

## **IDENTIDADE E TELEVISÃO REGIONAL: CONCEITOS E APROXIMAÇÕES<sup>1</sup>**

Flavi Ferreira LISBOA FILHO<sup>2</sup>

Rossana Zott ENNINGER<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### **RESUMO**

Este artigo procura abordar de forma teórica os conceitos de identidade e de representação, aproximando-os da televisão regional do Rio Grande do Sul. Primeiro, discute-se acerca de como se constituem as identidades e suas representações. Depois, apresenta-se uma “pesquisa da pesquisa” de trabalhos já realizados sobre a televisão gaúcha e sua identificação com o local. Consideramos, ainda, algumas problematizações sobre a televisão regional que podem ser exploradas futuramente.

**PALAVRAS CHAVE:** identidade; televisão; Rio Grande do Sul.

### **Introdução**

Neste trabalho pretendemos discutir acerca da identidade e da televisão como fonte de representações e de lugar de construção de uma identidade regional. Para tanto, o foco é a identidade do Rio Grande do Sul, que caracteriza o estado e os gaúchos. A tentativa é realizar uma aproximação dos conceitos em torno da identidade com a televisão regional, questionando em que medida os meios de comunicação podem servir para reforçar ou construir uma identidade regional.

A mídia, muitas vezes, se vale desses elementos que constituem as identidades regionais, para reforçá-las ou mesmo construí-las junto ao público. Neste sentido, a televisão assume um caráter especial e significativo, o que acaba suscitando a realização de estudos na área que identifiquem essa relação do midiático com a identidade.

O trabalho apresenta uma breve “pesquisa da pesquisa”, como definido por Bonin (2006). Propomo-nos a realizar um observatório de pesquisas que já foram realizadas sobre o tema televisão regional, debruçando-nos sobre os aspectos que estas consideraram a partir

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Televisão e Vídeo do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Pesquisador líder do GP Audiovisualidades e estudos culturais registrado CNPq/UFSM.

<sup>3</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Participante do GP Audiovisualidades e estudos culturais registrado CNPq/UFSM.

da identidade gaúcha. Neste sentido, referenciamos alguns trabalhos que usaram esse enfoque no estudo da televisão e do seu contexto regional.

Por fim, tentamos levantar alguns possíveis questionamentos sobre qual a identidade que é representada na mídia gaúcha e quais são os aspectos que são privilegiados nos programas produzidos localmente. São observações que podem servir como problematizações a serem exploradas em projeto de pesquisa específico, procurando tencionando essa identificação da televisão com a cultura gaúcha.

### **Identidade e representação**

Muito se fala sobre identidades e como elas estão representadas na sociedade e na mídia. Por essa razão, entende-se que seja necessário, primeiramente, buscar uma definição de identidade. Charles Taylor (1994, p.54) reconhece a identidade como “aquilo que nós somos, ‘de onde nós provimos’. Assim definido, é o ambiente no qual os nossos gostos, desejos, opiniões e aspirações fazem sentido”. A partir do referido autor, pode-se entender a identidade de cada indivíduo, definida especialmente pelo gosto e pelas características que compõem essa individualidade. No entanto, temos também a questão da origem, com a identidade relacionada ao lugar de onde derivamos ou procedemos.

Baseando-nos em Castells (1999, p.22), compreendemos identidade como fonte de significado e de experiência de um povo. A identidade é “processo de construção de significado com base em um atributo cultural”. As identidades são sempre construídas, valendo-se de elementos da história, da geografia, de instituições e memórias coletivas, organizações e aparatos de poder, da religião ou outros elementos culturais, que são processados e reinterpretados pelos indivíduos e grupos sociais, construindo seus significados.

Relacionando estas definições, podemos afirmar que cada sociedade tem uma identidade específica, muito relacionada com o território que ocupa e com as origens dos indivíduos daquele lugar, pois eles compartilham os elementos comuns que compõem sua identidade. Neste sentido,

ter uma identidade seria, antes de mais nada, ter um país, uma cidade ou um bairro, uma entidade em que tudo o que é compartilhado pelos que habitam esse lugar se tornasse idêntico ou intercambiável. Nesses territórios a identidade é posta em cena, celebrada nas festas e dramatizada também nos rituais cotidianos (GARCÍA CANCLINI, 2008, p.190).

Explorando desta maneira, podemos pensar que a identidade gaúcha é definida primeiramente pelo compartilhamento de um território, o estado do Rio Grande do Sul. Ainda, para reconhecer-se como tal, faz-se necessário celebrar os mesmos elementos culturais tidos como representativos da identidade gaúcha, como, por exemplo, gostar de chimarrão, de churrasco ou da música gauchesca.

