Capítulo II

Revisão de Literatura

Estudos de televisão e recepção e gêneros

No início do século XXI, ao mesmo tempo em que o desenvolvimento tecnológico aliado às mudanças nas esferas política, econômica, com profundas repercussões sociais e até geográficas promovem a diversidade, a segmentação, abrindo espaço para ampliação da oferta de produtos, serviços, o conteúdo dos meios de comunicação de massa, ou de públicos se consideramos a recepção de um ponto de vista mais ativo que passivo, continua na pauta dos estudos. Não importa o progresso tecnológico ou a diversificação dos formatos e modos de leitura, a televisão vê reforçada sua posição de 'bode expiatório'[1] ou de panacéia, representando ainda a principal forma de disseminação dos valores hegemônicos, valores esses percebidos como 'naturais' graças ao "controle social que pode ser exercido sem violência física, simplesmente catalogando todo protesto e questionamento como fora do senso comum e dentro dos domínios do insano, do irracional".[2] Transformada na principal instituição de produção e transmissão das formas simbólicas, a televisão levanta tantas preocupações quanto ao seu conteúdo, em específico aqueles caracterizados pela violência, que governos de países tão diversos como Estados Unidos, Grã-Bretanha, Venezuela, México e Argentina patrocinam estudos já na década de 60, pouco depois da chegada da telinha ao grande público.

Regra geral, os estudos sobre o tema denotam uma preocupação com os efeitos, cujas tendências de análise são expostas por Rangel em quatro grupos:

---

[1] McQUAIL, Denis. **McQuail's mass communication theory**. 4th ed., London: Sage, 2000, p. 38.

> *(a) os que preconizam os efeitos danosos e negativos, baseados na possibilidade de se reproduzir no comportamento real a violência vista na televisão; (b) aqueles que apontam para um efeito catártico, especulando que a agressividade real se libera no imaginário; (c) aqueles que compreendem o comportamento da audiência sob a perspectiva do entretenimento e de uma experiência estética cultural; e (d) os que estabelecem uma influência construtiva da televisão.*[3]

Explicações sobre a relação televisão-audiência-violência fundamentam-se em teorias diversas como a teoria da agressão reativa de Berkowitz ou a teoria associacionista do mesmo autor e Rogers; a teoria catártica de Feshbach; a teoria de aprendizagem social de Bandura e a teoria sobre a mídia como "cultivadora" de crenças sobre a realidade social, segundo Gerbner.[4] Os resultados destes estudos, apesar de diversos e não-conclusivos, abrangem aspectos que vão das motivações aos efeitos, concentrando-se duas especificidades: influência e falta de relação significativa entre as variáveis em questão.

Estudo desenvolvido pelo *National Institute of Mental Health*, publicado em 1972, diz que as imagens violentas veiculadas pela televisão facilitam o aprendizado de comportamentos agressivos, seja pela promoção de respostas agressivas, seja pela aceitação dessas respostas como normalidade, contribuindo para uma construção paranóica do mundo.[5] Wilson e colaboradores,[6] ao realizarem estudos sobre a adequação da cotação de filmes utilizada pela MPAA,[7] descobriram que a exposição a conteúdos de violência sexual ocasiona vários efeitos anti-sociais em adultos. Gerbner descobriu uma relação entre a representação da realidade social partilhada e

---

[2] WHITE, Robert (editor). Televisão como mito e ritual. *Comunicação & Educação*, São Paulo: ECA-USP/Moderna, no. 1, ano I, 1995, set./dez., p. 53.
[3] RANGEL, Jair Guimarães. A exposição à violência na televisão e suas relações no contexto psicológico dos telespectadores. *Comunicação & Sociedade,* São Bernardo do Campo, no. 24, dez./95, p. 101.
[4]Avaliação da Violência na televisão Portuguesa. Disponível em: http://www.aacs.pt/violencia_tv1parte.htm. Acesso em 6 de abril de 2002.
[5]Avaliação da Violência na televisão Portuguesa. ... op. cit.
[6] WILSON, Barbara J., LINZ Daniel e RANDALL, Bárbara. Applying social science research to film ratings: a shift from offensiveness to harmful effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 34, no. 4, Fall 1990, pp. 443-468.

a audiência a conteúdos violentos.[8] No formato, as tomadas curtas e os cortes rápidos, características da cinematografia da televisão moderna, fazem parte de uma estética de ação e violência. Mantêm a atenção do público, mas também há razão para se acreditar que promovam a impulsividade - o que, do ponto de vista do anunciante, é um traço desejável em uma sociedade de consumo, ao mesmo tempo em que impede (os telespectadores) de formar uma opinião crítica sobre os eventos mundiais.[9]

Resultados de algumas pesquisas lançam dúvidas sobre o caráter inofensivo dos desenhos animados e outros gêneros ficcionais, enquanto que um estudo da Organização Internacional de Jornalistas sobre os efeitos da exposição prolongada à violência, junto a crianças na Tchecoslováquia, salienta a imitação dos conteúdos televisivos e maior aceitação da violência real. Os pais acreditam na influência da orientação e do controle como aspectos que amenizariam os efeitos dos conteúdos violentos da televisão, embora considerem também que a violência na TV é copiada pelas crianças, que se tornam mais assustadas, fazendo até com que fiquem insensíveis à violência em geral.[10]

O estudo de Rangel[11] aponta possíveis respostas a partir de fatores circunstanciais e subjetivos, porém mostra que não existe uma relação significativa entre os traços psicológicos - alta agressividade, alta frustração e ambiente familiar negativo - e uma dieta violenta de televisão. Os adolescentes estudados por Rangel queixam-se da falta de opções, o que os obrigaria a uma audiência compulsória, indo

---

[7] MPAA – Motion Pictures American Association.
[8] Avaliação da Violência na televisão Portuguesa. ... op. cit.
[9] TODA Y TERRERO, José Martinez de; AGUIRRE, Jesús Maria e CERVERA, Rafael Calduch . A violência nos meios de comunicação. *Comunicação & Educação*, São Paulo: ECA-USP/Moderna, no. 8, 1997, pp. 45-52.
[10] TODA Y TERRERO, José Martinez de; AGUIRRE, Jesús Maria e CERVERA, Rafael Calduch . A violência nos meios de comunicação. ... op. cit., pp. 45-52.
[11] RANGEL. A exposição à violência na televisão e suas relações no contexto psicológico dos telespectadores ... op. cit.

ao encontro ao argumento dos empresários de mídia de que é dado ao público o que ele quer, em resposta às objeções feitas aos conteúdos violentos.[12] Estudos promovidos pela UNESCO, realizados com crianças ao redor do mundo, mostram uma diferença na percepção da violência televisiva, mas não uma relação entre comportamento e audiência.[13]

Toda y Terrero e colaboradores apontam aspectos a serem considerados quando o assunto é a quantidade e a qualidade da violência na TV. Esse grupo considera importante avaliar o assunto tanto em termos de seu contexto na televisão e na vida real, quanto em termos de sua importância ética à luz desses contextos, tomando como base afirmações de que a violência na mídia não poderá ser resolvida com eficiência se não se tentar, ao mesmo tempo, reduzir o nível de violência na sociedade.[14] Nesse sentido, o problema básico não está em 'como as armas são usadas' ou 'como são causados os ferimentos', mas na maneira como os conflitos de xenofobia, de segregação racial, de concorrência, de divisão de classes, de machismo e de exploração sexual, de infidelidades conjugais, etc. são resolvidos pelo emprego da violência, em programas diários que refletem a vida real.[15]

Biernatzki e Pecora,[16] em uma avaliação de pesquisas sobre o relacionamento das crianças com a televisão, concluem que a maior parte ainda trata dos efeitos da mídia, salientando que a violência tem sido uma questão central no debate. Esses autores apontam que, ainda que estudiosos reconheçam a importância da interpretação da audiência, os estudos contemplam principalmente o conteúdo da

---

[12] TODA Y TERRERO, José Martinez de; AGUIRRE, Jesús Maria e CERVERA, Rafael Calduch . A violência nos meios de comunicação ... op. cit., pp. 45-52.
[13] GROEBEL, Jo. Percepção dos jovens sobre a violência nos meios de comunicação. *Cadernos Unesco Brasil*. Séries Direitos Humanos e Cultura da Paz; v. 1. Brasília: Unesco, 1998.
[14] TODA Y TERRERO, José Martinez de; AGUIRRE, Jesús Maria e CERVERA, Rafael Calduch . A violência nos meios de comunicação. ... op. cit., pp. 45-52.
[15] TODA Y TERRERO, José Martinez de; AGUIRRE, Jesús Maria e CERVERA, Rafael Calduch . A violência nos meios de comunicação ... op. cit., pp. 45-52.

programação, sua descrição e quantificação. Ao final atentam para a necessidade de um debate crítico sobre o que chamam de "contexto de pânico moral", ou seja, a atribuição de culpa à mídia por todos os atos violentos que ocorrem na sociedade, fenômeno este que nos indica maneiras diferentes de examinar questões críticas relacionadas aos conteúdos da mídia, ampliando as questões tradicionais das Ciências Sociais.

Tais resultados reforçam nossa percepção de que questões sobre a real motivação para o consumo de conteúdos violentos, sobre a percepção desses conteúdos, permanecem. As mediações, desenvolvidas por Martín-Barbero e trabalhadas por Orozco e Canclini e, por que não, Morley quando relaciona recepção com gêneros e ambiente doméstico em seus estudos etnográficos; as condições sócio-econômicas e a realidade em que os indivíduos estão inseridos, como em Rangel, são algumas das variáveis a serem consideradas nesta relação. É provável que a saturação de programas violentos faça com que as pessoas percam a sensibilidade e se tornem brutalizadas a longo prazo, por outro lado, uma ideologia de segurança é estimulada pela mídia em sua constante promoção da insegurança, legitimando o consumo de métodos de autodefesa e sistemas de proteção, promovendo uma espiral de violência na sociedade.[17]

2.1 Os estudos de televisão e a recepção

Uma retrospectiva dos estudos de recepção, destacando abordagens teóricas e metodologias de pesquisa mais do que resultados, mostra-nos que do jornal ao rádio e deste à televisão, as problematizações concentram-se ora na produção, ora na

---

[16] BIERNATZKI, William E. e PECORA, Norma. *Status* de pesquisa sobre crianças e televisão. *Comunicação & Educação*, São Paulo: ECA-USP/Salesiana, ano VIII, maio/ago., 2002, pp. 49-59.

mensagem; ora nas funções, ora nos efeitos. Como ponto de partida desses estudos, temos o modelo funcionalista, influenciado pela ótica norte-americana,[18] com objetivos definidos por institutos de pesquisa e opinião pública e agências de publicidade e o enfoque crítico, mais concentrado na Europa, onde, a partir da Escola de Frankfurt, é questionada a disseminação das mensagens em um contexto ideológico.

Segundo Biltereyst,[19] existem vários estudos que tratam dos fluxos, aspectos estruturais, históricos e econômicos de produtos televisivos do ponto de vista quantitativo da oferta. Porém, são poucos os que abordam o consumo, nos seus aspectos de exposição real, por meio da análise de correlação ou de cultivo; ou ainda estudos sobre o tipo de oferta, seja utilizando a análise de discurso, de conteúdo ou abordagens da semiótica. Do lado da recepção, a carência é sobre a leitura dos conteúdos, sua interpretação.

Nesse sentido, a teoria dos usos e gratificações permitiu avanços; entretanto, as avaliações dos usos feitos da programação de televisão devem ser vistas, e revistas, com atenção às limitações de autonomia do telespectador. Segundo Hall[20], esse modelo superestima a abertura da mensagem; a polissemia do texto, mais do que uma possibilidade de pluralismo, deve ser analisada na perspectiva da ordem cultural dominante, que, em diferentes graus, impõe aos membros de uma mesma sociedade, classificações de mundo. A teoria dos usos e gratificações, de certa forma, corrobora o argumento dos produtores, esquecendo que o consumo de televisão é mais uma

---

[17] TODA Y TERRERO, José Martinez de; AGUIRRE, Jesús Maria e CERVERA, Rafael Calduch . A violência nos meios de comunicação. ... op. cit., pp. 45-52.
[18] MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil:** 50 anos de história (1950-2000). Salvador (BA):PÁS-Ianamá, 2000, p. 17.
[19] apud LOZANO, José Carlos e colab. Imágenes y estereotipos em las películas de estreno de los videoclubes mexicanos. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo: INTERCOM, vol. XXII, no. 2jul./dez., 1999, p. 58.
[20] apud MORLEY, David. **Televisión, audiencias y estudios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1996, p. 83.

questão de acesso do que de seleção, compreendendo acesso tanto material como simbólico, esse no sentido da familiaridade com a linguagem televisiva, da habilidade para sua compreensão. É preciso analisar as preferências não como expressões individuais idiossincráticas de tipo psicológico, mas sim com expressões reguladas sociologicamente tanto pela situação imediata como pelo contexto sócio-histórico; as preferências formam uma "corrente contínua de intercâmbio dialógico que é o processo gerador de um inconsciente social coletivo".[21]

Ainda que hipóteses sigam os mesmos princípios na maioria dos estudos sobre a mídia, seus efeitos - maléficos ou benéficos -, suas funções, as leituras efetuadas, consideramos que as necessidades são mais amplas e que as preocupações não podem limitar-se a como são produzidos os programas ou ao que fazem com eles. Hoje estão em jogo os conteúdos inseridos em um contexto perpassado por mediações de naturezas diversas: comunicacionais, sociais, econômicas, psicológicas, políticas. Estudar os meios, em especial a televisão, o mais polêmico de todos, talvez, seja pelas possibilidades de trabalho com imagens, seja pelo acesso universal, significa reconhecer as possibilidades de democratização da cultura, educação, do estímulo à imaginação, significa reconhecer seus conteúdos como produção cultural.[22] Mas significa também temer pela velocidade com que as sociedades, e nelas em especial as crianças, entram em contato com o novo, com o diferente. A abordagem teórica deve passar não mais pelos efeitos, mas pelas possibilidades de leituras. Os estudos de televisão devem contemplar os aspectos ideológicos, dentro do contexto hegemônico, cuidando para não reproduzir na análise as mesmas concepções estudadas por meio do discurso de uma elite que desconhece

---

[21] MORLEY, David. **Televisión, audiencias y estudios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1996, pp. 83-85.
[22] MACHADO, Arlindo. Televisão: a questão do repertório. *Revista Imagens,* Campinas (SP): UNICAMP, no. 8, maio/ago., 1998.

a audiência para quem os programas são feitos. Para conhecermos satisfatoriamente todos os envolvidos no processo "quem diz, o quê, para quem, por que meios", é preciso questionar o "para quem", até agora visto como um número de audiência[23], alvo do "quem diz". Nesse sentido, os Estudos Culturais Britânicos são interpretados, no final dos anos 1970, como linha demarcatória de uma mudança de perspectiva na medida em que começam a ampliar suas preocupações para "o significado político e ideológico da estrutura dos produtos mediáticos além da categoria 'notícias'".[24] Pesquisadores começam a buscar na linha teórica dos Estudos Culturais Britânicos fundamentos para um novo olhar, "uma nova pista para se romper com as visões dualistas proporcionadas tanto pelo funcionalismo norte-americano como pelos estudos frankfurtianos".[25] A partir deste 'novo olhar', os estudos de recepção, preocupados com a leitura que leitores, telespectadores e rádio-ouvintes, com o que fazem das mensagens a que têm acesso, tomam diferentes rumos.

