

Recebido: 01.04.2024

Aprovado: 27.04.2024

Avaliado pelo Sistema Double Blind Review

IMPACTO CULTURAL MIDIÁTICO: A INFLUÊNCIA DA REPRESENTAÇÃO DE AMAZONENSES NO BIG BROTHER BRASIL NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE CULTURAL NA REGIÃO NORTE

MEDIA CULTURAL IMPACT: THE INFLUENCE OF THE REPRESENTATION OF AMAZONIANS IN BIG BROTHER BRASIL ON THE CONSTRUCTION OF CULTURAL IDENTITY IN THE NORTH REGION

Esthéfane Araújo de Souza

E-mail: esthefanelaraujo7@gmail.com

ORCID: 0009-0003-0486-3743

Gleiciamara da Silva Fortuno

E-mail: gsfortuno98@gmail.com

ORCID: 0009-0008-7287-9188

Julliana Vaz da Cruz

E-mail: jullianavaz31@gmail.com

ORCID: 0009-0002-1169-9868

RESUMO

O estudo analisa a relação entre a mídia e estereótipos regionais na região Norte focado em uma Amazonense, e explora o papel da mídia na formação de percepções culturais. Utilizando teorias como a das representações sociais (MOSCOVICI, 1978) e a teoria da mídia (THOMPSON, J.B., 1998), a pesquisa analisa como os estereótipos são reforçados ou desafiados pela representação da região na televisão. Métodos qualitativos, como entrevistas e análise de conteúdo, são utilizados para coletar dados e aprimorar ideias. Um exemplo analisado é a representação do Amazonas por Isabelle Nogueira no Big Brother Brasil e seu impacto na percepção do público sobre a região. O estudo destaca a importância da representação autêntica na mídia nacional para valorizar a cultura brasileira e discute o papel da mídia na construção da identidade cultural regional e nacional, e seus impactos na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Identidade cultural. Impactos midiáticos. Norte. Reality Show. Representação social.

ABSTRACT

The study analyzes the relationship between the media and regional stereotypes in the North region, focused on an Amazonian woman, and explores the role of the media in shaping cultural perceptions. Using theories such as social representations (MOSCOVICI, 1978) and media theory (THOMPSON, J.B., 1998), the research analyzes how stereotypes are reinforced or challenged by the representation of the region on television. Qualitative methods, such as interviews and content analysis, are used to collect data and refine ideas. An example analyzed is the representation of Amazonas by Isabelle Nogueira in Big Brother Brasil and its impact on the public's perception of the region. The study highlights the importance of authentic representation in the national media to value Brazilian culture and discusses the role of the media in the construction of regional and national cultural identity, and its impacts on contemporary society.

Keywords: Cultural identity. Media impacts. North. Reality TV. Social Representatio

1. INTRODUÇÃO

O estudo tem como principal objetivo compreender como a representação amazonense influencia o olhar do público sobre a região Norte e suas identidades culturais. Para isso, propõe-se examinar-se-á a participação de nortistas em um reality show nacional e análise da narrativa midiática sobre a região. Um dos aspectos centrais da análise são os estereótipos desafiados nesse contexto televisivo. Isso envolve identificar como os amazonenses são retratados, serão avaliados os resultados da contribuição marcante na construção da identidade cultural do Norte. Isso implica investigar se a exposição dos participantes do estado em um programa de grande visibilidade nacional fortalece ou enfraquece as noções de identidade cultural entre os habitantes locais, bem como se influencia a forma como o restante do país percebe a região.

Por meio de uma abordagem analítica e crítica, essa pesquisa pretende oferecer insights valiosos sobre a dinâmica entre mídia, identidade cultural e construção de estereótipos regionais. Ao compreender os impactos da representação midiática dos nortistas, especialmente dos amazonenses, o estudo contribui não apenas para uma reflexão mais aprofundada sobre a cultura e identidade da região Norte, mas também para uma análise mais ampla sobre o papel da mídia na formação de percepções sociais e culturais.

1.1 Representações sociais e o papel da mídia

A representatividade de um indivíduo ou grupo é de grande importância para a construção da identidade cultural, o autor Serge Moscovici introduziu o conceito de representação social em seu estudo pioneiro “Representações Sociais da Psicanálise” a teoria das Representações Sociais. Para Moscovici (1978) se trata de um passo muito importante para a sociedade em geral e não apenas de transmissão de ideias, mas o momento em que a comunicação se une à ciência com fins de propagar conhecimento científico e empírico com credibilidade. O autor afirma:

A Psicanálise é um evento cultural que, ultrapassando o círculo restrito das Ciências, da Literatura ou da Filosofia, afeta a sociedade em seu todo. Observa-se simultaneamente o nascimento de um novo senso comum que não pode ser compreendido em termos de vulgarização, de difusão ou de distorção da Ciência (MOSCOVICI, 1978, p 25).

