

A vida em torno da TV: apontamentos para uma história cultural da televisão¹

Carlos Alberto DEBIASI²
Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

O presente trabalho busca realizar uma aproximação com conceitos do campo da comunicação, história cultural e estudos culturais com o intuito de verificar possibilidades de exercícios historiográficos aplicados à televisão no que diz respeito ao relacionamento dos espectadores com este meio de comunicação. Para isso, recorrem-se à teóricos de ambos os campos como Raymond Williams, Arlindo Machado, Peter Burke, Michel de Certeau, entre outros. Também se pesquisou possibilidades de estudos já criadas que demonstrem de maneira empírica a relação dos espectadores com o meio televisivo. A proposta visa encontrar pontos de intersecção e diferenças entre os estudos desses referidos campos como base teórica para engendrar estudos futuros a respeito desse tema.

PALAVRAS-CHAVE: televisão, História Cultural, comunicação e antropologia

Introdução

A revista *Piauí* do mês de janeiro de 2018 traz uma reportagem chamada “Próximos Capítulos – um sem teto à espera da tevê digital” na qual um morador de rua relata a sua experiência com a televisão. Habitante de um viaduto no bairro das Laranjeiras, no Rio de Janeiro, Neimar Medeiros Matos divide um aparelho de televisão com outros colegas durante a noite. Um ou vários, já que os aparelhos costumam quebrar ou serem confiscados pela prefeitura. O lugar é bastante barulhento, de maneira que o catador de recicláveis relata que precisa ficar bem de frente ao aparelho para entender o que está sendo transmitido. Mesmo assim, não deixa de acompanhar os noticiários da Rede Globo e da Record. Ainda não possui um conversor digital, aparelho necessário para se captar a programação depois que o sinal analógico, disponível no Brasil desde a chegada da televisão nos anos 50, foi desligado em meados de novembro de 2017. Mas acredita que em breve vai conseguir assistir TV novamente. No início da matéria, Neimar declara ao

¹ Trabalho apresentado na DT 4 – Comunicação Audiovisual do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

² Mestre em tecnologia pela UTFPR e professor Assistente do Curso de Comunicação Social da PUC-PR, e-mail: carlos.debiasi@grupomarista.org.br

repórter: “Cara, você não vê televisão? [...] Ver, você certamente vê. Mas prefere canal pago, né? Só pobre acompanha a tevê aberta” (ANTENORE, 2018 p.6). Ao fim, uma outra questão: a televisão não ensinou nada bom ao senhor? O entrevistado é categórico: “A televisão?! Você está de brincadeira?” (idem)

A reportagem traz um relato de situação, expondo, a princípio duas questões importantes. Em primeiro lugar, pode-se pensar que é estranho o local onde se assiste à televisão. Poucos poderiam imaginar que, em meio ao tráfego intenso de um viaduto de uma grande cidade encontraríamos um grupo em frente a um aparelho televisor. Isso revela não só a onipresença do aparelho no cotidiano brasileiro, mas, principalmente, uma forma distinta de consumo e recepção. Usualmente associada ao ambiente doméstico, a matéria nos lembra que a televisão está em vários outros lugares, é utilizada por vários estratos sociais (afinal, na visão de Neimar, o pobre vê televisão aberta enquanto o rico, a televisão a cabo) e sob condições bastante particulares.

Em segundo lugar, chama a atenção a maneira como o entrevistado vê o conteúdo televisivo. Apesar de, conforme declara, acompanhar os noticiários para se manter informado, ter opinião negativa sobre os programas de variedades matinais e acompanhar os jogos de futebol nos finais de semana, ele afirma que ela nada lhe acrescenta. É apenas um aparelho, necessário de se ter por perto, mas sem nenhum valor veiculado, nenhuma importância dentro do cotidiano.

Onipresença e banalidade. Estas duas qualidades parecem estar bem presentes no senso comum brasileiro quando se diz respeito a televisão. Praticamente impossível de se encontrar uma residência que não a possua³ e também praticamente impossível não encontrar alguém que tenha alguma opinião sobre a televisão, ainda que muitas vezes elas sejam ou indiferentes ou negativas no sentido de que ela em nada acrescenta a cultura brasileira e que seja uma das principais responsáveis por tantos problemas sociais como a violência e a suposta “falta de cultura” de boa parte da população.