White sintetiza o desenvolvimento dos estudos de recepção considerando que a abordagem do receptor como elemento ativo seria melhor inserida no que chama de Teoria da Interpretação da Audiência,[26] uma alternativa aos estudos dos efeitos que não revelam satisfatoriamente as influências dos meios. Para dar conta das variáveis envolvidas na compreensão do receptor como elemento ativo do processo de comunicação, esta Teoria da Interpretação[27] conjuga tradições teóricas tão diversas como a dos Estudos Culturais críticos anglo-americanos, com orientação neomarxista e a do Simbolismo Interacionista, que se aproxima das abordagens funcionalistas.

---

[23] MATTOS. **A televisão no Brasil** ... op. cit, ,p. 84.
[24] MORLEY, David. **Televisión, audiencias y estudios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1996, p. 23.
[25]SOUSA, Mauro Wilton de. Novos cenários no estudo da recepção mediática. In: TRIVINHO, Eugênio & LOPES, Dirceu Fernandes. **Sociedade mediática** - significação, mediações e exclusão. Santos (SP): Leopoldinum, 2000, p. 80.
[26]WHITE, Robert. Recepção: abordagem dos estudos culturais. *Comunicação & Educação*, São Paulo: Moderna, no. 12, 1998, p. 58.

Trabalha interdisciplinarmente, utilizando conceitos dos Estudos de Consenso Cultural, "com fortes raízes na Antropologia cognitiva cultural de teóricos tão diferentes como Clifford Geertz, Claude Lévi-Straiss e Victor Turner; e (ainda) abordagens resultantes de interesses na cultura popular, movimentos populares, mídia do povo, democratização da comunicação, pesquisa sobre mídia e desenvolvimento das culturas nacionais".[28]

A América Latina, com sua diversidade cultural, dependência econômica e deficiências sociais, chama a atenção para a necessidade de uma melhor definição da outra ponta do processo: o "para quem". Esta preocupação é registrada pela revista britânica **Media, Cultura and Society** que dedica um número à sintetização das abordagens utilizadas nessa região,

> *entre as quais se destaca 'a tendência a escrever tratando de investigar as atuais condições de recepção e consumo dos produtos culturais, no contexto da cultura popular'. Do mesmo modo, a revista espanhola* ***Telos*** *dedica um* dossier *da investigação em comunicação na América Latina onde Robert White assinala como uma das abordagens mais originais da região 'a melhor compreensão da relação entre meios de massa e cultura popular no desenvolvimento dos sistemas culturais e sociopolíticos nacionais.*[29]

Varela e Grimson apresentam uma classificação das linhas de pesquisa de audiência, recepção, públicos e consumo feita por Nilda Jacks, por eles consideradas relativamente consolidadas até o final dos anos 1980 e princípios dos anos 1990.[30] Nessas pesquisas é possível distinguir pressupostos e objetivos diversos: desde preocupações teóricas até uma ênfase metodológica maior, passando por momentos de intervenção em políticas culturais:

---

[27] Denominada também Teoria Interpretativa por WHITE, Recepção: abordagem dos estudos culturais ... loc. cit

[28] WHITE. Recepção: abordagem dos estudos culturais ... op. cit, p. 59.

> o consumo cultural *desenvolvido por Garcia Canclini;* as frentes culturais *que apontam a disputa simbólica entre grupos socioculturais cujo principal expoente é o mexicano Jorge González;* a recepção ativa *que analisa a influência cultural da TV e cujo representante mais importante é o chileno Valério Fuenzalida;* o uso social dos meios *que se centra nas mediações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, desenvolvida por Martín-Barbero;* o modelo das multimediações *desenvolvido por Guillermo Orozco.*[31]

Jacks destaca a preocupação na América Latina com a relação entre cultura e comunicação e aponta a construção de um novo paradigma que reconhece o sujeito como ponto de partida para o desenvolvimento de uma teoria centrada nas percepções desse, em sua subjetividade, que "entrevê a comunicação como um processo dialógico onde a verdade, que não será nunca mais a mesma, nasce da intersubjetividade".[32]

Martín-Barbero vê o desenvolvimento dos estudos de recepção na América Latina a partir de uma trama conceitual que envolve: (1) os estudos que rompem com a visão de que a vida cotidiana seria espaço somente de reprodução da força de trabalho, considerando a crítica gramsciniana, para quem "qualquer cidadão é um filósofo, um intelectual" e que têm na sociologia de Agnes Heller e na etnometodologia norte-americana seus principais representantes; (2) os estudos que entendem o consumo como "lugar de diferenciação social", "sistema de integração e comunicação de sentidos" e "cenário de objetivação de desejos"; (3) os estudos sobre estética e semiótica da leitura capitaneados pelo trabalho de Beatriz Sarlo[33], e pelos novos modos de leitura fundamentados nos estudos do controle remoto da televisão

---

[29] GRINSOM, Alejandro e VARELA, Mirta. **Audiências, cultura y poder** - estúdios sobre television. Buenos Aires: Eudeba, 1999, p. 80.
[30] GRINSOM e VARELA. **Audiências, cultura y poder** ... loc. cit.
[31] VARELA e GRINSOM. op. cit., pp. 80-81.
[32] JACKS, Nilda. Pesquisa de recepção e cultura regional. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995, p. 151.
[33] apud MARTÍN-BARBERO. América Latina e os anos recentes ... op. cit, p. 63.

norte-americanos; e (4) os estudos sobre a história social e cultural dos gêneros que "seguem a linha de investigação do grupo de Bolonha, (para quem) o gênero é uma estratégia de comunicação, ligada profundamente aos vários universos culturais" e "o lugar-chave da relação entre matrizes culturais e formatos industriais e comerciais".[34]

A abordagem do receptor como sujeito ativo do processo de recepção, entretanto, não é 'privilégio' da América Latina. Rizza[35] comenta o despertar dos centros de estudos para a problemática da recepção, ainda que sob inspiração disciplinar e filiação metodológica diversas. Segundo essa autora, como visto também em White[36], os Estudos Culturais e a abertura "aos instrumentos interpretativos como a etnometodologia, a antropologia, a hermenêutica, a psicologia cognitiva" permitem o reconhecimento "do papel estratégico das práticas sociais de recepção".[37] Essa interdisciplinaridade transforma a fruição mediática no interesse central da análise de recepção, permitindo "recuperar e unificar indicações e sugestões presentes de forma esparsa, se não incidental, em modelos e experiências de análise precedentes".[38] Essa centralidade é destacada principalmente em situações de oferta televisiva limitada[39], em que há necessidade da análise dos textos e da análise empírica da recepção "não somente em termos dos códigos dos emissores e do modo como estes prefiguram nos textos os próprios destinatários; mas também em termos de análise dos códigos dos destinatários, isto é, das modalidades concretas

---

[34] MARTÍN-BARBERO. América Latina e os anos recentes .. op. cit,, pp. 64, 66.
[35] RIZZA, Nora. **A análise da recepção na pesquisa italiana**: percursos e tendências In: LOPES, Maria Immacolata V. de e BUONANNO, Milly (orgs.) Comunicação no Plural - Estudos de Comunicação no Brasil e na Itália. São Paulo: EDUC/INTERCOM, 2000, p. 207.
[36] WHITE, Robert. Recepção: abordagem dos estudos culturais. *Comunicação & Educação*, São Paulo: ECA-USP/Moderna, no. 12, 1998.
[37] RIZZA. **A análise da recepção na pesquisa italiana** ... op. cit., p. 208.
[38] RIZZA. **A análise da recepção na pesquisa italiana** ... op. cit., p. 209.
[39] Isso pode ser entendido não apenas quantitativamente, como no caso da oferta italiana, mas também qualitativamente, em um contexto onde, como no Brasil, a concorrência promove a repetição de modelos nos diversos canais.

de compreensão de interpretação".[40] Ou seja, os empresários podem até acreditar que estejam dando o que os telespectadores querem; porém, desconhecem a maneira como seus produtos são recebidos.

No Brasil, a abordagem desse complexo fenômeno da recepção é preocupação nucleadora dos estudos de recepção de telenovela capitaneados por Lopes,[41] inseridos nos estudos de recepção na América Latina que se desenvolvem, a partir dos anos 1980, dentro da temática das culturas populares tendo como eixo de reflexão os meios e as mediações (Martín-Barbero) e os processos de hibridização cultural (Garcia Canclini). Para responder aos diversos aspectos envolvidos na recepção no campo da comunicação, é proposto um estudo 'compreensivo' que contemple o cotidiano familiar, a subjetividade, o gênero ficcional e a mediação vídeo-técnica.[42]

Lopes enfatiza a necessidade da problematização das metodologias envolvidas na pesquisa de recepção, que seria mais do que uma abordagem qualitativa com análise de conteúdo, demandando:

uma teoria da estrutura social (em que meios e audiência estão embutidos); uma teoria do discurso (que dá conta da natureza das representações feitas pelos meios); uma teoria das disposições sócio-culturais e sociopsicológicas (com as quais os indivíduos abordam e interagem com o conteúdo dos meios).[43]

Nessa mesma linha, Berger ressalta a preocupação com a construção de uma teoria compreensiva da recepção, ao comentar a necessidade de observação das "negociações", "reapropriações" e "consumo" das mensagens dos meios pelo receptor, procurando ir além do impacto que traz subjacente a "idéia do processo de

---

[40] RIZZA. **A análise da recepção na pesquisa italiana** ... op. cit., p. 212.
[41] LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Uma metodologia para a pesquisa das mediações. In: Coletânea - Mídias e Recepção/2000. UNISINOS-COMPÓS, s.d.
[42] LOPES. Uma metodologia para a pesquisa das mediações ... op. cit., p. 127.

comunicação reduzido ao esquema estímulo/resposta", buscando o contexto da recepção.[44]

Esse 'ir além da idéia de processo' é discutido por Leal que "desloca a problemática de análise do produtor cultural para o pólo de consumo cultural (...) utilizando a noção de cultura enquanto um sistema simbólico",[45] ao desenvolver estudos de recepção "dentro do campo da comunicação, porém centrado na perspectiva do fazer antropológico".[46]

Entender a recepção de estruturas, foco deste estudo, leva ao extremo a exploração de situações dramáticas, violentas, na busca pela audiência, exige a compreensão do fenômeno sociocultural da recepção como um desafio, segundo Fausto Neto, para quem é preciso "uma preparação teórico-metodológica mais refinada, isso implicando a articulação e o cruzamento de técnicas e conhecimentos, o que para nós se definiria como um trabalho de recurso a vários 'textos' e metodologias",[47] justificando essa necessidade a partir da problematização dos contratos de leitura possibilitadores das interações entre sujeitos e campos sociais.

