
Bixiga na TV: o bairro e cidade que vemos e o bairro e cidade que vivemos¹

Renato Leandro TAGUCHI²
Clarice GRECO³
Simone Luci PEREIRA⁴
Universidade Paulista, São Paulo - SP

RESUMO

Esta pesquisa analisou como 58 reportagens na Globoplay, exibidas entre 2014-2024, ajudam a reforçar a imagem de um bairro predominantemente italiano no Bixiga na cidade de São Paulo, ocultando identidades afro e nordestinas. Utilizando-se de abordagens quantitativas e qualitativas e apoiada nas teorias de Bourdieu, Bucci e Kehl, Hall e Silverstone, a pesquisa apontou como resultado, uma predominância de mais de 50 % das reportagens focando em eventos culturais italianos. Concluiu-se que a mídia televisiva perpetua um imaginário homogêneo do Bixiga, destacando a necessidade de uma abordagem mais inclusiva e diversa.

PALAVRAS-CHAVE: Violência simbólica; fetichismo de mídia, telejornalismo; Bixiga.

CORPO DO TEXTO

Este trabalho investigou como as reportagens televisivas ajudam a reforçar a construção do imaginário nacional do bairro do Bixiga, na cidade de São Paulo, como um bairro de identidade cultural italiana.

Conhecido afetuosamente por seus moradores como Bixiga, a área atualmente correspondente ao Distrito da Bela Vista, situada entre o centro histórico da cidade e à Avenida Paulista. O bairro se construiu, contou com a participação de diversas etnias, incluindo portugueses, africanos, italianos, espanhóis, sírios, libaneses, franceses e ingleses. No período colonial, o Bixiga foi reduto de comunidades de negros escravizados, que estabeleceram quilombos na região. Até aproximadamente 1868, o Bixiga era uma área nos arredores do centro urbano de São Paulo, usada para troca de animais e criação de gado, galinhas e árvores frutíferas. A urbanização e o loteamento

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Técnicas e Culturas Urbanas, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do PPG Comunicação, Unip -SP, email: renatotaguchi@gmail.com.

³ Professora Doutora do PPG Comunicação, Unip - SP, email: clarice.alves@docente.unip.br

⁴ Professora Doutora do PPG Comunicação, Unip -SP, email: simonelp@uol.com.br

no final do século XIX transformaram rapidamente a paisagem do Bixiga (Lucena, 2013).

A partir de 1870, houve uma grande imigração italiana para a região, transformando o Bixiga de um território semirural em um espaço urbano devido à expansão e especulação imobiliária (Lucena, 1984). O Bixiga, assim como outras regiões como Santa Efigênia, Liberdade, Barra Funda e Glicério, era conhecido por sua ocupação negra e quilombola, sendo descrito em jornais da época como um "pedaço da África" (Rocha, Castilho; Castilho, 2020).

Em 1910, a região foi renomeada para "Bela Vista" como parte de um esforço para valorizar o empreendimento imobiliário e dissociar o local de uma imagem pejorativa relacionada à varíola. No entanto, o nome original, Bixiga, ainda é preservado pela população local (Rocha, Castilho; Castilho, 2020).

No final do século XIX e início do século XX, o bairro atraiu muitos imigrantes italianos, que estabeleceram cortiços e pequenos negócios tornando-se conhecido por sua culinária e restaurantes italianos, além da famosa festa de Nossa Senhora de Achiropita (Trento, 2016) E a partir da década de 1950, nordestinos também se instalaram no bairro devido à industrialização e ao crescimento das cidades, atraídos por casas populares e aluguéis baixos (Oliveira; Januzzi, 2005; Lucena, 2013).

A recente construção da estação 14 Bis do Metrô de São Paulo revelou um passado quilombola adormecido sob as ruas do Bixiga, expondo a rica história do Quilombo Saracura, reacendendo ainda mais discussões sobre o espaço ocupado por diversas etnias. Hoje, o Bixiga é um espaço de disputas culturais, com um circuito alternativo de produção e consumo material e cultural que inclui comércios veganos, bares secretos, teatros de bolso e casas noturnas, atraindo um público diversificado e engajado em causas sociais (Pereira et al. (2023)

Em um pré levantamento e análise dos objetos de estudos já evidenciamos nas reportagens da Globoplay, uma preferência em noticiar o local como sendo um bairro italiano. Isso fica mais evidente no relato da Nádia Garcia (2024), fundadora do site Portal Bixiga, quando conhecia pessoas de fora do bairro, lhe perguntavam se ela morava no bairro italiano. Podemos inferir aqui, de que tais forasteiros do bairro assistiram em reportagens, conversa com amigos sobre essa identidade italiana do bairro. De acordo com Hall (1996), as representações televisivas influenciam significativamente como as pessoas são compreendidas e tratadas socialmente,

moldando realidades sociais. Diante disso, surge a questão: de que maneira uma narrativa cultural hegemônica marginaliza outras identidades étnicas no Bixiga, especialmente a comunidade negra e nordestina?