Mas, além dos alardes do senso comum, é preciso ver a televisão enquanto meio de comunicação - e ir além disso. Muitos estudos se concentram nesse meio quanto a sua estrutura de informação, programação e efeitos imaginados quanto à recepção - passando por percepções um tanto vagas quanto ao que as pessoas sentem ao assistir. Outros

³ Dados do IBGE apontam um crescimento de 50 milhões de televisores (que equivalem a 95,2% do total de lares) em 2016 para pouco mais de 66 milhões de aparelhos (97,14% do total pesquisado) em 2015. Pesquisa disponível no site da Associação Nacional dos Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (<http://www.eletros.org.br/portal.php/estatisticas>) Acesso em 25/01/2018.

estudos, em contrapartida entendem a televisão enquanto *fenômeno social*, com importância para o cotidiano das práticas sociais tanto de unidades como a família e o espaço do lar, quanto para comunidades e grupos geográficos ou demográficos. A presença física do meio de comunicação ou seja, o aparelho em si, também se liga aos seus indivíduos não só nas práticas mas nos possíveis significados que possui na arquitetura dos espaços, na fala diária e no imaginário criado para o seu consumo pela publicidade e a indústria do capital. Basta lembrar, conforme na reportagem acima, que o Brasil passa atualmente pela transição entre o sinal analógico e o digital, o que faz com que a venda de aparelhos – item sempre presente em lojas de departamento e eletrodomésticos - tenha encontrado um aumento nas vendas no país⁴.

Ao pressupor as práticas e significados diversos do aparelho de televisão para grupos populacionais, diversos conceitos vem a tona. Um deles é o da história social, ramo da historiografia que se preocupa em pensar as práticas sociais, representações e os objetos significantes que as rodeiam como elementos de importância para o entendimento crítico da realidade. Outro são os estudos Culturais, que se propõem a pensar, desde os anos 50, a importância que determinadas questões como a da produção cultural se desenvolvem, são percebidas e se encontram imbricadas em realidades diversas como a Europa, os Estados Unidos e também os países emergentes da América do Sul e outras partes do mundo. É possível pensar também nos próprios usos que a televisão tem no cotidiano e, nesse caso, a forma como são criados os significados para esse meio nos locais em que está presente. O próprio sentido de cultura, discussão encampada há vários séculos dentro das ciências sociais, precisa igualmente ser discutido, uma vez que não é possível pensar em uma *Cultura Televisiva* sem recorrer a uma fundamentação, ainda que básica, sobre o assunto. E, por último, quando se pensa em importância de um meio para determina contexto, impossível não falar também da ideia de *representação* e também das diversas táticas que esses grupos recorrem no viver cotidiano, conforme conceitos trabalhados por Michel de Certeau.

A proposta deste artigo nasce sobretudo da inquietação ao redor do aparelho televisivo; e da necessidade de observá-lo mais de perto, a partir de seus *usos e*

⁴ Segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de produtos eletroeletrônicos o total acumulado de vendas de aparelhos vendidos no país até novembro de 2017 foi de quase 11 milhões de aparelhos, um número maior que o acumulado no ano de 2016 que foi de cerca de 8,5 milhões. Dados disponíveis em: <https://docs.google.com/viewer?url=http://www.eletros.org.br/a2sitebox/arquivos/documentos/4287.pdf&embedded=true>. Acesso em 25/01/2018.

significados e não tanto no viés da produção dos materiais veiculados. As pesquisas que trabalham no viés produtivo ajudam a compreender o meio televisivo de maneira mais ampla, enquanto tecnologia criadora de conteúdos com fins determinados – geralmente a promoção ou consumo de produtos e ideologias ligadas ao capital. Elas revelam dados importantes e, por isso não devem deixar de ser citadas. Nesse ensaio, porém, o exercício se concentra mais em olhar o meio a partir da recepção, buscando encontrar bases para se pensar a televisão no campo da História Social. Para isso, são necessárias aproximações com conceitos oriundos de áreas de estudo como a comunicação social, tecnologia, antropologia e história. Assim, se torna possível pensar o exercício da historiografia social da televisão e a possibilidade de contribuição a estudos futuros nessa área no Brasil. Afinal de contas, mesmo quando é realizado de maneira solitária, assistir televisão é um *ato social* que molda a percepção dos indivíduos quanto a realidade e o mundo em que vivem e desenvolvem a interação entre si e, por esse fato, se torna um importante objeto de estudo na contemporaneidade.