Em um levantamento crítico do percurso dos estudos de recepção, Fausto Neto aproxima as práticas da pesquisa de recepção à necessidade de atender à um sistema de comunicação centrado na concorrência comercial, sempre em busca de novos nichos de consumidores, com pautado por novas tecnologias. Uma crítica aos cursos de graduação, no Brasil em geral, aponta deficiências do ensino da pesquisa, em que "disciplinas específicas de metodologias de pesquisa representam percentual

---

[43] LOPES apud BERGER, Christa. Notas acerca do receptor fora de lugar. In: LOPES. **Temas contemporâneos em comunicação** ... op. cit., p. 270.
[44] BERGER, Christa. Notas acerca do receptor fora de lugar. In: LOPES, Maria Immacolatta Vassallo de. **Temas contemporâneos em comunicação**. São Paulo:EDICON, 1997, p. 269.
[45] LEAL, Ondina Fachel. Etnografia de audiência: uma discussão metodológica. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995, p. 113.
[46] LEAL, Ondina Fachel. Etnografia de audiência: uma discussão metodológica. ... loc. cit.

menor em face das disciplinas profissionalizantes", salienta que "os trabalhos mais consistentes foram desenvolvidos com maior vigor e criatividade metodológicos por cientistas sociais, notadamente antropólogos, preocupados com as maneiras pelas quais os grupos sociais (receptores) lidavam com mensagens, objetos técnicos e atores de outros campos".[48]

Ao abordar a recepção como campo de pesquisa, Sousa concorda com Fausto Neto caracterizando a pesquisa de recepção no Brasil associada às agências de publicidade, "marcada pela busca de impactos, efeitos, influências em comportamentos, atitudes e opiniões, envolvendo política, consumo e tantas outras questões",[49] ao que ele aponta como motivo a abordagem da comunicação mais como processo social do que como resultante de interação entre pessoa e veículos de comunicação. No plano acadêmico, esse autor comenta que "é praticamente na década de 1970 que surgem os primeiros escritos que tratam dos meios de comunicação de massa, fruto sobretudo das faculdades de comunicação",[50] salientando, entretanto, como Fausto Neto, a "dificuldade no domínio de instrumentos metodológicos da pesquisa, (o que) reforça a dificuldade na produção reflexiva inovadora", apontando que "a adaptação e a incorporação de modelos explicativos e sua aplicação empírica parecem prevalecer sobre uma busca interpretativa, original e criativa".[51]

Sousa comenta que os pensadores do que se denominou o movimento pós-68 buscam "caminhos que melhor identifiquem o homem em seu estágio mais concreto

---

[47] FAUSTO NETO, Antonio. A deflagração do sentido. Estratégias de produção e de captura da recepção. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995, p. 198.
[48] FAUSTO NETO, Antonio. A deflagração do sentido. Estratégias de produção e de captura da recepção. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995, p. 198.
[49] SOUSA, Mauro Wilton de. Novos olhares sobre práticas de recepção em comunicação. In: LOPES. **Temas contemporâneos em comunicação** ... op. cit., p. 279.
[50] SOUSA. Novos olhares sobre práticas de recepção em comunicação ... op. cit., p. 280.

e imediato da vida, mais do que o homem na busca de um tempo futuro e coletivo"[52] com estudos

> *direcionados para o espaço do mundo cotidiano de pessoas e grupos sociais; lidando com a fragmentação da vida social e individual; buscando captar as contradições, desigualdades e diferenças sociais, presentes como razões básicas de um novo tipo de discurso; pesquisando os condicionantes da relação do sujeito com o mundo moderno, admitindo nessa busca a interdisciplinaridade como caminho.*[53]

Nesse contexto, "o sujeito da comunicação ainda não está configurado teoricamente, mas sabe-se que ocupa um espaço contraditório, o da negociação, o da busca de significações e de produções incessantes de sentido na vida cotidiana".[54]

Essa visão vai ao encontro do que fala Martín-Barbero quando comenta que a pós-modernidade traz ”uma nova sensibilidade sobre o tempo (...) derruba a hegemonia, permite ver a multiplicidade de temporalidades, de histórias",[55] o que nos direciona a ter como premissa que

> *a recepção não é apenas uma etapa do processo de comunicação. É um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação (...) é preciso " uma pesquisa de recepção que leve à explosão do modelo onde comunicação é fazer chegar uma informação, um significado já pronto, já construído, de um pólo a outro., que, apesar da era eletrônica, continua sendo o modelo hegemônico dos estudos de comunicação.*[56]

Em outro momento, Sousa fala da sociedade mediática na qual os meios têm um papel cada vez mais importante "não só pela presença das suas dimensões tecnológicas, mas pela dimensão da mediação social que exercem". Partindo da

---

[51] SOUSA. Novos olhares sobre práticas de recepção em comunicação ... op. cit., p. 281.
[52] SOUSA, Mauro Wilton de. Recepção e comunicação: a busca do sujeito. In: SOUSA. **Sujeito, o lado oculto do receptor** ... op. cit., p. 24.
[53] SOUSA. Recepção e comunicação ... op. cit., p. 24.
[54] SOUSA. Recepção e comunicação ... op. cit., p. 26.
[55] MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995, p. 43.

compreensão do processo da comunicação como uma relação bipolar, tendo de um lado o emissor e, do outro o receptor, esse autor salienta a necessidade de estudar-se o receptor como "objeto efetivo de investigação," evitando entender o emissor "de forma ampliada como sendo o próprio sistema econômico, social e cultural", característica de um período em que os estudos sobre recepção eram "voltados à análise de impactos comportamentais, político-ideológicos, e de consumo, a partir de uma relação oculta de poder".[57]

Nessa mesma linha, Marcondes Filho diz que "os meios de comunicação tornaram-se a teia, o sangue circulante, a matéria estruturante das relações sociais, em suma, um pouco da 'alma' deste século (...) O que os agentes do processo de comunicação do passado não viam era que o ato de receber mensagens envolve certos contratos específicos "[58].

Santos e Nascimento comentam a utilização da teoria das mediações nos estudos de recepção, lembrando que "as mediações culturais se constituem num modelo ou perspectiva de compreensão da relação entre cultura e meios de comunicação, dentro da pesquisa de recepção" e que devem ser compreendidas "como sendo um conjunto de fatores que estruturam, organizam e reorganizam a percepção e a apropriação da realidade social, por parte do receptor".[59]

Machado também comenta os estudos de televisão e, em especial, de recepção, salientando a ingenuidade das discussões sobre televisão, sobretudo no Brasil, contaminadas

---

[56] MARTÍN-BARBERO. América Latina e os anos recentes ... op. cit., pp. 40-41.
[57] SOUSA, Mauro Wilton de. Novos cenários no estudo da recepção mediática In: TRIVINHO, Eugênio & LOPES, Dirceu Fernandes. **Sociedade mediática** - significação, mediações e exclusão. Santos (SP): Leopoldinum, 2000, *passin*.
[58] MARCONDES FILHO, Ciro. Alice no país do videogame: de como os receptores foram tragados pela interatividade da comunicação eletrônica. *Novos Olhares*, no. 4, 2o. semestre de 1999, p. 6.
[59] SANTOS, Maria Salett Tauk & NASCIMENTO, Marta Rocha do. Desvendando o mapa noturno: análise da perspectiva das mediações nos estudos de recepção. *Novos Olhares*, no. 5, 1o. semestre de 2000, pp. 4-6.

por um sub-sociologismo repleto de chavões, que chegou ao extremo de sugerir que as formas mais degradantes de televisão 'refletem' a degeneração social ou as mazelas da desigualdade econômica funcionando portanto como um sintoma ruidoso do estado de convulsão dos excluídos. Daí à aceitação e à apologia do lixo televisual falta apenas um passo".[60]

Borelli, por sua vez, não vê problemas em que a pesquisa tenha por objetivo refletir sobre a produção das materialidades culturais, gêneros ficcionais ou público receptor. Para essa autora, o importante é que "cada um desses elementos que compõem o universo cultural esteja permanentemente referenciado à globalidade da cultura, (...) entendida, por sua vez, como um sistema total que envolve aspectos materiais, espirituais e modo de vida", salientando a necessidade da incorporação das subjetividades na abordagem analítica, "afirmando positivamente a realidade de sujeitos ativos".[61]

O trajeto dos estudos de recepção deixa-nos como pontos centrais o desenvolvimento de um novo olhar sobre a comunicação, caracterizado pela interdisciplinaridade, salientada pela inserção de abordagens antropológicas de aproximação do objeto, apontando para uma reflexão metodológica mais elaborada que permita identificar a posição do telespectador não apenas como parte de um processo, mas sujeito de uma relação dialógica, que sofre tensões culturais e ideológicas.

---

[60] MACHADO, Arlindo. Pode-se amar a televisão? Bibliografia comentada. *Novos Olhares - revista de estudos sobre práticas de recepção a produtos mediáticos*, São Paulo: ECA-USP, no. 5, ano 3, 1o. semestre de 2000, p. 43.

[61] BORELLI, Silvia Helena Simões. Gêneros ficcionais: materialidade, cotidiano, imaginário. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo:ECA-USP/Brasiliense, 1995, p. 82.

2.2 Meios de comunicação de massa e violência

Tendo em vista a centralidade da violência na temática deste estudo, discutimos meios de comunicação de massa e violência em uma perspectiva que busca relacionar comunicação e cultura, orientação cada vez mais adotada no campo da comunicação.

Os meios de comunicação de massa, sejam os tradicionalmente definidos, jornal, revista, rádio, televisão e cinema, seja a ainda indefinida Internet, são, sem dúvida, uma característica da sociedade atual, com capacidade universal e pública de alcance e grande popularidade. Conforme McQuail, a difusão dos seus conteúdos "tem conseqüências para a organização política e vida cultural das sociedades contemporâneas nos seus diversos aspectos",[62] inclusive econômicos, com o crescimento e diversificação das corporações do ramo. No que diz respeito à política, duas características podem ser assinaladas: a importância dos meios de comunicação de massa como arena e canal para o processo democrático, e sua utilização como forma de poder em virtude da limitação do acesso à produção para a maioria da população. Nesse contexto, "a emergência e o desenvolvimento da comunicação de massa podem ser vistos como uma transformação fundamental e contínua das maneiras como as formas simbólicas são produzidas e circulam nas sociedades modernas".[63]

No caso específico da representação da violência, ainda que a sociedade atual seja menos violenta em termos estatísticos, a atuação dos meios de comunicação de massa a torna mais vulnerável às representações dos acontecimentos, conseqüência

---

[62] McQUAIL. **McQuail's mass communication theory** ... op. cit., p. 4.
[63] THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna** - teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis (RJ): Vozes, 1999, pp. 23-24.

da valorização das formas simbólicas. Fruto da interação social, a violência é representada por meio de simplificações das complexidades de uma sociedade individualista apresentando, paradoxalmente, conteúdos que trabalham situações relacionais,[64] em que alguém é sempre filho ou conhecido de alguém, "disseminando uma cultura centralizada em dois atores estereotipados: o verdugo e a vítima".[65]

Isso em um contexto de des-regulamentação, cuja programação atende mais às exigências de mercado do que a uma "televisão de qualidade", remete a conteúdos universais, que atendam ao gosto popular. Exemplificando, Connel[66] argumenta em Morley que, na década de 1950, a ITV teve que orientar sua programação para atender aos segmentos de menor poder aquisitivo que não eram foco da programação cultural da BBC. No aspecto cultural, à medida que o acesso aos seus conteúdos é ampliado, atingindo todos os estratos econômicos, culturais e sociais da população, os meios de comunicação de massa tornam-se "fonte primária de definições e imagens da realidade social e a expressão mais onipresente da identidade compartilhada, assim como o maior foco de interesse de lazer, que fornece meio ambiente cultural para a maioria das pessoas".[67]

Os programas populares, na realidade, reproduzem estruturas dos contos populares, segundo White. As histórias partem de um problema "que rompe a ordem e o equilíbrio" originando "o herói e o vilão, o mediador e os vários ajudantes e intermediários"; o primeiro, que sai em defesa dos valores prioritários da cultura,

---

[64] ROCHA, Everardo. **A sociedade do sonho**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995, *passin*.
[65] TRIVINHO, Eugênio. Violência, cultura mediática, medo - ensaio de crítica sociopsicanalítica da sociedade tecnológica e da comunicação. In: TRIVINHO, Eugênio, LOPES, Dirceu Fernandes (orgs.). **Sociedade mediática** - significação, mediações e exclusão. Santos (SP): Universitária Leopoldianum, 2000, p. 34.
[66] MORLEY, David. **Televisión, audiencias y estudios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1996, p. 319.
[67] McQUAIL **McQuail's mass communication theory** … op. cit.

passando por testes e provações; chegando ao triunfo; a recompensa e a celebração final, enfim o restabelecimento da solidariedade e da ordem sociocultural.[68]

Essa é também a estrutura da literatura de cordel e *colportage*, que Martín-Barbero vê como chaves para traçar o caminho que leva do folclórico ao vulgar e daí ao popular, um caminho que explicaria a caracterização dos conteúdos dos meios de comunicação de massa pelos dramas cotidianos, violência e sensacionalismo. Segundo esse autor, o vulgar é o lugar da simplificação e estereotipia e, na literatura de cordel, "daquilo que se move na cidade". Nos *pliegos* de cordel "as narrativas populares deformam e ressignificam os 'grandes temas' do amor e da paixão, profanam as formas narrativas e elevam as vidas marginais a modelos de honradez (...) se vingam a seu modo de uma burguesia aristocrática erigindo seus próprios heróis".[69] Em 3 de setembro de 1833, o *New York Sun*, ao custo de 1 *penny*, traz "noticiário local, histórias de interesse humano e até descrições sensacionalistas de acontecimentos chocantes"[70] com o objetivo de ampliar o contingente de leitores, retomando os temas difundidos pela literatura de cordel, nas populações urbanas, que discorriam sobre acontecimentos, tragédias, fábulas inventadas pelos homens "que nas cidades da Espanha violentam suas filhas, matam suas mães, falam com o demônio, negam a fé, dizem blasfêmias (...) relatos de crimes (...) bases daquilo que mais tarde seria o jornalismo popular".[71]

O sucesso dessa forma de atração do leitor e a busca por maiores audiências levaram ao desenvolvimento do jornalismo amarelo "com menosprezo total pela ética e senso de responsabilidade jornalística (...) fazendo do altaneiro drama da vida

---

[68] WHITE. Televisão como mito e ritual ... op. cit., p. 68.
[69]MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** – comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997, pp. 148-150.
[70] DeFLEUR, Melvin L. & BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993, p. 67.
[71] MARTÍN-BARBERO. **Dos meios às mediações** ... op. cit., pp. 144-150.

um ordinário melodrama. (...) Pior de tudo, ao invés de oferecer aos seus leitores uma liderança eficaz, apresentou-lhe um paliativo de pecado, sexo e violência".[72]

Do jornalismo amarelo aos cinemas-poeira, a única diferença era o meio, agora uma tela, com imagens formadas por luzes em movimento. O conteúdo, caracterizado mais pelo entretenimento, é praticamente o mesmo dos jornais, "pequenos filmes, cheios de truques ou excitantes curtas seqüências de acontecimentos espetaculares".[73] Na platéia, imigrantes para quem "a representação estilizada dos atores não fazia necessário o conhecimento da língua para compreender a idéia".[74] A paixão que essas massas sentiram pelo cinema teve sua ancoragem mais profunda na secreta imitação de identidade que ali se processava.

