

## IDENTIDADES TRANSITÓRIAS E TELEVISÃO: UMA ANÁLISE SOB O PRISMA DOS ESTUDOS CULTURAIS

---

Leila Lima de Sousa

Jornalista, Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (PPGCOM - UFPI). Atua na linha de pesquisa de mídia e produção de subjetividades

**RESUMO:** Este artigo objetiva discutir sobre a influência da mídia, sobretudo da televisão, como co-produtora identitária da população. Utiliza-se como referencial teórico, os Estudos Culturais e a colaboração destes para um novo olhar sobre a cultura e a construção de identidades. Parte-se aqui, da concepção de identidade como um processo que se constroi ao longo do tempo, através do contato com o outro. A metodologia usada nesse trabalho refere-se à revisão bibliográfica de autores que teorizam sobre a temática de análise. Conclui-se que, na era contemporânea, de esfacelamento do Estado-nação e perda de referência dos sujeitos, a televisão tem um papel ambivalente de construção de identidades. De um lado, atua como uma fonte de legitimação de identidades nacionais, ofertando ao público um lugar de representação e semelhança. De outro, tenta inseri-lo num contexto global, provocado pela aceleração do processo de globalização, que produz cada vez mais, realidades identitárias híbridas.

**Palavras-chave:** Estudos Culturais; Identidade; Televisão

**ABSTRACT:** This article discusses the influence of the media, especially television, as co-producer identity population. It is used as a theoretical, cultural studies and collaboration of these for a new look at the culture and the construction of identities. It is here part of the design of identity as a process that builds over time through contact with one another. The methodology used in this work refers to the literature review by authors who theorize about the thematic analysis. We conclude that, in the contemporary era, the disintegration of the nation-state and loss of reference of the subjects, the television has an ambivalent role of identity construction. On the one hand, acts as a source of legitimation of national identities, offering the public a place of representation and likeness. Another, trying to insert it in a global context, caused by the acceleration of the globalization process that produces increasingly realities hybrid identity.

**Keywords:** Cultural Studies; Identity; Television

**RESUMEN:** En este artículo se analiza la influencia de los medios de comunicación, especialmente la televisión, ya que la población identidad co-productor. Se utiliza como los estudios culturales, teóricos y la colaboración de éstos para una nueva mirada a la cultura ya la construcción de las identidades. Es aquí parte del diseño de la identidad como un proceso que se basa en el tiempo a través del contacto uno con el otro. La metodología utilizada en este trabajo se refiere a la revisión de la literatura de autores que teorizan sobre el análisis temático. Llegamos a la conclusión de que, en la época contemporánea, la desintegración del Estado-nación y la pérdida de referencia de los sujetos, la televisión tiene un papel ambivalente de construcción de la identidad. Por un lado, actúa como una fuente de legitimación de las identidades nacionales, ofreciendo al público un lugar de representación y semejanza. Otro, tratando de insertarlo en un contexto global, debido a la aceleración del proceso de globalización que produce cada vez más las realidades identidad híbrida.

**Palabras clave:** Estudios Culturales, Identidad, Televisión

## **Introdução**

Este artigo tem como objetivo, verificar o modo como os meios de comunicação atuam como coprodutores identitários. Têm-se como objeto de estudo, a narrativa televisiva frente a uma época contemporânea de identidades de transição que são construídas tendo como base a ambivalência gerada pela aceleração do processo de globalização, que ao tempo em que constroi identidades tendo como referentes componentes globais, também traz novas formas de valorização e interesses locais.

Como metodologia, faz-se uma revisão bibliográfica dos Estudos Culturais britânicos e latino-americanos e suas importantes contribuições para a discussão das identidades. Os principais autores utilizados neste estudo são: Escosteguy (2006, 2011), Kellner (2011), Hall (2000, 2003), García Canclini (1995, 2011), Martín-Barbero (2009), entre outros.

O artigo está dividido em três momentos: num primeiro, faz-se uma breve contextualização histórica dos Estudos Culturais nas duas versões já citadas, expondo suas contribuições num momento de constantes modificações sociais, trazendo para as discussões, assuntos até então marginalizados. Atenta-se, sobretudo, para a nova visada oferecida pelos Estudos Culturais sobre a cultura, agora observada como uma questão de cunho antropológico. A cultura é vista como um processo em constante transformação e não apenas ligada aos mitos fundacionais e tradições do Estado-nação.

