas sociedades modernas, a questão cultural está sempre em voga, unindo discussões a cerca da economia e territorialidade também, levantando, inclusive, pontos contraditórios. “A tentativa de homogeneizar as culturas fez parte, durante muito tempo, da economia global, que ignorava as diferenças territoriais em função de uma uniformização das condições de produção”, (NICOLINI, 2013, p. 16). O autor explica que hoje, no entanto, com a retomada da dimensão territorial dos diversos espaços mundiais, forma-se uma rede de economias regionais, que busca atender às demandas locais, valorizando a diversidade de manifestações presentes em cada território. Dessa forma, as corporações globais tendem a identificar e valorizar as particularidades territoriais para obter sucesso em seus empreendimentos.

Percebe-se, a partir de toda essa discussão, que os conceitos de globalização e cultura estão intrinsicamente ligados. Castilho, Arenhardt e Bourlegat (2009, p. 162) conceituam *cultura* da seguinte forma: “[...] um conjunto de atividades e crenças de uma sociedade ou grupo, que se compõe por aspectos estáticos e dinâmicos”. Kashimoto, Marinho e Russef (2002, p. 35), em seu artigo sobre cultura, identidade e desenvolvimento local, concordam com esse conceito, mas ainda complementam reforçando que a “[...] cultura é o conjunto de soluções originais que um grupo de seres humanos inventa, a fim de se adaptar ao meio ambiente natural e social”. A partir disso, pode-se entender que a cultura é o fator primário, formando e mudando a estrutura social, é o consenso sobre objetivos comuns, os meios para alcançar tais objetivos, a consciência coletiva que é compartilhada pela maioria dos membros da sociedade e certamente por suas elites.

Esses autores ainda fazem um resumo de definições consagradas sobre cultura, no intuito de delimitar o conceito, caracterizando a cultura como “um conjunto de atividades e crenças que uma comunidade adota para enfrentar os problemas impostos pelo meio ambiente”, (Kashimoto, Marinho e Russef, 2002, p. 35), e complementam trazendo a ideia de cultura como conjunto de soluções originais inventadas por um grupo, no intuito de se adaptar a seu meio ambiente natural e social. Nesse sentido, os autores sugerem que a cultura abrangeria diferentes aspectos da vida, como conhecimentos técnicos, costumes relativos a roupas e alimentos, religião, mentalidade, valores, língua, símbolos, comportamento sócio-político e econômico, formas autóctones de tomar decisões e de exercer o poder, atividades produtoras e relações econômicas, entre outros.

Hall (1997) denomina “centralidade da cultura” a forma como a cultura penetra em nossas vidas, mediando todas as relações sociais. Ele argumenta que isso provoca mudanças na vida cotidiana, interferindo nas outras dimensões da realidade – economia, política,

sociedade. Nesta perspectiva, pode-se entender que a cultura é vista como um local de diferenças e de lutas, cujos efeitos agem diretamente na sociedade, e pode-se perceber que os estudos culturais contribuem para pensar a identidade cultural e suas relações com o desenvolvimento regional - o que está de acordo com o que afirma Nicolini (2013, p. 17): “[...] pensar o processo de desenvolvimento regional implica [...] em considerar também a dimensão cultural como elemento fundamental da dinâmica social”.

Reis (2010), autora de um artigo que analisa cultura, mediação e referenciais de políticas públicas, concorda com essa ideia de a cultura, em especial a dita “cultura popular”, ser vista como “herança”, uma vez que, segundo a autora, trata-se de uma categoria cujos sentidos são variáveis e construídos conforme as relações e os conteúdos jogados em dinâmicas específicas. Para a autora, diversidade de heranças e tradições, é a síntese que definiria a cultura popular.

Seguindo esse mesmo ponto de vista, Baller (2008) evidencia a questão da cultura e das identidades frente ao processo de homogeneização, quando analisa diversas perspectivas teóricas acerca da globalização, mesmo que embora o conceito globalização tenha começado a ser utilizado principalmente na década de 80 do século XX, com mais frequência associado às transformações econômicas.

E é no contexto da globalização que a concepção de cultura como espaço de poder e de mediação entre as diferentes dimensões da realidade – economia, política, sociedade -, assume uma importância cada vez maior, como podemos observar, de acordo com Nicolini (2013, p. 28): “as manifestações culturais representam aquilo que as pessoas sentem, pensam e vivem num tempo em que a realidade derruba as certezas do passado, tornando o presente incerto e o futuro insólito”. Ou seja, a cultura, em sua relação com a globalização, além de papel de mediadora, reafirma a identidade local.

Hall (1997) destaca que esse processo de globalização tenderia a transformar o mundo em um lugar único, tanto do ponto de vista espacial e temporal quanto cultural. A partir deste contexto, Baller (2008) destaca o conceito de *glocalização*, o qual conduziria os indivíduos a uma aproximação com o seu passado, voltando-se às suas “origens” como forma de evidenciar a sua identidade frente aos processos de padronização cultural. (NICOLINI, 2013).

Nicolini (2013) ainda usa o termo interculturalidade para definir a forma como diferentes culturas e identidades são colocadas em circulação, diante da globalização, em que cada território, região ou nação, atua comunicando ao mundo as suas heterogeneidades através de diferentes linguagens. O autor acredita que o pós-modernismo põe fim às grandes narrativas que até recentemente foram os fundamentos da filosofia e da política ocidentais –

como o progresso, desenvolvimento, Iluminismo, racionalidade, etc -, dando lugar aos questionamentos acerca da diferença e da identidade.

Essa rápida revisão a respeito de globalização e cultura abre um leque para discussões de novos assuntos que estão relacionados entre si, como espaço e localidade, conceituados na subseção a seguir.

4. Espaço, Localidade e Território

Iniciando pelo espaço, pode-se entender que “ [...] o valor de um dado elemento do espaço [...] é dado pelo conjunto da sociedade, e se exprime através da realidade do espaço em que se encaixou”. (SANTOS, 2006, pg 26). O autor afirma que a geografia poderia ser construída a partir da consideração do espaço como um conjunto de fixos e fluxos (SANTOS, 1978). Os elementos fixos, fixados em cada lugar, permitem ações que modificam o próprio lugar, fluxos novos ou renovados que recriam as condições ambientais e as condições sociais, e redefinem cada lugar.

Nesse contexto, o conceito de espaço relaciona-se com os diferentes conceitos entre lugar, paisagem, território e região, podendo ser um ou todos, mas de forma distinta, e num misto entre material e humano. (SANTOS, 2006).

Castilho, Arenhardt e Bourlegat (2009, p. 164), em seu artigo sobre cultura e identidade, definem o espaço como “[...] um lugar que sempre toma novas formas, isto é, processo de reprodução da vida humana”. A partir disso, pode-se considerar que o espaço pode ser caracterizado pela distribuição dos bens ou serviços e também pela localização física dos indivíduos ou grupos sociais em um determinado lugar. Para os autores, a ocupação e o valor econômico, ou, ainda, da cultura, no contexto global, é um fator determinante para se definir a valorização do espaço que, segundo eles, ocorre de forma bastante distinta.

Dentro desse contexto, pode-se entender que há uma questão de domínio e poder que envolve o lugar, ainda mais sob a ótica de território, uma vez que, segundo Castilho, Arenhardt e Bourlegat (2009, p. 163):

“[...] territorialidade é o exercício de poder social, político e econômico em um contexto local ou nacional que resulta do processo de valorização do espaço geográfico, que contém relações de inclusão que constituem uma problemática do indivíduo que pertence a uma coletividade, que necessita de uma forma (lugar), de um conteúdo (significado) e da exterioridade como um sistema institucional, político e cultural.

Lima (2013), em seu artigo sobre a constituição de um território identitário pela garantia dos direitos fundiários: o sítio histórico e patrimônio cultural Kalunga, conta a história de uma comunidade que se esforça em manter-se em seu território e garantir os direitos à terra. A partir disso que surge o termo *essencialismo*, resultado da emergência de movimentos identitários. Ocorre uma supervalorização do local por causa de suas especificidades para contrapor a homogeneização que a globalização instituiu. A autora explica que o essencialismo se refere a uma prática baseada em uma naturalização de identidades e culturas, com essência imutável, como meio de obtenção de direitos.