> *Quando o espectador gritava 'bravo!' ou vaiava, não era para expressar seu juízo sobre uma determinada representação, mas sim para demonstrar sua identificação com o destino dos heróis que eram vistos na tela (...) sem fazer julgamentos, o público se apropriava das peripécias dos personagens que eram dotados de um tipo de realidade que transcendia a idéia de representação.*[75]

Identificada a fórmula para alcançar multidões, também o rádio, tradicionalmente um meio de informação, sofreu alterações em seu conteúdo. Com características tecnológicas menos complexas que permitem maior abrangência social e física, antes da televisão, o rádio foi utilizado algumas vezes no controle de situações específicas: "a despeito das asperezas da época, o rádio pareceu prosperar na depressão! (...) Tinha música para restaurar o ânimo abatido de milhões de pessoas em dificuldades, gente engraçada para animá-los, e notícias espetaculares para desviar-lhes a atenção dos problemas sociais".[76]

---

[72]UPTON apud DeFLEUR. **Teorias da comunicação de massa** ... op. cit., p. 73.
[73] DeFLEUR. **Teorias da comunicação de massa** ... op. cit., p. 93.
[74] DeFLEUR. **Teorias da comunicação de massa** ... op. cit., p. 198.
[75] GARCIA RIERA apud MARTÍN-BARBERO. **Dos meios às mediações** ... op. cit., p. 198.
[76] DeFLEUR. **Teorias da comunicação de massa** ... op. cit., p. 125.

Se Engels vivesse nos dias dos meios de comunicação de massa, certamente esses fariam parte de sua teoria da violência. Se, num primeiro momento, os meios de comunicação de massa pautavam a violência "por interesse direto na difusão do sensacionalismo lucrativo, ou pelo álibi iluminista da informação",[77] hoje são pautados por grupos que utilizam as redes de TV como promotoras de suas causas, as mesmas estratégias que servem ao dominador, servem ao dominado.[78]

Em **O Mundo Assombrado pelos Demônios**, Carl Sagan[79] mostra-se preocupado com o futuro da América do Norte em virtude de um presente dominado pelos meios de comunicação que pouco oferecem além de "trinta segundos de informações que fazem furor", em uma programação de valor cultural questionável, apresentando pseudo ciência e superstição, numa elaboração da ignorância.

Na vida real, as interações sociais, origem da violência como dito anteriormente, são cada vez mais complexas e mediadas pelo sentimento da desconfiança. Segundo Vânia Sequeira,[80] “vivemos num mundo em que o vínculo social e os projetos coletivos estão em declínio, levando as pessoas à depressão e ao isolamento. Elas não conseguem ver o outro como um semelhante, mas como um diferente que personaliza o mal e que, obviamente, se torna uma ameaça”. Na mesma linha de interpretação das relações sociais atuais, Trivinho, em uma crítica veemente ao desenvolvimento neoliberal-tecnológico desordenado, à produção macro econômica irracional, diz que "as relações sociais assumiram, em algum sentido, a forma de relações bélicas".[81] Para o autor, a metáfora é válida diante de "uma

---

[77] TRIVINHO,Eugênio & LOPES, Dirceu Fernandes. **Sociedade mediática** - significação, mediações e exclusão. Santos (SP): Leopoldinum, 2000, p. 36.
[78] ENGELS, Frederico. **Anti-Dühring**. Porto: Edições Afrodite, s.d.
[79] SAGAN, Carl. **O mundo assombrado pelos demônios**. São Paulo: Cia da Letras, 1997, p. 39.
[80] Coordenadora da Comissão de Direitos Humanos do CRP, SP em declaração ao *Psi - Jornal de Psicologia do Conselho Regional de Psicologia de São Paulo*, mai./jun. de 2000, pp. 10-11.
[81] TRIVINHO, Eugênio. Violência, cultura mediática, medo - ensaio de crítica sociopsicanalítica da sociedade tecnológica e da comunicação. In: TRIVINHO, LOPES. **Sociedade mediática** ... op. cit., p. 34.

situação extrema em que a sociabilidade e a intersubjetividade cotiadianamente vivenciadas foram levadas à sua máxima taxa de deterioração pela desconfiança geral entre as alteridades".[82]

Nessa situação, o sentimento de insegurança é genérico. Hoje temos mais acesso às informações: porém, mais do nunca, o caráter público, transitório e rápido das mensagens dos meios de comunicação de massa[83] tem como conseqüência comportamentos caracterizados pela ansiedade, privatização, apatia e pânico. Nesta análise, é necessário lembrar a fragmentação da informação, concretizada algumas vezes pela mistura de gêneros (ficção e realidade), senão impedindo a interpretação adequada da realidade, tornando incomum o que é comum, transformando ações banais em grandes histórias, fazendo "com que cada vez mais seja difícil reconhecer uma fronteira clara entre informação e ficção (...) não permitindo que os receptores percebam como independentes fatos vinculados e vice-versa, impedindo-os de uma interpretação adequada".[84]

A insegurança que sentimos é gerada pela ampliação dos nossos horizontes de conhecimento sobre o que acontece no mundo, conhecimento esse editado para conquista de índices de audiência, daí a impressão de que a violência hoje é maior: "a relação com o mundo é modificada quando passa pelas imagens (...) o que conta não é a realidade vivida, mas o que ficamos sabendo e o que a mídia deixa ver; as imagens se tornam a parada da batalha". [85]

A ampliação dos horizontes pela tecnologia, por sua vez, não teve efeito nas necessidades psíquicas de realização dos desejos. Acidentes, crimes e violências, reais ou fictícios continuam a exercer atração sobre a maioria das pessoas. Pereira

---

[82] TRIVINHO. Violência, cultura mediática, medo ... loc. cit.
[83] WRIGHT, Charles. Natureza e funções da comunicação de massa. In: STEINBERG, Charles. **Meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1973.
[84] SILBERMAN. **Medios de comunicación y violencia** ... op. cit., pp. 178-179.

questiona essa atração argumentando que isso só acontece "porque a confrontação elementar da vida e da morte sempre irrompe na superfície da experiência convencional e fascina as pessoas ávidas de drama". Para o autor, ainda que "superficialmente, o drama grego ou os quadros de Rembrandt sejam atualmente apreciados, seus substitutos reais são o crime, o assassinato e a violência, diretamente visíveis na televisão ou nas reportagens dos jornais".[86] O apelo ao imaginário para difusão dos acontecimentos se faz com elementos que dispensam a necessidade de pensamento. Kehl desenvolve esta premissa a partir da satisfação de desejos, segundo a qual "diante da TV ligada, isto é, diante de um fluxo contínuo de imagens que nos oferecem o puro gozo, não é necessário pensar".[87]

> *A violência do imaginário é a resposta à ausência de sentido na nossa vida quando o pensamento é dispensado, quando o nosso único lugar de existência é o corpo e o ato. (...) Neste sentido, vivemos uma condição de totalitarismo em que as significações que participam do laço social estão tão fechadas que não há lugar para se começar algo novo, pois os cidadãos se vêem tão totalmente cercados, congelados e paralisados num discurso de significações estabelecidas que não há brecha para o rompimento do Outro sem falta. (...) Essa é a paralisia que estamos vivendo hoje, diante, inclusive, das notícias mais chocantes, dos fatos mais escandalosos - que nos incomodam, que nos angustiam, sim, mas que nos dão a impressão de que não há nada a fazer porque assim é.*[88]

O vazio do pensamento a partir da recepção das imagens da televisão proposto por Kehl é o mesmo que Arendt[89] usa para desenvolver o conceito de 'banalidade do mal', produto da ausência de reflexão, da banalização da nossa

---

[85] MICHAUD, Yves. **A violência**. São Paulo: Ática, 1989, pp. 49-51.
[86] PEREIRA, J. **Violência** - uma análise do "homo brutalis". São Paulo: Alfa-Omega, 1975, p. 107.
[87] KEHL. Televisão e violência do imaginário ... op. cit., p. 136.
[88] KEHL. Televisão e violência do imaginário ... op. cit., pp. 148-149.
[89] Discutido em detalhe no capítulo I.

condição. Essa premissa é reforçada por Kaplun,[90] que fornece perspectivas para o desenvolvimento de um consumo televisual sem significado ou com baixo nível de significância, justificado não mais pelo pressuposto básico do paradigma das gratificações, mas pela aquisição de um hábito, condicionado social e circunstancialmente. A privação material, toda uma seqüela de exclusão social, falta de segurança e angústia, características do grupo receptor, segundo a hipótese de constituição dos conteúdos a partir do gosto das classes populares, alimentaria uma necessidade de símbolos de evasão. Aproximamo-nos, então, da idéia de que vivemos em uma sociedade regida por formações imaginárias, nomeadamente, cenas chocantes, incomuns, sensacionais, ou seja, uma sociedade violenta.

É na desvalorização do senso comum (o senso do real) - estimulada pela propaganda totalitária e possibilitada pela condição de isolamento do homem de massa - que o "vazio do pensamento" se torna uma realidade.[91] O abandono à necessidade e o afastamento da realidade se reforçam um ao outro e preparam o caminho para o mal tão banal e tão abominável que será cometido pelos indivíduos mais comuns. A ausência de pensamento desses indivíduos vem ainda facilitar sua sujeição, tornando-os incapazes da menor resistência ao mundo que a ideologia constrói.[92]

A TV, nessa perspectiva, é um meio privilegiado para veicular a violência.[93] Por suas características de trabalho com o imaginário, tem efeitos sobre a subjetividade, provocando o surgimento da uma nova forma de violência – a violência do imaginário, uma mudança no funcionamento do imaginário que "incide

---

[90] KAPLUN apud SILBERMAN, Sarah Garcia, LIRA, Luciana Ramos. **Medios de comunicación y violencia**. México: Instituto Mexicano de Psiquiatria y Fondo de Cultura Econômica, 1998, pp. 157,160.
[91] SOUKI, Nadia. **Hannah Arendt e a banalidade do mal**. Belo Horizonte: UFMG, 1998, p. 128.
[92] SOUKI. **Hannah Arendt e a banalidade do mal** ... op.cit., p. 107.

de forma quase hegemônica sobre as culturas em que a televisão tem um lugar muito predominante".[94] Quando os meios divulgam cenas chocantes, tratando assuntos diversos em seqüências rápidas, isso provoca uma ruptura com o estado normal da vida, atraindo o telespectador pelo inusitado, pois "num dia calmamente banal fica difícil fazer um jornal ou noticiário de TV para anunciar que não aconteceu nada".[95] Lembrando que a 'anormalidade' e a 'diferença' são critérios de seleção de pauta dos noticiários.[96]

Esses critérios mostram a intencionalidade das escolhas, que são feitas levando-se em conta também a originalidade e o interesse interno (que pode refletir interesses econômicos, a publicidade ou o envolvimento dos jornalistas).[97] Nos telejornais, para que o fato se transforme em notícia deve ter imagens "boas":

> *(em uma rebelião de presos se,) os presos tocarem fogo nos colchões é matéria local; mortes, reféns e outras ações violentas ou o envolvimento de um grande número de rebelados, podem render um espaço nacional. (...) A editoria filtra os assuntos: paralisação de ônibus só se tiver grandes conseqüências no trânsito em São Paulo, barricada em Guarulhos só se as imagens forem muito boas. (...) Matérias nem tão expressivas ganham espaço em função das imagens existentes; é o caso de uma câmara interna que grava um assalto em uma farmácia, gerada em Belém".*[98]

No extremo, o grande espetáculo fornecido pelo ataque ao *World Trade Center* em 11 de setembro de 2001, em que "a escolha dos meios de destruição, os alvos a serem atingidos e a cronometragem dos tempos de colisão, além da esperada

---

[93] WHITE, Robert. (editor). Televisão como Mito e Ritual. *Comunicação & Educação*, São Paulo: CCA-ECA-USP/Moderna, no. 1, ano I, set./dez., 1995, p. 45.
[94] KEHL, Maria Rita. Televisão e violência do imaginário. In.: BUCCI, Eugênio (org.). **A TV aos 50** - criticando a televisão brasileira no seu cinqüentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000, p. 133.
[95] MICHAUD, Yves. **A violência**. São Paulo: Ática, 1989, pp. 49-51.
[96] MORÁN apud TEMER, Ana Carolina Pessoa. **Notícias e serviços nos telejornais da Rede Globo**. Rio de Janeiro: Sotese, 2002, p. 139.
[97] TEMER. Ana Carolina Pessoa. **Notícias e Serviços nos telejornais da Rede Globo**, Rio de Janeiro: Sotese, 2002, *passin*.
[98] TEMER. **Notícias e serviços** ... op. cit., pp. 122, 129 e 132.

destruição das torres (cada uma ruiu a seu tempo, com exibição, ao vivo, de autênticas cenas de terror), traduzem um invejável senso de *marketing*", com os meios de comunicação de massa investindo na promoção.[99]

Ao comentar a guerra da audiência na TV brasileira no início dos anos 1990, Balogh sugere que esta guerra "parece ter exacerbado o nível de explicitação das cenas de violência e sexualidade na programação das emissoras", salientando as estratégias da Rede Globo recorrendo "aos mais diversos tipos de programas para competir com o mesmo, pujante e longo Pantanal. Foram exibidos filmes nacionais, cujas chamadas enfatizaram cenas de nudez; foram exibidos filmes estrangeiros, cujas chamadas ressaltaram cenas de violência".[100]

Mas, como na história de João e os ovos de ouro, "não podemos matar a galinha", é preciso seguir alguns princípios para evitar o pânico geral ou a total des-sensibilização, o que poderia resultar em desinteresse pelas matérias, daí,

> *trata-se de controlar não só o conflito, mas a maneira como ele acontece; a violência é vista através do celofane (...) A realidade da violência não é estética: as fotografias do local de um atentado dão uma pálida idéia da náusea provocada por restos humanos despedaçados e pelo sangue em poças ou salpicados nas paredes.*[101]

