

LI-CHANG SHUEN

**TELEJORNALISMO, IDENTIDADE
E CULTURA NACIONALIZADA
NA ARGENTINA: PROCESSOS DE
CONSTRUÇÃO DE DOMINANTES
CULTURAIS A PARTIR DA NOTÍCIA**

*PERIODISMO DE TELEVISIÓN, IDENTIDAD Y
CULTURA NACIONALIZADA EN ARGENTINA:
PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN DE DOMINANTES
CULTURALES EN LAS NOTICIAS*

*TELEJOURNALISM, IDENTITY AND
NATIONALIZED CULTURE IN ARGENTINA:
PROCESSES OF MAKING CULTURAL DOMINANTS
FROM NEWS*

Recebido em: 19 abr. 2016

Aceito em: 06 jun. 2016

Li-Chang Shuen: Universidade Federal do Maranhão
(São Luís-MA, Brasil)
Professora Adjunta II do Departamento de
Comunicação Social da Universidade Federal
do Maranhão. Doutora em Ciências Sociais pela
Universidade de Brasília.

Contato: lichangshuen@gmail.com

ISSN (2236-8000)

cultura e mídia

RESUMO

Este artigo apresenta parte dos resultados de pesquisa de doutorado concluída sobre o processo de produção, circulação e manutenção de dominantes culturais no telejornalismo no Brasil e na Argentina. O trabalho traz uma análise sobre o perfil de quem decide o que é notícia no Telenoche, noticiário de maior audiência do horário nobre na Argentina, e sobre como a manutenção de dominantes culturais relacionados a Buenos Aires efetivamente se manifesta no noticiário, a partir da análise combinada de entrevistas com os produtores/editores e de 56 reportagens exibidas na série Argentina Desde Adentro.

PALAVRAS-CHAVES: Cultura nacionalizada; identidade; telejornalismo; Argentina.

RESUMEN

Este artículo presenta algunos de los resultados de la investigación doctoral sobre el proceso de producción, circulación y mantenimiento de dominantes culturales en periodismo de televisión en Brasil y Argentina. El trabajo aporta un análisis del perfil de quién decide qué es noticia en Telenoche, el noticiero de mayor audiencia en Argentina, y sobre cómo el mantenimiento de dominantes culturales relacionadas con Buenos Aires se manifiesta en la actualidad, a partir del análisis combinado de entrevistas con productores y editores y de 56 informes que se muestran en la serie Argentina Desde Adentro.

PALABRAS-CHAVES: Cultura nacionalizada; identidad; periodismo de televisión; Argentina.

ABSTRACT

This article presents some of the results of doctoral research completed on the process of production, circulation and maintenance of cultural dominants in telejournalism in Brazil and Argentina. The work brings an analysis of the profile of who decides what is news in Telenoche, the highest-rated news show primetime in Argentina, and about how the maintenance of cultural dominants related to Buenos Aires effectively manifests itself in the news, from the combined analysis of interviews with producers/editors and 56 reports displayed in the series Argentina Desde Adentro.

KEYWORDS: Nationalized Culture; identity; telejournalism; Argentina.

INTRODUÇÃO

Apresentamos neste artigo parte dos resultados de pesquisa de doutorado concluída. A tese é uma análise do processo de construção, manutenção e disseminação de dominantes culturais em sociedades nacionais heterogêneas, em perspectiva comparada. Defendemos que o que chamamos de cultura nacional, no Brasil e na Argentina, é uma simplificação feita a partir de núcleos culturais do Rio de Janeiro e de Buenos Aires, transformados em dominantes culturais. Isso é possível graças a uma série de mecanismos de reprodução da representação cultural dos dois países, mecanismos estes tão variados quanto o sistema educacional, as próprias políticas culturais dos governos e a ação dos meios de comunicação, em especial a televisão aberta.

O papel desta última nesse processo é o foco da pesquisa. Nosso apoio teórico é interdisciplinar, mobilizando conceitos caros à antropologia, sociologia, teoria da comunicação e do jornalismo. O principal objetivo foi compreender como a televisão transforma elementos culturais regionais, que aqui são chamados de núcleos culturais e ideológicos (ELIAS, 1994), em representações dominantes da cultura nacional. Esse processo acontece no telejornalismo com a contribuição das pessoas que decidem o que é notícia – editores e produtores de conteúdo. O estudo foi empreendido a partir da análise comparada dos processos de construção de sentidos nos telejornais Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, e do Telenoche, do Canal Trece. Partimos do pressuposto de que a televisão em rede favorece o processo de transformação/manutenção de núcleos culturais em dominantes culturais porque é da natureza do meio simplificar a representação do real e, em se tratando da cultura heterogênea de países tão diversificados, a escolha pelos elementos já presentes de alguma forma no imaginário popular é, para as pessoas que produzem o que vemos na tela, um processo natural.