Lima, Simões e Monte-mós (2014) consideram as cidades como o ambiente construído que melhor viabilizaria a concentração e a centralização do capital. E através da análise da problemática espacial sob essa ótica mais abrangente, surgiram diversos estudos sobre a importância das escalas territoriais para o desenvolvimento econômico, “o que gerou novas recomendações de políticas de desenvolvimento territorial, cujo objetivo deve ser o estímulo da dinâmica nacional nas mais variadas esferas de governo (local, regional, nacional, etc.)”. (LIMA, SIMÕES e MONTE-MÓR, 2014, p. 224).

Os autores citados acima fazem uma análise espacial bastante significativa, com base na visão de Lefebvre (1991) do espaço como um produto social, onde a sociedade produz seu próprio espaço a partir de suas relações sociais, de suas bases produtivas e culturais. Nesse sentido, o espaço serve como ferramenta de ideias e ações e funciona como um meio de controle e dominação.

Considerando tudo isso, Lima, Simões e Monte-Mór (2014) chegam às seguintes conclusões: a) que o espaço físico está desaparecendo, pois, segundo eles, apesar de tanto se ouvir, em todas as sociedades, um discurso sobre a importância de se preservar o meio ambiente, na prática, o processo de produção cada vez mais tem afetado a natureza; b) cada sociedade produz seu próprio espaço, a partir de uma prática social específica, que envolvem interações entre relações sociais de produção e reprodução; c) se o espaço é um produto social, o conhecimento dos indivíduos sobre o mesmo deve ser reproduzido durante o processo de produção; d) se o espaço é produzido e se há um processo produtivo, a análise requer uma perspectiva histórica; e) é preciso distinguir entre ideologia e prática. Uma revolução precisa produzir um novo espaço e gerar transformação social.

Para os autores, a reprodução das relações sociais no espaço está sujeita à dissolução de antigas relações e/ou a geração de novas relações de outro. Harvey (1980) já havia feito uma análise similar e procurou evidenciar em seus estudos a importância de relacionar os processos sociais à sua forma espacial, ou seja, a necessidade de integrar à análise as

imaginações sociológica e geográfica (ou consciência espacial). “A imaginação sociológica permite conhecer o significado histórico e social do indivíduo na sociedade e no período no qual ele tem sua existência e seu ser”. (LIMA, SIMÕES e MONTE-MÓR, 2014, p. 228). Além da sociológica, os autores também discorrem acerca da imaginação geográfica, afirmando que essa habilita o indivíduo a relacionar-se aos espaços que ele vê ao seu redor e a reconhecer como as transações entre os indivíduos e entre as organizações são afetadas pelo espaço que os separa, o que o leva a julgar a importância dos acontecimentos em outros lugares, conduzindo-o a encarar e usar o espaço.

Para Neves (2004, p. 140), “[...] reencontrar temporalidades é também reencontrar lugares e identidades”. A autora, em seu artigo sobre literatura, memórias e cidades, trabalha com duas categorias inerentes ao ato de recordar: espaço e tempo. Ela afirma que “a busca incessante do tempo passado relaciona-se à dos espaços das vivências coletivas e individuais”, e que “diante da fragmentação da vida, os espaços (lugares) são fundamentais para a construção e solidificação de identidades”. (NEVES, 2004, p. 141).

Ainda no contexto de lugar e espaço, mas mais especificamente na questão da localidade, Kashimoto, Marinho e Russeff (2002) desenvolvem todo um diálogo sobre cultura popular local e cultura erudita local, sendo que a primeira,

“[...] por ser oriunda das relações profundas entre a comunidade do lugar e o seu meio (natural e social), simboliza o homem e seu entorno, implicando um tipo de consciência e de materialidade social que evidencia o grau de afeição ou apego a um lugar”. (KASHIMOTO, MARINHO e RUSSEFF, 2002, p. 36).

Esse pensamento está de acordo com o que Santos (2006) evidencia no capítulo “A força do Lugar”, de seu livro “A Natureza do Espaço”, em que ele traça um contraponto entre localidade e mobilidade, afirmando que mudanças do lugar podem trazer profundas alterações nas memórias e até na identidade de um indivíduo.

O sujeito no lugar estava submetido a uma convivência longa e repetitiva com os mesmos objetos, os mesmos trajetos, as mesmas imagens, de cuja construção participava: uma familiaridade que era fruto de uma história própria, da sociedade local e do lugar, onde cada indivíduo era ativo. (SANTOS, 2006, p. 222).