A História Social e os caminhos da cultura

Em que possíveis bases teóricas se assenta a história cultural da televisão? Burke (2008) relata que esse campo de estudos já existe há mais de 200 anos e várias são as tradições de escrita que a atravessam (germânica, francesa, inglesa). Algumas semelhanças podem ser encontradas:

O terreno comum dos historiadores culturais pode ser descrito como a preocupação com o simbólico e suas interpretações. Símbolos, conscientes ou não, podem ser encontrados em todos os lugares, da arte à vida cotidiana, mas a abordagem do passado em termo de simbolismo é apenas uma entre outras. (BURKE, 2008, p.10)

Eagleton (2005) percorre o caminho da cultura no pensamento humano, investigando como determinadas práticas são observadas enquanto cultura e outras não o são. Por exemplo: fazer canos ou fabricar carros e televisões pode ser visto como uma manifestação cultural? Para ele, é preciso observar de que maneira isso é significativo para o sistema social (Eagleton, 2005 p.54). Voltando ao caso da televisão: ela é uma manifestação significativa? A tendência é responder que sim, uma vez que tantas representações de cultura passam por ela, e ela não deixa de ser um importante significativa cultural nas realidades em que está inserida ainda que, conforme o exemplo

que abre esse artigo, ela não seja percebido enquanto tal. Se a resposta é sim, então trata-se de discutir em que termos culturais ela pode ser entendida. Apesar das definições de cultura, conforme aponta Eagleton sejam ou muito amplas ou muito rígidas, o campo da história social empreenderá estudos nas mais diversas manifestações e objetos culturais:

Nos últimos tempos, foram apresentadas aos leitores histórias culturais da longevidade, do pênis, do arame farpado e da masturbação. As fronteiras do tema certamente se ampliaram, mas está ficando cada vez mais difícil dizer exatamente o que elas encerram. (EAGLETON, 2005, p.9)

Logicamente, devido a essa profusão tão grande do 'viés' cultural nos estudos da sociologia, torna-se um tanto complexa a definição do que seria a história cultural. Mas, da mesma maneira como Eagleton alerta, é preciso perceber o significativo dentro das manifestações sociais, aquilo que é particular, que cria o sentido. A própria TV pode ser observada sob o viés da *representação social* entendido como em Jodelet (2001): “sintetizadores das referências que os diversos grupos fazem acerca do que conseguem apreender de suas vivências sociais inseridos no tempo e espaço” apud SANTOS (2011) p.34. Se, para criar significado vivo os indivíduos se baseiam em informações que encontram ao seu redor (tradições, núcleo familiar ou social), é determinante que a televisão (e os meios de comunicação) faça parte também dessas fontes. Assim, mais uma vez, é possível definir a televisão como *objeto cultural significativo*.

Outros usos que a palavra cultura⁵ ganhou e que está relacionada ao campo da história cultural é que antes ela era usada para se referir às artes e ciências (em um sentido mais erudito); depois passou às manifestações populares e, por fim, a uma "ampla gama de artefatos (imagens, ferramentas, casas e assim por diante) e práticas (conversar, ler, jogar)” Burke (2008 p.43). É importante que ela não é um campo de atuação restrito aos historiadores: com a aproximação da antropologia, sociologia, comunicação e os estudos midiáticos, os pesquisadores descobriram um importante campo de estudos que observa o contínuo e o descontínuo nas relações sociais – e as maneiras como altera a realidade.