Woodward (1999) destaca que as identidades são marcadas pelas diferenças, isto é, determinada identidade só pode ser reconhecida como tal no momento em que se reconhece em relação à outra, distinta. As “identidades adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas” (WOODWARD, 1999, p.8). A diferença não é só simbólica, como também social. “As identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença [...] A identidade, pois, não é o oposto da diferença: a identidade depende da diferença” (WOODWARD, 1999, p.40).

Ao encontro disto, Sodré (1999) também afirma que uma identidade é sempre dada a partir do reconhecimento de um outro, de uma representação que o classifica socialmente. Desta forma, “todo pertencimento é, assim, uma recíproca escuta na diferença, e toda identificação se dá no comum-pertencer, com acento forte no ato de pertencer” (SODRÉ, 1999, p.38).

Se a identidade é marcada pela diferença e pelo seu reconhecimento, a partir do momento em que as diferenças são percebidas, e as dicotomias eu/tu, nós/eles ficam claras, é possível constituir identidades e reconhecer a qual delas nós nos vinculamos. Neste sentido, o contato e a relação com os outros são decisivos para que as identidades sejam definidas.

Com isso, podemos afirmar que toda identidade pressupõe uma identificação, um “processo pelo qual nos identificamos com os outros” (WOODWARD, 1999, p.18). Muito dessa identificação existe devido a práticas e características simbólicas, que são representativas de uma identidade e são fonte de significado para os indivíduos.

A representação [...] inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeitos. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo que podemos nos tornar. A representação, compreendida como processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas [...] (WOODWARD, 1999, p.17).

Segundo Silveira (2003, p.36-37) “representar implica, mais que tudo, produzir significado”. É por meio das representações que objetos da religião, da cultura, da memória ou aqueles que falam do eu se tornam expressáveis, correspondendo a um “fazer ato de presença” e fixando marcas ou traços. Tratar das representações das identidades possibilita compreender a característica de realidade que as permeiam e que muitas vezes acabam tendo o respaldo da tradição. E essas representações identitárias ficam mais evidentes quando as transpomos e difundimos para as produções das indústrias culturais.

Na representação, articulam-se forma e conteúdo para produzir mensagens, nas quais a autoconsciência do sujeito enquanto identidade representada determina contemplar a realidade da identidade como realidade representada, e não como realidade ou identidade conaturalizadas (SILVEIRA, 2003, p.36).

Analisando por este aspecto, podemos nos questionar quais identidades são correspondem à realidade. Ou ainda, se podemos tomar alguma identidade como original. Para Hall (1999), uma identidade única e unificada é fantasia, pois diariamente somos confrontados com uma diversidade de identidades possíveis e que se alteram com o tempo, com quais nós poderíamos nos identificar, pelo menos durante um período. Porém, em algumas sociedades ditas tradicionais há uma veneração do passado, uma valorização de símbolos e elementos que perpassam gerações. É o que acontece com as identidades nacionais. Nós não nascemos com elas, não fazem parte de nossa constituição genética, muito embora as consideremos como essenciais da nossa natureza, isto porque elas são “formadas e transformadas no interior da representação” (HALL, 1999, p.48).

O processo de construção e a emergência de diferentes identidades são especialmente históricos, são produzidos em momentos particulares no tempo, e podem se estabelecer a partir do momento em que a redescoberta do passado, dos antecedentes históricos, funcionam como reivindicação de uma identidade. Neste sentido, entendemos que as identidades podem mudar de uma época para outra.

Desta forma, como Woodward (1999) explica, procuram-se elementos de um passado que se acredita que seja comum, como uma afirmativa desse passado como autêntico e tradicional, legitimando identidades. A identidade cultural, assim, pode ser vista como a recuperação de uma identidade que é acreditada como única, de uma cultura e uma história que são partilhadas pelos membros de determinada sociedade. Ainda, a identidade

cultural funciona como uma maneira de tornar-se e de ser, como o reconhecimento de que aquela identidade é reconstruída como uma comunidade imaginada.