Caso ilustrativo: as imagens do ataque ao WTC, que foram 'maquiadas' para evitar que se vissem pessoas se precipitando no vazio, membros despedaçados, rostos desfigurados pela dor.[102]

No limite, essa estética da violência é apontada pelos frankfurtianos como uma estratégia de controle ideológico na medida em que

---

[99] MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing do terror**. São Paulo: Contexto, 2002, p. 45.
[100] BALOGH, Anna Maria. "Minha terra tem PANTANAL, onde canta o TUIUIÚ..." A guerra da audiência na TV brasileira no início dos anos 90. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.**). Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995, p. 138.
[101] MICHAUD, Yves. **A violência**. São Paulo: Ática, 1989, pp. 49-51.
[102] José Arthur Gianotti apud MELO NETO. **Marketing do terror** ... op. cit., p. 112.

o Pato Donald apanha o tempo todo para que os espectadores se habituem com seu próprio infortúnio, a TV nos mostra um mundo perigoso para que nos confortemos com a segurança do nosso sofá e aceitemos sem reservas a necessidade do poder, de um sistema que nos proteja.[103]

Em suas observações sobre mídia e violência, Rondelli enfatiza o uso comercial das imagens de violência, extrapolando o fato social em si, para garantir audiência e atrair anunciantes.[104] Fausto Neto, nas suas considerações acerca da necessidade de maior reflexão sobre a melhor forma de abordar a recepção dos meios, retoma o conceito de contrato, desenvolvido em várias versões (Raymond Williams, Eliseo Verón, Hall) que seria um "conjunto de regras e de instruções construídas pelo campo da emissão para serem seguidas pelo campo da recepção, condições com que ele se insere no sistema interativo proposto e pelo qual ele é reconhecido e, conseqüentemente, se reconhece como tal" e sua compreensão permitiria que respondêssemos à questão "qual o receptor 'imaginarizado' para os conteúdos violentos e eróticos?". [105]

Os estudos de recepção e as considerações a respeito do comportamento do telespectador num ambiente em que os meios de comunicação são parte fundamental para seu funcionamento nos orientam a centralizar nossa busca da compreensão do processo de construção dos significados dados aos conteúdos televisivos caracterizados pela violência, na tradição dos estudos latino-americanos, com base nas mediações e na subjetividade, levando-se em conta a grade de programação como limite de percepção do telespectador.

---

[103] BELLONI, Maria Luiza. Estética da violência . *Comunicação & Educação*, São Paulo: CCA-ECA-USP/Moderna, no. 12, 1998, pp. 44-47.
[104] RONDELLI, Elisabeth. Dez observações sobre mídia e violência. *Comunicação & Educação*, São Paulo: CCA-ECA-USP/Moderna, no. 7, 1996, p. 34.
[105] FAUSTO NETO, Antonio. A deflagração do sentido. Estratégias de produção e de captura da recepção. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995, pp. 195-198.

Ao tratar dos mitos como norteadores das possíveis explicações para fruição dos gêneros White explica que

> *os mitos pegam objetos comuns da vida das pessoas e organizam estes símbolos, dentro de narrativas dramáticas, em oposições binárias, de maneira que estes símbolos representem os mais profundos conflitos de valores com significados que a cultura está vivendo.*[106]

Usamos isso aos retomando a questão da atração exercida pelo incomum. Nos mitos, por meio dos mediadores, as oposições entram em harmonia, o mesmo acontecendo na aceitação dos conteúdos de caráter violento. Os meios usam os mitos para ajudar o receptor a ver um caminho de harmonia, construir um significado, dando um sentido lógico aos conflitos. Assistir à televisão permitiria então o relaxamento das "nossas expectativas estabelecidas de racionalidade",[107] considerando a entrada em outros mundos possíveis de significados, e abrindo perspectivas de mudança do nosso mundo 'real'.

2.3 A recepção por meio dos gêneros

Falar em preferências na televisão implica falar em tipos de programas, o que, na linguagem teórica, significa definir gêneros televisivos. Definir gênero para utilização na comunicação em si já seria assunto de um trabalho único. Aqui emprestamos a definição do campo da literatura, o que de tudo não resolve a questão visto que os critérios de classificação podem ser estruturais, textuais ou funcionais, dependendo da orientação do estudo, do objetivo final. Uma categorização por estrutura pode ter como objetivo verificar os critérios de construção dos programas, em uma abordagem estética. [108] Nesta caso a análise da estrutura ou da linguagem visa definir como o gênero em questão se insere em um sistema de convenções, verificando se um trabalho individual preenche ou ultrapassa a categoria. Ainda

---

[106] WHITE. Televisão como mito e ritual ... op. cit., p. 68.
[107] WHITE. Televisão como mito e ritual ... op. cit., p. 71.
[108] FEUER, Jane. *Genre study and television*. IN: ALLEN, Robert C. **Channels of discourse - TV and contemporary criticism**, 1987, p. 119.

segundo o mesmo autor, uma outra abordagem estuda o texto, inserido em um gênero como um instrumento de controle, caso em que seria objeto de análise a linguagem exercendo uma função (ideológica ou não). Podemos ainda privilegiar as relações texto-leitor ou as relações leitor-contexto, utilizando uma abordagem ritual, que "vê gênero como uma troca entre indústria e audiência, e troca através da qual a cultura fala de si mesma", aspecto salientado por Martín-Barbero para quem "gênero é justamente a unidade mínima do conteúdo da comunicação de massa (...)", o meio de atuação da dinâmica cultural da televisão, a partir do que acontece a "demanda de mercados por parte do público aos produtores".[109] No caso de um estudo de recepção, é lógico que a centralidade seja as relações leitor-texto, dentro da perspectiva de leitura do texto televisivo entendida como re-construção interpretativa pelo telespectador.

Mesmo partindo deste princípio, continuamos sem um critério específico de classificação dos programas pois o discurso televisivo, caracterizado pelo audiovisual e com propriedades específicas conferidas pela utilização de signos com forte caráter icônico,[110] e reconhecido pelo telespectador a partir de estratégias de metalinguagem, permite que os programas sejam vendidos sob diversas denominações, ora por gêneros não totalmente definidos (telejornal, filmes, esportivos), ora por seus apresentadores, ora apenas por seus nomes consagrados.

Diante dessa dificuldade, porém ainda sob a necessidade de utilização de um critério, optamos por trabalhar o discurso televisivo no sentido do gênero a partir de sua estrutura, propondo a seguinte classificação: narrativos (filmes, telenovelas, telejornais - justificativa: têm um texto pré-concebido), de auditório (também tem um

---

[109] MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997, p. 298.
[110]CASTANARES, Wenceslao. **La television y sus Gêneros**: Una teoria imposible? Disponível em >>http:\\ www.ucm.es/info/per3/cic/cic3ar8.htm. Acesso em fevereiro de 2003.

texto-guia, porém existe a intervenção que, ainda que programada, interrompe a narração, criando um efeito de espontaneidade).

2.3.1 O que são gêneros e sua origem

Na obra *O Teatro Épico*, Anatol Rosenfeld esclarece algumas posições a respeito dos gêneros literários. A classificação de textos evidencia-se como uma necessidade quase que natural da relação entre o homem e sua expressão da natureza. Segundo esse autor, textos são produzidos com a finalidade de comunicação e é no gênero que transparece a atitude de seus autores face ao mundo que é retratado, [111] Os gêneros não nascem, são construídos pelo analista de textos, que os torna coerentes dependendo da metodologia utilizada, fazendo destes "uma concepção abstrata e não algo que exista empiricamente no mundo".[112] Ainda que procurando não fazer aqui uma reconstrução arqueológica das origens da classificação dos textos em gêneros, consideramos importante retomar o conceito socrático como norteador, que tem como base a manifestação do autor em seu texto.

As obras literárias são originalmente categorizadas em drama, incluindo aí a tragédia e a comédia, gênero em que o poeta desaparece, ou melhor, fala por meio de seus personagens, da história que é contada. Outra categoria é a lírica, esquematicamente, um relato do poeta. Na epopéia, o autor intervém para dar continuidade à história, categorizada no gênero épico, descrito por Rosenfeld como a união dos dois primeiros. Entretanto, lembra o mesmo autor, toda categorização é artificial e, ainda que necessária, é importante não ser interpretada como um sistema de normas rígidas, visto que o progresso do conhecimento se faz pela ruptura. No trabalho com textos, esta "quebra" origina outros gêneros, entendidos por Rosenfeld

---

[111] ROSENFELD, Anatol. **O teatro épico**. 4a. ed., São Paulo: Perspectiva, 2002.

como uma segunda significação, baseada não mais na estrutura como vista anteriormente, mas no estilo, ao que ele chama de "significado adjetivo".[113]

Todorov aborda a origem dos gêneros e suas transformações a partir do ato da fala e suas propriedades discursivas, o que não o distancia de Rosenfeld. Um discurso é sempre um ato de fala interpretado pelas frases enunciadas e pela própria enunciação que inclui um locutor que enuncia, um alocutário a quem ele se dirige, um tempo e um lugar. Preocupado com o nascimento dos gêneros, antes de sua categorização ou transformação, Todorov aponta três possibilidades: o gênero como uma estratégia de codificação das propriedades discursivas, originando, por exemplo, o soneto; o gênero coincidindo com um ato de fala, incluindo uma existência não-literária, tal como a prece; ou finalmente o gênero como derivado de um ato de fala mediante um certo número de transformações ou amplificações: seria o caso do romance, fundamentado na ação de contar. Esse autor também se refere aos gêneros como reflexos da forma como a sociedade se vê, o que explicaria a existência (presença ou ausência) de determinados gêneros em épocas específicas.[114]

Discorrendo sobre os elementos de uma obra dramática, em *Introdução à Dramaturgia*, Renata Palottini também nos aponta chaves de compreensão da constituição dos gêneros e suas transformações ao transitar de Aristóteles a Hegel. Nesse caminho, destaca a definição de tragédia como "imitação da ação", orientada por uma necessidade humana de dramatização, representada pela "busca consciente de objetivos".[115] Esses três aspectos também nos levam a entender, a partir do drama, agrupamentos de textos em gêneros como necessidade de interpretação e compreensão das ações humanas, sentido trabalhado por Martín-Barbero ao dizer

---

[112] FEUER. *Genre study and television*. … op. cit., p. 118.
[113] ROSENFELD. **O teatro épico**. op. cit., p. 18.
[114] TODOROV, Tzvetan. *A origem dos gêneros*. IN: **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Martins Fontes, 1980, pp. 50-52.

que "gênero é hoje um lugar-chave da relação entre matrizes culturais e formatos industriais e comerciais".[116] Tal conceituação vai justamente ao encontro da preocupação de nosso trabalho que é buscar o significado de uma classificação de textos em gêneros, adotando isso como estratégia de comunicação que possibilita as negociações de leitura, encontradas sob as denominações diversas como 'contrato', 'expectativa', que "não são mero *feedback*, mas são autênticos pactos de leituras sociais que tornam possível não só um enorme negócio, mas uma transformação cultural".[117] Citando Bakhtin, Martín-Barbero coloca o texto como eixo que posiciona a interação dialógica como o verdadeiro objeto da investigação cultural.

2.3.2 Os gêneros e os produtos dos meios de comunicação de massa

Gêneros são categorias a partir das quais podemos agrupar trabalhos semelhantes, que refletem um momento da sociedade, auxiliando a produção e leitura desses trabalhos. Autores diversos (Fiske, Feuer, Martín-Barbero, Wolf, Borelli, Balogh, Lopes) concordam que esta definição pode ser feita a partir das estruturas, da estética, como nos gêneros literários, embora, em alguns casos, salientem a necessidade de diferenciação quando o assunto é meios de comunicação de massa. Da mesma maneira que na literatura os textos são categorizados como dramáticos, líricos e épicos, a produção dos meios de comunicação também segue uma categorização: filmes de ação, musicais, filmes de terror, comédias de situação, *shows*, programas informativos, telenovelas, música pop, música erudita, *reggae*,

---

[115] PALLOTTINI, Renata. **Introdução à dramaturgia**. São Paulo: Ática, 1988, pp. 6-9.
[116] MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
[117] MARTÍN-BARBERO, Jesús. *América Latina e os anos recentes*: o estudo da recepção em comunicação social. IN SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**.. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995, pp. 52-53.

rock, revista de variedades, revista de culinária, livros de ficção, de auto-ajuda, literários, didáticos, entre outros.

Feuer considera que os gêneros nos meios de comunicação de massa devem ser estudados de forma distinta dos gêneros literários na medida em que "drama e lírica, tragédia e comédia abrangem trabalhos diversos e várias culturas e séculos",[118] enquanto filmes (referindo-se ao cinema) e televisão são culturalmente específicos e limitados temporalmente. Entretanto, se entendemos os gêneros como atitudes em face do mundo, conforme considerações anteriores, podemos abordar as diversificações a partir da concepção de transformação ou mutação que ocorreriam por inversão, deslocamento ou combinação,[119] caracterizadas no meio televisivo por uma maior velocidade, reflexo da "aceleração da temporalidade, da voracidade no consumo dos produtos veiculados, da obsolescência programada desses mesmos produtos",[120] sem necessidade de uma distinção radical. Nesse aspecto, Feuer prefere a diferenciação feita por Todorov que vê os gêneros literários como produtos de uma teoria literária existente em oposição aos gêneros do cinema e televisão, que tendem a ser históricos no sentido de serem derivados de observação de fatos literários pré-existentes,[121] o que faz com que "alguns gêneros sejam aceitos pela cultura,[122] enquanto outros são definidos pelos críticos".[123] Em linguagem de mercado, isso significa entender gêneros nos meios de comunicação de massa, e desse ponto em diante nos referimos principalmente à televisão, como recurso para atender às

---

[118] FEUER, Jane. *Genre study and television*. IN: ALLEN, Robert C. **Channels of discourse - TV and contemporary criticism**, 1987, pp. 113-116.
[119] TODOROV. **Os gêneros do discurso** ... op. cit., p. 46.
[120] BALOGH, Ana Maria. **O discurso ficcional na TV** - sedução e sonho em doses homeopáticas. São Paulo: Edusp, 2002, p. 93.
[121] FEUER. *Genre study and television*. … op. cit., p. 115.
[122] Aqui utilizada no sentido elitista, uma vez que tudo faz parte de uma cultura.
[123] FEUER. *Genre study and television*. … op. cit., p. 115.

necessidades de padronização de produto, oposto ao conceito literário de um trabalho de autoria.[124]

Como na literatura, os gêneros televisivos também podem ser abordados de diversos pontos de vista; entretanto, a dimensão numérica do grupo receptor e a sua importância dentro de um contexto industrial que no caso "assegura uma audiência para a publicidade"[125] confere aos estudos uma maior preocupação com as implicações da utilização desta ou daquela categoria. Entre as abordagens do conceito em referência à cultura de massa, encontram-se aquelas que consideram a questão estética, mais relacionada ao trabalho de autoria e a abordagem ritual que vê gênero como uma "troca entre indústria e audiência, por meio da qual a cultura toma voz",[126] visto por Martín-Barbero como "estratégia de comunicabilidade", sendo o gênero na cultura de massa algo que ocorre "pelo texto", que é reconhecido culturalmente pelos grupos, dependendo, portanto, mais de competência do que de estruturas.[127] Os gêneros, nesse sentido, "constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e a do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos".[128]

A inserção do grupo receptor/audiência na problemática, entretanto, traz à tona questões ideológicas, entendendo gêneros "não como categorias neutras, mas como construtos ideológicos que fornecem e reforçam uma pré-leitura",[129] uma terceira abordagem, segundo a qual, as leituras seriam orientadas por condições de produção que buscam, num contexto hegemônico, levar os leitores a naturalizarem a ideologia dominante. Essa é uma interpretação do conceito que considera gênero

---

[124] FEUER. *Genre study and television*. … op. cit., p. 116.
[125] FEUER. *Genre study and television*. … op. cit., p. 119.
[126] FEUER. *Genre study and television*. … op. cit., p. 119.
[127] MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** … op. cit, p. 301.
[128] MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** ... op. cit., p. 298.
[129] FEUER. *Genre study and television*. … op. cit., p. 118.

como "sistemas de orientação, expectativas e convenções que circulam entre a indústria, o texto e o sujeito",[130] ou seja como "um projeto ideológico cujo objetivo é controlar as reações da audiência fornecendo-lhe um contexto interpretativo".[131]

A palavra-chave para entender a atuação do gênero, tanto do lado da produção quanto da recepção, é competência, já mencionada. Competência para reciclar e semantizar[132] em gêneros televisivos as demandas dos públicos que buscam entretenimento, ainda que nesse processo ocorra a limitação do campo da comunidade interpretativa na medida em que lhe é dado pronto "um contexto para a interpretação de filmes, ao nomear um conjunto de intertextos, de acordo com o qual um novo filme deve ser lido",[133] e competência para ler os gêneros a partir do contexto do cotidiano. Os produtos televisivos podem ser idealizados em função de um mercado, porém, é importante lembrar que seu consumo acontece a partir do cotidiano, aspecto visível primeiramente na utilização do tempo na construção desses produtos, que deve ser o tempo do cotidiano, um tempo repetitivo, constituído de fragmentos, contrário ao tempo medido, base da produção capitalista.

Os gêneros tornam-se, assim, a matriz da leitura, porém é preciso competência para tal, e quem propicia essa competência ao leitor? A cultura em que ele está inserido, caracterizada pela cotidianidade, pela repetição e, a emissão que, mesmo tendo que responder às necessidades produtivas, para ter seus produtos reconhecidos, deve utilizar as matrizes culturais do cotidiano na elaboração de sua programação. Nesse sentido, então, a questão do gênero no meio televisivo pode ser entendida sob a perspectiva do tempo e da cultura do cotidiano, perspectiva que nos

---

[130] NEALE apud FEUER. *Genre study and television*. … op. cit., p. 118.
[131] ALTMAN apud FEUER. *Genre study and television*. … op. cit., p. 118.
[132] MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** ... op. cit, p. 298.
[133] WOLF apud BALOGH, Ana Maria. **O discurso ficcional na TV** - sedução e sonho em doses homeopáticas. São Paulo: Edusp, 2002, p. 91.

facilita o trabalho na medida em que trabalhamos com o consumo de televisão, atividade que se dá, reconhecidamente, na cotidianidade.

A programação televisiva tem como princípio uma grade, caracterizada pela seqüência e repetição. Os programas seguem um planejamento, diário, semanal, mensal e se repetem ao longo das semanas, meses e anos[134] em um modelo aparentemente caótico. Isoladamente, uma mistura de gêneros, mas que responde às necessidades de rentabilidade da emissão e diversidade da recepção, que assim, consegue acompanhar a programação. Martín-Barbero diz que os gêneros "não são abordáveis em termos de semântica ou sintaxe: exigem a construção de uma pragmática, que possa dar conta de como opera seu reconhecimento numa comunidade cultural", enfatizando que no caso da televisão deve ser considerado "tanto por sua arquitetura interna quanto por seu lugar na programação: na grade de horários e na trama do palimpsesto".[135]

O mesmo autor explica que a base da competência de leitura do telespectador é o cruzamento de gêneros e tempos; em que, enquanto gêneros, os textos são replicados e enviados "uns aos outros nos diferentes horários do dia e da semana", enquanto tempo, cada "texto remete à seqüência horária daquilo que o antecede e daquilo que o segue, ou àquilo que aparece no palimpsesto nos outros dias, no mesmo horário".[136] O palimpsesto, caracterizado pela superposição de experiências, de textos, que se transformam a cada leitura, conforme as demandas, se configura nos gêneros televisivos como uma retomada de conhecimentos, contribuindo para o "equilíbrio entre desejos dos sujeitos e aparato da indústria cultural, possibilitando que o público receptor incorpore não o falseamento, a ilusão que distorce ou a

---

[134] Esta foi justamente uma das grandes descobertas dos produtores para fixação de seus públicos, tão importante que vários estudos avaliam a organização do tempo a partir desta distribuição.
[135] MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** ... op. cit., p. 302.
[136] MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** ... op. cit., p. 296.

imagem que aliena, e sim - na expressão de Dudley Andrew - o 'prazer conhecido'".[137]

A recepção da televisão não se dá apenas pela aceitação de uma seqüência de programação, organizada a partir da repetição e intercalação de gêneros, é preciso que os textos, conteúdos desses gêneros sejam lidos e aceitos. Borelli aborda a questão dos gêneros no meio televisivo, em especial os gêneros ficcionais, a partir da construção de um imaginário contemporâneo e de uma mitologia moderna. Para essa pesquisadora, "os gêneros ficcionais são matrizes culturais universais recicladas e transformadas na cultura de massa (...) que continua 'a reproduzir' a grande tradição imaginária de todas as culturas"; nesse sentido, "os gêneros - com suas tramas, personagens e temáticas, familiares e reconhecidas pelo público receptor - entram como alternativas exemplares na constituição dos mitos, verdadeiros 'modelos de cultura'".[138]

Ainda que nosso trabalho não contemple os gêneros ficcionais em específico,[139] adotamos os pontos de vista de Borelli como base de compreensão da leitura destes textos quando há a afirmação de que

> *a familiaridade se torna possível porque os gêneros acionam mecanismos de recomposição da memória e do imaginário coletivos de diferentes grupos sociais. Sua 'competência textual narrativa interpela' sujeitos fazendo com que matrizes culturais tradicionais sejam repostas, tanto pela desconstrução textual de uma escritura que revela uma forma familiar, quanto pela evocação de textos, velhas histórias, contos e lendas - um dia narrados e ouvidos.*[140]

---

[137] LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera Rocha. **Vivendo com a telenovela** - mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002, p. 250.

[138] BORELLI, Sílvia Helena Simões. *Gêneros ficcionais*: matrizes culturais no continente. In: BORELLI, Sílvia Helena Simões (org.). **Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa**. São Paulo: Intercom, 1994, p. 132.

[139] Este é justamente um dos nossos questionamentos: qual a leitura feita da programação caracterizada pela violência, que necessariamente não se restringe ao jornalístico ou a entretenimento.

Nesse ponto podemos inserir uma outra questão polêmica quanto à fruição dos gêneros televisivos: a cultura. Ao relacionar cultura e produção em série é preciso, antes de mais nada, nos afastarmos, o máximo possível, do senso comum de que os produtos dos meios de comunicação de massa são característicos e construídos para uma massa sem cultura. Produzidos para o consumo massivo, não podemos esperar que os conteúdos televisivos, na emissão ou na recepção, respondam às mesmas exigências daqueles elaborados e realizados dentro de uma perspectiva de fruição única.[141] Analisamos os gêneros televisivos a partir da proposta de distinção entre cultura gramaticalizada e cultura textualizada.[142] Em nossa pesquisa de mestrado[143] dissemos que os meios de massa não são lugar para experimentações, aspecto reforçado quando discorremos sobre a grade de programação. Com base nessas colocações, entendemos, com Lotman (apud Martín-Barbero), como cultura gramaticalizada

> *aquela que remete à intelecção e à fruição de uma obra às regras explícitas da gramática de sua produção, e uma cultura textualizada, na qual o sentido e a fruição de um texto remete sempre a outro texto, e não a uma gramática, como ocorre no folclore, na cultura popular, na cultura de massa.*[144]

É a noção de gênero que permite a serialidade, tão importante na cultura de massa, pois permite uma produção contínua, por meio do uso de formatos

---

[140] BORELLI, Sílvia Helena Simões. *Gêneros ficcionais*: matrizes culturais no continente. In: BORELLI, Sílvia Helena Simões (org.). ... op. cit., p. 136.
[141] Não cabe aqui nos aprofundarmos nas questões colocadas por Walter Benjamin em "A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica".
[142] MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** ... op. cit., p. 298.
[143] TONDATO, Márcia Perencin. **Um estudo das telenovelas brasileiras exportadas** - uma narrativa aceita em países com características sociais diversas das brasileiras. Dissertação de mestrado. São Bernardo do Campo: UMESP, 1998.
[144] MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações** ... op. cit., p. 298.

consagrados, a "reiteração de fórmulas e esquemas que foram sendo sedimentados pela aceitação do público".[145]

Mas, mesmo os gêneros televisivos sofrem modificações. Em outro capítulo, enfatizamos a importância da definição de ideologia para nosso trabalho e argumentamos, a partir de Fiske, que "os gêneros são populares quando suas convenções têm uma relação próxima da ideologia dominante do momento".[146] Os gêneros dos programas se definem em um conjunto de características consideradas mais importantes e, assistimos hoje, ou digamos nos últimos dez anos, à programas da televisão constituídos por textos caracterizados "por uma bricolagem de gêneros e subgêneros, de materiais de arquivo e outros especialmente filmados para o programa, de imagens estáticas reaproveitadas e imagens em movimento, etc".[147] Essa dinâmica dos gêneros no meio televisivo, entretanto, não deve ser interpretada do mesmo modo que na cultura culta, ou seja, a partir da ruptura e transgressão. Muito pelo contrário, deve ser vista como inerente ao próprio sistema produtivo, que se transforma internamente e externamente, atravessado pela intertextualidade dos outros meios e pela dinâmica da sociedade em que está inserido, atendendo às questões ideológicas anteriormente mencionadas. Wolf explicita esta questão quando discute o surgimento de novos programas na TV italiana, mistos de entretenimento e informação:

> *a dinâmica dos gêneros televisivos não é influenciada apenas pelas transformações internas ao próprio meio televisivo, mas também pelo mecanismo geral de intertextualidade que atravessa todo o sistema dos* mass media *no seu conjunto, a perda da especificidade medialógica (o rádio se parece com a TV e o jornal com a*

---

[145] BALOGH, Ana Maria. **O discurso ficcional na TV** - sedução e sonho em doses homeopáticas. São Paulo: Edusp, 2002, p. 90.
[146] FISKE, John. **Television culture**. 10a. ed., New York: Routledge, 1999, p. 111.
[147] BALOGH, Ana Maria. **O discurso ficcional na TV** - sedução e sonho em doses homeopáticas. São Paulo: Edusp, 2002, p. 94.

revista), o que faz com que cada meio de comunicação possa experimentar, receber e manifestar formas expressivas, a um tempo típicas de outros meios.[148]

Essas questões apenas reforçam a centralidade do gênero nos produtos televisivos, pois é a partir de um conjunto de formatos e regras que ocorre toda a construção, mudança e recepção.

2.4 O objeto de estudo

O objeto de estudo deste trabalho são os conteúdos televisivos com elementos de violência. A especificação dos conteúdos se dá a partir da percepção e opinião dos próprios telespectadores em um estudo exploratório descritivo que tem como ponto de partida uma grade de programação constituída por programas de cunho jornalístico, com características sensacionalistas, e programas de prestação de serviço, ou com intenção de, com a participação de um auditório.[149]

A inserção de um programa em uma grade é entendida aqui como promotora de uma intertextualidade que vai além das estratégias de produção, reproduzindo uma condição cultural, à qual o receptor está acostumado, visto que "nossa cultura consiste em uma complexa teia de intertextualidade, na qual todos os textos se referem uns aos outros no final e não à realidade".[150] Neste trabalho, ao buscar os modos de leitura do receptor, também levamos em consideração a grade que cada um constrói ao transitar pelas programações das diferentes emissoras, e procuramos os códigos que permitem a compreensão dessa intertextualidade em uma programação

---

[148] WOLF, Mauro. *Generi e mass media*. IN BARLOZETTI, Guido, **Il palinpsesto**. Milano: Franco Angeli, 1986.
[149] Referimo-nos aqui aos polêmicos programas capitaneados por Cidade Alerta, Repórter Urgente, Programa do Ratinho, Hora da Verdade (Márcia Goldsmith) e Linha Direta.
[150] FISKE. **Television culture** … op. cit, p. 115.

que desdobra a realidade, os fatos ocorridos e noticiados, para além dos limites tradicionais da noticiabilidade.

O noticiário é por princípio uma fonte de informação. Assim ele é divulgado, entendido e abordado por produtores e audiências. Essa função o transforma em um "bem de consumo" que dá *status* ao emissor ao utilizá-lo como espinha dorsal da programação, não só pelo pré-requisito para sua existência legal,[151] mas também pelo valor de uso na venda dos espaços publicitários; para o receptor esse *status* torna-o cidadão informado após 20 minutos de relatos dos "principais acontecimentos do dia". Pelo menos na teoria, pois, na prática, o noticiário é também um discurso limitado e controlado por convenções constituídas por estratégias de produção que selecionam os eventos a serem noticiados, o que o torna um texto semelhante aos produtos ficcionais, que reflete e refrata a cultura em que está inserido.[152]

Para ser noticiado, um fato deve "ser recente (ter ocorrido dentro das últimas 24 horas), estar relacionado a pessoas de destaque, ser negativo e ser surpreendente".[153] A inserção desse fato na grade de programação, por meio do noticiário, ocorre a partir de uma história que toma a forma do programa em que está inserida, dentro de uma estrutura determinada muito antes de sua ocorrência.[154] Nesse sentido, em seu estudo sobre o modelo de jornalismo brasileiro no final dos anos 1990, Temer detalha o tratamento dado aos acontecimentos em diferentes noticiários de uma mesma emissora,[155] corroborando o que diz Fiske a respeito do cumprimento dos requisitos básicos de repetição e segmentação, características do

---

[151] No Brasil, a concessão para o funcionamento das emissoras prevê uma porcentagem mínima de programação jornalística.
[152] FISKE. **Television culture** … op. cit, pp. 282, 283.
[153] GALTUNG e RUGE apud FISKE. **Television culture** … op. cit, p. 284.
[154] FISKE. **Television culture** …op. cit, p. 283.
[155] TEMER, Ana Carolina Pessoa. **Notícias e Serviços nos telejornais da Rede Globo**, Rio de Janeiro: Sotese, 2002, pp. 146-149.

meio, no produto televisivo jornalístico,[156] que são utilizados para dar sentido às histórias, aos fatos ocorridos, para que possam ser vistos como acontecimentos com uma origem e uma finalização ou conclusão. [157]

Veicular informação, finalidade última do noticiário, transforma-se em procedimento cultural, que sofre influências tanto na produção quanto na recepção. O fato, objeto do noticiário, pode e é trabalhado sob diferentes perspectivas. Todos inseridos em uma mesma cultura, mas cada um a seu modo. Cada emissora, cada indivíduo retira dessa cultura os elementos que mais interessam às suas expectativas, que são criadas nos limites da própria cultura; para os produtores, uma grade, uma filosofia de programação a ser veiculada; para os receptores, um conjunto de conteúdos que informam, entretêm e/ou divertem. Temos, então, um contexto de leitura relativamente autônomo, lembrando que "as idéias, embora equivocadas, uma vez difundidas, caminham sozinhas".[158] A caracterização de gêneros como "construtos ideológicos"[159] deve ser observada dentro de um circuito de massa, conformando "muito mais um espaço de disputa hegemônica, no sentido gramsciano do termo, em que diversas visões de mundo procuram se legitimar - não só pela força, mas também pela sedução e pela cumplicidade"[160], do que uma forma de dominação.

Uma das abordagens mais recorrentes e mais polêmicas é o tratamento dado aos fatos em programas chamados de mundo-cão, sensacionalistas, popularescos, grotescos, com a presença de auditórios ou não. Mira trabalha a perspectiva da atração da audiência por esta programação a partir da sua proximidade com a cultura

---

[156] FISKE. **Television culture** … op. cit, p. 281.
[157] FISKE. **Television culture** … op. cit, p. 284.
[158] ALMEIDA, Marco Antônio de. *Violência, mídia e cultura popular*: telejornalismo e gêneros ficcionais. IN: BORELLI, Sílvia Helena Simões. **Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa**. São Paulo: Intercom, 1994, p. 39.
[159] FEUER. *Genre study and television*. … op. cit., p. 118.

popular tradicional, aspecto mais que fundamentado por Martín-Barbero, e também a partir da estrutura da narrativa, abordagem que nos interessa particularmente conforme considerações a respeito da importância dos gêneros em uma análise textual.[161] Segundo a autora, o que predomina nesses programas, e aí faz referência especial aos programas que tratam fatos da vida real com auditórios, é o "sentido da festa, em que predominam a liberação, o jogo, o divertimento, o riso", programas populares, como são também identificados, em que misturam-se realidade e ficção, drama e comédia, cura e diversão.[162] A hipótese é que o telespectador é preso pela trama desenvolvida pela utilização do mecanismo narrativo de ficção e suspense. Nesta trama, tem lugar ainda o fantástico, "elemento fundamental das narrativas populares", que se expandiu na cultura de massa, e a narrativa policial.[163]

2.4.1 Uma programação sensacionalista

Ainda que nosso foco não seja um levantamento da presença histórica do gênero sensacionalista nos meios de comunicação de massa, é inevitável e essencial até, que façamos uma retrospectiva aos moldes das retrospectivas de final de ano, nas quais, contra o princípio de atualidade como critério de noticiabilidade, são reapresentados os principais acontecimentos do ano, selecionados entre os milhares noticiados, numa tomada de posição da televisão de sua efemeridade, numa tentativa de remediar a transitoriedade de seus conteúdos.

Resgatando o levantamento de Mira,[164] começamos com a programação de rádio e o *Incrível, Fantástico, Extraordinário*, tornado famoso por Almirante, em que

---

[160] ALMEIDA. *Violência, mídia e cultura popular* ... loc. cit.
[161] MIRA, Maria Celeste. *Entre o circo e a novela: formas e gêneros nos programas não-ficcionais da TV*. IN: BORELLI, Sílvia Helena Simões (org.). **Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa**. São Paulo: Intercom, 1994.
[162] MIRA. Entre o circo e a novela ... op. cit., pp. 21, 22.
[163] MIRA. Entre o circo e a novela ... op. cit., pp. 23, 24.

Flávio Cavalcanti apresentava o quadro *Eu juro que vi*, e Sílvio Santos narrava as *Estórias que o povo conta*; mais tarde adaptado para a TV em *Fatos em foco*, "que apresentava semanalmente uma série de reportagens sobre *fatos curiosos, acontecimentos verdadeiramente chocantes"*. Outros exemplos no rádio são *Patrulha da cidade* e *A cidade contra o crime*, e o mais conhecido, também levado para a TV, *O homem do sapato branco*, narrado por Jacinto Figueira Júnior, programas que chamam a atenção pelo caráter sensacionalista, explorador da mazelas do povo.

> *Em* O Homem do Sapato Branco*, apresentado por Jacinto Figueira Júnior nos anos 70, situações insólitas eram criadas como, por exemplo, uma mesa redonda de mendigos. Outros, ancorados por figuras carismáticas como Dercy Gonçalves, Flávio Cavalcanti e Chacrinha, foram apontados como sinônimo do grotesco escatológico.*[165]

Na mesma linha, o real-cotidiano transformado em notícia, porém não com enfoque policial, tivemos *Esta é sua vida*, apresentado por J. Silvestre com os quadros: *Você estava lá*, *O dia em que você nasceu* e *A história aconteceu aqui*.

Com *O povo na TV*, apresentado por Wilton Franco, nasce o conceito de "uma TV a serviço do povo", que prometia "assessoria jurídica, debate ao vivo de fatos relacionados à segurança e serviços públicos e outros problemas que afligem a população", tudo intercalado com "música, moda, culinária, turismo, artes plásticas, notícias de destaque do dia, dando um painel completo do nosso cotidiano".[166] Mais recentemente, explorando o lado jornalístico porém sem deixar de lado o sensacional ou a prestação de serviço, na visão mercadológica dos produtores, é a vez do polêmico telejornal do SBT *Aqui e agora*, que se apresenta como "um jornal veemente que mostra na TV a vida como ela é."

---

[164] MIRA. Entre o circo e a novela ... op. cit., pp. 20-28.
[165] SODRÉ apud SANTOS. **O homem que mordeu o cão** ... op. cit., p. 3.

Respondendo à dinamicidade dos gêneros, e, claro, aos requisitos da concorrência pela audiência, a Rede Globo desenvolve, agora já nos anos 1990, o programa *Linha Direta,* que, nas palavras de seu apresentador, "parece ficção ... mas é uma das tantas tragédias que acontecem com freqüência no cotidiano brasileiro ... É como se a história estivesse acontecendo outra vez, só que diante das câmeras".[167] Neste formato, um fato é dramatizado e interpretado por atores, não havendo o risco de morte do repórter que acompanha a polícia na cobertura do acontecimento, até porque o objetivo explicitado é a prestação de serviço pela denúncia de criminosos e assassinos. Contemporâneos à *Linha Direta*, são objeto deste trabalho os programas: *Cidade Alerta*, *Repórter Cidadão*, *Canal Aberto*, *Brasil Urgente*, formatados na linha de *Aqui Agora*, porém sem as características que fizeram deste um programa tão polêmico.[168]

Nesse levantamento geral, um aspecto que chama a atenção é a presença do narrador, não mais um jornalista relatando os fatos do dia, mas um apresentador que relata o acontecimento, que conversa com o repórter local, que diz ao telespectador o que olhar, o que observar nas imagens. Essa atuação é identificada como central por Carlos Alberto Pereira[169] e se torna primordial nos programas com auditório[170], dos quais tomamos como exemplo *Falando Francamente* e *Programa do Ratinho*. Isso, estrategicamente falando, visa atender a duas premissas: uma delas, de sentido mais latente, o princípio da narrativa como foco de atenção e interesse, o contar histórias, e, conseqüententemente, ouví-las, hábito tão caro à cultura popular, transposto aos meios de comunicação de massa para motivar a audiência, e o outro, num sentido

---

[166] MIRA. Entre o circo e a novela ... op. cit., p. 20.
[167] MIRA. Entre o circo e a novela ... op. cit., p. 27.
[168] Por serem estes programas objetos de estudo deste trabalho, deixamos para o capítulo de análise a discussão sobre os mesmos.
[169] apud MIRA, Entre o circo e a novela ... op. cit., pp. 22.

mais manifesto, segundo entrevista de Sérgio D'Antino, agenciador de artistas, como opção financeira de barateamento da produção. As emissoras, em alguns momentos, investem em programas com apresentadores que, apesar das quantias milionárias pagas a estes, a exemplo de Carlos Massa (o Ratinho), Ana Maria Braga, Luciano Huck, Hebe Camargo, Jô Soares, Luiz Datena e outros, custam menos do que, por exemplo, a realização de uma telenovela de nível, que envolve mais recursos, mais tempo de produção e exige a manutenção de uma audiência fixa por um período mais longo, ao passo que "o Ratinho segura um programa de duas horas no ar, com uma audiência parecida com a de uma telenovela".[171]

Na formatação desses programas, temos presentes características básicas do melodrama, com recursos de sensacionalismo. O melodrama é um gênero com o qual o popular se identifica, pois organiza e racionaliza o caos das grandes cidades, a "explosiva mistura de miséria, delinqüência e conflitos sociais".[172] Nesse gênero, estão presentes os elementos de tensão e alívio tão caros aos interesses das massas populares e à curiosidade das classes abastadas, cuja fórmula, segundo Eco,[173] é a apresentação de uma "realidade cotidiana existente e todavia insuficientemente considerada". No texto ficcional, e aí inserimos o melodramático, "os enfrentamentos do homem com os interditos - das normas em oposição às liberdades individuais - resolvem-se por meio de rituais que retiram do caos os elementos de restauração da

---

[170] Usamos aqui a expressão 'com auditório' propositalmente para diferenciar do gênero 'de auditório' como aqueles programas essencialmente voltados ao entretenimento, exemplo Domingão do Faustão ou Programa Silvio Santos.

[171] Entrevista publicada na Revista Meio&Mensagem, *Agente das estrelas*, edição 20 de setembro de 1999, página 8. Sérgio D'Antino é sócio da D'Antino Associados, escritório de agenciamento de artistas.

[172] ALMEIDA, Marco Antônio de. *Violência, mídia e cultura popular*: telejornalismo e gêneros ficcionais. IN: BORELLI, Sílvia Helena Simões. **Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa**. São Paulo: Intercom, 1994, p. 36.

[173] ECO, Umberto. **O super-homem de massa**. São Paulo: Perspectiva, 1991, p. 62.

velha para a nova ordem",[174] ou, ainda nas palavras de Eco, oferecem um "elemento resolutor, em contraste com essa realidade básica, que apresente uma solução imediata e consolatória inicial". Nesse contexto, o apresentador tem o papel de interlocutor, semelhante ao narrador das histórias populares, um elemento que facilita o trânsito entre a realidade cotidiana e o espetáculo ficcional.