Num segundo momento é realizada uma discussão sobre a construção de identidades, no qual são expostas as inúmeras contribuições dos autores dos Estudos Culturais, tais como Hall (2000, 2003), García Canclini (1995, 2011) e Martín-Barbero (2009), de forma a entender a construção identitária como um processo contínuo, um eterno quebra-cabeças, em constante construção. E por fim, no terceiro momento, discorre-se sobre o modo como a televisão atua na coprodução identitária dos sujeitos sociais, sobretudo observando em quais pontos esse meio de comunicação se fundamenta para retratar e traduzir as identidades contemporâneas.

## **1. Os Estudos Culturais em suas versões britânica e latino-americana: uma breve contextualização histórica**

O *Centre For Contemporary Cultural Studies* surge com a finalidade de discutir entre os anos 1950 e 1960, a cultura popular, as relações com os meios de comunicação de massa, e a formular políticas culturais a partir do referencial ideológico focado no marxismo como referencial ideológico. O momento de desenvolvimento dos Estudos Culturais britânicos se dá no pós-guerra, onde a Inglaterra passa a vivenciar a alteração de valores tradicionais da classe operária. Esses estudos trouxeram à baila, naquele instante de intensas modificações sociais, discussões sobre cultura popular e as relações com os meios de comunicação de massa. Os Estudos Culturais, “delineiam o modo como as produções culturais articulam ideologias, valores e representações de sexo, raça e classe na sociedade, e o modo como esses fenômenos se inter-

relacionam” (KELLNER, 2011, p. 39).

O marco inicial dos Estudos Culturais britânicos acontece por meio de três publicações dos seus nomes fundadores, seriam elas: *Making of the English Working Class* (1963), de Edward P. Thompson; *Culture and Society, 1970 – 1950*(1958), de Raymond Williams; e *The Uses of Literacy* (1957), de Richard Hoggart. Acrescenta-se a esses nomes citados, o de Stuart Hall, que ao substituir Hoggart na direção do centro, de 1969 a 1979, incentivou o desenvolvimento de estudos etnográficos, análise dos meios massivos e a investigação da prática de resistência dentro das subculturas (ESCOSTEGUY, 2001).

A inovação dos Estudos Culturais britânicos consistiu em ver a importância da cultura da mídia e o modo como ela está envolta nos processos de dominação e resistência. Interdisciplinares por natureza, os EC<sup>1</sup> possibilitaram uma visada diferente sobre a cultura, trazendo-a para uma discussão mais antropológica, num processo de redescoberta das culturas nacionais e novas formas de articulação dessas culturas frente às mudanças sociais vivenciadas. Os EC fazem uma desmistificação de uma cultura central e passam de uma visão, até então dominante, da cultura como nação, para uma abordagem da cultura dos grupos sociais (MATTELART, 2004, p. 13-14).

Os Estudos Culturais trazem a cultura para uma discussão na periferia, nas práticas sociais, no modo de fazer cultura dos grupos marginalizados socialmente. Matterlart (2004, p. 17), em seus estudos, introduz a ideia de que os EC tiveram como um dos principais objetivos, compreender as metamorfoses da noção de cultura na última metade do século XX. Antes essencialmente ligada às narrativas da nação, das tradições, da legitimação do poder de determinados grupos, a cultura passa agora a ser vista como um espaço em constante construção e modificação, principalmente por conta do processo de globalização. A cultura passa a ser vista como um espaço social.

Já a versão latino-americana dos Estudos Culturais, também bastante representativa, teve como foco as culturas populares contemporâneas e por seu grande diálogo com o popular, os Estudos Culturais latino-americanos, tiveram como objetivo num primeiro momento, gerar competências que possibilitassem a mudança social. Até os dias atuais esses estudos tem grande foco no social.

O enfoque nos estudos latino-americanos foi dado à experiência popular vinculada ao espaço da comunicação, a comunicação na visão dos autores dos EC, transcendia os meios e para analisá-la era preciso verificar as práticas sociais, dando assim conta das práticas da vida cotidiana marcada por relações de poder e conotação política (ESCOSTEGUY, 2011, p. 49).