Moscovici revisita este aspecto em diversos momentos ao longo de sua ampla obra: a questão científica, o desafio da modernidade e o interesse em compreender como a ciência

influenciou a mudança histórica, nosso pensamento e nossas perspectivas sociais. Ele faz referência à sua própria geração e sua afiliação ao partido comunista na Romênia, durante os primeiros anos da guerra, ao afirmar:

[...] Nós estávamos todos interessados em compreender de que maneira a ciência teve impacto na mudança histórica, no nosso pensamento, em nossas perspectivas sociais. Nós estávamos muito menos interessados em como a ciência afeta nossa cultura, as idéias de cada um na vida cotidiana, ou como essas idéias podem se tornar parte das crenças das pessoas e assim por diante.
(MOSCOVICI, 2003, p. 309).

Em diálogo com a ideia de Moscovici de que a ciência, tecnologia e matérias afetam os pensamentos de cada indivíduo na sua vida cotidiana, e em como podem vir a fazer parte das suas crenças, a autora Marková (2006) discute e compartilha sua síntese, a psicologia social. E levanta a problemática de como o conhecimento cultural ou senso comum faz parte do processo de formação da representação social, a autora afirma:

Desse modo, se entendi você corretamente, a fim de desenvolver uma psicologia social do conhecimento, necessita-se começar com questões referentes ao conhecimento popular e conhecimento cultural, dos quais fazem parte as representações sociais e, através deles, elas se desenvolvem. Estuda-se sua gênese através da conversação, propaganda, mídia e outros meios de comunicação baseados na linguagem. As representações então inseridas nos sentidos das palavras e, por conseguinte, são recicladas e perpetuadas através do discurso público. E, é claro, você mencionou antes que a cultura desempenha um papel importante na formação das representações sociais (MARKOVÁ, 2006, p.321).

A partir da contextualização das representações sociais, somos direcionados a compreender como esse processo contribui para a formação da identidade cultural, que para Thompson (2002) a “cultura é o processo de desenvolvimento e enobrecimento das faculdades humanas, um processo facilitado pela assimilação de trabalhos acadêmicos e artísticos e ligado ao caráter progressista da era moderna.” Ao passo em que Laraia (2001) ressalta a importância de que a cultura é “o modo de ver o mundo, as apreciações de ordem moral e valorativa, os diferentes comportamentos sociais e mesmo as posturas corporais são assim produtos de uma herança cultural, ou seja, resultado da operação de uma determinada cultura.” Assim, a cultura se molda de forma relativa com o tempo e de diferentes razões, seguindo uma lógica de influência da sociedade presente que se adapta às mudanças impostas. Juntamente com este conceito, tem-se a contradição de mudança cultural quanto a significância da identidade cultural para as pessoas.

De acordo com Giddens (2002), a identidade não é fixa, mas sim uma capacidade de construir uma narrativa sobre a própria história. Ela não é estável, coerente ou permanente, sendo uma construção instável e fragmentada. Thompson (1998) define comunicação mediada como “um fenômeno social contextualizado: é sempre implantada em contextos sociais que se estruturam de diversas maneiras e que, por sua vez, produzem impacto na comunicação que ocorre.” além disso introduz as formas simbólicas que são interpretadas como mensagens e transmitidas de diferentes maneiras, o principal meio de comunicação, ou seja a mídia que será o ponto central desse estudo, o autor a descreve:

As mensagens da mídia são comumente discutidas por indivíduos durante a sua recepção e depois; elas são portanto elaboradas discursivamente e compartilhadas com o círculo mais amplo de indivíduos que podem ter participado (ou não) do processo inicial de recepção. Desta e de outras maneiras, as mensagens podem ser retransmitidas para outros contextos de recepção e transformadas através de um processo contínuo de repetição, reinterpretação, comentário, riso e crítica (THOMPSON, 1998, p. 14).

Desta forma podemos compreender que o processo de influência se trata de vários fenômenos psicológicos que contribuem para os impactos midiáticos que abordaremos a seguir.

