



## **Idealizando a cultura brasileira em tempos contemporâneos: a representação da identidade nacional no quadro telejornalístico “Identidade Brasil”, do Jornal Nacional, Rede Globo de Televisão.<sup>1</sup>**

Lara Linhalis Guimarães

Facom/UFJF<sup>2</sup>

**Resumo:** Observar a relação entre identidade nacional e televisão encobre-se de atual relevância dado que a televisão desempenha papel central na marcação identitária dos sujeitos contemporâneos. Assim, contribui para reforçar ou desalinhar idéias ou representações do que seja a cultura brasileira, da noção de *ser* brasileiro. A partir dessa constatação nasce o interesse desta incipiente pesquisa: refletir sobre a idéia de cultura nacional difundida através do quadro “Identidade Brasil”, apresentado no Jornal Nacional, de forma a contribuir no enriquecimento do campo teórico interessado na relação televisão-identidade cultural.

**Palavras-chaves:** televisão; identidade; cultura nacional

Esta pesquisa propõe uma reflexão sobre a representação da identidade nacional no quadro “Identidade Brasil”, do Jornal Nacional, Rede Globo de Televisão. O intuito é observar as múltiplas vozes a respeito do tema e analisar de que forma esses discursos contribuem na conformação de uma certa construção simbólica acerca da cultura nacional.

As reportagens formadoras do quadro, apresentado periodicamente pela emissora, estão dispostas em núcleos temáticos distintos, os quais abordam assuntos relacionados à temática geral “identidade brasileira”. Exemplos desses núcleos, geralmente constituídos por cinco ou seis reportagens, são os que tratam de manifestações populares, da idéia de cultura nacional, das festas juninas e do carnaval brasileiro.

Acreditamos que problematizar a representação da identidade nacional no contexto do quadro telejornalístico em questão é uma maneira de reconhecer/perceber mecanismos de poder envolvidos na constituição de uma idéia (ou idéias) sobre a brasilidade, que articulam importantes níveis de manutenção de identidades coletivas.

De acordo com estudiosos do *Cultural Studies*, como o sociólogo Stuart Hall, ao examinarmos o atual contexto sócio-histórico, dado o ritmo de interação global possibilitado pelo desenvolvimento das tecnologias da informação, é possível considerar que as diferentes identidades estão sendo descentradas ou questionadas constantemente.

Assim, não podemos perder de vista o papel desempenhado pela cultura da mídia como importante referencial no que diz respeito à constituição identitária dos sujeitos contemporâneos, já que acompanha (em sua composição interna e formas de difusão) a fragmentação e provisoriade de determinadas relações sociais atuais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT Jornalismo, do XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste

<sup>2</sup> Lara Linhalis Guimarães é mestranda em Comunicação e Sociedade pela Faculdade de Comunicação (Facom) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). laralinhalis@yahoo.com.br



Isto é, as representações sociais dos diversos conteúdos ou questões cotidianas veiculadas pela mídia fazem parte também do imaginário social, tanto ao legitimar valores hegemônicos, como ao contestar ou negar esses valores.

Podemos dizer então, e reforçando nossa explanação ao longo do texto, que a importância deste objeto de estudo é pertinente pela crença de que o estudo dos discursos midiáticos nos possibilita entender a dinâmica do meio sócio-cultural em que esses textos são produzidos e colocados em circulação.

Acreditamos, dessa forma, que situações específicas podem ser índices de situações mais amplas e complexas, como as múltiplas experiências vividas *com e através* da tevê por uma sociedade. Ao estudar o quadro “Identidade Brasil” é possível lançar um olhar reflexivo e crítico em direção ao universo social no qual estamos imersos. E, por conseguinte, construirmos uma discussão atual acerca da relação entre televisão e identidade nacional.