O conceito de dominantes culturais adotado é aquele oferecido por Jameson (1991), segundo o qual uma dominante cultural é um elemento que subordina os demais elementos que coexistem em um dado sistema simbólico cultural. Neste artigo, o foco está no Telenoche, telejornal mais antigo da Argentina, no ar desde 1960 e líder de audiência no horário nobre. A metodologia utilizada neste exercício foi uma combinação de análise de conteúdo das entrevistas com os produtores do Telenoche, realizadas em janeiro de 2012, e de 56 reportagens especiais veiculadas no noticiário em 2011. O objetivo aqui é analisar as relações entre as visões de mundo dos habitantes da redação do Telenoche e o produto de vai ao ar na forma de representação simbólica da argentinidade, construída a partir de, e destinada a, Buenos Aires.

QUEM DECIDE O QUE É NOTÍCIA NO TELENOCHE

A identificação com a linha editorial da empresa, independentemente do suporte para o qual o jornalista colabora, é essencial para a construção de um discurso coerente e coeso que irá se refletir na forma com que esse jornalista representa a realidade para seu público. A própria ideia que os jornalistas fazem de quem seja e do que quer seu público tem a ver com

a concepção ideológica da linha editorial da empresa. Daí a construção e reforço de dominantes culturais, na televisão, ser um processo complexo que vai além da publicação de notícias.

O telejornal de maior audiência na Argentina é feito por oito produtores/editores, que produzem conteúdo para o Telenoche e para todos os programas noticiosos do Treze e do canal de notícias 24 horas Todo Noticias, que funciona no mesmo prédio e cuja redação fica no mesmo espaço. Não existe a separação entre as funções de produtor e editor. O habitat dos jornalistas do Treze e Todo Noticias é uma grande redação com nichos agrupados de acordo com os programas. Os produtores do Telenoche ocupam o centro desse espaço. São jovens jornalistas, todos de Buenos Aires, capital, com exceção de uma produtora que é oriunda de Lomas de Zamora, na província de Buenos Aires.

Dos oito produtores/editores, apenas dois frequentaram universidades públicas. Uma produtora não é graduada em jornalismo: possui graduação em ciência política, com uma pós-graduação em jornalismo e outra em ciência política. Apenas um jornalista não é formado por escolas de comunicação da capital Buenos Aires – exatamente a produtora de Lomas de Zamora. Todos os outros frequentaram escolas tradicionais de formação de jornalistas que, na Argentina, tem uma configuração um pouco diferenciada da graduação oferecida nas universidades brasileiras: os cursos têm caráter mais técnico que acadêmico¹, ou seja, estão mais focados na formação de jornalistas-técnicos do que jornalistas que pensam sobre a prática jornalística.

O *Círculo de Periodistas*, por exemplo, oferece graduação em jornalismo no estilo do bacharelado brasileiro, mas também oferece cursos livres com duração de um a dois anos. A *Facultad de Comunicación ETER* é focada nos aspectos técnicos da profissão. Temos, assim, uma implicação importante: os habitantes da redação do Telenoche adquirem a formação técnica na universidade e incrementam a formação ideológica na própria emissora. Isso ficou perceptível durante as entrevistas, quando os produtores/editores não mostravam preocupação em discutir aspectos teóricos relacionados ao jornalismo, pois, nas palavras de um deles, “a prática do dia-a-dia ajuda a identificar o que precisamos para fazer nosso trabalho”. Para eles, o noticiário é um reflexo, não uma construção da realidade. A exceção é a produtora graduada em Ciência Política, formada na *Universidad Torcuato Di Tella*. Em suas respostas, ela sempre problematizava o fato de que os jornalistas escolhem a cultura de Buenos Aires como cultura nacional sem uma visão crítica disso.

O menor espaço que a cultura recebe no noticiário, em comparação com as outras editorias, não retira dela seu impacto na formação do discurso simbólico do telejornal, que se utiliza de todas as editorias para construir uma imagem de nação à semelhança do que acreditam seus produtores e do que estes julgam ser a representação esperada por seus espectadores. A representação tornada hegemônica passa a ser uma forma ideológica que se mantém por meio das dominantes culturais, entendidas aqui como núcleos ou elementos culturais que tornam-se hegemônicos e subordinam todos os demais dentro do sistema simbólico de uma sociedade (JAMESON, 1991). Ressalta-se que outros núcleos culturais também aparecem. Contudo, mesmo a abertura que o sistema de redes de

¹ Além da Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Círculo de Periodistas, Universidad Torcuato Di Tella e da Facultad de Comunicación ETER, há ainda um produtor graduado pela Universidad Del Salvador, católica.

afiliadas hipoteticamente proporciona para que núcleos culturais regionais apareçam em rede nacional não é suficiente para abalar o domínio que os núcleos culturais referentes às cidades-sinédoques (RIBEIRO, 2002) exercem sobre o espectro cultural televisivo.

