Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

UMA SÓ GLOBO, UM SÓ NORDESTE? DISPUTAS IDENTITÁRIAS NO SÃO JOÃO MIDIATIZADO DA GLOBO E AFILIADAS

ONE GLOBO, ONE NORTHEAST? IDENTITY DISPUTES IN GLOBO'S MEDIATIZED SÃO JOÃO FESTIVAL

João Paulo Silva Oliveira

Palavras-chave: Midiatização; Regionalização midiática; Identidade cultural; São João; Rede Globo.

Introdução

As festas juninas constituem uma das mais importantes manifestações culturais do Nordeste brasileiro, mobilizando tradições, memórias coletivas, práticas religiosas e formas de pertencimento social historicamente construídas. Nas últimas décadas, entretanto, tais celebrações passaram a ocupar posição estratégica nas dinâmicas de visibilidade promovidas pelos meios de comunicação, especialmente pela televisão. Nesse contexto, a Rede Globo e suas afiliadas nordestinas têm desempenhado papel relevante na produção e circulação de narrativas sobre o São João, transformando a festividade em um acontecimento midiático de alcance regional.

Entre as iniciativas mais representativas desse movimento está o programa São João do Nordeste, exibido em rede pelas afiliadas da emissora na região. Mais do que uma cobertura televisiva das festividades, o programa articula discursos, imagens, performances e estratégias narrativas que produzem uma representação compartilhada do Nordeste e de sua cultura popular.

Ao reunir manifestações culturais oriundas de diferentes estados sob uma mesma narrativa audiovisual, o produto televisivo contribui para a construção de uma identidade regional integrada, ao mesmo tempo em que tensiona singularidades históricas e culturais presentes nos diversos territórios nordestinos.

Partindo dessa constatação, este trabalho propõe discutir o São João do Nordeste como um dispositivo de midiatização responsável não apenas por representar práticas culturais preexistentes, mas por participar ativamente da produção e circulação de sentidos sobre a identidade nordestina contemporânea. Defende-se a hipótese de que, ao promover uma narrativa regional unificada, alinhada às estratégias institucionais da Globo e de suas afiliadas, o programa contribui para consolidar a ideia de um "Nordeste único", produzindo disputas simbólicas em torno das formas de pertencimento, memória e representação cultural.

2 Midiatização, Identidade e Regionalização

A perspectiva da midiatização oferece ferramentas importantes para compreender o papel desempenhado pelos meios de comunicação na reorganização das práticas sociais e culturais contemporâneas. Para Couldry e Hepp (2020), as mídias deixaram de atuar apenas como canais de transmissão para se tornarem elementos estruturantes da vida social, influenciando modos de interação, produção de sentidos e construção da realidade.

Nessa direção, Verón (2013; 2014) compreende a midiatização como um processo histórico que transforma as relações entre instituições, discursos e atores sociais. Os meios não apenas refletem o mundo social, mas participam ativamente da sua configuração simbólica. A circulação dos discursos passa a ocupar papel central, uma vez que os sentidos são constantemente produzidos, negociados e reconfigurados em diferentes instâncias sociais.

Quando observada sob essa perspectiva, a cobertura televisiva do São João extrapola a dimensão informativa ou promocional. O programa São João do Nordeste

pode ser entendido como um dispositivo midiatizante que organiza visibilidades, enquadra acontecimentos e produz narrativas capazes de influenciar formas de reconhecimento cultural e identitário.

Essa discussão torna-se ainda mais relevante quando articulada às reflexões sobre identidade cultural. Hall (2005) argumenta que as identidades não constituem essências fixas ou naturais, mas construções históricas permanentemente atravessadas por disputas, negociações e processos de representação. As identidades culturais são produzidas discursivamente e dependem dos sistemas simbólicos através dos quais os indivíduos se reconhecem e são reconhecidos.

No caso nordestino, essa questão adquire particular importância. Conforme observa Barbalho (2004), a região não pode ser compreendida apenas como uma delimitação geográfica, mas como uma construção política, cultural e discursiva resultante de disputas entre diferentes agentes sociais. Em sentido semelhante, Albuquerque Júnior (2009) demonstra que o próprio Nordeste é uma invenção histórica produzida por narrativas, imagens e representações que buscaram atribuir unidade a uma realidade marcada pela diversidade.

Nesse cenário, a regionalização midiática emerge como uma estratégia fundamental para compreender a atuação das afiliadas da Globo. Segundo Aguiar (2016), os meios regionais desempenham papel decisivo na articulação entre escalas locais e nacionais, traduzindo especificidades culturais ao mesmo tempo em que as inserem em circuitos ampliados de circulação. As afiliadas tornam-se, assim, mediadoras entre projetos institucionais nacionais e demandas identitárias locais.

3 O São João midiatizado e a produção de um Nordeste compartilhado

As transformações recentes promovidas pelo Grupo Globo, especialmente a partir da consolidação da estratégia institucional denominada *Uma Só Globo*, evidenciam esforços de integração entre diferentes plataformas, produtos e unidades regionais da

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

empresa. Nesse contexto, a valorização de conteúdos regionais passou a ocupar posição estratégica dentro da lógica de fortalecimento da marca e ampliação de sua presença junto aos públicos locais.