Os dois grandes nomes dos Estudos Culturais latino-americanos foram Jesus Martín-Barbero e Nestor García Canclini. Ambos vão desenvolver estudos significativos sobre comunicação, cultura e a sociedade latino-americana. Martín-Barbero (2009) e seu conceito de mediação traz de avanço a análise da ligação entre política, cultura e comunicação, até então deixada de lado pelas teorias da informação. As mediações analisadas pelo autor, trazem contestação onde há consenso, estão presentes nos debates sociais, nas articulações dos grupos, em suas constituições, a mediação está presente na dinamicidade das relações sociais. São simultaneamente significações codificadas individualmente e sentido produzido socialmente. Estão nesse sentido, em ambas as esferas(MARTÍN-BARBERO, 2009).

Já García Canclini vai observar o hibridismo cultural na América-latina, além de realizar estudos sobre desterritorialização e consumo. O autor propõe principalmente que o espaço latino-americano é multicultural e não se pode falar de uma única identidade latino-americana.

Neste artigo, tem-se como foco, a narrativa dos Estudos Culturais tanto britânicos quanto latino-americanos, no tocante à identidade, entendendo que os meios de comunicação funcionam como peça chave na construção identitária da população. Parte-se da noção de que as identidades frente ao processo de aceleração da globalização assumem novas características, estão descentralizadas, são híbridas, configuram-se como espaços em transição e construção, constantemente ressignificadas, readaptadas. Utiliza-se para isto, os estudos sobre a construção de identidade apresentados por Hall, representante dos Estudos Culturais britânicos e os estudos de Martín-Barbero e García Canclini, representantes dos EC em solo latino americano.

## **2. O entendimento das identidades culturais**

A discussão sobre as identidades não é nova nos Estudos Culturais. Ela tem sua emergência na questão da raça, mais tarde problematizada como etnicidade. Além da raça, o feminismo também foi de fundamental importância para o início das discussões sobre identidade nos EC. É através das discussões sobre o feminismo que os Estudos Culturais começam a repensar as noções de subjetividade, política, gênero, desejos e problematizar temas como direitos humanos, liberdade civil, ou seja, aspectos que possibilitariam uma organização social mais humana. Mas é somente na década de 1980 que Hall vai teorizar sobre a problemática da identidade e sua configuração no cenário contemporâneo, denominado pelo autor de “Novos Tempos” (ESCOSTEGUY, 2006, p. 10).

Os Estudos Culturais valem-se da perspectiva construtivista para tratar das identidades culturais, observando a cultura como intimamente ligada às práticas sociais dos sujeitos e que sofre as mediações realizadas pelos meios de comunicação. Nesse sentido, a identidade é vista como algo que vai sendo moldado com o passar do tempo e a experiência de vida dos atores sociais, concepção que é tida como essencialmente válida neste artigo, tomada aqui, como ponto de partida para observar a construção das identidades culturais, sobretudo com o processo de globalização e o alcance mundial dos meios de comunicação.

Nas sociedades pré-modernas a identidade era tida como fixa, imutável, sólida, estável. Não era vista como uma questão problemática, não gerava discussão. Os indivíduos não passavam por uma crise de identidade, e esta não era nunca radicalmente modificada. É na modernidade, que a identidade passa a ser vista como algo que se constrói constantemente. A identidade, nesse contexto, torna-se mais móvel, múltipla, pessoal, reflexiva e sujeita a mudanças e inovações. Apesar disso, também é social e está relacionada com o outro. A experiência da modernidade traz consigo, a experiência da novidade, da mutabilidade, inovação (KELLNER, 2001).

Na era contemporânea, para falar em identidades faz-se necessário recorrer às mudanças trazidas pela aceleração da globalização. A intensificação do processo de globalização foi o

grande responsável por modelar o mundo tal como se conhece hoje. Uma das palavras-chave deste processo foi a ressignificação dos conceitos de tempo e espaço, causando o encurtamento das distâncias, fato que também proporcionou instantaneidade da troca de informações e a possibilidade dos indivíduos manterem-se conectados através de um “único clique”, nas mais longínquas partes do mundo.