TELENOCHE: ECOS DE UMA ARGENTINA BUENAIRENSE

A quase totalidade das matérias exibidas pelo TN é produzida pela equipe de Buenos Aires, tendo a capital como matéria-prima. Por isso, usamos como corpus para esta parte da pesquisa tanto as entrevistas com os produtores quanto reportagens de uma série especial exibida de maio a outubro de 2011, “Argentina desde adentro”, que se propôs a mostrar para os *porteños* o país profundo que eles não conhecem. Ao todo são 56 reportagens que mesclam aspectos culturais, econômicos, sociais e políticos do interior da nação. A série pode ser vista no site <http://www.eltrecetv.com.ar/tags/argentina-desde-adentro>.

A escolha por essa série específica veiculada no Telenoche e não por reportagens pontuais se deveu ao fato de que se trata de um telejornal de notícias duras (*hard news*) inserido em um modelo incompleto de televisão em rede (não pautado na relação rede-afiliadas) e que tem na economia e na política seu foco de ação. Isso faz com que poucas notícias sobre cultura sejam veiculadas, exceto em caso de informes sobre shows, espetáculos e eventos que acontecem ou vão acontecer, prioritariamente, em Buenos Aires. No período de veraneio, a cidade litorânea de Mar Del Plata, onde muitos portenhos vão passar as férias, ganha espaço no telejornal como local de diversão e de fuga da rotina da capital.

Existe um produtor de cultura no Canal Trece, que produz conteúdo para todos os telejornais da emissora e também para o canal Todo Noticias. Seu trabalho é abastecer os telejornais da emissora com informes que no Brasil conhecemos no formato de “agenda cultural”. Reportagens especiais sobre cultura são raras, porque a cultura ali naquele ambiente organizacional é vista como “dada” e “conhecida por todos”, referência aos núcleos culturais que definem a cultura nacionalizada argentina, em especial o tango.

As matérias da série não são sonorizadas com músicas folclóricas ou das regiões visitadas. Chamou a atenção o fato de que o *background* (ou simplesmente *bg*, música ou conjunto de músicas que sonorizam uma reportagem ou série) seja composto majoritariamente pela introdução instrumental de uma música chamada *Clint Eastwood*, da banda norte-americana *Gorillaz*. Para o telespectador comum talvez não faça muita diferença que música ele vai ouvir ao fundo do *off* (texto do repórter) e nos momentos de “sobe som” (intervalos entre partes do *off* e/ou das entrevistas, na televisão chamadas de “sonoras”) de uma matéria, mas para alguém um pouco mais atento, como uma pesquisadora, é no mínimo intrigante o fato de uma série sobre aspectos não conhecidos de um país não ser usada como oportunidade para também divulgar a música regional, que os próprios produtores do Telenoche reconhecem ser pouco valorizada pelos portenhos e pela televisão em rede.

A série dá mais destaque às questões geográficas e econômico-sociais que a aspectos culturais, que aparecem apenas de forma marginal, como se

não fosse importante ao telespectador buenairense conhecer a cultura que existe fora da capital, fora do tango e das características percebidas como europeizadas dos habitantes da metrópole cosmopolita. A série é uma forma de aproximar e diferenciar o interior da capital. Quando o repórter destaca que “até aqui”, uma cidade pequena, “as pessoas se preocupam com a violência urbana crescente”, o parâmetro de comparação é a cidade-sinédoque.

Outro aspecto que chamou a atenção foi o uso de legendas nas falas dos entrevistados em algumas reportagens, o que não se justifica apenas pela qualidade do áudio ambiente (já que não são usados microfones direcionais), mas por causa do sotaque diferenciado das pessoas do interior, que pode gerar dificuldade de compreensão do que é dito para o público-alvo. A perspectiva é sempre a de Buenos Aires.