1.2 A narrativa midiática sobre a região norte

A imagem da Amazônia Brasileira sempre teve seu imaginário muito aflorado através de filmes, matérias e o folclore, sendo de grande interesse da imprensa, porém muitas das vezes é mostrado um Norte que não condiz com as diferentes realidades que possui, portanto discutiremos sobre os estereótipos e preconceitos sobre a região. Costa (2011) aborda em seu estudo intitulado “À sombra da floresta” as problemáticas sobre a relação Brasil e Amazônia, a autora afirma:

Quando cruzamos as fronteiras da região, percebemos um desconhecimento comumente observado nos comentários de brasileiros do Sul e do Sudeste, principalmente. De imediato somos indagados sobre seres estranhos que povoam a floresta, índios que andam pelados no meio da rua e a ideia de que as cidades são tão pequenas que cabem embaixo de uma árvore. Somos a floresta vazia, a região do atraso, das mitologias em oposição à civilização (COSTA, 2011, p. 17).

A invisibilização dos nortistas na mídia nacional, em especial no telejornalismo, é evidente e impacta na construção da identidade dos indivíduos. A pesquisa destaca o papel do telejornalismo na formação do imaginário sobre a região amazônica e questiona a influência

dos meios de comunicação na construção de identidades e representações regionais. A autora Costa (2011) discute a falta de diversidade e critérios de visibilidade na mídia.

Anteriormente abordamos a comunicação mediada com Thompson (1998) com as mensagens interpretadas de formas simbólicas com o objetivo de transmiti-las, porém também há a identidade mediada, onde Costa (2011) pensa a identidade cultural como a representação do “OUTRO”, vulgo Amazônia. Há, entre os membros de uma sociedade, certo grau de consenso sobre como classificar as coisas a fim de manter alguma ordem social. Esses sistemas partilhados de significação são, na verdade, o que se entende por cultura (WOODWARD, 2000, p. 41). O conhecimento compartilhado em uma sociedade, onde os membros se identificam através de hábitos, linguagem e acima de tudo a cultura, é de suma importância e quando o “OUTRO” é representado e televisionado em rede nacional, causa a satisfação e o sentimento de pertencimento. Fazer parte ou ser bem-vindo neste ou naquele grupo é fundamental para o sentimento de pertença. O lugar é simbólico na medida em que resulta dos usos que dele se faz (CERTEAU, 1994)

1.3 Big brother brasil na construção da identidade cultural amazonense

O Big Brother Brasil é um reality show de confinamento produzido pela TV Globo e exibido desde 2002, o formato do programa é importado do reality holandês Big Brother, criado por John de Mol em 1999, inspirado na obra de romance “1984” de George Orwell. O Grande Irmão é um líder autoritário que vigia a população e manipula sua forma de pensar através das “teletelas” (Folha de São Paulo, 2021). Na edição do ano de 2024 uma amazonense chamada Isabelle Nogueira ingressou no Reality Show, como participante para disputar o prêmio, porém nas suas malas trouxe também sua cultura nortista, diante disto a revista Cenarium apresenta:

Para especialistas consultados pela revista CENARIUM, a cultura nortista, em especial a do Amazonas, se beneficia caso a participação no programa mais famoso do País seja confirmada. Entre os principais ganhos estão a visibilidade, representatividade da cultura indígena e quebra de estereótipos sobre a Amazônia. (Revista Cenarium, 2024)

Como a amazonense vai contribuir para a construção da identidade cultural tanto para o Norte quanto para o Brasil? compreender como a sua participação no Reality influencia a construção e visão da identidade cultural na percepção do público brasileiro. Isabelle traz consigo não apenas sua individualidade, mas também uma representação simbólica de parte importante da cultura do Amazonas, o Boi-Bumbá.

As informações sobre as culturas indígenas chegam aos artistas parintinenses das mais variadas maneiras; através de estudos antropológicos, revistas, imagem de televisão, formação escolar e, algumas vezes, por meio da convivência com os próprios índios (VIEIRA FILHO, 2003, p. 67).

Sua presença no programa fortalece os laços de identidade cultural entre os habitantes do Amazonas, destacando a importância e a riqueza de suas tradições locais.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

O estudo adotou um método qualitativo descritivo e exploratório, através de entrevistas para coletar dados. Segundo Gil (1999), o método científico engloba técnicas para adquirir conhecimento. Marconi e Lakatos (2010) explicam que a abordagem qualitativa se concentra na análise minuciosa da experiência humana, oferecendo uma descrição detalhada do comportamento e tendências individuais. O estudo analisou evidências verbais e visuais para compreender os fenômenos estudados.