## ***2. Traçando percepções***

A fim de traçar um eixo teórico condizente ao objetivo deste trabalho, consideramos de importância primordial as observações da professora Beatriz Becker. Em sua tese de doutorado intitulada “Brasil 2000: 500 anos do descobrimento nos noticiários da tevê”, Becker observa os discursos telejornalísticos enquanto “(..) territórios simbólicos, integradores e singulares de experiência coletiva de realidade, de formação e expressão da política, acessível à maioria da população, que refletem e influenciam as construções das identidades nacionais” (BECKER, 2000, p.20)

Dessa forma, para a pesquisa que será aqui desenvolvida, os textos da cultura da mídia serão compreendidos como produções complexas, que incorporam discursos sociais e políticos, cuja análise e interpretação exigem métodos de leitura capazes de articular a inserção desses discursos nas relações sociais em que são criados, veiculados e recebidos.

A partir do contexto teórico inicialmente referenciado, buscaremos observações de estudiosos que contemplem a imbricação “comunicação e sociedade”. Ou melhor, a relação condicionante entre telejornal e identidade nacional.

Desde já consideramos de extrema valia integrar à rede teórica desta pesquisa as observações do sociólogo Stuart Hall. Segundo o estudioso, as culturas nacionais em que nascemos se constituem como uma das principais fontes de constituição identitária. Apesar de essas identidades nacionais não estarem “presentes” em nossos genes, elas



adquirem uma essencialidade fundamental no cotidiano em razão de uma produção simbólica que direciona ações e concepções que temos de nós mesmos.

E o telejornalismo, dado o espaço conquistado nos lares brasileiros, assume papel fundamental nessa construção simbólica acerca da idéia que temos enquanto coletividade, enquanto comunidade nacional. Ou seja, muito do que entendemos como “nação” ou “identidade nacional”, parte do que experienciamos enquanto telespectadores, considerando também a relação por vezes estabelecida entre políticas estatais de “unidade na diversidade” e a produção de discursos midiáticos direcionados para fins essencialmente integrativos.

Por isso, Hall defende ser necessário refletir acerca da perspectiva de que uma cultura nacional é também uma *estrutura de poder cultural*. Para ele, a produção imaginária de uma noção de pertença a uma grande família nacional almejaria, num certo sentido, a uma espécie de secundarização política acerca das diferenças como as de classe, gênero e raça.

Nessa mesma perspectiva, Renato Ortiz (1986) defende que a legitimação de uma identidade nacional por diferentes setores sociais, principalmente pelo Estado, “(...) possibilita, por um lado, estabelecer uma ponte entre o presente e o passado, o que o legitima [o Estado] na história de um Brasil sem rupturas e violência. Por outro, ela se impõe como memória coletiva, isto é, como mito unificador do Ser e da sociedade brasileira” (ORTIZ, 1986: 123).

Fazendo uma ponte com estudiosos do telejornalismo, voltamos à professora Beatriz Becker, que torna ainda mais clara a relação sociedade, telejornalismo e identidade nacional. Para ela,

“Os estudos sobre o papel dos meios de comunicação na formação e desenvolvimento do Estado, das culturas nacionais e das representações identitárias devem considerar as distintas funções que os meios desempenharam em diferentes momentos históricos. No Brasil, a tevê aberta e o telejornal passaram a ser os principais mediadores da realidade, promovendo desconexões e recomposições em relação à realidade nacional (...)” (cit

Assim, vislumbramos um rico diálogo entre autores de diferentes áreas do conhecimento na incursão por nosso objeto de estudo, já que a tevê e mais especificamente o telejornal são importantes mediadores da realidade, contribuindo na construção e recomposição constante da idéia de uma identidade nacional, da noção que temos da identidade brasileira, do que é ser brasileiro.

Essa espécie de penetração dos discursos telejornalísticos no imaginário social (sem desconsiderar, é claro, outras mediações não midiáticas na construção desse imaginário) pode ser explicada em muito pela própria característica da linguagem do telejornal, que é garantir veracidade ao conteúdo da enunciação, ao mesmo tempo em que esse manto tecido pelas noções de objetividade e imparcialidade é legitimado pela figura “confiável” do apresentador.