O objetivo principal deste trabalho é analisar como as reportagens televisivas reforçam a imagem do Bixiga como um bairro italiano, ao mesmo tempo em que ocultam identidades negras e nordestinas.

A metodologia adotada combinou análises quantitativas e qualitativas em 58 reportagens arquivadas na plataforma de *streaming* GloboPlay entre 2014 e 2024. A escolha das produções da TV Globo deve-se à sua influência significativa na cultura e política brasileiras.

Para a análise de conteúdo, foram utilizados os métodos de Bardin (2016), que envolvem a descrição objetiva e sistemática do conteúdo manifesto das comunicações. Inicialmente, realizamos uma pré-análise, revisando todas as reportagens para identificar temas e padrões discursivos relevantes. Em seguida, definimos categorias de análise para capturar aspectos relevantes das representações culturais, como Eventos Culturais, História da Cidade, Política e Disputas Espaciais/Territoriais, Notícias do Cotidiano e Problemas Urbanos, e Variedades.

A análise qualitativa permitiu explorar temas recorrentes como patrimônio cultural, disputas espaciais, memória e identidade cultural. Essa abordagem mista foi essencial para compreender como diferentes culturas são retratadas e lembradas, revelando a profundidade das representações culturais do Bixiga.

Para este trabalho, nos fundamentamos em teorias e ideias de Bourdieu sobre violência simbólica, Bucci e Kehl sobre fetichismo de mídia, Hall sobre representações culturais e Silverstone sobre o poder da mídia, sua influência e seu papel na construção do imaginário e formação de um fetichismo de mídia.

Bourdieu (1997) nos chama atenção para a "violência simbólica", que a televisão exerce ao selecionar e destacar determinados aspectos culturais, enquanto ignora outros, criando assim uma visão homogênea que marginaliza grupos não hegemônicos. Esta violência se manifesta nas representações culturais que reforçam desigualdades e estereótipos, apagando identidades não dominantes.

Dialogando com Bourdieu, Hall (1996) amplia essa discussão ao afirmar que a mídia não apenas reflete, mas também molda realidades sociais. Além disso, as representações culturais na televisão influenciam profundamente como as pessoas são

percebidas e tratadas socialmente, moldando nossas percepções e atitudes. O autor, enfatiza que a mídia perpetua narrativas hegemônicas, privilegiando certas culturas e marginalizando outras, o que fortalece o poder de certas imagens culturais em detrimento de outras na construção de identidades.

Contribuindo para essa perspectiva, Silverstone (1994) destaca a ubiquidade da televisão e seu papel central na definição da realidade cultural contemporânea. Ele argumenta que, com sua capacidade de alcançar vastas audiências, a televisão é fundamental na construção e manutenção de imaginários coletivos e identidades culturais. A persistência e a disseminação contínua da televisão, segundo o autor, a tornam uma força poderosa na definição do que consideramos realidade cultural.

Bucci e Kehl (2004) incluem nesta discussão um outro elemento: a dimensão econômica. Alegam que essa dimensão é importante na medida em que discutem o fetichismo da mídia, como mercadorias atraentes. Bucci (2021) afirma que o capitalismo se apropria do imaginário cultural para produzir valor, e a mídia exerce um papel crucial ao traduzir aspectos da cultura em mercadorias que são frequentemente vazias de preocupação ou conservação de seu valor histórico e social. Como resultado, a televisão não apenas constrói e consolida identidades culturais, mas também as vende, contribuindo assim para essa formação do imaginário.

Essas perspectivas se entrelaçam para fornecer um entendimento robusto de como a mídia televisiva pode influenciar e moldar percepções culturais, como por exemplo do bairro do Bixiga, ser visto e imaginado como um bairro italiano.

Das 58 reportagens analisadas, identificamos que a maioria (64%) foi veiculada pelos programas locais SP1 e SP2, com foco em eventos culturais italianos. As categorias de análise revelaram uma predominância de referências à cultura italiana, enquanto as menções às culturas afro-brasileira e nordestina foram significativamente menores.

A análise qualitativa revelou que as reportagens frequentemente utilizam elementos visuais e sonoros que evocam a cultura italiana, como músicas tradicionais, bandeiras italianas e ênfase em cantinas italianas. As entrevistas com moradores do bairro reforçam essa narrativa, destacando personagens e eventos italianos enquanto minimizam outras culturas, denotando uma violência simbólica (Bourdieu, 1997)

Quando outras culturas são mencionadas, isso ocorre de maneira superficial ou em contextos negativos, como problemas urbanos ou disputas territoriais. Por exemplo,

reportagens sobre a descoberta do sítio arqueológico Saracura mencionam a população negra, mas rapidamente voltam a destacar a cultura italiana, perpetuando novamente as narrativas de caráter hegemônico (Hall, 1996).

A naturalização da cultura italiana como a principal identidade do Bixiga é uma prática recorrente, onde elementos culturais são apresentados como a essência inquestionável do bairro. Esse discurso naturaliza a presença italiana enquanto minimiza a relevância de outras culturas.

O estudo concluiu que as reportagens televisivas analisadas reforçam a imagem do Bixiga como um bairro italiano, ocultando e marginalizando outras identidades culturais. Isso ocorre devido a fatores econômicos, socioculturais e editoriais, além da valorização de uma cultura considerada mais atraente e vendável (Bucci; Kehl, 2004). A televisão, ao reforçar essa narrativa, contribui para o apagamento simbólico das comunidades negras e nordestina, reforçando uma visão homogênea e embraquecida do bairro.

Este estudo tem o intuito de provocar reflexões sobre o papel do jornalismo brasileiro na promoção da diversidade e na preservação da memória social. Queremos contribuir para uma narrativa mais plural e representativa da história do Bixiga e, por extensão, da herança cultural brasileira. Seria importante que o jornalismo adotasse uma abordagem mais inclusiva, reconhecendo e valorizando a diversidade cultural do Bixiga.

Nossas análises mostraram que é necessário fazer estudos mais profundos e abrangentes, incluindo uma variedade maior de mídias e períodos temporais. Também é importante considerar as percepções dos próprios moradores sobre sua representatividade. Futuras pesquisas poderiam explorar como outras formas de mídia, como redes sociais e plataformas digitais, ajudam a construir o imaginário cultural do bairro.

Em relação as limitações desta pesquisa, focar apenas nas produções da TV Globo pode não capturar todas as narrativas midiáticas sobre o Bixiga. Além disso, a análise se limita ao conteúdo disponível na plataforma GloboPlay, deixando de fora possíveis variações em outras emissoras ou formatos de mídia.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. (2016). **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70.

- BOURDIEU, P. (1997). **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- BUCCI, E. (2021). **A Superindústria do Imaginário**. Editora Companhia das Letras.
- BUCCI, E., KEHL, M. R. (2004). **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo Editorial.
- GARCIA, Nádia. **Entrevistada no podcast B13 Bela Vista**. Entrevistador: Diego Arvate. Produzido por B13. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_6W28Qq9S1Y. Acesso em: 15 jun. 2024
- HALL, S. (1996). **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. Sage.
- LUCENA, Célia Toledo. **Bairro do Bexiga: A Sobrevivência Cultural**. São Paulo: Brasiliense. 1984.
- LUCENA, C.T. **Bixiga revisitado**. São Paulo: IBRASA, p. 26-227, 2013.
- OLIVEIRA, K. F.; JANNUZZI, P.M. Motivos para migração no Brasil e retorno ao Nordeste: padrões etários, por sexo e origem/destino. **SÃO PAULO EM PERSPECTIVA**, v. 19, n. 4, p. 134-143, 2005
- PEREIRA, S. L., Bras, J. M., & Rodrigues, J. C. (2023). Usos da cultura, dinâmicas de produção/consumo solidário e ativismos: tensões e diálogos no Bixiga (São Paulo). **E-Compós**, 26. <https://doi.org/10.30962/ec.2715>
- ROCHA, Danielle Franco da; CASTILHO, Edimilson Peres; CASTILHO, Eriberto Peres. O visível que oculta e o invisível que revela: Memoricidade: *Revista do Museu de São Paulo*, v. 1, n. 1, p. 10-22, dez. 2020.
- SILVERSTONE, R. (1994). **Television and Everyday Life**. London: Routledge.