A globalização, essencialmente a partir da década de 1960, já que o fenômeno não é novo, tornou o mundo mais interconectado trazendo aos sujeitos não apenas modificações na economia, política, mas também na cultura, no modo de se verem e se definirem enquanto atores sociais. E foi através do desenvolvimento em larga escala da comunicação eletrônica instantânea, que os sujeitos alteraram a própria estrutura de suas vidas e experiências cotidianas, dando novos sentidos às construções de suas representações sociais (GIDDENS, 2003).

Giddens (2003), ao tratar sobre o processo de Globalização, denomina-o como um processo não só novo, como também, revolucionário, que não acontece apenas lá fora, afastado do indivíduo, pelo contrário, influencia essencialmente os aspectos íntimos e fundamentais da vida humana. Mesmo que as nações ocidentais detenham uma maior influência sobre os negócios mundiais que os países mais pobres, a globalização tem se tornado mais descentralizada e seus efeitos sentidos nos quatro cantos do mundo. “A globalização não é um acidente em nossas vidas hoje. É uma mudança de nossas próprias circunstâncias de vida. É o modo como vivemos agora”. (GIDDENS, 2003, p. 29)

As identidades, nesta nova ambiência fluída e móvel, ultrapassam os limites da localidade, regionalidade e chegam a uma escala global. Um dos modos de se entender as identidades culturais, sugerido por Hall (2000), é através da compreensão que estas são formadas por meio do compartilhamento de experiências históricas, do convívio social, dizem respeito aos quadros de referências em comum. Para ele, as identidades nacionais constituem-se uma das principais fontes de identidade cultural, mas elas não são como componentes que estão literalmente impressos em nossos genes.

As identidades nacionais não são coisas com as quais nascemos, elas são formadas e transformadas no interior das representações culturais, são responsáveis por oferecer aos sujeitos, espaços de identificação. Nesse sentido, as identidades estariam em constante processo de construção, sobretudo quando se tem em mente o contexto da diáspora, aspecto estudado por Hall, que dá a dimensão do processo de “tradução cultural”, referindo-se a negociação entre novas e antigas matrizes culturais, vivenciado por pessoas que migraram de sua terra natal. Elas têm diante de si, uma cultura que não as assimila e, ao mesmo tempo, não perdem completamente suas identidades originárias. Mas precisam dialogar constantemente com as duas realidades, fazendo muitas vezes, surgirem novas identidades, resultantes das duas experiências vivenciadas (HALL, 2000, p. 88 - 89).

Na era contemporânea, as culturas tornaram-se mescladas e para estudar a construção de identidades culturais hoje, é necessário, acima de tudo, observar os fenômenos de transitoriedade, de troca de experiências entre os povos, de modo a verificar que as identidades assumem características híbridas.

Entende-se por hibridismo cultural, o processo de “mistura”, junção de diferentes

matrizes culturais, processo que resulta do conflito, do choque, da “crise identitária” do sujeito que tem agora presente em si, características da sua e de outras culturas. O hibridismo cultural, juntamente com as mediações de Martín-Barbero, são conceitos-chave dos Estudos Culturais latino-americanos dos anos 90.

O processo de hibridação cultural, uma das principais contribuições de García Canclini (2011), para refletir a nova ambiência das identidades contemporâneas, transpassa barreiras e dá ao sujeito novas formas de significação social. Esse sujeito que vivencia o processo de junção de duas ou mais diferentes matrizes culturais, tem nas mãos, múltiplas possibilidades de construção de suas identidades.

O hibridismo também faz suscitar várias categorias identitárias, que comumente são [...] organizadas em um conjunto histórico mais ou menos estável (etnias, nações, classes) e se reestruturam em meio à conjunção interétnica, transclassista e transnacional. As maneiras diversas em que os membros de cada etnia, classe e nação se apropriam dos repertórios heterogêneos de bens e mensagens disponíveis nos circuitos transnacionais, são capazes de gerar novas formas de segmentação. Estudar processos culturais, portanto, é mais que afirmar identidades autossuficientes, serve para conhecer formas de heterogeneidade e entender como são produzidas as hibridações (CANCLINI, 2011, p. 02).

Canclini (2011) salienta que as culturas contemporâneas podem ser ditas de fronteira, são resultantes do contato com o “outro” e decorrentes dos deslocamentos de bens simbólicos. A cultura é vista como algo não mais genuíno, mas sim, e muitas vezes, como algo representado. O que existe hoje, para o autor, é o simulacro como marca cultural.