Baseados nas referências acima citadas, algumas perguntas são intrigantes inicialmente: quais seriam as manifestações da cultura mais representativas do *ser* nacional? Quem são os atores dessas



manifestações? Ou seja, trazendo para nosso campo de análise particular, *quais* vozes sócio-culturais estão presentes no quadro “Identidade Brasil”, *o que* essas vozes dizem a respeito da cultura nacional e *em que medida* (ou *de que forma*) estão organizadas estruturalmente a fim de contribuir na conformação de uma certa representação da identidade da nação?

### **3. Considerações iniciais: possível campo analítico**

Apesar de essa pesquisa encontrar-se em fase inicial de produção, é interessante desde já explicar o que seria uma espécie de hipótese do trabalho: a correspondência entre os conceitos *nacional* e *popular* na quadro, e uma série de configurações estruturais e estéticas daí provenientes.

Ao pensar essa hipótese no que diz respeito a construção mais ampla de uma “ideologia da cultura nacional brasileira” (isto é, não só desempenhada pela mídia, mas historicamente produzida por diferentes instituições sociais), encontra-se correspondência dessa empreitada com as representações recorrentes sobre a *cultura popular*.

Por um lado, o conceito de *popular* aparece como unidade representativa de um *universo social específico*: identificado pela noção de “povo brasileiro” ou “populares”, organizados em uma cultura relativamente autêntica, romantizada, simples; em oposição ao modo de vida das elites (urbano, tecnológico, racional). Por outro lado, o conceito emerge enquanto unidade representativa da *nação*, ou seja, é identificado com a idéia de uma cultura genuinamente “brasileira”, integrando diferentes universos sociais específicos.

Construído e legitimado pela elite intelectual e política do início do século passado, o mito de um povo mestiço, popular, unificado e produtor de uma cultura originalmente brasileira perpetuou-se no imaginário social. Assim, “(...) em diferentes épocas e sob diferentes aspectos, a problemática da cultura popular se vincula a da identidade nacional”. (ORTIZ, 1986, p.127).

Assim, visto essa relação de uma forma mais ampla, podemos partir da correspondência nacional-popular na análise de nosso objeto de estudo, sem nos fecharmos, é claro, para outras descobertas ao longo da pesquisa. Obviamente as categorias analíticas ainda estão em fase de construção, já que se trata de um pesquisa que será empreendida ao longo do curso de mestrado da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

### **3. Caminhos de investigação**

Considerando que os discursos midiáticos são condicionados pelos referenciais ideológicos presentes no meio institucional e sócio-histórico sugerimos uma abordagem que se baseie em métodos qualitativos de pesquisa. Para tanto, propõe-se uma perspectiva analítico-interpretativa inspirada nos *Cultural Studies*, já que esses estudos “(...) delineiam o modo como as produções culturais articulam ideologias, valores e representações (...) e o modo como esses fenômenos se inter-relacionam” (KELLNER, 2001, p. 39).

O que não quer dizer um apego absoluto a essa perspectiva. Seria



interessante produzir um diálogo interdisciplinar com a *Teoria Social do Discurso*, representada por Norman Fairclough (2001), que encara as práticas discursivas enquanto modos de ação e de representação do mundo, estabelecendo uma relação dialética entre discurso e estrutura social.

Nesse sentido, e para que o norte do trabalho seja traçado, é importante empreender inicialmente uma revisão bibliográfica que alimente a estruturação da análise com o pensamento de estudiosos como: Stuart Hall, Beatriz Becker, Arlindo Machado, Guilherme Jorge Rezende, Esther Hamburger, Norman Fairclough, E.P. Thompson, Renato Ortiz e Benedict Anderson.