As palavras de Santos (2006) dão a entender que elementos exteriores aos limites do lugar podem ser negativos para a construção e consolidação da identidade de um povo ou indivíduo, porém, no artigo de Kashimoto, Marinho e Russeff (2002), os autores apresentam

uma outra visão sobre isso, referindo-se a cultura erudita local, que revela-se extremamente positiva. Essa ideia está constatada através da afirmação:

“Por outro lado, a cultura erudita local reflete o grau de auto-estima da população, pois, na medida em que manifestações culturais eruditas recuperam elementos da cultura popular local em detrimento de elementos importados da cultura de alhures, percebe-se que o lugar passa a tecer laços afetivos também com as classes dominantes, aquelas classes que são, em última instância, as detentoras dos bens e dos meios de produção. Igualmente, a cultura erudita local, em seu processo de difusão em espaços exteriores aos limites do lugar, serve como veículo de informações sobre esse mesmo lugar, podendo reforçar a auto-estima das populações locais e fortalecer o intercâmbio necessário ao bom andamento do desenvolvimento do lugar”. (KASHIMOTO, MARINHO e RUSSEFF, 2002, p. 36).

Quase que divergindo desse ponto de vista, Hall (2003, pg 36) apresenta uma afirmação que desconstrói, em partes, a ideia da “força do lugar” no processo de construção de uma identidade cultural na atualidade (num contexto em que a globalização da cultura tenta impor formas de vida que não consideram as diferenças culturais): “Como outros processos globalizantes, a globalização cultural é desterritorializante em seus efeitos. Suas compressões espaço-temporais, impulsionadas pelas novas tecnologias, afrouxam os laços entre a cultura e o lugar”. O autor apresenta esses dois movimentos contraditórios, de homogeneização e de diferenciação, como forma indispensável para se pensar as questões locais e regionais, principalmente quando se pretende analisar as relações entre as identidades culturais de um território e os projetos de desenvolvimento para ele elaborados. (NICOLINI, 2013).

5. A Igrejinha dos jornais: a imagem do lugar sobre o lugar

Nesta seção, será apresentada uma análise realizada a partir das publicações do principal jornal da cidade de Igrejinha/RS, o Jornal RS 115, no período de 2012 a 2014, com o intuito de se observar a imagem da cidade repercutida nessas edições do jornal.

O Jornal RS 115 Regional, escolhido para a realização dessa análise, está localizado na rua 25 de Julho, número 180, no centro de Igrejinha, no Rio Grande do Sul. CNPJ 05.665.119/0001-05, Inc. Estadual 161/0048919, não possui sócios. A empresa foi fundada no dia cinco de setembro de 1991, portanto, completará, em 2015, 24 anos, podendo ser considerada experiente no seu ramo de atividade, que se trata da produção de um jornal com informações, principalmente, de Igrejinha e sua região.

O Jornal tem formato de tablóide cinco colunas, com cor na capa e contracapa e sua circulação é semanal. Toda sexta-feira, aproximadamente três mil exemplares são distribuídos na cidade sede (Igrejinha) e nas cidades vizinhas de Taquara, Parobé, Três Coroas, Gramado e Canela. Quanto ao perfil dos leitores são variados, pois a linha editorial é Política, Geral, Social, Variedades, Esportes, Polícia, entre outros.

Seguem abaixo as observações realizadas referentes às matérias do jornal RS 115 em cada ano:

Na análise das publicações do ano de 2012 trabalhamos com 500 publicações (uma média de 12 matérias por edição) e percebe-se que muitas, desse ano, são sobre política, uma vez que se trata de um não eleitoral (para prefeito e vereadores). Em sua maioria, são *releases* dos partidos falando de seus candidatos, suas propostas, suas caminhadas, passeatas, carreatas, bandeiradas, e demais ações durante a campanha. Exemplo disso são as manchetes de impacto tais como: “Jackson e Ademir contam os dias para a vitória”, “Igrejinha pronta para a mudança com Joel e Dalciso”, “Final de semana de muita campanha para Girardi e Xica”.