Dentro desta realidade híbrida, Stuart Hall (2003) aponta ainda a necessidade se trabalhar com o conceito de “crise de identidade”. Para o autor, os indivíduos vivem hoje, uma crise de identidade, onde sujeito não mais se identifica com o que é preestabelecido socialmente como marca de sua identidade. Os sujeitos interagem com o mundo, diferenciam-se dos “outros” e a partir daí constroem seus próprios laços de representação, identificação.

Essa realidade híbrida vivenciada na contemporaneidade é possibilitada entre outros motivos, pela massificação e amplitude dos meios de comunicação, sobretudo pela abrangência da internet, por exemplo. É através da narrativa dos meios que os sujeitos mantêm contato com o mundo e a realidade que os cerca, sem precisar sair do conforto de seus lares. A televisão, objeto de estudo deste trabalho, é tida como uma das principais fontes de construção identitária, já que se trata não só de um meio influente, mas também um canal de ligação entre os acontecimentos e os sujeitos, servindo hoje, de uma espécie de espelho na construção da subjetividade da população, instituindo padrões de comportamento, atitudes.

### ***3. A mídia como coprodutora identitária: a influência da televisão em épocas de identidades em transição***

Os Estudos Culturais trouxeram como uma de suas contribuições fundamentais, o alerta para a necessidade de examinar a formação da subjetividade do ponto de vista de

suas pressões e/ou tendências sociais. Se hoje, vivencia-se um grande papel destinado aos meios de comunicação, em especial a televisão como construtora de subjetividades e traços identificatórios, as identidades, nesse contexto histórico, serão moldadas por meio da narrativa televisiva, por exemplo. Como observa Johnson (2010, p. 30) “precisamos de histórias das formas de subjetividade nas quais possamos ver como as tendências são modificadas pelas outras determinações sociais, incluindo aquelas que estão em ação através das necessidades materiais”.

A televisão através de seus aparatos de som, imagem e linguagem de fácil acesso, tem assumido um papel que vai além de sua caracterização como espelho social que oferta aos sujeitos padrões de consumo, atitudes, comportamentos e condutas. Ela passa de eletrodoméstico a um “armazém cultural” (COUTINHO, 2010), narrando e/ou comercializando dentro de um mesmo espaço culturas de referência global, nacional, local. A televisão se faz cada vez mais presente no cotidiano dos sujeitos consolidando conhecimentos, saberes, discursos, valores e instituindo identidades coletivas. Ela oferece, entre outras coisas, um espaço de identificação frente a um mundo híbrido e desterritorializado.

Antes de qualquer coisa, a televisão atua na constituição de modos de ser e viver, condicionando padrões sociais e visões de mundo. Para Kellner (2001), a TV pode ser considerada, na atualidade, como detentora de um enorme poder hegemônico, assumindo funções tradicionalmente atribuídas ao mito e ao ritual. Ou seja, é capaz de integrar os indivíduos numa ordem social, oferecendo modelos de pensamento e celebrando valores dominantes.

Quem também entende a televisão como possuindo forte poder de ritualização é Lopes (2005) que diz que a TV sincroniza os tempos sociais da nação construindo um ritmo interno próprio capaz de camuflar o dos espectadores e “criar grandes rituais coletivos, seja documentando fenômenos ocorridos (catástrofes, acidentes, mortes), seja produzindo eventos (festivais, concertos), seja organizando *media events* (funerais, escândalos, casamentos)” (LOPES, 2005, p. 600). Assim, as identidades coletivas dos sujeitos são ligeiramente acionadas dentro de cada narrativa que a mídia cria. Detentora de uma narrativa temporal própria, a televisão consegue acionar a memória social narrando fatos do presente e lembrando de fatos passados.

Ao mesmo tempo em que fala de identidades híbridas e descentra as narrativas, a televisão aberta também trabalha com a manipulação de símbolos nacionais/locais conhecidos e identificáveis e dessa forma, negocia um ambiente de representação com os atores sociais. São esses símbolos de caráter integrador e mobilizador que fazem da TV um meio fundamental na construção de identidades e na narrativa cultural.