⁵ Ainda sobre a definição de cultura, não há como fugir do estudo que Williams (2007) empreendeu ao reunir, durante décadas, palavras que faziam parte das discussões acerca da cultura em sua obra *Palavras-chave*. Além de revelar que a própria língua é um campo de embates entre interesses distintos, o pesquisador também percebe que as definições de cultura se tornaram muito mais complexas com o passar dos séculos (o que há 300 anos poderia significar apenas erudição hoje se converte na tessitura praticamente infinita que forma as relações entre os indivíduos em sociedade). Williams também percebe que, com o passar do tempo, outras palavras entram em declínio para a ascensão de outras novas das quais, com toda a certeza, a televisão está incluída.

Uma vez apresentado e debatido brevemente acerca história cultural, é preciso recorrer ao pensamento acerca dos meios de comunicação de massa e da televisão. Desde que a TV se torna presente na sociedade, ela é cercada pelo estudo de diversos autores e correntes de pensamento que irão enquadrá-la de maneira distinta, seja de maneira depreciativa ou como parte integrante e construtivo dos contextos sociais.

A cultura televisiva

É com trabalhos como os de Williams que a televisão é percebida enquanto fenômeno social. Integrante da corrente dos Estudos Culturais, ele vai se dedicar a compreender o papel da cultura popular na sociedade. Outros autores da mesma corrente de pensamento como Edward Thompson, Richard Hoggart, Stuart Hall também procuram entender como a sociedade, altamente desenvolvida na miríade de estímulos diferentes trazidos pelos meios de comunicação, foi transformada radicalmente a partir do consumo e se diversificou em muitas leituras possíveis. É quando várias formas, ditas até então como subculturas como a vida dos imigrantes, operários ou adolescentes, são revisadas e ampliadas. Os estudos da Escola de Birmingham encontram não só uma série de adeptos ao redor do mundo, como também expandem a área de estudos se debruçando sobre uma série de novos produtos da cultura:

O sucesso internacional do movimento pró-estudos culturais sugere que ele atendeu a uma demanda, correspondeu a uma crítica à ênfase sobre a alta cultura tradicional dada pelas escolas e universidades, e também satisfaz a necessidade de entender o cambiante mundo de mercadorias, publicidade e televisão (BURKE, 2008, p.31)

Portanto, não é de se espantar que *Television*, publicado por Williams em 1974, faça uma incursão sobre esse meio de comunicação. Ele observa a TV como uma tecnologia social, criada a partir de necessidades bem definidas. Os sistemas comunicacionais, como define, não foram gerados de pensamentos utópicos, pouco identificados com as demandas sociais. E o seu processo histórico não cria uma nova sociedade ou situações sociais novas - são elas antes uma resposta aos movimentos históricos de um mercado do capital pautado em novas maneiras de consumo:

A transformação decisiva e tardia do processo de transformação industrial, e suas novas formas sociais, que foi desenvolvido a partir de uma longa história da acumulação do capital e aumento das técnicas de trabalho, criou novas demandas

mas também novas possibilidades, e os sistemas de comunicação, juntamente com a televisão, foram seus produtos intrínsecos (WILLIAMS, 2003, p.12)⁶

Conceber a televisão como fruto de uma série de razões históricas resulta em percebê-la de maneira mais crítica. Se por um lado existem forças que pretendem a acumulação de capital e a oferta de novos produtos, por outro os meios de comunicação são formatados através de seus usos e por quem faz uso deles. Nesse caso, a TV se inscreve sob uma perspectiva social e não como um meio que molda o espaço em que se encontra inserida, tal qual McLuhan previa. Há uma centralidade do olhar nos espaços que a TV ocupa.