Até o período de campanha eleitoral, de janeiro a julho, o número de matérias da Prefeitura foi muito grande, o que demonstra a preocupação da Administração Municipal em mostrar seus feitos pela cidade na tentativa da reeleição. Muitas notas sobre ruas sendo asfaltadas, obras diversas, projetos novos de todas as secretarias (Educação, Desenvolvimento Econômico, Administração, Saúde, Agricultura, Cultura, Assistência Social, Planejamento e Meio Ambiente), muitos eventos nos bairros, ações de aproximação com a comunidade, chegando a ter mais de seis matérias da assessoria da Prefeitura na mesma página. Algumas manchetes dessas matérias: “Várias ruas têm sua sinalização revitalizada”, “Administração Municipal investe em cadeiras novas para postos de saúde”, “Projeto Enchente Zero é apresentado à comunidade”, “Moradores de Igrejinha aprovam a Páscoa dos Bairros”, “Bairro Figueira recebe visita do prefeito”, “Em breve Igrejinha terá mais uma escola de educação infantil”.

Durante o período eleitoral, de julho a outubro, por lei, não se pode divulgar feitos da Administração Municipal, para não se caracterizar propaganda eleitoral, então, encontrou-se algumas matérias da assessoria de imprensa da Prefeitura, mas apenas de caráter informativo. Após as eleições, de outubro a dezembro, em que o partido que estava no governo não se reelegeu, foram publicadas algumas matérias sobre cortes de gastos, demissões de cargos de confiança e estagiários, e outras informações, mas em um número bem mais reduzido.

Exemplo de manchetes: “Igrejinha corta gastos para cumprir a Lei de Responsabilidade Fiscal”, “Demissões em massa na Prefeitura de Igrejinha”.

Percebe-se que, nesse ano, há uma tentativa de mostrar outra imagem e potencial turístico de Igrejinha, além da *Oktoberfest* e do calçado, pois há algumas matérias sobre um roteiro rural, promovido pela Emater/RS em parceria com a Secretaria de Agricultura e Interior do município, existente há quase oito anos, e que tem sido trabalhado por empreendedores e agricultores familiares da região.

Segundo informações fornecidas pela Emater regional, “[...] a proposta é divulgar a exuberância do ambiente e resgatar a cultura local, para que os visitantes desfrutem de um convívio harmônico com a natureza e também conheçam as plantas aromáticas e medicinais e o seu uso para uma vida mais saudável”.

Numa das publicações, encontra-se a afirmação que “Igrejinha é conhecida por manter a cultura e hábitos germânicos, pela produção coureiro-calçadista, e por conservar as belezas naturais”, além de manchetes como: “Roteiro Rural em Igrejinha”, “Turismo Rural em Igrejinha”.

O ano de 2012 também foi o ano da 25ª *Oktoberfest*, e teve uma divulgação ainda maior do que a de costume, pois foi considerado o ano do Jubileu de Prata. Cada detalhe planejado e executado em relação à festa foi divulgado. Poucas edições do ano não tiveram publicações referentes à *Oktoberfest*, e vale destacar que algumas matérias ocupam duas páginas, com muitas fotos e texto. Na edição do dia 21 de dezembro, página 11, por exemplo, encontra-se a notícia de que a “*Oktoberfest* de Igrejinha foi eleita uma das 7 maravilhas culturais do Vale do Paranhana”, em outras edições, noticiam a escolha das “Soberanas de Prata”, como também, visita de autoridades alemãs à Igrejinha, entre outras.

Outra observação que se pode fazer, analisando as páginas em que essas matérias saíram, é que a *Oktoberfest* foi o assunto mais publicado na capa do jornal no ano de 2012, ou seja, a pauta de maior destaque.

Já 2013, trabalhamos com um número de 520 publicações (matérias e notas). Esse foi o ano em que uma nova Administração Municipal assumia, e também um novo quadro de vereadores no Legislativo. Isso fica evidente uma vez que a maioria das publicações de todas as edições são releases advindos de assessorias do Executivo e da Câmara de Vereadores. Percebe-se um esforço para mostrar o trabalho de uma nova gestão, projetando uma imagem e conceito que se quer construir em cima dos novos gestores e do partido que assumiu a majoritária. Da mesma forma, na Câmara de Vereadores, nas bancadas de todos os partidos, novos vereadores assumiram as cadeiras. Nota-se uma movimentação forte da “Oposição” nos

