



TELEVISÃO, CULTURA E IDENTIDADE: UMA ANÁLISE CONTEMPORÂNEA
SOB O PRISMA DOS ESTUDOS CULTURAIS

GT1: Comunicação Intercultural e Folkcomunicação

Leila Lima de Sousa

Jornalista, Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí,
Professora Substituta do curso de Comunicação Social – Jornalismo – da
Universidade Estadual do Piauí. Graduada em Comunicação Social - habilitação
em Jornalismo pela Universidade Estadual do Piauí.

leilasousa.pi@gmail.com

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*

Introdução

Este artigo tem como objetivo, verificar o modo como os meios de comunicação atuam como co-produtores 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.

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.

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).

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 resignificadas, 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.

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 constroi 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.

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.

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.

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.

A mídia como co-produtora identitária: a influência da televisão em épocas de identidades em transição

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 constroi 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.

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.

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, resignificação 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 BIBLIOGRÁFICAS

- Canclini, N. G. (1995) *Consumidores e Cidadãos*. (5ª ed). Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Canclini, N. G. (2011) *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: UNESP.
- Coutinho, I., & Fernandes, L. (2007). 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.
- Coutinho, I., & Mata, J. (2010, Dez). Uma programação para chamar de sua: televisão, narrativa e participação popular. In: *Contemporanea: Revista de comunicação e cultura*, UFBA, 8 (2), 1-19.
- Escosteguy, A. C. (2001) *Cartografias dos Estudos Culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Ed. Autêntica.
- Escosteguy, A. C. (2006) Estudos Culturais: as margens de um programa de pesquisa. In: *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. 6, 1-16. São Paulo,
- Escosteguy, A. C. (2010). Estudos Culturais: uma introdução In: Silva, T.T. (org.), *O que é, afinal, Estudos Culturais?*. (4ª ed.) (pp. 133 – 223). Belo Horizonte, Autentica.

- Giddens, A.(2003). *Mundo em descontrolo: o que a globalização está fazendo de nós.* (3ª ed.) Rio de Janeiro: Record.
- Hall, S. (2000). *A identidade cultural na pós-modernidade.* Rio de Janeiro: DP&A.
- Hall, S. *Da Diáspora (2003): Identidades e Mediações Culturais.* Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Fheaterstone, M. (1997). *O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade.* Marcondes de Moura, C. E. (trad.) São Paulo: Studio Nobel SESC.
- Hobsbawn, E. J., & Ranger, T.(2012). *A Invenção das tradições.* São Paulo: Paz e Terra.
- Johnson, R(2010). O que é, afinal, Estudos Culturais? In: Silva, T. T. (org.). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* (pp. 7-132). Autêntica, Belo Horizonte.
- Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia: Estudos Culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno.* Bauru: EDUSC.
- Lopes, M. I. V. de (2004, março/maio). Televisões, nações e narrações: para uma revisão das identidades culturais em tempos de globalização. In: *Revista USP*, (61), 30-39. São Paulo.
- Lopes, M. I. V. de (2005). Para uma revisão das identidades coletivas em tempo de globalização. In: *Actas Dos III Sopcom, IV Lusocom e II Ibérico, 2005, Covilhã: Actas...* Covilhã: UBI.
- Martín-Barbero, J. (1995) *Secularizacion, desencanto y reencantamiento massmediatico.* In: *Dialogos de la comunicación*, (41).



Martín-Barbero, J. (2005). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ.

Mattelart, A., & Neveu, É. (2004). *Introdução aos Estudos Culturais*. Parábola Editorial, São Paulo.

Silva, T. T. (org.). 2010. *O que é, afinal, Estudos Culturais?* . Autentica, Belo Horizonte.

Wolton, D. (2006) *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática.

Woodward, K. (2000). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. IN: Silva, T. T. da (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes.