

2. A Televisão como Objeto de Estudo

2.1. A Televisão Emoldura Memórias

As sociedades contemporâneas, complexas e heterogêneas, têm como características fundamentais as múltiplas percepções e referências da realidade. Essa multiplicidade conduz à fragmentação das experiências e à procura de elementos que ordenem e deem coerência às identidades individuais e coletivas. Ao contrário das sociedades tradicionais, hierárquicas e ritualistas, em que a memória é experimentada coletivamente, e há uma percepção do grupo de que presente e passado se ligam naturalmente, o que assistimos é a transformação da memória coletiva em individual, psicológica, subjetiva, biográfica, voluntária e deliberadamente evocada.

Essa transformação vem sendo objeto de reflexão de historiadores, antropólogos, filósofos e cientistas sociais. Estudos das tradições comemorativas em países como a França mostram como as comemorações de grandes eventos históricos têm servido para concretizar formas políticas de identidade, tornando-se símbolos de uma ampla memória nacional¹³. Nora¹⁴ identifica essa passagem da memória coletiva para a memória individual como o fim da memória vivenciada pelas sociedades como afetiva e mágica, “aberta à dialética do lembrar e esquecer, vulnerável a apropriações, suscetível a longos repousos e periódicos renascimentos”, por uma memória englobada pela história, uma reconstrução (sempre problemática e incompleta) de acontecimentos do passado, uma produção intelectual que organiza o que foi vivido de forma analítica e crítica, ligada a

¹³ Historiadores como Philippe Ariès e Maurice Agulhon estudaram as práticas comemorativas do final do século XVIII e início do século XIX, e identificaram a paixão pela comemoração como estando vinculada à necessidade de a sociedade em reafirmar a ligação com o passado. Ariès observou que o culto à personalidade floresceu nas comemorações dos grandes eventos históricos como imagem memorial que define a concepção de Estado-Nação. Práticas comemorativas se tornaram formas essenciais da moderna política de representação. Ao refletir sobre como as imagens comemorativas podem ser usadas para dar concretude a formas políticas de identidade, Agulhon mostrou como os símbolos republicanos da França deixaram de significar uma causa para se tornarem símbolo de uma ampla memória nacional, como a figura de *Marianne*, representação simbólica da virtude republicana e da permanência de seus valores de *Liberté, Égalité, Fraternité*. Ele observou como uma imagem, uma vez inventada, tende a proliferar em uma multiplicidade de configurações e, se identificada com uma causa poderosa, poderá, eventualmente, se tornar um “tipo ideal”. HUTTON, P. H., *History as an Art of Memory*, p. 1-26.

¹⁴ Cf. NORA, P., *Les Lieux de Mémoire*, p.23-43.

continuidades temporais, a progressões e a relações entre as coisas. Para ele, a passagem da memória tradicional à memória “desenhada” pela história induz os grupos sociais a buscarem uma definição de sua identidade pela revitalização de sua própria história. O nascimento de “lugares de memória” se deve à necessidade de se encontrar suportes onde ancorar e cristalizar acontecimentos vividos pelos grupos sociais. A obsessão pelas comemorações, criadas e reverenciadas pelas sociedades, revela a necessidade delas resgatarem o vínculo com o passado. Trata-se de uma “memória dilacerada”, cuja fragmentação não chega a apagar o sentimento de continuidade. Mas é uma continuidade residual, isto é, os “lugares de memória são restos”.

No Reino Unido, estudos sobre as tradições comemorativas do período moderno enfatizam sua natureza construída como consequência das mudanças e inovações promovidas pelo período industrial. A economia industrializada, a crescente urbanização das sociedades e sua organização em Estados nacionais fizeram com que os costumes fossem aos poucos abandonados ou remodelados. Para Hobsbawm¹⁵, isso teria levado essas sociedades a irem atrás de um novo passado para se identificarem. Ele denomina de “tradições inventadas” as práticas rituais ou simbólicas que inculcam valores e normas de comportamento através da repetição, criadas para estabelecer uma continuidade artificial com o passado.

“Tradições inventadas” ou “lugares de memória” são categorias que tratam da mesma questão: como a memória da coletividade se mantém englobando experiências mnemônicas individuais. Halbwachs¹⁶, dando continuidade aos estudos de Durkheim sobre a precedência do fato social e do sistema social sobre os fenômenos de ordem psicológica e individual, considera impossível conceber a evocação e a localização de lembranças se não as inserirmos nos quadros sociais que servem de referência a essa reconstrução denominada memória. Para ele – contrariamente às teorias freudianas que acreditam que as memórias são preservadas no inconsciente da psique do indivíduo -, cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva; ponto de vista que se altera conforme o lugar ocupado por cada um na coletividade. Para Halbwachs é impossível

¹⁵ Cf. HOBBSAWM, E.; RANGER, T., *A Invenção das Tradições*, p. 25.

¹⁶ Cf. HALBWACHS, M., *A Memória Coletiva*, p. 53-54.

evocar e localizar lembranças se não as inserirmos nos quadros sociais que servem de referência à memória. Esta relação hierárquica entre memória coletiva e memória individual faz com que as lembranças individuais sejam sempre provisórias. Ou seja, só podem ser preservadas com o suporte da confirmação do grupo.

Coloca-se aqui uma questão: esta subordinação das memórias individuais à memória coletiva só poderia ser pensada no plano do real, assim mesmo se entendemos indivíduo e sociedade como categorias autônomas. No plano do imaginário, como na literatura de Proust¹⁷, os efeitos de rememoração produzidos em Swann ao degustar as *madeleines* ou ao vagar pelos recantos de Combray revelam que não há subordinação da memória individual à memória coletiva. Suas lembranças, em geral, articulam a dimensão privada à pública em um mesmo plano e, em certos momentos, ocorre o contrário: as lembranças coletivas são envolvidas pelas individuais. Esta observação é pertinente, particularmente, em relação ao objeto desta pesquisa: a construção do feminino na ficção televisiva brasileira. As imagens femininas presentes na teledramaturgia ligam a dimensão individual e coletiva da memória dos espectadores. Há um repertório compartilhado que promove uma coesão em relação às percepções sobre o feminino. Porém, em assuntos tidos como tabus, as biografias e as características morais e psicológicas do espectador singular vêm à tona, promovendo uma sobreposição do indivíduo à coletividade e rompendo a coesão inicial.

Todorov¹⁸ observa que no processo de rememoração, o que está em jogo não é a oposição entre memória e esquecimento, mas sim uma interação entre esquecimento e conservação. A memória seleciona o que será lembrado a partir de critérios, conscientes ou não, que servirão para orientar o uso presente que se fará do passado. Já Foucault¹⁹ sugere uma “arqueologia da memória”. Ele estabelece a distinção entre a história das ideias – aquela que procura produzir uma continuidade entre o passado e o presente – e a história do discurso – aquela que revela discontinuidades históricas, isto é, como as imagens vão sendo

¹⁷ Cf. PROUST, M., *No Caminho de Swann*, passim.

¹⁸ Cf. TODOROV, T., *Les Abus de la Mémoire*, p. 14.

¹⁹ Cf. FOUCAULT, M., *A Arqueologia do Saber*, p. 3 passim.

continuamente apropriadas e redesenhadas para comunicar pensamentos. O passado estaria sendo sempre remodelado pelo discurso presente. Mais do que separá-lo como memórias residuais, para Foucault cada época reconstrói o passado com as imagens que se adaptam às necessidades presentes. E sua reinterpretação será feita de acordo com os elementos que constituem as identidades individuais e coletivas de um determinado tempo histórico.

Nesse sentido, a análise de Paul Ricoeur²⁰ será mais útil à abordagem que se pretende desenvolver. Ao defender uma “memória esclarecida pela historiografia” e a busca por uma “política da justa memória”, Ricoeur propõe adequar os relatos de memórias individuais à “veracidade” histórica, produzindo, assim, uma reflexão sobre a própria temporalidade (relação entre o presente da memória de um acontecimento e o passado histórico desse acontecimento). Em outras palavras, sugere uma articulação entre memórias individual e coletiva. Para Ricoeur, a especificidade da memória (e também a sua fragilidade e os seus abusos) se dá a partir da sua dupla dimensão do privado e do público. A memória “privada” pertence a um indivíduo e, portanto, é intransferível e parte integrante das experiências vividas pelo sujeito. Ela atesta a continuidade temporal desse indivíduo, a sua biografia. Por meio de um processo de rememoração, estabelece a continuidade entre presente, passado recente e passado remoto. É esta memória que estaria em jogo nos processos psicanalíticos e na literatura ‘proustiana’, em que as reminiscências surgem de experiências percebidas como absolutamente singulares. Na memória “pública”, as lembranças individuais se fortificariam graças às narrativas coletivas, como nas comemorações, quando há um reconhecimento da coletividade sobre o acontecimento vivido e um consenso de que ele deve ser reverenciado e compartilhado por todos. Segundo Ricoeur, a mediação entre memória individual e memória coletiva passaria pelo viés de uma identidade narrativa inscrita no tempo e na ação. E aqui podemos pensar na narrativa televisiva exercendo exatamente este papel de mediadora das dimensões privada e pública da memória.

²⁰ Cf. RICOEUR, P., *A Memória, a História, o Esquecimento*, p. 105 passim.

Um exame das análises sobre televisão permite afirmar que, em geral, elas se desenvolvem em três vertentes, não necessariamente opostas: a crítica aos efeitos da indústria cultural; a percepção do consumo cultural como uma relação dialógica entre produção e recepção; e a televisão como emblema das relações espaço-temporais e da sociabilidade do mundo contemporâneo. Essas três abordagens estarão, permanentemente, dialogando ao tratar da construção de uma “memória” (ou “memórias”) do feminino na televisão, em particular na ficção seriada. Assim, torna-se fundamental fazer referência aos argumentos de cada uma.

Os efeitos da indústria cultural foram amplamente estudados pela Escola de Frankfurt e, ainda que a maior parte das análises se refira ao contexto da Alemanha nazista e ao do pós-guerra, serviu de referência a reflexões posteriores sobre o tema, especialmente sobre a televisão. Adorno e Horkheimer²¹, pensando sobre o cinema, o jazz, a fotografia e o rádio, veem o totalitarismo político e a massificação cultural como duas faces da mesma moeda. Para eles, a “arte” produzida pela indústria cultural é uma arte mercantilizada que banaliza a vida cotidiana, e o prazer artístico proporcionado por ela leva à passividade e ao adestramento. O cinema, a fotografia, o jazz e o rádio seriam, portanto, os meios encontrados pelo capitalismo para entreter e divertir as “massas”, uma forma de controle social para garantir a reprodução capitalista, ao passo que a “verdadeira arte” exigiria concentração e contemplação como forma de apreender “seu verdadeiro sentido” e deixar aflorar no espectador os sentidos da crítica e da resistência. Segundo Adorno e Horkheimer, a indústria cultural, através do esquematismo, da repetição imposta pela reprodução técnica, da ênfase à superfície em detrimento do conteúdo, da onipresença dos clichês e dos estereótipos, da padronização dos gostos, da consagração do estilo, da mercantilização da criação, do incentivo à distração, ao prazer e à diversão, do desestímulo à reflexão e à crítica cumpre a função de dar suporte à reprodução da

²¹ Cf. ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M., *A Indústria Cultural: O Iluminismo como Mistificação das Massas*, p. 169 passim.

racionalidade capitalista, eliminando, assim, as possibilidades da “verdadeira arte”.²²

Kracauer²³ se aproxima de Adorno e Horkheimer ao analisar a fotografia e observar que ela não preserva a transparência do objeto mas, ao contrário, captura-o como um *continuum* espacial. Em oposição à linguagem capturada pela memória, que manteria o “real” significado de seu conteúdo, a fotografia não capta a “verdade” do original, mas sim a configuração espacial de um certo momento, uma espécie de “resumo” do conteúdo original. Ao capturar fragmentos e produzir uma semelhança entre a imagem e o objeto, apaga os contornos da sua história. A aparência (produzida pela fotografia) elimina a transparência (produzida pela obra de arte), ou seja: “a ideia-imagem cancela a ideia”²⁴. Sua análise sobre o sucesso dos *best sellers* segue na mesma direção: representam formas de proteção da classe burguesa contra a decadência da cultura e da educação. Kracauer, a partir das análises de Max Weber sobre o capitalismo que leva ao “desencantamento do mundo, à ausência de ilusão”, conclui que novelas como as de Stefan Zweig, por exemplo, têm forte efeito sobre os leitores porque “mantêm o idealismo a qualquer preço”. Para o autor, as novelas de Zweig têm ressonância nas classes médias e, especialmente nas massas empobrecidas, porque exigem

não a distância, pela qual se paga caro, mas o coração, que é gratuito. O sentimento é tudo quando todo o resto falta. Ele humaniza a tragédia sem extingui-la e obscurece a crítica, que poderia se tornar perigosa para a conservação de conteúdos envelhecidos²⁵.

Aplica o mesmo raciocínio ao analisar os cineteatros de Berlim, no final da década de 1920, por incitarem a distração dos berlinenses. Para Kracauer, os grandes aparatos desses cineteatros têm como único fim “manter o público amarrado ao que é periférico para que não se precipite no vazio. Nestes espetáculos a excitação dos sentidos se sucede sem interrupção, de modo que não

²² Para os autores, a verdadeira arte estaria na tragédia cuja substância se situava na oposição indivíduo/sociedade. A cultura de massa, ao estimular uma “falsa identidade entre a sociedade e o sujeito”, neutralizaria o trágico, liquidaria o indivíduo e dissolveria a arte. *Ibid.*, p. 169 *passim*.

²³ Cf. KRACAUER, S., *Fotografia*, p. 63-80.

²⁴ *Ibid.*, p. 75.

²⁵ KRACAUER, S., *Sobre Livros de Sucesso e seu Público*, p. 113.

lhe haja espaço para a mínima reflexão”.²⁶ As luzes dos refletores e os acompanhamentos musicais cumpriram a função de manter o espectador na superfície, na “pura exterioridade”, criando, assim, as condições para a distração.

Benjamin²⁷ entra nessa discussão levantando a possibilidade de a indústria cultural pôr em jogo uma nova percepção em que o “valor de culto” da obra artística é substituído pelo “seu valor de exposição”. Esta transformação ocorreria em função de uma exigência do público de maior proximidade em relação ao objeto artístico e a um acolhimento da possibilidade de sua reprodução. Isso conduziria ao declínio da “aura” da obra de arte, aqueles elementos temporais e espaciais que lhe dão uma existência singular. Ao se aproximar da obra de arte e tirar o seu caráter único por meio da reprodutibilidade, “as massas” fazem com que a obra sofra uma espécie de emancipação da sua “existência parasitária que lhe era imposta pelo seu papel ritualístico”. Há, para Benjamin, uma mudança na recepção, na fruição da obra artística, um novo *sensorium*, onde há um sentido para o que é idêntico e um espaço para a experiência e a sensibilidade. E o público não separa a crítica da fruição.

Ao analisar o cinema, Benjamin observa que mais do que em qualquer outra arte as reações do indivíduo são condicionadas, desde o início, pelo caráter coletivo dessa reação. O espectador busca na película a distração através da “percepção tátil” provocada pelas sequências de imagens absorvidas em seu fluxo. E essas percepções individuais somadas se tornam coletivas. Abre-se a possibilidade da diversão e da distração na fruição artística. Cria-se uma nova atitude em relação à obra de arte, um novo modo de participação dos indivíduos diante da arte.

E aqui é possível aproximar Benjamin do pensamento de Simmel²⁸, quando este se refere à cultura como “cultivo”. Ou seja, a cultura indo além das suas habilidades naturais, desenvolvendo mais do que aquilo que lhe é inerente. A ideia de cultura como “cultivo” implicaria a noção de aperfeiçoamento do indivíduo ou

²⁶ KRACAUER, S., *Culto da Distração*, p. 346.

²⁷ Cf. BENJAMIN, W., *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica*, p. 165-196.

²⁸ Cf. SIMMEL, G., *Subjective Culture*, p. 227-234.

de um grupo de indivíduos, o que aconteceria quando as dimensões objetiva e subjetiva aparecessem articuladas. Simmel observa que tanto a expansão da subjetividade quanto a da objetividade podem produzir cultura, mas não necessariamente como “cultivo”. De certa forma, ele resgata o lugar do estilo, da padronização, demolindo o conceito de cultura como erudição. As salas de cinema, os clubes de jazz ou a televisão, reproduzindo uma cultura padronizada, podem vir a contribuir para a cultura como “cultivo”, ao passo que a obra de arte singular, que proponha a exacerbação da subjetividade, não obrigatoriamente estará cumprindo esta função.

Se essa discussão travada no pós-guerra por Adorno, Horkheimer, Kracauer e Benjamim, entre outros, teve a fotografia, o *best seller*, o jazz, o cinema e o rádio como emblemas da indústria cultural, atualmente parcelas significativas da intelectualidade transpõem essas análises para a televisão. Estudiosos têm acusado a televisão de, ao difundir uma cultura do tipo homogênea, destruir as características culturais de cada grupo; estimular uma reação acrítica e de passividade ao propor conteúdos que, condensados, fragmentados e nivelados, não provocam nenhum esforço por parte do fruidor – “...não provoca espanto nem interesse, não resulta misteriosa nem particularmente transparente.”²⁹ Através da repetição da imagem e da velocidade impostas pela edição, impedir a retenção de conteúdos; criar produtos que obedecem à lei da oferta e da procura e que são voltados exclusivamente ao entretenimento e ao lazer – e, assim, explorar apenas a ‘sensibilidade superficial’. Provocar também emoções intensas em vez de sugeri-las e, por fim, incentivar o conformismo e o conservadorismo dos costumes, dos valores culturais, dos princípios religiosos, das tendências políticas.

Em contraposição a essa visão, outra chave interpretativa tem se feito presente nas análises sobre a televisão: vê-la por uma perspectiva dialógica. A partir da noção bakhtiniana de que qualquer discurso possui uma natureza relacional, ou seja, qualquer enunciado possui ‘outros enunciados’, e só existe em relação ao contexto de ‘outros enunciados’, pensa-se uma produção cultural como um permanente diálogo entre uma multiplicidade de vozes que compõem o

²⁹ SARLO, B., *O Sonho Acordado*, p. 53.

próprio texto cultural. Ao analisar a obra de Dostoiévski, Bakhtin³⁰ identifica o “romance polifônico” como aquele em que uma orquestra de vozes e consciências diferenciadas estão em constante interação. Não se trataria de defender ou refutar o poder dominador do discurso de um dos personagens (ou do autor), mas de catalisar a troca dialógica entre personagens que se comunicam sem perder a sua individualidade. Talvez aqui pudéssemos novamente trazer Simmel para aproximá-lo de Bakhtin na medida em que a interação criada pelo “romance polifônico”, articulando vozes diferenciadas, cria as condições para produzir também uma articulação entre a ‘voz objetiva’ do autor e as ‘vozes subjetivas’ dos personagens. Nesse sentido, “o romance polifônico” seria também um exemplo de realização da cultura como “cultivo”.

Essa intertextualidade identificada por Bakhtin existe não apenas com discursos prévios, mas também com quem os recebe. Associando-se às preocupações da teoria contemporânea da recepção de Iser, em que o ficcional de um texto é reconhecido através de convenções compartilhadas pelo autor e o público, numa espécie de “contrato” que faz do texto não um discurso, mas um “discurso encenado”³¹, Bakhtin pensa no discurso artístico como uma interlocução, uma relação entre o texto e o leitor, de quem se busca uma compreensão receptiva e de quem o texto depende para sua concretização.

Ao transpor essa análise para o consumo cultural, Chartier³² propõe romper com a concepção de uma separação radical entre criação e consumo, produção em oposição à recepção, que leva a outras oposições do tipo criatividade x passividade, consciência x alienação, liberdade x dependência. Ao contrário da visão de que o público que consome um produto cultural, nesse caso os enunciados televisivos, é moldado por ele sem resistência, de forma passiva, o que se busca com a abordagem dialógica é pensar essa relação como a produção de um texto. O texto é produto de uma leitura (ou melhor, leituras), é uma construção do seu leitor, só adquire sentido através da diversidade de interpretações que constroem as suas significações. A do autor é uma delas, mas não a única, nem

³⁰ Cf. BAKHTIN, M., *Problemas da Poética de Dostoiévski*, p. 3 passim.

³¹ Cf. ISER, W., *O Fictício e o Imaginário*, p. 7 passim.

³² Cf. CHARTIER, R., *A História Cultural: Entre Práticas e Representações*, p. 59.

aquela que encerra a “verdade” da obra. Assim como a leitura, o consumo também modifica o seu objeto. Consumir uma mensagem televisiva, portanto, significa se apropriar dela, interpretá-la, construir um significado.

Essa visão dialógica marcou fortemente as análises de pesquisadores dos chamados Estudos Culturais, que emergiram na Escola de Birmingham, Grã-Bretanha, nos anos 1970, e que tiveram como foco de seus trabalhos as culturas jovens e operárias, os conteúdos e a recepção da mídia. Nesse sentido, foi precursor o trabalho do estudioso de literatura Richard Hoggart sobre culturas populares. Seus estudos revelaram as fragilidades das análises que tendiam a superestimar a influência da indústria cultural sobre as “classes populares”. Ao analisar os receptores, era possível perceber que estes têm a capacidade de “resistir” às suas mensagens. Hoggart influenciou fortemente outros estudiosos britânicos como Raymond Williams e Edward P. Thompson, que buscaram compreender, com uma inspiração marxista, a construção da história a partir das lutas sociais e da interação entre cultura e economia (e não a primeira sendo um mero reflexo da segunda), em que é central a noção de resistência à ordem dominante capitalista. A eles se juntou o jamaicano Stuart Hall, professor de literatura, que elegeu como objetos de estudo temas até então considerados indignos pelos meios acadêmicos, como jazz, cinema, fotografia, movimento punk e televisão. Hall³³, ao estudar as mídias audiovisuais, desenvolve um quadro teórico que sublinha que o funcionamento de uma mídia não se limita a uma transmissão mecânica (emissão/recepção), mas pressupõe uma formatação do

³³ Stuart Hall, usa o conceito gramsciano de hegemonia e afirma: “As indústrias culturais têm de fato o poder de retrabalhar e remodelar constantemente aquilo que representam; e, pela repetição e seleção, impor e implantar tais definições de nós mesmos de forma a ajustá-las mais facilmente às descrições da cultura dominante ou preferencial... Essas definições não têm o poder de encampar nossas mentes; elas não atuam sobre nós como se fôssemos uma tela em branco. Contudo, invadem e retrabalham as contradições internas dos sentimentos e percepções das classes dominadas; elas, sim, encontram ou abrem um espaço de reconhecimento naqueles que a elas respondem”. E conclui: “Creio que há uma luta contínua e necessariamente irregular e desigual, por parte da cultura dominante, no sentido de desorganizar e reorganizar constantemente a cultura popular; para cercá-la e confinar suas definições e formas dentro de uma gama mais abrangente de formas dominantes. Há pontos de resistência e também momentos de superação. Esta é a dialética da luta cultural. Na atualidade, essa luta é contínua e ocorre nas linhas complexas de resistência e da aceitação, da recusa e da capitulação, que transformam o campo da cultura em uma espécie de campo de batalha permanente, onde não se obtêm vitórias definitivas, mas onde há sempre posições estratégicas a serem conquistadas ou perdidas”. HALL, S., *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*, p. 238-239.

material discursivo (discurso, imagens, relato) em que pesam a tecnologia, a produção e os modelos cognitivos. De um lado,

as gramáticas midiáticas presidindo a produção da mensagem e, de outro, as referências culturais dos receptores.... A noção de decodificação convida a levar a sério o fato de que os receptores têm estatutos sociais, culturas, e que ver ou ouvir um mesmo programa não implica tirar dele um sentido ou uma recordação similares.³⁴

Na América Latina, a influência dos teóricos da cultura de tradição europeia (nem sempre da britânica) nas pesquisas sobre a mídia, particularmente sobre a televisão, se fez presente nas contribuições de Jesús Martín-Barbero³⁵, estudioso da comunicação e da cultura latino-americana, com sua teoria sobre as mediações, e do antropólogo argentino Néstor García Canclini³⁶, com a noção de “hibridação cultural”.

Barbero, em seu clássico *Dos Meios às Mediações*, observa que os novos modos de percepção, o novo “sensorium” defendido por Benjamin, que produz uma “dessublimação” da obra de arte, leva à aceitação de que há uma pluralidade de experiências estéticas, uma multiplicidade de fazer e usar a arte. Barbero, utilizando também o conceito de hegemonia de Gramsci, identifica o valor do

³⁴ MATTELART, A.; NEVEU, É., *Introdução aos Estudos Culturais*, p. 68.

³⁵ Jesús-Martin Barbero, nascido na Espanha e radicado na Colômbia desde 1963, é considerado hoje um dos mais importantes teóricos da comunicação e da cultura na América Latina. Sua análise sobre os fenômenos comunicacionais e culturais caracteriza-se, fundamentalmente, pela transdisciplinaridade em um diálogo permanente com autores clássicos dos domínios da filosofia, antropologia, comunicação, estética, semiótica, epistemologia. Sua principal contribuição é no sentido de superar as visões que dissolvem a dinâmica da comunicação na generalidade da reprodução social ou dissociam as tecnologias de informação da vida dos receptores. Ao identificar a sociedade contemporânea como uma sociedade da comunicação, Barbero observa que os processos comunicacionais, enquanto operadores de sentido, e o mercado, enquanto operador de valor, são os responsáveis (com suas contradições) pelos vínculos sociais entre os sujeitos. Sua proposta decorre daí: por meio das mediações – lógicas de produção e lógicas de recepção, matrizes culturais e formatos industriais – é possível compreender como se dão os processos de comunicação. Seu estudo enfoca, especialmente, as sociedades latino-americanas e o papel da televisão nessas culturas, buscando verificar o que há de singular e o que produz identidade entre elas.

³⁶ O antropólogo argentino Néstor-García Canclini é um estudioso das relações que configuram o mundo contemporâneo, em especial a realidade social complexa da América Latina. Ao constatar uma “modernização tardia” no continente latino-americano, Canclini percebe a coexistência entre as tradições culturais e a modernidade. Observa ainda que os projetos de modernização, ainda em curso, são questionados pelas “filosofias pós-modernas”. Ao se debruçar no contexto latino-americano, Canclini utiliza uma abordagem interdisciplinar com disciplinas que se ocupam em estudar a cultura – antropologia, sociologia, história, literatura, filosofia, história da arte etc. – para compreender como se desenvolve o diálogo entre “cultura erudita”, “cultura popular” e “culturas de massas” (esta apoiada pelos avanços tecnológicos) no contexto latino-americano.

“popular” não em sua autenticidade ou beleza, mas sim na sua “representatividade sociocultural”, na sua capacidade de materializar e de expressar “o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais filtram, reorganizam o que vem da cultura hegemônica, e integram e fundem com o que vem de sua memória histórica”.³⁷

O autor identifica duas etapas no processo de implantação dos meios de comunicação na América Latina: a primeira, do final dos anos 1930 até o final dos anos 1950, em que os meios massivos tiveram o papel de representar, a partir do populismo, os porta-vozes dos sentimentos nacionais da população. Cinema e rádio proporcionaram a comunidades de algumas regiões a primeira vivência cotidiana da Nação. A segunda, a partir dos anos 1960 e que tem na televisão o principal veículo, é associada à ideia de desenvolvimento e da consolidação de um mercado consumidor interno. A televisão torna mais abrangente a indústria cultural nesses países, ao reforçar a percepção do nacional e mesmo extrapolar as fronteiras nacionais. A sedução tecnológica, o estímulo ao consumo, o desejo por estilos de vida urbanos são alguns dos ingredientes que dominam a proposta cultural do novo meio. Ao unificar as nações e dar hegemonia aos discursos que preconizavam a modernidade, a televisão trouxe para o mundo contemporâneo segmentos da população que até então não usufruíam dos bens culturais considerados modernos. É nesse sentido que Barbero, embora identifique a tendência à homogeneização cultural em detrimento das “entonações regionais”, considera a televisão um espaço onde as mensagens são apropriadas, negociadas e reinterpretadas de acordo com as matrizes culturais populares. Propõe, assim, analisar a televisão a partir das mediações, ou seja, “dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão”.³⁸

Barbero elege três mediações para efetuar sua análise: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. A cotidianidade familiar lhe permite perceber as formas de leitura e codificação das mensagens

³⁷ MARTÍN-BARBERO, J., *Dos Meios às Mediações: Comunicação, Culturas e Hegemonia*, p.105.

³⁸ *Ibid.*, p. 292.

televisivas. As situações de reconhecimento, a simulação e a retórica do contato direto, a sensação do imediato, da simulação do diálogo coloquial (familiar), em que a preeminência do verbal sobre o visual vá ao encontro de culturas fortemente orais, fazem com que a família seja um lugar social privilegiado para se pensar a televisão. A temporalidade social da televisão, diferente do tempo produtivo que transcorre e é medido, é um tempo repetitivo, composto por fragmentos. A televisão organiza o seu tempo através do cruzamento de gêneros e ‘tempos’, ou de acordo com a forma de rentabilidade e do “palimpsesto”, nos termos do autor. Enquanto gênero, pertence a um conjunto de textos que são replicados em diferentes horários e dias da semana; enquanto tempo, cada texto remete a uma sequência horária daquilo que o antecede e que o sucede. A articulação entre o tempo social e o tempo organizado pela televisão constitui outra mediação a ser analisada.

A competência cultural é a terceira mediação considerada por Barbero. Segundo ele, a televisão é um meio privilegiado para a convivência de dois mecanismos opostos: aqueles que desativam as diferenças sociais e culturais e produzem uma integração ideológica; e aqueles que reforçam as matrizes culturais, as diferenças sociais. A televisão promove a junção de uma “cultura gramaticalizada”, aquela que remete a compreensão e a fruição de uma obra às regras de sua produção, com uma “cultura textualizada”, ou seja, aquela em que o sentido e a fruição de um texto remetem sempre a outro texto, como ocorreria no folclore, na cultura popular, na cultura de massa. Dessa forma, a dinâmica cultural da televisão atuaria por meio de seus gêneros, ativando a competência cultural dos espectadores e dando conta das diferenças sociais.

A essas três mediações, Barbero agrega um quarto eixo de análise: as lógicas de produção e dos usos. Lógicas da produção são os aspectos relativos à competitividade industrial (tecnologia, investimentos, diversificação-especialização profissional etc.), os processos de decisão (quem, quando e com que critérios se decide o que deve ser produzido), as ideologias profissionais, a criatividade, o desejo de inovação (que se relacionam, com tensão ou não, com as exigências do sistema produtivo, com as regras do gênero, com as demandas sociais) e as estratégias de comercialização (definidas desde a concepção do produto e que deixam suas marcas no formato). Como lógicas de uso, o autor

compreende a recepção dos programas televisivos a partir do conceito de que os produtos culturais são resultados de conflitos, mestiçagens, negociações culturais. Busca entender como a hegemonia cultural se impõe e as resistências que ela enfrenta, os modos de apropriação e as respostas dos diversos grupos sociais (para ele, especialmente, das camadas populares). Verifica que os *habitus* de classe atravessam os usos da televisão, os “modos de ver”, possíveis de serem detectados através da observação etnográfica. Barbero utiliza essas mediações para mostrar como um meio de massa, no caso a televisão, passa a cumprir o papel de mediadora entre as classes e as culturas com gostos e estilos de vida diferenciados.

As reflexões de Néstor Garcia Canclini sobre as hibridações culturais, isto é, como estruturas e práticas culturais que existiam de forma separada passam a se combinar e acabam por gerar novas estruturas, objetos e práticas, foram essenciais para as pesquisas sobre televisão na América Latina. Seus estudos sobre os processos de hibridação cultural (ou mestiçagem, ou sincretismo, como ele próprio às vezes chama) levaram a relativizar a noção de identidade não só por questionar a existência de identidades “puras” ou “autênticas”, como também por colocar em evidência o risco de delimitar identidades autocontidas ou que se firmam pela oposição à sociedade nacional ou à globalização. Propõe, assim, deslocar o objeto de estudo da identidade para a heterogeneidade e a hibridação interculturais:

Já não basta dizer que são identidades caracterizadas por essências autocontidas e a-históricas, nem entendê-las como as formas em que as comunidades se imaginam e constroem relatos sobre sua origem e desenvolvimento. Em um mundo tão fluidamente interconectado, as sedimentações identitárias organizadas em conjuntos históricos mais ou menos estáveis (etnias, nações, classes) se reestruturam em meio a conjuntos interétnicos, transclassistas e transnacionais. As diversas formas pelas quais os membros de cada grupo se apropriam dos repertórios heterogêneos de bens e mensagens disponíveis nos circuitos transnacionais geram novos modos de segmentação....³⁹

Segundo Canclini, assim como a oposição entre tradicional e moderno não é suficiente para se compreender as sociedades contemporâneas, as noções de erudito, popular e massivo não explicam as realidades culturais. É preciso eliminar essa concepção em três camadas do mundo da cultura e explorar suas

³⁹ CANCLINI, N.G., *Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*, p. 23.

hibridações. Não é que a circulação mais fluida e complexa dos bens culturais tenha diluído as diferenças sociais. O que ele enfatiza é que a reorganização dos cenários culturais e os cruzamentos constantes das identidades – seja pelos movimentos transnacionais (produzidos pelas mais diversas formas de difusão das culturas), seja pela desterritorialização (a perda natural da cultura com os territórios geográficos e, ao mesmo tempo, certas relocalizações territoriais relativas, parciais, das velhas e novas produções simbólicas) –, exigem investigar de outro modo as ordens que sistematizam as relações materiais e simbólicas entre os grupos sociais. Os cruzamentos constantes entre o “culto” e o “popular” acabam, segundo ele, por tornar obsoleta a oposição entre ambas e relativizam, portanto, a oposição política entre hegemônicos e subalternos. As operações interculturais dos meios massivos e as novas tecnologias, a reapropriação que os mais diferentes receptores fazem deles tornam sem sentido as teses da manipulação de grupos produtores. Enfim, as hibridações culturais levam a concluir que

hoje todas as culturas são de fronteira. Todas as artes se desenvolvem na relação com outras artes: o artesanato migra do campo para a cidade; os filmes, os vídeos e canções que narram acontecimentos de um povo são intercambiados com outros. Assim as culturas perdem a relação exclusiva com seu território, mas ganham em comunicação e conhecimento.⁴⁰

Pensar na realidade criada pela televisão como emblema das relações espaço-temporais contemporâneas é o que propõe a terceira vertente de análise. A construção da “realidade televisiva”, segundo Gumbrecht⁴¹, se baseia na convergência de três instâncias: o acontecimento transmitido “ao vivo” (mesmo que estejamos falando da impressão de ser ao vivo), as exigências técnicas do meio e a privacidade do telespectador. São elas que, juntas, criam a ideia de que o telespectador participa do que acontece na tela, de um ‘espectador-cúmplice’ que vivencia os acontecimentos em toda a sua extensão. Acontecimentos que, ao se tornarem visíveis para o telespectador, definem uma realidade. Ou seja: aquilo que define o real é o visível; e o que é visível é o “verdadeiro”. Ele exemplifica esta “realidade televisiva” lembrando que os representantes das nações, ao se

⁴⁰ Ibid., p. 348.

⁴¹ Cf. GUMBRECHT, H. U., *Modernização dos Sentidos*, p. 261- 292.

encontrarem, apertam as mãos cordialmente tantas vezes quanto forem necessárias para que o gesto seja bem apreendido pelas câmeras de televisão e, assim, adquira autenticidade. Esta “realidade televisiva” dissolveria a esfera espaço-tempo.

Gumbrecht, baseando-se na análise de Koselleck, ressalta que o pensamento moderno caracterizou-se pela assimetria entre o “espaço da experiência” e o “horizonte da expectativa”. A diferença entre experiência e expectativa foi aumentando progressivamente até possibilitar o surgimento da noção de um “tempo novo”, distanciado das experiências vividas. O passado deixou de possuir um caráter exemplar, capaz de modelar acontecimentos futuros, e inaugurou-se, então, a percepção de um “futuro inédito”, o futuro como desafio, que se acreditava poder ser formado e preparado pelas ações do presente. Isto teria implicado a ideia de curso histórico enquanto uma linha do tempo. A aceleração dos ritmos temporais da experiência característicos da modernidade levou à noção de um tempo histórico com prazos cada vez mais breves, ou seja, de tempo como transição. Passado, presente e futuro começaram a se entrelaçar de maneira qualitativamente nova: o tempo histórico sendo percebido na sua singularidade.

A partir do final do século XX, surge o que Gumbrecht denomina de “período pós-moderno”, um tempo que rompe com a noção de sequência de épocas (ordenadas teleologicamente, por exemplo) para mostrar-se como uma diversidade proliferadora de tempos. No tempo social contemporâneo, o presente se torna cada vez mais amplo. Como o futuro ficou pouco atraente, o homem reluta em cruzar o limiar entre o presente e o futuro. Perdeu-se a ambição de abandonar ou superar o passado; perdeu-se a obsessão pela inovação, legado da noção de “tempo histórico”. Esse presente contínuo, ampliado, é o ponto de convergência entre um passado que o homem reluta em abandonar e um futuro no qual resiste em ingressar. Nesta ‘destemporalização’, em que o tempo não aparece mais como agente de mudança e o futuro não se apresenta mais como horizonte aberto a ser moldado pelo presente, há um enfraquecimento do papel do sujeito. Ainda que ele continue observando o mundo e produzindo representações, sua experiência não aponta mais para uma intervenção na realidade. A espacialidade também se altera por uma espécie de ‘desreferencialização’, a “desassociação entre a posição do corpo do experimentador/agente e as zonas acessíveis à sua

experiência/ação”.⁴² Para mudar de uma zona a outra, não é necessário nenhum movimento do corpo e, portanto, não exige nenhum tempo.

A televisão pode ser pensada como um emblema desta nova relação espaço-temporal inaugurada pela contemporaneidade. A televisão – especialmente após o surgimento do controle remoto que permite a rápida mudança de canais e, conseqüentemente, de espaços e tempos – produz uma espécie de ‘desterritorialização’, uma transformação das formas de se perceber o próximo e o longínquo, tornando mais próximo aquilo que é vivido “à distância” do que aquilo que cruza o espaço físico cotidiano. E, paradoxalmente, essa nova espacialidade não retira o indivíduo de ‘seu mundo’, mas emerge da experiência privada que é convertida pela televisão em um território virtual. A percepção do tempo por ela instaurada está marcada pelas experiências de simultaneidade, instantaneidade e do fluxo ininterrupto de imagens e sons. Ao confundir os tempos e comprimi-los na simultaneidade do tempo atual, a televisão produz um ‘culto ao presente’ em que os espectadores têm a impressão de que tudo que se vê é um ‘gerúndio interminável’. Ela concebe um presente contínuo, ampliado, em que o passado é descontextualizado, aparecendo como presente. Este presente contínuo também remete a uma ausência de futuro, a uma sequência de experiências que não se cristalizam em duração e não criam um horizonte de futuro. O fluxo da televisão, o continuum de imagens efêmeras que produz, acaba por atenuar as fronteiras dos gêneros televisivos, fazendo com que se interpenetrem cada vez mais.⁴³

A mediação introduzida pelo fluxo televisivo refere-se ainda a novas sociabilidades, aos novos “modos de estar juntos” do mundo contemporâneo. A narrativa produzida pela televisão (e isso se potencializa com a internet) se converte em poderoso agente de uma “cultura mundo”, que expressa novas sensibilidades e identidades: uma cultura, ou melhor, culturas sem memória territorial, fragmentadas e transitórias. O mundo virtual por ela criado produz um espaço público que conecta indivíduos separados por barreiras geográficas e sociais, tornando-se palco de sociabilidades impossíveis no “mundo real”. A

⁴² Ibid., p. 261-292.

⁴³ Cf. MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G., *Os Exercícios do Ver: Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva*, p. 29-37.

televisão capta, expressa e constantemente atualiza representações de uma “comunidade imaginária”, fornecendo um repertório comum a pessoas de gerações, sexo, regiões e posições sociais diferentes⁴⁴. Com base no conceito de laço social desenvolvido por Durkheim, Wolton⁴⁵ observa que o espectador, ao ver um programa de televisão, agrega-se a esse público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente. Esse “laço invisível” não se manifesta apenas no ato de assistir, mas também no fato de a sociedade se reconhecer enquanto público que compartilha os mesmos conteúdos. E, ao fazê-lo, ela oferece à sociedade formas de representação de si mesma. A televisão estabelece, portanto, uma ‘convivência social’ marcada por um certo acordo, neutralizando as dimensões objetivas da vida, ou seja, sociais – riqueza, posição social, cultura etc., e também a dimensão subjetiva, estritamente individual – caráter, reações psíquicas, crenças etc. Produz-se, assim, uma ‘sensação de igualdade’ de forma a garantir o prazer e a satisfação coletivas.⁴⁶

Esta sociabilidade criada pela televisão é reforçada pelo tipo de narrativa que predomina: os programas propõem uma “conversa” entre os membros desta “comunidade imaginária” em que o que está em jogo é a sua manutenção – a ideia do bate-papo característico de alguns discursos televisivos. A substância da “conversa”, às vezes, é menos importante do que manter a interação. Isso se dá na ficção seriada – as telenovelas, por exemplo – que criam uma intimidade com o espectador ao conectar os domínios público e privado, sintetizando problemáticas amplas em tramas pontuais e, ao mesmo tempo, sugerindo que dramas individuais possam vir a ter um significado coletivo. Ocorre também nos telejornais, que produzem uma espécie de “desmontagem” dos discursos a respeito dos

⁴⁴ Adota-se a ideia de que a televisão constrói uma “comunidade imaginária”, segundo LOPES, M.I.V. de, *Para uma Revisão das Identidades Coletivas em Tempo de Globalização* e HAMBURGER, E., *O Brasil Antenado: A Sociedade da Novela*. As autoras baseiam-se nos estudos de Benedict Anderson sobre o surgimento dos Estados Nacionais na Europa do século XIX e sua associação à consolidação de um sentimento de pertencimento a uma “comunidade imaginária” promovida pelo surgimento da imprensa e das línguas nacionais. Essa comunidade é intrinsecamente limitada e, ao mesmo tempo, soberana; seus membros, mesmo não conhecendo os demais, percebem a existência de uma unidade da qual todos participam. E ainda que os limites não existam empiricamente, seus indivíduos são capazes de criar e imaginar as fronteiras, assim como seus membros.

⁴⁵ Cf. WOLTON, D., *Elogio do Grande Público: Uma Teoria Crítica da Televisão*, p. 122-136.

⁴⁶ Cf. SIMMEL, G., *Sociability*, p. 127-140.

acontecimentos, construindo uma polifonia de vozes – o apresentador chama o repórter, que por sua vez chama o entrevistado, com uma voz se encaixando na outra – que dialogam com o espectador. E até mesmo nos *reality shows* que oferecem ao telespectador uma “realidade cotidiana”, virtual, na qual ele pode interferir e mudar o rumo dos acontecimentos, funcionando como uma espécie de compensação à realidade do espectador – perdida ou não identificada por ele diante de tantas realidades vividas simultaneamente no mundo contemporâneo⁴⁷. Todos esses gêneros televisivos geram no indivíduo a sensação de que ele está unido por um laço invisível à sociedade.

A televisão pode ser entendida como legítima representante da indústria cultural, pondo em cena um novo *sensorium* que leva à promoção do prazer e à diversão na fruição de seus conteúdos. Pode também ser pensada como meio difusor de uma narrativa que põe em diálogo uma multiplicidade de vozes - tanto de produtores quanto de receptores – que modelam os seus conteúdos. Sua fragmentação, simultaneidade e virtualidade levam a uma mudança nas relações espaço-temporais tradicionais, provocando uma “desterritorialização” e uma “destemporalização” do espectador. E, embora provoque essa alteração espaço-temporal, é um agente formador de uma “comunidade imaginária” que promove a sociabilidade entre indivíduos que estão desconectados tanto do ponto de vista objetivo quanto subjetivo. Por tudo que foi identificado até agora, a televisão pode ser pensada como palco para a construção de representações, em particular de representações femininas, que moldam “memórias coletivas e individuais” (ou públicas e privadas, nos termos de Ricoeur) sobre o papel da mulher na sociedade brasileira. Estas representações, que se cristalizam em “lembranças passadas” e “lembranças presentes”, profundamente marcadas pelas características do veículo, são muito evidentes na ficção seriada da televisão brasileira.

⁴⁷ Cf. GUMBRECHT, H. U., *Perda do Cotidiano*. O que é “Real” no Nosso Presente?, passim.