Outra conclusão de Williams diz respeito a uma das características da televisão: a transmissão (ou *broadcast* no original). Essa noção provém, segundo ele, da concepção do próprio espaço 'privado': o ambiente familiar, de descanso, em contraposição aos lugares onde a vida fervilhava: a fábrica, a estação de trem, as ruas. O conceito, presente na sociedade a partir do início do século XX cria uma necessidade do lar ser um local auto-sustentável e há uma demanda pela criação de uma série de produtos que façam esse papel: os primeiros eletrodomésticos, a comida enlatada - que não precisa ser consumida imediatamente -, ou mesmo congelada - através dos novíssimos refrigeradores, o aquecimento elétrico ou movido a algum tipo de combustível e, também, do entretenimento e da informação que vem de longe (através da transmissão em rede). Em sua revisão histórica, Williams aponta:

Houve melhorias imediatas nas condições e na eficiência do ambiente privado do lar; novas facilidades também nos transportes privados para sair de casa; e então, no rádio, houve o facilitador para um novo tipo de sociabilidade - notícias e entretenimento trazido para dentro de casa. Algumas pessoas falam das novas máquinas como *gadgets*, mas elas sempre foram bem mais que isso. Elas são tecnologia aplicada a partir de uma série de respostas dentro dos limites e pressões da sociedade industrial capitalista (WILLIAMS 2003, p.21)⁷

⁶ Tradução livre do original: "The decisive and earlier transformation of industrial production, and its new social forms, which had grown out of a long history of capital accumulation and working technical improvements, created new needs but also new possibilities, and the communications systems, down to television, were their intrinsic outcome".

⁷ Tradução livre do original: "There were immediate improvements of the condition and efficiency of the privatized home; there were new facilities, in private transport, for expeditions from the home; and then, in radio, there was a facility for a new kind of social input - news and entertainment brought into home. Some people spoke of the new machines as gadgets, but they were always much more than this. They were the applied technology of a set of emphases and responses within the determining limits and pressures of industrial capitalist society"

A preocupação de Williams para com o espaço da casa é preciosa: ali é que podem ser observados vários hábitos de consumo relativos ao indivíduo e aqueles que frequentam esse ambiente que de forma alguma se encontra estático; é antes um local em constante modificação conforme os gostos e atitudes de seus integrantes. Mais do que isso: é no espaço da casa que se torna possível perceber os hábitos moldados pelas *práticas e seus usos*, de que maneira acontece a negociação tática frente aos acontecimentos diários. E, dentre esses hábitos, *o ver televisão*. Se ele acontece de maneira ativa ou não, conforme a discussão exposta acima, pode ser assunto para outro momento. O que interessa é que, no processo de inserção da televisão no campo da história social, certamente a significação dada pelos usuários de uma casa ao meio de comunicação é bastante bem vinda. Nesse sentido, propõe-se um aprofundamento, em primeiro lugar, da noção *de prática e uso e estratégia frente a tática* trazidas por Michel de Certeau assim como um exemplo de estudo que examina o hábito de ver televisão *in loco*.

A cultura do cotidiano

Michel de Certeau, em *A invenção do cotidiano*, trabalha com a representação que aqueles que se situam enquanto consumidores em uma cultura fabricam para si mesmos a respeito da realidade. Para isso, o autor analisa uma série de fenômenos sociais que observa no dia-a-dia: o andar ou construir cidades, o processo de leitura silenciosa, o espaço das moradias, a crença popular nos milagres religiosos. Para ele, é inegável que existem percepções e fenômenos diferentes do comportamento não imaginado por parte das pessoas; é uma negociação constante entre o que é planejado (um operário produz uma peça em uma fábrica) e aquilo que, em determinados momentos, é realizado como prática não esperada (o operário cria um artesanato a partir das sobras do trabalho). A própria noção de *consumo* tem outra significação para ele, pois pressupõe não necessariamente o ato da compra de uma mercadoria mas a forma como ela é utilizada no cotidiano dos indivíduos:

A uma produção racionalizada, expansionista além de centralizada, barulhenta e especular, corresponde outra produção, qualificada de ‘consumo’: esta é austuciosa, é dispersa, mas ao mesmo tempo ela se insinua ubiquamente, silenciosa e quase invisível, pois não se faz notar com produtos próprios mas nas maneiras de empregar

os produtos impostos por uma ordem econômica dominante”. (CERTEAU, 1994, p.39)