Utilizamos como instrumento de coleta de dados entrevistas presenciais e telefônicas. Dessa forma pretende-se analisar o impacto causado pela representação de Isabelle Nogueira no reality show em relação ao Estado, nas perguntas estavam presentes as questões de estereótipos, a percepção e se a representatividade era notada social e visualmente na promoção do Estado.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

No total, foram elaboradas e aplicadas para esta pesquisa 10 perguntas, e obtendo 75 respostas de uma amostra de 25 entrevistados no total da amostra, sendo 10 de Manaus, 12 de Parintins e 2 residentes de Codajás, 1 Novo Airão. As respostas foram divididas e analisadas pelas seguintes categorias: Impacto da representação amazonense no reality show, Aumento na busca por informações sobre o Amazonas, Papel da representação amazonense no fortalecimento do turismo, Desconstrução de estereótipos sobre a região e o efeito na economia local e influência na escolha de destinos turísticos.

Sobre o impacto da representação amazonense no reality show, a resposta positiva dos entrevistados indica que a participação dos representantes do Amazonas teve um impacto significativo na imagem do estado. Isso sugere que a exposição no programa foi percebida como uma oportunidade para destacar as riquezas culturais e naturais da região. Essa percepção positiva pode contribuir para uma imagem mais atrativa do Amazonas tanto nacional quanto internacionalmente. Em relação ao aumento na busca por informações sobre o Amazonas, o

reconhecimento de um aumento na busca por informações foi notado fortemente por comerciantes e agentes de viagem que é indicativo do impacto direto da exposição na mídia nacional. Isso sugere que o programa serviu como uma plataforma eficaz para despertar o interesse do público em conhecer mais sobre a região, suas culturas e atrações turísticas. Já sobre o papel da amazonense no fortalecimento do turismo, todos os entrevistados conheceram-a como sendo fundamental, além da imagem positiva apresentada no programa pode ter influenciado potenciais turistas a considerarem o Amazonas como um destino de viagem, contribuindo assim para o desenvolvimento econômico da região. A desconstrução de estereótipos sobre a região, a maioria dos entrevistados responderam de forma positiva a abordagem tomada pela participante ao apresentar a cultura e os hábitos nortistas, pois notaram que já há uma aceitação maior em relação a linguagem amazonense. Também relataram que surtiu efeito na economia local e influência na escolha de destinos turísticos, sendo alguns dos entrevistados Agentes de turismo, e prestadores de serviços turísticos desde o início do programa percebeu-se um aumento de consumo maior dentro do Estado e de maior estadia por parte dos turistas, fruto da promoção forte do Norte no País.

Os comentários expressam diversidade de perspectivas sobre a participação no reality show, ressaltando orgulho na diversidade cultural. Espera-se que beneficie a economia e estimule o turismo local, visando desafiar estereótipos e enriquecer o entendimento cultural da região.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, concluímos que o estudo examina o impacto da representação do Amazonas na percepção do público sobre a região Norte e suas identidades culturais, usando o exemplo da participação de Isabelle Nogueira no Big Brother Brasil. Destaca-se a importância de representações autênticas e diversas na mídia nacional para valorizar a cultura brasileira. Também são discutidos o papel da mídia na construção da identidade cultural regional e nacional, e os impactos na sociedade contemporânea.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Evelyn. **A Amazônia e suas representações: Dos discursos das descobertas ao imaginário popular.** In: I Seminário Regional da ALAIC. 2011. Belém – PA. Anais. Belém – PA, 17 out – 22 out. 2011. Disponível em: Acesso em: 20 março. 2024.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Traduzido por Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

CERTEAU, De. Michel. **A invenção do cotidiano**, v. 2, p. 14-29, 1994.

COSTA, Vânia Maria Torres. **À sombra da floresta: os sujeitos amazônicos entre estereótipo, invisibilidade e colonialidade no telejornalismo da Rede Globo.** 2011.

FARR, R. M. (2009). **Representações sociais: a teoria e sua história.** In P. Guareschi & S. Jovchelovitch (Orgs.), Textos em representações sociais (11a ed., pp. 31-59). Petrópolis, RJ: Vozes.

FOLHA DE SÃO PAULO. **A história do BBB.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/webstories/cultura/2021/02/a-historia-do-bbb/>>. Acesso em: 19 de março de 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico.** 14.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

Marconi, MA e Lakatos, EM (2010). **Fundamentos de Metodologia Científica** (7ª ed.). São Paulo: Atlas.

SILVA, T. T.; HALL, S, WOODWARD, K. (Orgs.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** 8. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

THOMPSON, J.B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Vozes, 1998.

THOMPSON, J.B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.** Petrópolis: Vozes, 2002.

VIEIRA FILHO, Raimundo Dejard. **Bumbás de Parintins: Tradição e mudanças culturais.** 116p. Dissertação (Mestrado em Sociedade e Cultura na Amazônia) –Instituto de Ciências Humanas e Letras, Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2003.

WOODWARD, K. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.** In: SILVA, T.T. (Org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.