A série reforça o mito civilização versus barbárie, promovendo uma comparação não declarada entre a capital europeia e cosmopolita e o interior não desenvolvido e cheio de contradições. O *lead* do primeiro VT da série é sintomático do contraste entre a modernidade da metrópole e o “atraso” de outras localidades. O destaque dado para fatos pitorescos das regiões visitadas reforçam esse estereótipo. Textualmente, diz o *lead*: “Daniel Malnatti comenzó un viaje que recorrerá la Argentina de punta a punta y que acercará a todos los argentinos. La primera parada es Santa Catalina, provincia de Jujuy, un pueblo que queda en el extremo norte del país, a sólo metros de Bolivia, donde viven 250 personas y en el que hay sólo un teléfono para todos”². Cabe ressaltar que esse é o mesmo padrão utilizado pelo Jornal Nacional, de mostrar o “interior” como antítese da capital/das metrópoles³. Nas palavras do repórter Daniel Malnatti, “aquí é a Argentina, diferente daquela que conocemos”. O sujeito aquí é muito claro: o telespectador buenairense. E a Argentina “que conocemos” não é outra senão aquela que se confunde com sua capital.

Na série, o pronome possessivo “nosso” não foi usado para se referir ao país, à cultura, ao povo. As expressões “nossa Argentina”, “nosso povo”, “nosso país” não são utilizadas em nenhuma das reportagens exibidas. É sempre “a Argentina”, “o povo mendozino”, “o país”. É intrigante, pois ao pesquisador dá a impressão de que existe no discurso jornalístico uma divisão entre “nós” e “eles” e uma falta de visão de comunidade imaginada que transforma o texto em um reforço da dicotomia capital x interior que Grimson (2012) analisa em seu livro sobre mitos argentinos. Segundo o autor,

Las cuestiones de Buenos Aires se convierten, por un subterfugio, en temas nacionales: la mayor parte de los medios de todo el país difunden desde la temperatura hasta el estado de los subterráneos porteños, salvo el caso de los medios públicos en los últimos años. Em cambio, el clima y los problemas de Mendoza o Catamarca son cuestiones locales y particulares. Los artistas triunfan en Buenos Aires y quienes hablan desde la Capital hablan acerca del país, mientras que la literatura, la música y los intelectuales de otras zonas son considerados expresiones provinciales que se refieren a cuestiones regionales. Se trata de una desigualdad que persiste. Es parte de nuestro imaginario, y nuestro imaginario tiene consecuencias muy reales (GRIMSON, 2012, p.121).

² Série Argentina Desde Adentro, “Primer envío de Argentina Desde Adentro”, 11 de maio de 2011.

³ A narrativa padrão do Jornal Nacional ao mostrar o Brasil que está fora das grandes metrópoles reforça estereótipos de que aquilo que está no “interior” carece de “modernidade”, ou que o fato de haver essa “modernidade” onde ela não seria esperada é algo extraordinário. Nessa narrativa, o interior é o local em que os avanços tecnológicos ainda não chegaram, ou chegaram de forma precária e insuficiente. A metrópole, a capital, a cidade grande, são os lugares de convergência e de saturação de tudo o que é identificado com a modernidade e o interior, a província, é o local de refúgio e de reencontro com a simplicidade.

Algumas dessas consequências são reconhecidas pelos produtores do Telenoche: Buenos Aires ecoa em todo o país, mas o país não se reconhece em Buenos Aires, como sintetizou um dos repórteres mais antigos da emissora que participou da minha conversa com os produtores. A ideia de que existe, ou deveria existir, uma unidade cultural leva à imposição de certos aspectos culturais sobre outros (GRIMSON, 2012) e esses outros formam um conjunto tão diverso que a rotina jornalística prefere tratá-los como curiosidades e regionalismos que vez ou outra até merecem estar no noticiário, mas a ocasião para isso nem sempre aparece. Uma série especial sobre o interior do país poderia ser essa ocasião, mas os produtores entrevistados pareciam pensar de forma diferente.

No universo de 56 reportagens, em apenas três delas houve abertura para ouvirmos música regional e ainda assim por pouco tempo. Em um VT de 10 minutos e 40 segundos sobre Colonia Dora, em Santiago del Estero, a música da província foi ouvida como *bg* por apenas 15 segundos. Detalhe: o repórter citou de passagem que a província é “a mãe do folclore” argentino e terra da *chacarera*, dança típica do sul da Bolívia e noroeste da Argentina. Mas a dança não foi mostrada, nem explicada. A outra reportagem, “Comedor Jesus Vila Mercedes”, teve um pequeno trecho (menos de 20 segundos) sonorizado com uma música de Mercedes Sosa. A terceira mostrou personagens locais cantando músicas folclóricas da província de Salta – mas também durou menos de 20 segundos, logo na abertura do VT. Não se retornou ao tema “cultura” no restante da reportagem, nem se explicou que música era aquela cantada pelas pessoas acompanhadas pelo violão.