É essa oferta de experiência comum compartilhada que faz da televisão, conforme apregoa Wolton (2006), um laço social no qual o público telespectador se agrega a um outro público maior, imenso e anônimo, formando uma espécie de laço invisível, compartilhando semelhanças, representações, memórias e identidades coletivas. A TV é entendida pelo autor (2006) como produtora de representações e laços sociais que tem a função de criar referenciais identitários. Ao acompanhar a programação televisiva, sobretudo as telenovelas e os telejornais, que são os produtos de maiores audiências, o público seria envolto por um laço social no qual estariam depositados seus elementos culturais e símbolos de pertença.

Martín-Barbero (1995) compreende que o papel assumido pela televisão vai além de uma dimensão puramente comercial ou de manipulação ideológica. Ela assume hoje, um espaço de formação cultural dos sujeitos que através de sua narrativa que agrega diferentes elementos globais, nacionais e regionais constrói suas visões de mundo. A televisão é entendida como assumindo o papel de reconstituição dos sujeitos frente à crise de representação contemporânea. Narrando identidades híbridas, a televisão atua reconstruindo identidades individuais e coletivas, baseadas num mercado que é marcado pela transnacionalidade, mas também chama para a diferenciação cultural, enfatizando elementos do imaginário simbólico da nação.

Como propõe Lopes (2005),

a compreensão das transformações culturais implica deixar de pensar a cultura como mero conteúdo dos meios e pensá-la como um processo de comunicação regulado simultaneamente por duas lógicas: a das formas, ou matrizes simbólicas, e a dos formatos industriais. Está aí implicado um duplo movimento, o qual articula as demandas sociais e as dinâmicas culturais às lógicas do mercado, ao mesmo tempo em que vincula o apego das pessoas a determinados gêneros à fidelidade a uma determinada memória, e a sobrevivência de alguns formatos à emergência e à transformação dos modos de perceber e de narrar, de ver e de tocar (LOPES, 2005, p. 597).

Os meios de comunicação para Martín-Barbero (1995) são um fenômeno antropológico, capaz de explicar aos sujeitos o sentido de suas vidas, ofertando a eles compreensões sobre a felicidade, a dor, os desejos. O autor incita uma reflexão de que ao invés de focarmos as análises nas questões tecnológicas, políticas, econômicas ou editoriais da televisão, deveríamos observá-la sob uma perspectiva antropológica de modo a analisar como esse meio se apropria da produção de símbolos de modo a se tornar cada vez mais influente na vida da população.

Numa era contemporânea de perda de referências, a televisão se propõe a ofertar ao público espectador, um sentimento de pertença, visibilidade. Nesse sentido, uma das finalidades da narrativa televisiva seria a de legitimar o Estado-nação, que segundo os estudos de Hall (2000), não é apenas uma entidade política, mas uma formação simbólica que produz a ideia de nação enquanto comunidade imaginada. Muito além de uma dimensão física territorial, a nação seria um local onde estariam depositadas as identidades dos sujeitos, seriam os símbolos internalizados, partilhados e reconhecidos socialmente. Esta comunidade imaginada oferece aos sujeitos a ideia de estarem aglutinados entre experiências comuns, pertencerem a uma mesma realidade, partilharem de uma espécie de “camaradagem” (HALL, 2000; FEATHERSTONE, 1997).

No Brasil, o rádio e o cinema, tiveram fundamental importância, na primeira metade deste século, para organizar a identidade e o sentido de cidadania. Estes meios massivos acabaram unificando os padrões de consumo e proporcionando uma visão nacional, instituindo e fortalecendo o sentimento de nação, legitimando as identidades ditas nacionais (ESCOSTEGUY, 2011, p. 179).

Na atualidade, os meios de comunicação ainda desempenham este papel de legitimação de identidades nacionais, a diferença é que hoje, a nação está fragilizada devido às mudanças trazidas pela aceleração do processo de globalização que fez com que o Estado-nação perdesse sua naturalidade de representação frente aos sujeitos, que buscam agora, outras formas de

representação. Sendo assim, a nação narrada pela televisão é permanentemente ressignificada. A televisão aberta tem a função, nessa nova realidade de fragmentação dos sujeitos, de reconstruir o senso comum compartilhado de vida cotidiana. Possibilitando aos sujeitos, uma espécie de volta para casa (LOPES, 2004).