Embora não seja nacional, pode-se utilizar desse princípio como uma aproximação para entender a cultura e a identidade do Rio Grande do Sul. Algumas das estratégias discursivas, explicadas por Hall (1999) e utilizadas para narrar a identidade nacional, podem ser inseridas no contexto gaúcho. A primeira delas é a narrativa da nação, que funciona como um modo de simbolizar ou representar experiências partilhadas, triunfos, perdas. Como exemplo, podemos valer-nos da Revolução Farroupilha, com a sua narrativa de luta e de bravura do gaúcho. A segunda estratégia seria a invenção da tradição, que significa um conjunto de práticas, “de natureza ritual ou simbólica, que buscam inculcar certos valores e normas de comportamentos através da repetição, a qual, automaticamente, implica continuidade com um passado histórico adequado” (HALL, 1999, p.54). Os costumes e hábitos diários servem para exemplificar essa característica. E ainda, a ideia do mito fundacional, busca uma história que localiza a origem da nação, do povo e de seu caráter nacional em um passado distante, mas que é conhecido e compartilhado por quem compõem aquele lugar.

Como argumenta Silveira (2003), outros aspectos virão a ser considerados se quisermos tomar a identidade gaúcha como um exemplo de exaltação nacionalista. E é por meio das representações que essas necessidades coletivas de particularismos ou regionalismos são expostas. A partir da “referência a uma cultura, credo ou etnia comuns que estabelecem as bases do que se considera como ‘nacionalismo cultural’” (SILVEIRA, 2003, p.41).

Embora a cultura e a identidade do Rio Grande do Sul, muitas vezes, sejam interpretadas dessa forma, a ideia de algo puro e original não pode ser aplicada, observando todo o passado histórico de formação territorial, populacional e cultural. O estado é sim multiétnico, entendendo por multietnicidade o que coloca García Canclini (1997, p.77), “a coexistência de muitos grupos étnicos em um mesmo território, em um mesmo conjunto social”. Isto porque desde a colonização tivemos a convivência, pacífica ou não, de índios, portugueses, espanhóis, alemães, italianos, poloneses, russos e tantos outros, que acabaram contribuindo para a constituição do Rio Grande do Sul.

Desta maneira, não pode ser desconsiderada a tradição, “entendida não como reinterpretção de mensagens ancestrais, mas como transmissão conservadora de formas de uma geração para outra” (SODRÉ, 1999, p.68).

Sob este aspecto, Silveira (2003) explica que houve um reforço das preocupações com a identidade e manifestações culturais no Rio Grande do Sul nos anos 70, o que contribuiu para o ressurgimento tradicionalista e a incorporação de uma versão hegemônica na produção de bens simbólicos. No entanto, o que se tem como o representante do gaúcho nada mais é que a consolidação de uma reterritorialização cultural, de um hibridismo que é centrado em um território. Com a interação entre os grupos sociais distintos que compunham o local, a elaboração de mensagens que exaltassem o sentimento de pertença ao “ser gaúcho” foi exigida, especialmente por parte das indústrias culturais, para reforçar a ideia de comunidade imaginada e da identidade gaúcha.

Portanto, a identidade pode ser a construção de significados e o reconhecimento deles a partir do que nos diferencia do outro. Com base nesse reconhecimento, podemos definir a nossa identidade e nos relacionar com quem também a compartilha, constituindo uma identidade que nos caracterize como membros de um grupo. Esse sentimento de pertença e de identificação regional também é explorado pelos meios de comunicação, especialmente a televisão, como podemos visualizar na próxima subseção.

### **Identidade gaúcha na TV regional**

Uma questão que nos inquiete diz respeito a identificar quais são os aspectos dessa identidade regional que são trazidos na programação televisiva que a caracteriza como regional e o porquê de suas escolhas. Coutinho (2008) destaca que a programação local é vista como um laço social entre a comunidade e os anunciantes de sua localidade. É um território de pertencimento que as emissoras tentam constituir com a região em que se inserem. Bazi (2001) diz que a regionalização das emissoras depende de fatores como o poder de consumo do mercado e da disponibilidade de anunciantes. Mas a regionalização das emissoras tem custos elevados, por isso o trabalho em rede.

Porém, a produção regional é uma maneira de traduzir o mundo para a população do seu alcance. Por essa razão, se torna necessário que as emissoras conheçam o seu público e o lugar onde estão inseridas, que tragam elementos de sua cultura e fortaleçam laços, de modo que as pessoas se identifiquem e se vejam representadas na mídia.

Bergesh (2010), no seu trabalho a respeito da história da televisão no Rio Grande do Sul, afirma que a condição local sempre foi uma particularidade que acompanhou o desenvolvimento do veículo, desde os seus primeiros passos. Isto porque, segundo ele, o Sul se diferenciava justamente pelo fato de que “o público esperava e exigia programas

locais, bem identificados com suas comunidades” (BERGESH, 2010, p.233). Essa é a razão, principalmente, de as emissoras de televisão gaúchas voltarem-se para o gosto local e produzirem conteúdos específicos e com características especiais, numa construção em que o público pudesse ali se identificar.