É nesse movimento que o programa São João do Nordeste assume relevância. Produzido de forma integrada pelas afiliadas da região, o produto mobiliza elementos amplamente associados ao imaginário nordestino, como música, culinária, religiosidade, família, memória afetiva e tradições populares. Entretanto, a reunião dessas manifestações em uma única narrativa televisiva produz efeitos que merecem atenção analítica.

Ao mesmo tempo em que promove visibilidade para práticas culturais regionais, o programa também opera processos de seleção, enquadramento e padronização narrativa. Diferenças locais são frequentemente reorganizadas dentro de uma lógica discursiva mais ampla, capaz de apresentar ao público uma experiência regional compartilhada. Em outras palavras, a diversidade dos múltiplos “São Joões” nordestinos tende a ser articulada sob a representação de um único grande São João do Nordeste.

Essa dinâmica aproxima-se das reflexões de Lusvarghi (2009), para quem a mídia frequentemente dilui diferenças regionais em favor da construção de identidades mais amplas e compatíveis com processos contemporâneos de integração cultural. Sob essa lógica, elementos particulares de cada território passam a funcionar como peças de uma narrativa regional abrangente, facilmente reconhecível e comercialmente valorizável.

Mais do que representar a cultura popular, a televisão participa da sua reorganização simbólica. Conforme destaca Fausto Neto (2018), os processos comunicacionais contemporâneos devem ser compreendidos a partir da circulação dos sentidos. Assim, interessa menos identificar se a representação televisiva é fiel ou não à realidade empírica e mais compreender quais sentidos passam a circular socialmente a partir dessas representações.

Nessa perspectiva, o São João televisivo transforma-se em espaço privilegiado de disputa simbólica. As narrativas produzidas pela Globo e por suas afiliadas não apenas celebram tradições culturais, mas também oferecem modelos de interpretação sobre o que significa ser nordestino, quais memórias devem ser valorizadas e quais elementos podem funcionar como marcadores legítimos de pertencimento regional.

4 Percurso Metodológico

A pesquisa adota abordagem qualitativa fundamentada nos estudos da midiatização e das narrativas midiáticas. O *corpus* principal será constituído pelas edições do programa São João do Nordeste exibidas entre 2025 e 2028, além de chamadas promocionais, vinhetas institucionais e conteúdos digitais produzidos pelas afiliadas da Globo na região Nordeste.

Como procedimento analítico, será empregada a Análise Pragmática da Narrativa proposta por Motta (2013). A metodologia permite compreender a narrativa não apenas como estrutura textual, mas como prática social produtora de sentidos.

A investigação será desenvolvida em três planos complementares: o plano da expressão, voltado para os recursos estéticos e retóricos mobilizados pelas emissoras; o plano da estória, direcionado à construção dos conflitos, personagens e enredos; e o plano da metanarrativa, responsável por identificar os valores, ideologias e horizontes simbólicos que sustentam os discursos analisados.

5 Considerações Finais

Ao analisar o programa São João do Nordeste a partir da articulação entre midiatização, identidade e regionalização midiática, este estudo busca contribuir para a compreensão dos modos pelos quais os meios de comunicação participam da construção simbólica das culturas regionais.

A hipótese central sustenta que a Globo e suas afiliadas não atuam apenas como mediadoras da cultura junina, mas como agentes capazes de produzir e fazer circular

narrativas que influenciam formas de reconhecimento identitário no Nordeste contemporâneo.

Nesse processo, a construção discursiva de um "Nordeste único" opera simultaneamente como estratégia de valorização cultural e como mecanismo de homogeneização simbólica, produzindo tensões entre diversidade local e interesses institucionais.

Ao deslocar o olhar da simples representação para os processos de circulação e produção de sentidos, a pesquisa pretende oferecer novas contribuições aos estudos da midiatização e da regionalização midiática, ampliando as discussões sobre o papel das redes de televisão na configuração das identidades culturais em contextos contemporâneos.

Referências

AGUIAR, Sonia. **Territórios do jornalismo:** geografias da mídia local e regional no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2016.

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz. **A invenção do Nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez, 2009.

BARBALHO, Alexandre. **Estado, mídia e identidade:** políticas de cultura no Nordeste contemporâneo. Alceu, v. 4, n. 8, p. 156-167, 2004.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **A construção mediada da realidade**. São Leopoldo: Unisinos, 2020.

FAUSTO NETO, Antonio. **Circulação:** trajetos conceituais. Rizoma, v. 6, n. 2, p. 8-20, 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

LUSVARGHI, Luiza. **A reinvenção do Nordeste:** estratégias dos grupos de mídia para o jornalismo audiovisual regional. Alterjor, v. 1, n. 1, 2009.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora UnB, 2013.

VERÓN, Eliseo. La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013.

VERÓN, Eliseo. **Teoria da midiatização:** uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. MATRIZes, v. 8, n. 1, p. 13-19, 2014.