Talvez os personagens das matérias tivessem mais consciência da distância entre suas províncias e a capital nacional que o próprio repórter, distância não apenas geográfica, mas cultural também. Um entrevistado na província de Mendoza chegou a dizer que “estamos mais próximos da capital do Chile que da capital da Argentina”. O “da Argentina” soou, no contexto do VT, como o outro-lugar, o lugar em que o pertencimento estava condicionado ao reconhecimento das particularidades locais. E, insisto, em nenhum VT as particularidades locais foram valorizadas: apenas mostradas, informadas, sem a preocupação de aprofundar o conhecimento dos argentinos de Buenos Aires sobre a Argentina que lhes escapa da percepção imediata do cotidiano.

Quando a série mostrou a viagem do repórter pela província de Buenos Aires, o europeísmo foi claramente reforçado. Não se falou de futebol, não se falou de tango, não se falou de *asado*. O destaque foi para as estâncias de criação de cavalos para a prática de polo, esporte no qual os argentinos são reconhecidos como potência mundial. O polo é um esporte fortemente europeizado e elitizado, em que as massas são transformadas em audiência de uma atividade tida como nobre, branca, cosmopolita.

Em Buenos Aires, não é apenas a arquitetura que faz o visitante ter a impressão de estar em uma cidade europeia em terras americanas, mas especialmente a forma com que se portam seus moradores. Se compartilham a paixão pelo futebol, pelo mate e pelo *asado* como qualquer argentino, igualmente orgulham-se de serem ótimos praticantes de polo, assim como exímios degustadores de vinho e apreciadores de bebidas quentes nos *cafés* estilo parisiense que dominam a paisagem local. O argentino buenairense

como europeu é um mito que tem a força de estruturar, como todos os mitos, a autorrepresentação da nação. Um dos repórteres comentou comigo que “as pessoas de Buenos Aires pensam que estão em Paris”, e lamentou que essa “vontade de ser europeu” afaste os argentinos de seus vizinhos, considerados índios, negros e bárbaros. Para uma das produtoras, o europeísmo explica a melancolia e a frieza típica da classe média portenha, em contraste com a alegria do brasileiro.

O contraste com as demais províncias, sempre mostradas a partir de uma visão pitoresca em que ora se destacava a pobreza ora a dificuldade de se viver longe da metrópole, é muito intenso. Ao destacar que a província de Buenos Aires ocupa 11% do território, tem 10,5 milhões de habitantes dos quais 10 milhões vivem em Buenos Aires, capital federal, o discurso jornalístico reitera que se está falando do centro do país, não de um lugar qualquer. E o centro do país é aristocrático. Fora desse centro, a Argentina é povoada por “los cabecitas negras”, expressão usada por mais de um produtor do Telenoche que, segundo eles, é a forma jocosa e preconceituosa com a qual os portenhos se referem aos moradores das províncias, ou seja, aqueles que não têm parentesco com os imigrantes europeus que “fizeram Buenos Aires diferente e ativa”.

Isso nos remete à questão da estigmatização com a qual os argentinos das províncias convivem no noticiário buenairense. Um dos produtores tocou nesse ponto durante nossa conversa: “los cabecitas negras” aparecem quando fazem protestos, quando catástrofes naturais ou econômicas os atingem, quando alguma medida governamental os leva para as ruas em *apitazos* e *cacerolazos*. A cultura deles é assunto local. A estigmatização acontece quando “se toman ciertos rasgos entre muchos otros, quizás un rasgo que está presente sólo en un grupo, y se lo considera el rasgo por antonomasia, el define a toda una nación” (GRIMSON, 2012, p.18).

Nesse sentido, o próprio tango é um núcleo cultural que contribui para a estigmatização do argentino como povo dramático e melancólico. Taylor (1987) concorda que o tango reflete certa ambivalência por ser o símbolo cultural que enfatiza a dor e a incerteza, que serve tanto para o amor cantado nos versos quanto para a realidade política, econômica e social do país que, no começo do século XX, vivia uma era de esplendor que se transformou em eterno “vir a ser”, nunca concretizado. A aceitação do tango como música portenha, depois nacionalizada, primeiro passou por um processo de reconhecimento externo, para então ser encampado pelas elites e transformado em símbolo da argentinidade.

Segundo Taylor (1976), foi preciso a dança ser levada à Europa, especialmente para os cabarés de Paris, para que o complexo de inferioridade dos argentinos fosse vencido, assim como o preconceito contra uma manifestação cultural nascida nos subúrbios de Buenos Aires, e o tango passasse a ser aceito em seu país natal. As “casas de má-fama”, em que o amor não correspondido era cantado no começo do século XX, cederam espaço para locais requintados que atraem turistas que visitam a capital em busca de ver o que eles acreditam ser o maior símbolo da cultura nacional e que todo argentino conhece e pratica.