Por esse reconhecimento de uma cultura e identidade particulares reproduzidos pela mídia, alguns pesquisadores se propõe a questionar as condições dos usos sociais, das aplicações e técnicas envolvidas nesta relação dos meios de comunicação com o gaúcho. Destacamos algumas pesquisas realizadas com o enfoque nesta temática da identidade na televisão regional.

Silveira (2003) usa da semiótica textual e de algumas estratégias discursivas para analisar como as representações midiáticas são produzidas pelas indústrias culturais e podem ser consumidas regionalmente ou nacionalmente, utilizando como objeto de estudo o programa Galpão Crioulo, da RBS TV, e as tiras d’O Analista de Bagé, publicadas na revista Playboy. Focando-nos no meio televisivo, conforme a pesquisa, a produção do programa “age em prol de sensibilizar a audiência sobre a importância da identidade gaúcha” (SILVEIRA, 2003, p.73). A partir da projeção folclórica e da promoção artística, o programa oferece imagens e simbolismos próximos ao gauchismo, como ela denomina, acrescentando que a afirmação deste apoiou-se em selecionar elementos etnoculturais diferentes presentes na região. No entanto, é importante destacar a observação feita a respeito da identidade que é explorada no programa, na sua vertente tradicionalista. No comparativo com o “espírito da cavalaria”, reconhece a existência da desvalorização da origem mestiça nas representações da identidade do gaúcho, que é revertida a uma condição cívica e até mítica, de honra, reconfigurando o gentílico rio-grandense.

Também servindo-se do Galpão Crioulo como fonte de representação da identidade regional, Lisbôa Filho (2009) se propõe a entender os processos de significação da gauchidade no programa. Para tanto, utilizam-se conceitos relacionados com linguagem e formatos televisivos, atribuindo ao programa um caráter de texto, valendo-se de alguns aspectos da semiótica para a compreensão do objeto. Essa gauchidade se faz, principalmente, na recuperação das tradições, das origens para a valorização da cultura gaúcha. Além disso, há uma convivência do tradicional com o contemporâneo, na medida em que Nico e Neto Fagundes, âncoras do programa, compartilham a apresentação do mesmo.

Nilda Jacks (2003) constitui-se em um nome de referência nos estudos da mídia regional. Em “Mídia nativa” ela analisa as relações entre indústria cultural e cultura gaúcha a partir do Movimento Nativista na década de 80. Sob o viés dos estudos em comunicação que viam a indústria cultural com características de massificação e homogeneização das identidades culturais, a autora observa que o Rio Grande do Sul parte por uma linha contrária, em que os movimentos culturais, independentemente dos efeitos dos meios, procuram uma afirmação da sua identidade regional. A indústria cultural e sua relação com a cultura regional é estudada a partir dos diversos meios: rádio, tv, jornal, revista, editoras, discos e gravadoras. Com relação à televisão, além dos “programas especiais” de temática regional, como o Galpão Crioulo, a programação também contempla os telejornais diários produzidos localmente, o que reforça a preocupação das emissoras em contemplar a cultura regional nos seus conteúdos.

Em “Querência: cultura regional como mediação simbólica”, Jacks (1999) observa a cultura regional a partir do estudo de recepção da telenovela “Pedra sobre Pedra”, com famílias de situação socioeconômica diferentes na cidade de Santa Maria/RS. A partir da pesquisa, percebe a mediação da televisão na vida cotidiana da comunidade gaúcha. Porém, isto é caracterizado por uma situação dialética, pois nem a tevê rompe a vida cotidiana da família enquanto comunidade gaúcha e nem a identidade desta é impermeável aos dispositivos de comunicação.

Já no trabalho realizado em conjunto, Jacks e Capparelli (2006) procuram entender as mudanças ocasionadas pela inserção da tevê por assinatura em Porto Alegre, nos anos 90. Realizaram um estudo de recepção e consumo de mídia com famílias de diversos bairros da cidade, incrementado por uma análise etnográfica das tradições familiares no grupo de receptores. A partir disso, foi possível perceber a formação identitária e o contexto cultural e cotidiano que eram perpassados pela origem étnica (alemã, italiana, judaica, negra) das famílias, ligadas à formação do Rio Grande do Sul.