meios de comunicação, questionando o Executivo sobre suas promessas de campanha, e a Prefeitura, por sua vez, publicando toda e qualquer ação positiva sua, como que numa tentativa de responder às cobranças e mostrar à população que está cumprindo com o que prometeu. Tais constatações podem ser contempladas nas matérias com as seguintes manchetes: “Prefeitura de Igrejinha retomou obras paradas”, “Reinício das obras Quadra Polioesportiva do Bairro Vila Nova”, “Criada Frente Parlamentar de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente”, “Câmara de Vereadores de Igrejinha realiza audiência com a Corsan”, “Da tribuna, vereador Petry comenta projetos em tramitação”, “Vereador denuncia falta de fiscalização em Igrejinha”, “Várias frentes de trabalho em Igrejinha”, “Mudanças no trânsito da área central de Igrejinha”, “Cohab receb projeto Vereador do Teu Bairro”, “Prefeito Joel buscar recursos para educação em Brasília”, entre outras.

Na questão da imagem da cidade, nota-se que, se quer projetar a ideia de uma Igrejinha que está crescendo cada vez mais, principalmente no setor calçadista. Várias matérias parecem querer reforçar a associação da cidade com o calçado, e um exemplo disso é a matéria de uma edição do dia 25 de outubro, que fala sobre “o Dia do Sapato” e conta toda a sua história e evolução.

Também observa-se vários *releases* sobre duas bandas de pop rock da cidade, que estavam lançando seus cd’s em 2013 e, é claro, a pauta Oktoberfest surge em quase todas as edições do ano, sempre reforçando a identidade cultural da cidade, os costumes e as tradições germânicas. Exemplo disso são as matérias da página 5, da edição do dia 31 de maio, que tem a seguinte manchete “Igrejinha é cidade meia-irmã de Simmern, na Alemanha”; e da página 9 da edição do dia 1º de novembro: “Oktoberfest de Igrejinha é incluída no calendário oficial do estado”, além de outras.

Sobre o ano de 2014, analisou-se 480 matérias e observa-se nelas, novamente, muitas matérias referentes à Oktoberfest, aos feitos da Prefeitura, realizações de cada secretaria, e divulgação de novos empreendimentos. De diferente, o que se destaca são algumas matérias de textos bastante intensos sobre uma polêmica envolvendo um vereador da cidade (de oposição) que estava sendo expulso pelo seu partido, acusado de infidelidade partidária, entre outras argumentações. Houve processos e notas de ambas as partes, vereador e partido, se defendendo e atacando.

Também houve uma reportagem especial, na edição de 30 de maio, véspera do aniversário da cidade, referente aos seus 50 anos. Já na capa, encontram-se algumas fotos, texto e a manchete: “Igrejinha: 1964 – 2014 – 50 anos de emancipação”. Na página 7, inteira, há um texto com o título “Igrejinha e sua história”, que conta a origem do nome da cidade, a

colonização alemã, a emancipação política, o progresso econômico, e contém fotos de patrimônios históricos e culturais do município. Na página 10, da mesma edição, há mais produção textual sobre o histórico da cidade no texto “Cidade Educadora, 50 anos para contar”.

6. Conclusão

Percebe-se que existe um olhar muito positivo sobre Igrejinha, a partir das publicações do principal jornal local, pois, em sua maioria, as notícias são positivas, como obras da Prefeitura, atividades interessantes realizadas pelas escolas, pelas secretarias, projetos relevantes da Câmara de Vereadores, atividades esportivas diversas, existentes do município, desde campeonatos de xadrez, passando pelas modalidades de luta, corrida, bike, até esportes mais tradicionais como o futebol, e suas premiações, vencedores igrejinenses.

Na coluna policial, sempre são relatados detenções realizadas no município e na região, ações da Brigada Militar e do Corpo de Bombeiros, mas ainda assim, pode-se dizer que é um olhar positivo, pois as matérias, em sua maioria, noticiam um caso já solucionado, ladrão preso, acidente atendido pelos bombeiros.

Há algumas matérias polêmicas, que são denúncias da comunidade sobre a prefeitura, sobre o atendimento no hospital, postos de saúde, mas não são de número expressivo.

E não poderia se deixar de observar, como já relatado na seção de análise, que quase todas as edições têm alguma postagem sobre a Oktoberfest, desde a escolha do casal presidente da festa naquele ano, da comissão, das inscrições para a escolha das soberanas, entrevistas com as candidatas, o baile da escolha, divulgação sobre a corte eleita, suas atividades de divulgação da festa (e o mesmo ocorre no período de escolha das crianças e da idosa representantes da festa), festa de lançamento da Oktoberfest, divulgação das atrações, do antes, durante e depois da festa, repasse da arrecadação, e muitas outras atividades e situações que giram em torno da Oktoberfest. Essa, com certeza, é a pauta mais expressiva desse veículo de comunicação.