Um dos produtores chegou a questionar a legitimidade do tango como música nacional em um contexto de globalização acentuada em que a música local perde espaço nas rádios para o rock e para o pop

internacional. Ele me perguntou quantas vezes, durante minha visita ao país, eu havia escutado tango nas rádios portenhas. “Nenhuma, aposto”, ele me disse. E tinha razão: ouvi muita música brasileira, muito rock argentino e internacional, música pop americana, mas nada de tango. A resposta, segundo meu interlocutor, é que o tango foi escolhido pela mídia como música de protesto contra o rock que invadia as rádios do país nos anos 1970 e, diante da inevitável supremacia das gravadoras internacionais que impunham a música estrangeira, o tango transformou-se em música nacional para turista ver. Para meu interlocutor, “o argentino com o tango é como o católico que só vai à missa no Natal”.

Taylor (1976) não deixou de observar o uso político do tango na vida argentina. Após a aceitação da música do subúrbio, comícios eram realizados e tinham como atrativo orquestras de tango. De música marginalizada a música popular, o tango também serviu como aglutinador de massas em uma época na qual reunir multidões era a diferença entre o sucesso e o fracasso eleitoral. Já Grimson (2012), ao analisar o tango como mito de nacionalidade argentina, destaca que

La idea de que el tango es la música nacional es análoga a la idea de que la cultura de Buenos Aires debería ser la cultura nacional. Es una proyección de la hegemonía cultural porteña sobre el conjunto del país. El tango se distingue del “folclore”, término que muchas veces reduce la enorme diversidad musical del país y que es propio del así llamado “Interior”. Si queremos entender cómo se construyó la hegemonía cultural de Buenos Aires, preguntémosnos por qué el chamamé es correntino, el cuarteto es cordobés y el tango es nacional (GRIMSON, 2012, p.115).

Questionamento, aliás, cuja resposta requer uma análise complexa de fatores políticos, econômicos, sociais e culturais. A hegemonia política e econômica de Buenos Aires, o centralismo portenho, reflete-se em todas as áreas da vida da nação. A cultura é ainda mais permeável a essa hegemonia porque ela tem sido pensada como elemento de união em torno de um ente político centralizado, porém não unitário. O tango transforma-se em núcleo cultural exatamente por ser um elemento adotado pelas elites políticas e econômicas, oriundo das classes populares da capital, que consegue sobrepor-se ao “folclore” regional.

Mas o tango, na verdade, é folclore regional. Nacionalizado. Se toda a vida política e econômica da Argentina se concentra em Buenos Aires, se a mídia argentina é fortemente enraizada na capital e o sistema de redes de transmissão de conteúdo – tanto de rádios quanto de televisão, assim como as cadeias de circulação de jornais impressos – funciona com fluxos unidirecionais capital-interior, a cultura tornada nacional será aquela compartilhada pelos habitantes da capital.

Para os produtores do Telenoche, na linha indicada por Grimson anteriormente, folclore é toda manifestação cultural que existe *fora* de Buenos Aires. Ao serem questionados sobre a cultura portenha também ser composta de manifestações folclóricas, eles comentaram que na capital não existe folclore porque tudo é nacional. Então, cultura nacional não é folclore e folclore não é cultura nacional. É uma construção discursiva interessante, porque mostra que os jornalistas diferenciam uma coisa de

outra: se é folclore, não é cultura nacional e vice-versa. Um dos produtores, inclusive, perguntou o que eu chamava de cultura regional em meu questionário: “usted refiere a folclore, dale?”

Esse questionamento aponta para uma inquietação sobre a formação cultural dos jornalistas que atuam em uma emissora de alcance nacional. A visão aristocrática desses jovens que produzem o telejornal mais visto da Argentina é um reflexo do ambiente organizacional em que vivem ou o fato de serem nativos da capital os faz, realmente, míopes à maior complexidade da vida cultural do seu país? Ao externar essa inquietação com um dos repórteres mais antigos da emissora, ele me respondeu que aos jovens jornalistas buenaienses falta sair mais da redação e conhecer o país que eles se propõem a retratar de uma forma mais direta. Depois, questionados sobre quantas vezes eles saem da redação para apurar suas pautas, todos estranharam a pergunta. Afinal, produtor e editor, na visão da maioria deles, são figuras que ficam na redação. A rua é o lugar do repórter. E se o repórter, ao viajar pelo país, não julga importante destacar a cultura dos lugares por onde passa, é porque isso não é importante ou pelo menos não é suficiente para receber mais destaque que os aspectos sociais e econômicos sempre privilegiados nos VT's sobre o interior.