Duarte (2012), outra pesquisadora da televisão regional, com foco nos telejornais da RBS TV e no tom assumido por estes na realização dos diferentes formatos em suas produções, contrapondo-se ao que é produzido pelas emissoras nacionais. É o processo de tonalização que confere identidade ao telejornal, por exemplo. E o tom de proximidade com os gaúchos e com a cultura sulista. Neste sentido, é o tom de gauchidade que perpassa os telejornais, que diferencia a emissora de sua cabeça de rede, a Rede Globo.

Além destes, outros diversos trabalhos são realizados sobre a televisão e o seu caráter regional no Rio Grande do Sul, e mais tantos que enfocam a cultura e a identidade gaúcha. Trata-se de um campo de pesquisa bastante amplo, pelas diversas abordagens possíveis, e ao mesmo tempo particular, graças à especificidade da cultura e da identidade regional no cotidiano.

### **Considerações**

Com este breve levantamento acerca de identidades e representação, podemos fazer inferências a respeito da conexão destes conceitos com o estudo da mídia, especialmente a televisão e sua relação com a identidade cultural do Rio Grande do Sul.

As identidades tem caráter de permeabilidade, podendo construir-se e modificar-se historicamente, conforme as mudanças sociais e culturais. Além disso, reconhecer as identidades significa reconhecer suas diferenças com relação ao outro.

Dessa maneira, pesquisar identidades, e mais ainda, as identidades midiáticas, se torna ainda mais importante para a comunicação nos tempos atuais. Com relação à identidade gaúcha na televisão regional, levantar questões acerca de qual é a identidade que é representada nos programas, especialmente nos telejornais, uma vez que não são tão específicos da temática como o Galpão Crioulo, por exemplo.

Ao término desta pesquisa da pesquisa, são muitas as inquietações. Será que há uma identidade telejornalística nas emissoras? A maneira como os assuntos são abordados e a escolha destes contribuem para a que o telespectador se identifique com o que é noticiado? Qual o papel do jornalista nesta relação? Pensando nos aspectos culturais, multiétnicos como apontados anteriormente, quais elementos são privilegiados? E as diferenças, sofrem preconceito ou discriminação de algum modo ou por alguma razão? Como a identidade gaúcha é representada na televisão, ela possibilita o reconhecimento do telespectador?

Para além de uma análise de programação ou do que é exibido pelo programa, estudar as identidades exige que as relações macrossociais, que constituem a realidade identitária e cultural daquela sociedade, também sejam consideradas nas pesquisas. Enfim, identidade é construção de significados, cabe-nos tentar interpretá-los e relacioná-los com a cultura da qual eles fazem parte.

### **Referências**

BAZI, R. E. R. TV Regional: trajetória e perspectivas. Campinas, SP: Editora Alínea, 2001.

BERGESH, Walmor. Os Televisionários. Porto Alegre, RS: Ardotempo, 2010.

BONIN, J. A. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO, E. et. al. Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006. (p.21-40).

CASTELLS, M. O poder da identidade. São Paulo: Paz e Terra, 1998. (p. 17-87)

COUTINHO, I. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. IN: VIZEU, A. (Org.) A sociedade do telejornalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

DUARTE, E. B. Telejornais: dos tons referentes ao subgênero e formato àquele próprio da produção local. In: SILVEIRA, A.C. M... [et al.], (orgs.). Identidades midiáticas. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2012.

GARCÍA CANCLINI, N. Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. 4. ed. 4. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

\_\_\_\_\_. Cultura y comunicación: entre lo global y lo local. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 1997. (p.77-93)

HALL, S. A identidade cultural na pós-modernidade. RJ: DP&A, 1999.

JACKS, N. Mídia nativa: indústria cultural e cultura regional. 3.ed. Porto Alegre: Ed.Universidade/UFRGS, 2003.

\_\_\_\_\_. Querência: cultura regional como mediação simbólica – um estudo de recepção. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

JACKS, N. CAPPARELLI, S. (Coords.) TV, família e identidade: Porto Alegre “Fim de século”. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

LISBÔA FILHO, F. F. . Linguagem televisual e significação no programa Galpão Crioulo. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, v. 9, p. 164-173, 2012.

SODRÉ, M. Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999. (p.13-69)

SILVEIRA, A. C. M. da. O espírito da cavalaria e suas representações midiáticas. Ijuí: Ed. Unijuí, 2003.

TAYLOR, C. Multiculturalismo: examinando a política de reconhecimento. Lisboa: Instituto Piaget, 1994. (p.45-94).

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. da (Org). Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais. 1º ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999. (p.7-72).