Sabe-se que esse jornal é composto por cópias de releases enviados por empresas e instituições da cidade. Em entrevista com a proprietária, foi revelado que não há repórter. Nota-se que as matérias não apresentam características de reportagem, ou seja, são superficiais e partidárias, sempre apresentando apenas um aspecto, ou um lado da situação, e muitos adjetivos, ou seja, propaganda nos textos, o que reforça a dedução de que são

publicados exatamente como são recebidos pelo jornal a partir dos envios das assessorias das organizações.

Percebe-se que todas as instituições envolvidas em assuntos que estão em pauta no jornal possuem assessoria de imprensa que costuma enviar semanalmente, ou até diariamente, informações para os veículos de comunicação da região, exemplo: Prefeitura Municipal, Câmara de Vereadores, Amifest (que organiza a Oktoberfest), escolas, CDL, Sindicatos, partidos políticos, Brigada Militar, Corpo de Bombeiros, hospital, Lions Club, Leo Club, bandas de música da cidade, associações esportivas, grandes empresas, entre outros.

Diante disso, não se pode afirmar que a imagem da cidade explícita a partir das publicações do jornal é a mesma que seus habitantes têm, nem que essa é a real identidade do município. O que se percebe é que há uma intenção de imagem projetada a partir dos interesses dos políticos e empresários, pessoas que têm o poder, que têm influência e instrumentos para conseguir publicar suas ideias nos veículos de comunicação.

Conclui-se que a imagem de Igrejinha contida nas páginas de seu principal jornal, é da cidade da Oktoberfest, que ama, respira e vive essa festa o ano inteiro. A cidade da cultura alemã. É a Igrejinha do desenvolvimento, com um número de ruas asfaltadas surpreendente, com obras acontecendo em todo em toda a estrutura física da cidade, com a melhor educação da região, com empresas crescendo, expandindo seus negócios por todo o país, gerando empregos e, com isso, exaltando o nome da cidade.

Toda essa análise endossa os temas levantados no referencial teórico desse trabalho, oportunizando a contemplação da prática de toda a discussão. Fica evidenciada, através dos exemplos trazidos, a relação existente entre território, domínio e, poder; espaço e localidade; cultura e globalização, bem como sobre o processo que envolve a produção e difusão de imagens e representações que procuram construir certa identidade ao espaço em questão.

Essa análise representa uma importante contribuição para a compreensão sobre a dinâmica que envolve o desenvolvimento regional, uma vez que investiga a produção de narrativas e representações sobre o município, e qual a relação disso com a manipulação das ideias, das pessoas, e com a imagem que se quer projetar. Quando se projeta que Igrejinha é a cidade do calçado, pode-se atrair o turismo de compras, por exemplo; as publicações dos feitos da Administração Municipal e do quanto Igrejinha cresce e se desenvolve, não só busca uma reeleição dos gestores (relação território X domínio/poder) -, mas também atrai trabalhadores de outras regiões para viverem em Igrejinha; e o fato de a maior pauta da cidade é uma festa cultural do porte da Oktoberfest, faz com que seja conhecida em nível nacional, e

até no Exterior, trazendo desenvolvimento econômico e social para o município (relação global X local, cultura e globalização).

Referências

BALLER, Gisele Inês. **Espaços de memória e construção de identidades**: estudo de dois casos na região de colonização alemã no RS. Porto Alegre, UFRGS, 2008. Dissertação (Mestrado em História).

BONOMO, Mariana; TRINDADE, Zeidi Araújo; SOUZA, Lídio; COUTINHO, Sabrine Mantuan dos Santos. **Representações sociais e identidade em grupos de mulheres ciganas e rurais**. Psicologia, Vol. XXII (1), 2008, Edições Colibri, Lisboa, pp. 153-181.

CARVALHO, Francismar Alex Lopes. **O conceito de representações coletivas segundo Roger Chartier**. Diálogos, DHI/PPH/UEM, v. 9, n. 1, p. 143-165, 2005.