A pluralidade de vozes será estimulada em suas convergências, sem perder de vista o objetivo principal proposto. Vislumbramos, dessa forma, grandes possibilidades de se construir aqui uma reflexão interdisciplinar, dado que estudiosos de diferentes áreas do saber complementam-se em suas idéias e métodos analíticos, possibilitando uma maior percepção do objeto de estudo e o enriquecimento de uma perspectiva particular referente ao campo da Comunicação.

Em razão da amplitude de nosso objeto de estudo (por volta de 30 reportagens, número que pode ser atualizado a qualquer momento, dada a possibilidade da transmissão de novas reportagens relacionadas ao quadro), entendemos ser necessário delimitar alguns recortes a fim de ganharmos em precisão teórica e metodológica. Dessa forma, tanto o recorte empírico quanto as categorias analíticas serão mais bem delimitadas após a já citada revisão bibliográfica e o possível contato com os responsáveis pelo quadro.

#### **Referências bibliográficas pesquisadas**

- ANDERSON, Benedict. **Nação e Consciência Nacional**. São Paulo: Ed. Ática, 1989.
- ABREU, Martha. Cultura popular: um conceito e várias histórias. *In*: ABREU, Martha; SOIHET, Rachel. **Ensino da história: conceitos, temáticas e metodologia**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.
- ADORNO, T. W. A indústria cultural. *In*: COHN, Gabriel (org). **Comunicação e indústria cultural**. 4. ed. São Paulo, Nacional, 1978.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **A cultura na rua**. Campinas, SP: Papirus, 1989.
- BENJAMIM, Roberto. **Folclore: invenção, apropriação e expropriação**. *In*: Anais do XXVIII Encontro Cultural de Laranjeiras. Laranjeiras (SE), 10 a 12 de janeiro de 2002.
- BOSI, Alfredo. **Cultura brasileira: temas e situações**. São Paulo: Editora Ática, 1987.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Trad. Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.
- CANCLINI, Néstor García. As identidades como espetáculo multimídia. *In*: **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- CHAUI, Marilena. **Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil**. 6. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- ECO, Umberto. Enredo e casualidade: a experiência da televisão e a estética. *In*: **Obra Aberta**. São Paulo: Perspectiva, 1976.



- \_\_\_\_\_ . Para uma investigação semiológica sobre a mensagem televisional. *In: Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Editora UnB, Brasília, 2001.
- FRANÇA, Vera (org). **Narrativas televisivas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. (orgs). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- FERNANDES, Florestan. **O folclore em questão**. São Paulo: HUCITEC, 1978.
- GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (orgs). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- \_\_\_\_\_ . Codificação/Decodificação. *In: Da diáspora*. Belo Horizonte. Editora UFMG, 2003.
- \_\_\_\_\_ . Notas sobre a desconstrução do popular. *In: Da diáspora*. Belo Horizonte. Editora UFMG, 2003.
- HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence (orgs). Introdução: a invenção das tradições. *In: A invenção das tradições*. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- KELLNER, Douglas. **A cultura das mídias – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. 5. Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às medições: comunicação, cultura e hegemonia**. Editora Ufrj: Rio de Janeiro, 2001.
- MORAES, Denis (org). **Globalização, mídia e cultura contemporânea**. Campo Grande: Letra Livre, 1997.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e Leitura**. São Paulo: Cortez; Campinas, SO: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1988.
- ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- \_\_\_\_\_ . **Mundialização e cultura**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.
- PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.
- REILY, Sueli Ana, DOULA, Sheila M. (orgs). **Do folclore a cultura popular**. São Paulo: Departamento de Antropologia/FFLCH/USP, 1991.
- REZENDE, Guilherme Jorge. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.
- SANTAELLA, Lucia. Cultura da mídia. *In: Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.
- SANTOS, Milton. Da cultura à indústria cultural. *In: O país distorcido: o Brasil, a globalização e a cidadania*. São Paulo: Publifolha, 2002.
- SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil**. Petrópolis, Vozes, 1984.
- Site de internet: [www.jornalnacional.globo.com](http://www.jornalnacional.globo.com), acessado entre julho de 2005 e agosto de 2006.