Para confirmar a sobrevalorização, mais além da série comentada, de Buenos Aires enquanto centro cultural da vida argentina, das três reportagens sobre cultura veiculadas durante o mês de janeiro de 2012 no Telenoche uma falava de Buenos Aires, outra falava sobre o festival nacional de *chamamé* em Corrientes e a terceira destacava a preparação para o desfile de blocos de carnaval (chamados na Argentina de *comparsas*) em Entre Ríos. A primeira delas falava sobre aspectos físicos da capital que, segundo texto narrado, é parte importante da cultura do país: o amor pelas árvores, refletido na intensa arborização da cidade. O VT, de mais de seis minutos, foi sonorizado com tango eletrônico (ao estilo do trio Gotan Project). A outra, sobre o festival de *chamamé*, foi uma reportagem curta, tipo registro, de que houve o festival, citou os artistas que participaram naquele último dia (nenhum de Buenos Aires) e, curiosamente, deixou pouco espaço de “sobe som” para o telespectador ouvir as canções e conhecer melhor aquele estilo que os produtores do TN chamam de “folclore correntino” e que um dos produtores reconheceu ser tratado pelos portenhos como “arte menor”. A última reportagem destacava a presença de passistas das escolas de samba do Rio de Janeiro ajudando as foliãs argentinas a sambar para “inovar” no desfile de *comparsas*. O destaque, então, não era para a cultura local, mas para a importação de cultura brasileira, país por excelência do carnaval, para usar a expressão que ouvi de quase todos os jornalistas na redação do Trece.

Não posso deixar de citar que, embora o noticiário “esqueça” as províncias, os intervalos da programação as lembram. No canal Todo Notícia e também no Trece são veiculadas vinhetas (*spots* publicitários institucionais) com imagens dessa Argentina que mais dificilmente se vê no noticiário com o slogan “Todos Nosotros”. Isso, porém, chega a ser paradoxal: as províncias fazem parte do país, mas a cultura das províncias não faz parte da cultura nacional. Parece prevalecer uma concepção exclusivamente territorial da diversidade da nação. Mais paradoxal ainda foi perceber que os produtores do Telenoche ou não haviam se dado conta

dessa contradição inserida pelas vinhetas no fluxo da programação das emissoras, ou apenas incidental e pouco reflexivamente o tinham feito.

Eles lembraram que o telejornal que vai ao ar na emissora às 13h tem um diferencial em relação aos telejornais das emissoras concorrentes: não há vinheta de passagem de bloco (aquela música de abertura e encerramento dos programas televisivos que marca sua identidade sonora). Por isso, a cada passagem de bloco para o intervalo o telespectador vai ouvir música argentina. Para eles, isso mostra o compromisso institucional com a cultura do país. Então, parei para conferir que tipo de música sonoriza a passagem de bloco. Realmente, é música de artistas argentinos. Porém, em trinta dias de noticiário, todas as músicas veiculadas eram ou de cantores de Buenos Aires ou de artistas identificados mais com a música pop/rock internacional do que outras músicas argentinas. Nem tango tocou. Nesse sentido, a passagem de bloco com músicas nacionais serve mais para divulgar o trabalho de cantores que se adequam ao estilo de música veiculada nas rádios seguindo o padrão internacional do que para valorizar a cultura local.

Fenômenos e manifestações políticas, embora apareçam no noticiário como editoria de política, tem um viés cultural para seis dos oito produtores do TN. Piquetes e protestos massivos, segundo eles, são característicos de Buenos Aires, especialmente os *cacerolazos*. Porém, o elemento cultural “piqueteiro” também é transformado em personagem da cultura nacional. Durante o mês de janeiro de 2012, a cidade viu a emergência de vários protestos (especialmente de vendedores ambulantes que haviam sido retirados da principal rua do comércio para turistas da cidade, a *Calle Florida*). Enquanto uma das matérias ia ao ar, os jornalistas comentavam comigo na sala de controle que “isso é Argentina, isso são os argentinos”. A capital subordina até mesmo a cultura política do país e meus interlocutores achavam isso completamente natural, em mais uma demonstração da força hegemônica da sinédoque portenha. E isso vai ao ar em forma de textos e imagens que não problematizam a heterogeneidade nacional.