CARVALHO, João Gilberto da Silva; ARRUDA, Angela. **Teoria das representações sociais e história**: um diálogo necessário. Paidéia, 2008, 18(41), 445-456.

CASTILHO, M.A.; ARENHARDT, M.M.; BOURLEGAT, C.A. **Cultura e identidade**: os desafios para o desenvolvimento local no assentamento Aroeira, Chapadão do Sul, MS. Interações. Revista Internacional de Desenvolvimento Local, n. 2 (jul./dez. 2009). Campo Grande: UCDB, 2009. 139 p. v. 10. ISSN 1518-7012. Semestral.

DUARTE, Sebastião Junior Henrique; MAMEDE, Marli Villela; ANDRADE, Sônia Maria Oliveira. **Opções Teórico- Metodológicas em Pesquisas Qualitativas**: Representações Sociais e Discurso do Sujeito Coletivo. Saúde Soc. São Paulo, v.18, n.4, p.620-626, 2009.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **Construção e desconstrução de fronteiras e identidades organizacionais**: história e desafios do McDonald's. ©RAE . vol. 47 . Nº1 jan./mar. 2007.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. (Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro) 3. ed. Rio de Janeiro. DP&A, 1999.

_____. **A centralidade da cultura**: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Cultura, Mídia e Educação - Educação & Realidade. Porto Alegre, v. 22, n.2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

JARDIM, A. de P., OLIVEIRA, O de F. **Globalização, Neoliberalismo e Estado-Nação**: Reflexões Analíticas. Rio de Janeiro: Perspectiva Sociológica. Ano 2, nº3. Maio-Outubro:2009.

JENKIS, H. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. – São Paulo: Aleph, 2008.

KASHIMOTO, E.M.; MARINHO, M.; e RUSSEFF, I.: “**Cultura, Identidade e Desenvolvimento Local**: conceitos e perspectivas para regiões em desenvolvimento”, Interações - Revista Internacional de Desenvolvimento Local - n. 4 - Março 2002. Campo Grande: UCDB, 2002. 72 p. V. 3. ISSN 1518-7012. Semestral.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

LIMA, Ana Carolina da Cruz; SIMÕES, Rodrigo; e MONTE-MÓR, Roberto Luís de Melo. **Espaço, cidades e escalas territoriais**: novas implicações de políticas de desenvolvimento regional. Economia e Sociedade, Campinas, v. 23, n. 1 (50), p. 223-242, abr. 2014.

LIMA, Luana Nunes Martins. **A constituição de um território identitário pela garantia dos direitos fundiários**: o Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga. Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Goiás, Brasil. Soc. & Nat., Uberlândia, 25 (3): 503-512, set/dez/2013.

MATTA, Isabel. **As representações de experiências sociais enquanto mediadoras do processo de construção de significações partilhadas**. Análise Psicológica (1999), 1 (XVII): 39-48.

MATTELART, Armand. **Diversidade cultural e mundialização**. São Paulo: Parábola, 2005.

MENEZES, Juliana Santos. O patrimônio cultural da cidade de Ilhéus à luz da literatura de Jorge Amado. Cultur – Revista de Cultura e Turismo, ano 03 – n. 03 – junho/2009. www.uesc.br/revistas/culturaeturismo

NEVES, Lucília de Almeida. **Literatura, memória e cidades**: interseções. Scripta, Belo Horizonte, v. 7, n. 14, p. 137-145, 1º sem. 2004.

NICOLINI, Cristiano. **A construção da identidade territorial a partir das manifestações culturais no Vale do Taquari**: etnografia dos grupos de danças folclóricas alemãs de estrela e do 47º Festival do Chucrute. Santa Cruz do Sul, UNISC, 2013. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional).

PORTO, Maria Stela Grossi. **Mídia, segurança pública e representações sociais**. Tempo Social, Revista de sociologia da USP, v. 21, n. 2. Novembro, 2009.

REIS, Eliana Tavares. **Em nome da “cultura”**: porta-vozes, mediação e referenciais de políticas públicas no Maranhão. Revista Sociedade e Estado - Volume 25. Número 3. Setembro/Dezembro 2010.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: Editora da USP, 2006.

_____ **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1988.

_____ POLANYI, K. A nossa obsoleta mentalidade mercantil. Revista Trimestral de História das Idéias, n.1, pp.7-20. Porto (Portugal), 1977a.