Hoje sabemos, alertados por Martín-Barbero, que a predominância do verbal na televisão latino-americana não é reflexo de subdesenvolvimento, mas sim requisito de culturas predominantemente orais, que necessitam da subordinação da lógica visual, princípio da televisão, à lógica do contato para a efetivação de uma audiência.[175] Com o objetivo de melhor localizar esses programas em uma teoria geral, tomamos a liberdade, em uma perspectiva de ruptura, de utilizar o conceito literário de gênero e fazer um paralelo entre a estrutura dos programas focalizados e os gêneros lírico e épico. O lírico, conforme conceituação de Rosenfeld,[176] é caracterizado pela emoção, que no programa de TV é trabalhada pela narração do apresentador. É o subjetivo que torna os fatos do cotidiano em notícia. No épico, o tratamento é objetivo, centrado nos cenários, na narrativa, ou seja, nas imagens "ao vivo" ou "gravadas no local do acontecimento". Enquanto o narrador/apresentador desenvolve a história, expressando emoções, ampliando os horizontes de percepção dos telespectadores, imagens comunicam o fato, por meio de um mecanismo que "uma vez posto em movimento, dispensa qualquer interferência de um mediador, explicando-se a partir de si mesmo",[177] traduzidas pelos 'silêncios' do apresentador/narrador, que se faz 'ausente' por segundos, como que dando tempo de

---

[174] LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera Rocha. **Vivendo com a telenovela** - mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002, p. 248.
[175] MARTÍN-BARBERO. **Dos meios à mediações** ... op. cit., p. 294.
[176] ROSENFELD, Anatol. **O teatro épico**. 4a. ed., São Paulo: Perspectiva, 2002, pp. 22, 24.
[177] ROSENFELD. **O teatro épico**. op. cit., p. 33.

reflexão aos telespectadores, como quem diz "vejam com seus próprios olhos e tirem suas próprias conclusões, não sou eu quem está dizendo".

O outro aspecto presente nesses programas é o sensacionalismo, que pode ser entendido como a extrapolação do real, o superdimensionamento do fato.[178] A produção de um conteúdo sensacionalista leva ao extremo as características das mensagens nos meios de comunicação de massa e os princípios da noticiabilidade: a repetição reforça os aspectos grotescos, a atualidade é exagerada pelo "aqui e agora", ressaltado pela narração, mesmo nas imagens já gravadas de antemão. A matéria-prima dos conteúdos sensacionalistas dos noticiários são os *fait divers*, acontecimentos que só se justificam por seu valor emocional, juntamente com lendas e crenças populares, personagens olimpianos (da realeza, cinema e tv, principalmente), que se misturam à política, economia, pessoas e animais com deformações, deficiências.[179] O jornal sensacionalista valoriza a violência, e isso é compreensível se entendermos violência como a transgressão do comum, das normas, das regras, espaço ideal para o exagero. Do lado do telespectador, sensacionalismo é uma "palavra-chave que remete a todas as situações em que o meio de comunicação (...) tenha cometido um deslize informativo, exagerado na coleta de dados (desequilibrando o noticiário), publicando uma foto ousada, ou enveredando por uma linha editorial mais inquisitiva".[180] Assim entendidos, delineamos uma linha de compreensão da aceitação e audiência desses programas.

---

[178] ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. **Espreme que sai sangue** - um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995, p. 16.
[179] ANGRIMANI SOBRINHO. **Espreme que sai sangue** ... op. cit., p. 17.
[180] ANGRIMANI SOBRINHO. **Espreme que sai sangue** ... op. cit., p. 41.

2.4.2 Quem gosta dessa programação e quem assiste a ela

Senso comum, quem gosta desses programas populares é a massa sem instrução, sem, ou quase sem, opções de lazer e entretenimento, sem acesso à informação. Considerações estereotipadas, que partem do princípio de que esse grupo "tem mau gosto". Entretanto, para avaliarmos a percepção da programação televisiva em relação ao caráter exploratório da violência é importante, além de lembrar que todos assistem à televisão, independentemente de classe social, idade ou sexo, conforme índices de audiência dos programas analisados, refletir sobre o que seja "mau gosto", ou antes, verificar os parâmetros estéticos que regem a fruição da produção dos meios de comunicação. Como já disse Walter Benjamin, eles são diferentes dos acionados para a obra de arte. Vale salientar que este é o ponto-chave deste trabalho; as considerações que se seguem são feitas na perspectiva do levantamento de hipóteses a serem verificadas junto aos receptores.

A centralidade da definição de gêneros está na pré-leitura promovida por estes. Também podemos observar a flexibilidade que cada gênero comporta, por exemplo, jornalismo informa, telenovela é ficção, mas nem sempre. Segundo Jameson, "toda era é dominada por um gênero, ou forma privilegiada, cuja estrutura parece ser a forma mais adequada para exprimir suas verdades secretas"[181] e gêneros podem, entre outras tantas interpretações, ser entendidos como "'construções ideológicas', possíveis indutoras de uma 'pré-leitura' que, por sua vez, restringem a possibilidade de livre atribuição de significados por parte da 'comunidade interpretante' (...) e, no limite (...) como mais um mecanismo - entre outros utilizados pela indústria cultural -, no processo de reprodução da ideologia dominante".[182]

---

[181] JAMESON. **Pós-modernismo** ... op. cit., p. 91.
[182] BORELLI, Silvia Helena Simões. Gêneros ficcionais: materialidade, cotidiano, imaginário. In: SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA- USP/Brasiliense, 1995, pp. 74-75.

Fiske interpreta a popularidade dos gêneros com base no momento histórico, ou seja, para ele "os gêneros são populares quando suas convenções têm uma relação próxima com a ideologia dominante do momento", [183] com o que concorda Todorov que diz que a presença, ou ausência, de determinados gêneros em uma sociedade reflete a maneira como esta "escolhe e codifica os atos que correspondem com maior proximidade à sua ideologia", o que explica a possibilidade da epopéia numa época, do romance na outra, "o herói individual deste opondo-se ao herói coletivo daquela".[184] Temos um ponto de partida que nos diz que se as pessoas, hoje, gostam, ou pelo menos assistem ao que assistem mesmo dizendo que "nada presta na televisão" é porque, de certa forma, esses conteúdos respondem aos anseios de uma sociedade que se sente insegura e busca um "herói", a televisão, que a salve.

Mas qual a forma desse herói? Como ele deve ser apresentado? Qual a função de cenas grotescas, palavras ofensivas na programação? Segundo Morin, vivemos hoje em uma sociedade do estético, e não precisamos pensar muito para concordar com este teórico quando fala que "todo um setor das trocas entre o real e o imaginário, nas sociedades modernas, se efetua no modo estético, por meio de das artes, dos espetáculos, dos romances, das obras ditas de imaginação".[185] Nesse contexto, a cultura de massa é, sem dúvida, ainda segundo Morin "a primeira cultura da história mundial a ser também plenamente estética". Dessa forma, devemos avaliar que elementos dos conteúdos televisivos "agradam as pessoas" em "um tipo de relação humana muito mais ampla e fundamental"[186] do que a percepção do que tem "qualidade" ou é "belo", como fazemos com obras de arte.

---

[183] FISKE. **Television culture** ... op. cit, p. 112.
[184] TODOROV. **Os gêneros do discurso** ... op. cit., p. 50.
[185] MORIN. Edgar. **Cultura de massas no século XX** - neurose. Tradução de Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990, p. 79.
[186] MORIN. **Cultura de massas no século XX** ... op. cit., p. 78.

Assim como fazemos distinção entre produtos de arte e produtos da cultura de massa, é preciso também avaliar que os sujeitos das leituras desses produtos podem, e na realidade o fazem, pertencer a "culturas"[187] diferentes segundo distinção feita por Yuri Lotman,[188] que afirma existir em nossa sociedade "a cultura gramaticalizada, aquela cujo prazer de ler reside em conhecer a gramática de produção do texto; e outra, cultura textualizada, em que as pessoas não conhecem a gramática, e vão a outro texto". A leitura dos conteúdos dos meios de comunicação de massa se daria dentro da perspectiva da cultura textualizada, construída em um movimento de retroalimentação, no qual o telespectador adquire competência de leitura a partir do próprio processo de recepção. Este movimento salienta o papel dos gêneros na concepção dos produtos televisivos na medida em que eles viabilizam os horizontes de expectativa, as interpretações comunitárias, e também as transgressões, entendidas aqui como surgimento de 'novos' gêneros, possibilitado pela intertextualidade.

Nessa perspectiva eliminamos do glossário deste trabalho o termo 'mau gosto' recorrendo a Martín-Barbero que se coloca em favor de um posicionamento de defesa de grupos que têm somente a complexidade da vida cotidiana como espaço de produção de sentidos. Nos estudos de recepção é preciso ainda estar atentos aos processos de deslegitimação do gosto popular com base no mau gosto dos receptores, de deslegitimação da cultura dos gêneros narrativos que existiria apenas como um estratagema comercial, e de deslegitimação dos modos populares de recepção, caracterizados pela paixão, que é "perigosa e deve ser controlada, educada,

---

[187] Entre aspas porque aqui não usamos cultura no sentido teórico, amplamente explicitado em outro momento, mas sim apenas como forma de referência à formação do sujeito.
[188] apud MARTÍN-BARBERO. **Dos meios à mediações** ... op. cit., p. 298.

domesticada", resgatando "o caráter lúdico, libidinal e desejoso da relação com os meios".[189]

Salientamos já alguns aspectos da recepção de gêneros desenvolvidos a partir da divulgação de fatos violentos, caracterizados pelo sensacionalismo e pela polêmica. Tais formatos responderiam a anseios e expectativas das pessoas, fundamentados no momento ideológico da sociedade em que estão inseridas. Os anseios e expectativas proporcionam a identificação dos receptores com os produtos. Ao consumir o relato de mortes, assassinatos, desastres, violência, o telespectador exorciza as forças do mal, de infelicidade e de morte, fixando-se nos heróis, identificando-se com os personagens "vivendo experiências que, contudo, não pratica".[190]

Para que ocorra a identificação, entretanto, é preciso haver condições de veracidade e verossimilhança: as crianças identificam-se com histórias fantasiosas, pois os limites entre imaginário e real ainda não são totalmente definidos para elas (tanto é que este comportamento em um adulto é analisado como patologia); o noticiário é por princípio o canal da informação, do relato dos acontecimentos, então é verídico, e melhor ainda se mostrar (como nos programas analisados) pessoas "iguais a mim, vivenciando situações que conheço". Porém, o grau "ótimo da identificação se estabelece num certo equilíbrio de realismo e de idealização".[191] Maior será o interesse se o relato estiver "alguns degraus acima da vida cotidiana",[192] pois assim a identificação não será total, o que, em casos de morte e infelicidade poderia ser cruel demais para o estado psíquico do telespectador. Nessa perspectiva é

---

[189] MARTÍN-BARBERO, Jesús. *América Latina e os anos recentes*: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA-USP/Brasiliense, 1995, p. 52.
[190] MORIN. **Cultura de massas no século XX** ... op. cit., pp. 81 e 82.
[191] MORIN. **Cultura de massas no século XX** ... op. cit., p. 82.
[192] MORIN. **Cultura de massas no século XX** ... op. cit., p. 82.

que também entendemos a recepção diversa de um mesmo conteúdo pelo homem e pela mulher ou por pessoas de diferentes níveis socioeconômicos e faixas etárias. Cada grupo terá o seu parâmetro de comparação real-ideal. Como exemplo citamos as descobertas de Morley em relação à diferenças entre homens e mulheres no estudo *The Nationwide Audience*[193] e o trabalho de Roman Gubern[194] que detecta arquétipos universais de conformação de identidades masculinas e, femininas nas *dramatis personae* de algumas fabulações audiovisuais.

Na cultura de massa, por meio do equilíbrio real-ideal, as situações mais reprimidas, proibidas, ilegais são mostradas e tratadas de forma natural, ou seja, segundo Morin "a vida dos filmes, dos romances, do sensacionalismo é aquela em que a lei é enfrentada, dominada ou ignorada, em que o desejo logo se torna amor vitorioso, golpes, homicídios, em que os medos se tornam suspenses, angústias".[195] Ao identificar-se, o telespectador passa por um processo de catarse que ameniza suas angústias e/ou alimenta suas esperanças. Para muitos, esse é o grande aspecto negativo dos meios de comunicação de massa, que seriam instrumentos anestésicos frente às situações da vida real, impossibilitando o desenvolvimento da auto-reflexão, do questionamento, porém Morin lembra que "nesse sentido, a cultura de massa continua a grande tradição imaginária de todas as culturas",[196] uma vez que para um desenvolvimento psíquico sadio necessitamos de uma válvula de escape.

Entretanto, o aspecto mais polêmico em relação aos conteúdos televisivos e sua recepção diz respeito ao excesso de situações desagradáveis, de morte, tragédia, infelicidade "como se o excesso de violência consumido pelo espírito compensasse

---

[193] MORLEY, David. **Televisión, audiencias y estúdios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1996, pp. 210-229.
[194] apud LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera Rocha. **Vivendo com a telenovela** - mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002, p. 247.
[195] MORIN. **Cultura de massas no século XX** ... op. cit., p. 111.

uma insuficiência de violência vivida",[197] e quanto a isso temos a defesa no argumento de que "a presença do sensacionalismo, do horrível, do ilícito, do destino e da morte na vida cotidiana é atenuada pelo modo de consumo jornalístico; o sensacionalismo é consumado, não segundo o rito cerimonial da tragédia, mas à mesa, no metrô, no café com leite".[198] Morin desenvolve essa perspectiva ao discutir a proliferação da violência nos filmes hollywoodianos e conclui que existe "menos identificação com o herói dos *fait divers*[199] do que com o herói de filmes, menos comunicação humana entre o homem cotidiano e os fatos variados de seu cotidiano, do que entre esse homem cotidiano e o cinema".[200] Utilizamos essa perspectiva em nosso estudo, considerando que a atração por estes conteúdos dos noticiários e programas de auditório que exploram tais situações se daria em função da curiosidade natural do ser humano, e da identificação, considerando os limites de aceitação para situações que de alguma forma entrem em choque com a realidade de cada um, ou, ainda, exponham suas fragilidades. Esta atração não teria nenhum vínculo com a estética, importando o fato e o relato deste.

---

[196] MORIN. **Cultura de massas no século XX** ... op. cit., p. 113.
[197] MORIN. **Cultura de massas no século XX** ... op. cit., p. 113.
[198] MORIN. **Cultura de massas no século XX** ... op. cit., p. 115.
[199] No texto traduzido, 'fato variado'.
[200] MORIN. **Cultura de massas no século XX** ... op. cit., p. 115.