A televisão narra a identidade nacional como uma maneira de instituir a diferenciação cultural, fazendo com que os sujeitos identifiquem-se através da negação do que não são e assim, possam também, se reconhecer através de uma unidade, valorizar suas particularidades. Se um sujeito, por exemplo, tem nacionalidade brasileira, ele se sabe brasileiro porque não se reconhece como Italiano ou Canadense.

A diferenciação acontece através da narrativa das peculiaridades nacionais, de reafirmação de tradições que são inventadas, como propõe Hobsbawn (2012) para legitimar relações de poder e dominação e fazer com que os indivíduos recorram a sua memória coletiva, na qual aqueles traços estão instituídos como pertencentes à sua subjetividade, como identificatórios.

Ao narrar a identidade nacional, a televisão vai de encontro ao que propõe Kathy Woodward (2000, p. 76), ao enfatizar que a identidade é construída por meio do processo de diferenciação. O contato com o Outro, permite ao indivíduo dizer o que é. E essa diferenciação é necessária no processo de construção do “Eu”, da subjetividade. Woodward afirma que: “Identidade e diferença são inseparáveis. A identidade é a referência, é o ponto original relativamente ao qual se define a diferença. A identidade e a diferença são criações sociais e culturais”.

Interessa observar que mesmo tendo a identidade nacional como um “dispositivo que representa a diferença como unidade ou identidade” (Hall, 2000, p. 62), que traz aos sujeitos esse retorno à nação como lugar de acolhimento, representatividade, o Estado-nação, tem se configurado como essencialmente híbrido, de modo que mesmo ao narrar identidades nacionais, particulares, elas estão envoltas em componentes identitários globais. Nessa ambiência, os componentes nacionais, locais e globais são chamados a articular-se e a darem vida a novas identidades, essencialmente híbridas.

Apesar da mescla de elementos de várias culturas, das diversas situações de interculturalidade, das formas desiguais de apropriação, combinação e transformação de elementos simbólicos, ainda subsistem as culturas nacionais, as culturas regionais e os movimentos de afirmação do local. Hoje não existem somente culturas diferentes, mas, também, maneiras desiguais com que os grupos se apropriam de elementos de várias sociedades, combinando-os e transformando-os. Logo, a questão colocada hoje é como se constroem identidades em processos de hibridismo cultural (ESCOSTEGUY, 2011, p. 179).

A globalização e as novas tecnologias de comunicação e informação trouxeram além do acesso ao que é global, tornando os sujeitos cidadãos-mundo, um reavivamento de identidades locais e a valorização de suas particularidades. A globalização, nesse sentido, seria responsável por explorar a diferenciação do local, daria novas concepções da articulação entre “global” e “local”, faz reproduzir “novas identificações globais e locais” (COUTINHO e FERNANDES, 2007; FEATHERSTONE, 1997; HALL, 2002).

Nesse sentido, Martín-Barbero (2005, p. 268), afirma que o mercado capitalista

pressiona no sentido da valorização de identidades locais e seus aspectos híbridos. Segundo o autor, “a identidade local é levada a se transformar em uma representação da diferença que possa fazê-la comercializável, ou seja, submetida ao turbilhão das colagens e hibridações que impõe o mercado”.

Pode-se aqui perceber a dualidade causada pela globalização na construção de identidades. Ao tempo em que se tem um maior acesso ao que é global, tem-se também, um novo interesse pelo local, pelas suas particularidades, diferenças, seus aspectos exóticos, comercializáveis. Mas o que se pode afirmar também é que esse “local” não é desvinculado do global e continua sendo influenciado pelo último. O local funcionaria como uma espécie de “segurança”, lugar de familiaridade, ofertado aos sujeitos frente a um mundo globalizado, individualista, instantâneo, inseguro. E a televisão, seguindo os ditames da globalização, atua nesse ambiente, fazendo ponte entre as identidades nacionais e as identidades globais, ofertando ao público, as duas instâncias identitárias.