Nesse sentido, é importante ressaltar a questão da audiência presumida. Os produtores sabem que o telejornal que levam ao ar será visto, primordialmente, pelos portenhos, que têm expectativas próprias sobre o que ver na televisão. Se é verdade que os moradores da capital têm pouco interesse naquilo que acontece alhures, como justificam os produtores, todo o discurso jornalístico de hegemonia buenairense é uma construção coletiva e “la comprensión del texto no es sólo um registro pasivo de la información, sino que es um proceso reconstructivo activo” (VAN DJIK, 1980, p.147).

Texto aqui deve ser entendido como muito mais que a articulação entre palavras que exprimem ideias: texto é uma dimensão importante do discurso, cujo conceito que tenho em mente é oferecido pelos teóricos da Análise de Discurso Crítica, de viés anglo-saxão com fortes tendências marxistas, segundo o qual discursos são construções simbólicas sobre aspectos da prática social a partir de uma perspectiva particular. Mais que palavras, discursos são um modo de ação. Se no discurso jornalístico praticado individual e institucionalmente pelos produtores do Telenoche, Buenos Aires é a contrafação da Argentina, toda a ação veiculada no telejornal em forma de notícia irá trazer essa marca e os núcleos

culturais presentes nesse discurso serão, majoritariamente – nesse caso exclusivamente – advindos da cidade-sinédoque do país.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise combinada das entrevistas com a série mostrou que, tanto no nível institucional quanto individual, a Argentina que o telejornalismo vê e promove é um país centralizado, orgulhoso de sua capital, de sua herança europeia, de sua diferença em relação aos vizinhos e quase completamente indiferente ao que está fora da cidade portuária. Confirmou-se, portanto, a hipótese de que os jornalistas escolhem os núcleos culturais e ideológicos de Buenos Aires para transformá-los – ou mantê-los – como dominantes culturais como conjunto de significações específicas do comportamento do povo de uma cidade que é espelhado para toda uma nação.

As relações entre núcleos culturais e ideológicos, dominantes culturais, hegemonia e nacionalismo em um contexto de heterogeneidade sociocultural são atravessadas por relações assimétricas de poder, materializadas no desequilíbrio com que as representações da cultura nacionalizada são construídas e disseminadas pelos mais variados aparatos institucionais produtores de dominantes culturais. Essa relação não é natural, é uma construção mediada por aparatos sociais, institucionais e midiáticos. A tevê naturaliza essa relação por meio dos estereótipos que simplificam a realidade para os telespectadores. Ao ser naturalizada, essa relação é passível de questionamento que, no fluxo diário da programação televisiva, não é feito porque o telespectador ou não tem tempo ou porque lhe faltam as habilidades para fazer esse tipo de exercício de fuga do superficial.

O nacionalismo é uma construção ideológica. A cultura nacional é, na verdade, nacionalizada. Ela não existe a priori, nem é autorreferente: ela é construída institucionalmente, e as instituições que a imaginam e produzem são as mais variadas. Na tevê, a assimetria entre núcleos culturais é potencializada pelas características do meio, que tende à homogeneização do conteúdo oferecido a uma audiência heterogênea.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. *La Construcción de la Noticia*. Barcelona: Paidós, 1996.

ANDERSON, Benedict. *Comunidades Imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BHABHA, Hommi K. (org). *Nation and narration*. London: Routledge, 1990.

BIRD, Elizabeth (org). *The anthropology of news and journalism. Global perspectives*. Bloomington: Indiana University Press, 2010.

ELIAS, Norbert. *A Sociedade dos Indivíduos*. Organizado por Michel Schhöter. Tradução: Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

GANS, Herbert J. Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. 25th Anniversary Edition. Illinois: Northwestern University Press: 2004.

GRIMSON, Alejandro. Mitomanias argentinas: como hablamos de nosotros. Buenos Aires: Siglo XX, 2012.

JAMESON, Fredric. Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism. Durhan: Duke University Press, 1991.

RIBEIRO, Gustavo. Tropicalismo e Europeísmo. Modos de representar o Brasil e a Argentina. In: FRIGERIO, Alejandro; RIBEIRO, Gustavo Lins (orgs). Argentinos e Brasileiros: encontros, imagens e estereótipos. Petrópolis: Vozes, 2002.

SIRVÉN, Pablo. Quién te ha visto y quién TV. Historia informal de la televisión argentina. 2ed. Buenos Aires: Ediciones de la Flor, 1998.

TAYLOR, Julie M. Tango. In: Cultural Anthropology, v. 2, n. 4, p. 481-493, nov. 1987.

TAYLOR, Julie M. Tango: Theme of Class and Nation. In: Ethnomusicology, v. 20, n. 2, p. 273-291, May, 1976.