## **Considerações Finais**

É com os Estudos Culturais em sua versão britânica que as questões referentes às identidades começam a ser discutidas e problematizadas. Nesse ambiente onde as identidades são tidas como processos em constante produção, ressignificação e readaptação, a televisão tem importante função no tocante à construção de identidades que refletem tanto o panorama global advindo com a aceleração do processo de globalização, como também, a legitimação da nação e o sentimento de pertença, representação e visibilidade, valorização de identidades nacionais.

Os Estudos Culturais trouxeram ainda, como contribuição fundamental, o alerta para a necessidade de examinar a formação da subjetividade do ponto de vista de suas pressões e/ou tendências sociais. Se hoje, vivencia-se um grande papel destinado aos meios de comunicação, em especial a televisão como construtora de subjetividades e traços identificatórios, as identidades, nesse contexto histórico, serão moldadas por meio da narrativa televisiva, por exemplo.

A televisão trabalha com o desejo, institui no telespectador o anseio de acompanhar a programação por ela produzida. Funciona como um espelho social no qual os sujeitos moldam suas atitudes, comportamentos, condutas. A televisão é responsável ainda por consolidar conhecimentos, saberes e faz uso de uma linguagem própria, de fácil acesso agregada aos símbolos conhecidos e partilhados socialmente afim de estabelecer vínculos com o espectador, fazendo-o cúmplice da audiência.

Numa era de esfacelamento do Estado-nação, marcada, sobretudo, pela falta de referências dos sujeitos, a televisão torna-se uma grande aliada para validar um sentimento de representatividade, pertença e faz isso através da legitimação da identidade nacional, fazendo o público fiel a sua narrativa, ofertando-o um retorno ao lar.

Mas a identidade nacional, embora se construa na diferença, assume também, características híbridas, dessa forma, as identidades construídas pela televisão, são ambivalentes e um tanto quanto contraditórias. Ao tempo que valorizam e destacam a identidade nacional, também narra identidades globais, híbridas, refletindo o contexto contemporâneo que entende as identidades como espaços em transição, constante deslocamento.

## Referências

- CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e Cidadãos*. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- \_\_\_\_\_. *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: UNESP, 2011, 5 reimp.
- COUTINHO, Iluska e FERNANDES, Livia. Telejornalismo local e Identidade: O Jornal da Alterosa e a construção de um lugar de referência. In: VII Encontro de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2007, Juiz de Fora: *Anais...* Juiz de Fora: UFJF, 2007.
- \_\_\_\_\_. e MATA, Jhonatan. Uma programação para chamar de sua: televisão, narrativa e participação popular. In: *Contemporanea: Revista de comunicação e cultura*, UFBA, vol. 8, nº2, p 1-19, Dez.2010.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Cartografias dos Estudos Culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Ed. Autêntica, 2001.
- \_\_\_\_\_. Estudos Culturais: as margens de um programa de pesquisa. In: *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. São Paulo, v. 6 p. 1 -16, 2006.
- \_\_\_\_\_. 2010. Estudos Culturais: uma introdução In: T. T., SILVA (org.), *O que é, afinal, Estudos Culturais?* 4ª ed. Belo Horizonte: Autentica, p.133 – 223.
- FEATHERSTONE, Mike (org.) *Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1990.
- GIDDENS, Anthony. *Mundo em descontrol: o que a globalização está fazendo de nós*. 3 ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- HOBBSBAWN, Eric J; RANGER, Terence. *A Invenção das tradições*. São Paulo: Paz e Terra, 2012.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia: Estudos Culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC, 2001.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Televisões, nações e narrações: para uma revisão das identidades culturais em tempos de globalização. In: *Revista USP*, São Paulo, nº 61, p. 30-39, março/maio 2004.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático. In: *Dialogos de la comunicación*, 41, 1995.
- \_\_\_\_\_. Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.
- MATTELART, Armand; Neveu, Érik. *Introdução aos Estudos Culturais*. Parábola Editorial, São Paulo. 2004
- MARTINS, Simone. A Construção da Identidade das Telenovelas Brasileiras: O Processo de Identificação dos Telespectadores com a Narrativa Ficcional Televisiva. In: VI Congresso

Nacional de História da Mídia, 2008, Niterói: *Anais...* Niterói: UFF, 2008.

SILVA, Tomaz Tadeu. (org.). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autentica, 2010.

WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 2006.

## **Nota**

<sup>1</sup> Forma abreviada de “Estudos Culturais”.