A imagem, ou representação, passa por uma negociação, é lida de maneira diferente pelos indivíduos; seja como forma de sobrevivência em determinado contexto social (o que é esperado a um empregado para não ser demitido de sua função por exemplo e aquilo que ele executa para manter sua posição), seja como repertório disponível para a leitura da realidade (a percepção de determinado programa ou conteúdo audiovisual que encontra receptividade maior junto a um público mais jovem, de classe econômica alta ou baixa, etc). Um mesmo produto ou manifestação tem formas diferentes de serem observadas, em uma infinidade de leituras e usos possíveis. Nesse sentido, Certeau também analisa o conceito de "estratégia" e "tática". Para ele, existe uma diferença significativa entre os termos: enquanto a primeira subscreve-se ao macrosistema (instituições, governos), a segunda pertence àqueles que, estando inseridos em um ambiente maior, procuram de alguma maneira “subverter” as regras, criando definições e atitudes próprias.

Do fundo dos oceanos até as ruas das megalópoles, as táticas apresentam continuidades e permanências. Em nossas sociedades, elas se multiplicam com o esfarelamento das estabilidades locais como se, não estando mais fixadas por uma comunidade circunscrita, saíssem de órbita e se tornassem errantes, e assimilassem os consumidores a imigrantes de um sistema demasiadamente vasto para o ser o delas e com as malhas demasiadamente apertadas para que pudessem escapar-lhe. (CERTEAU, 1994, p.47)

Por fazer parte dessa realidade urbana complexa, a televisão passa também pela análise de Certeau. Segundo ele, é preciso estar atento não apenas para os dados de circulação desses bens culturais, ou na economia gerada por eles e a forma como esse sistema se estrutura para produzir (a narrativa, os formatos, as atitudes tomadas pelos profissionais que produzem os conteúdos, as pesquisas de mercado que pressupõem os *consumidores médios* e um público-alvo de um programa e assim por diante) ou distribuir seus produtos (as redes de difusão e as tecnologias de transmissão). É preciso enxergar também como esses usuários procedem na visualização desses materiais, que significados são fabricados durante essas horas e horas frente ao aparelho. Há, contudo, uma operação - ou tática, para utilizar seus termos – um pouco diferente por aqui: não existe um sentido ativo no assistir TV, mas uma utilização diversa que não deixa de estar presente. Certeau define como, na sua visão os consumidores se comportam:

[Eles] Traçam ‘trajetórias indeterminadas’, aparentemente desprovidas de sentido porque não são coerentes com o espaço construído, escrito e pré-fabricado onde se movimentam. São frases imprevisíveis num lugar ordenado pelas técnicas organizadoras de sistemas. Embora tenham como material os vocábulos das línguas recebidas (o vocabulário da TV, o do jornal, o do supermercado ou das disposições urbanísticas), embora fiquem enquadradas por sintaxes prescritas (modos temporais dos horários, organizações paradigmáticas dos lugares etc.), essas ‘trilhas’ continuam heterogêneas aos sistemas onde se infiltram e onde esboçam as astúcias de interesses e desejos diferentes. Elas circulam, vão e vem, saem da linha e derivam num relevo imposto, ondulações espumantes de um mar que se insinua entre os rochedos e os dédalos de uma ordem estabelecida”. (CERTEAU, 1994, p.97)

Certeau não é tão explícito quanto McLuhan ao afirmar que a televisão faz com que o espectador assumira uma postura ativa diante do aparelho; no lugar, ele pressupõe um indivíduo que negocia com aquilo que assiste e não deixa de dar sentido para esse hábito no seu ato de consumo. A questão não é tanto se esse ver é constantemente ativo e dotado de sentido mas sim como algo significativo no cotidiano. Esta suposição é interessante pois conceber o ver televisão como uma prática cultural dotada de significado no cotidiano certamente inscreve o hábito como passível de estudos dentro do campo da história social. Só resta agora a pergunta: como isso acontece na prática? Vários são os caminhos possíveis mas, como ilustração, um estudo realizado nos anos 80 pode ajudar a responder a essa questão.

A prática cultural

O ato de ver televisão é tido, pelo senso comum, como uma atitude recoberta de banalidade. Mas é interessante pensar também o quanto ele pode ter também de ritualístico, como algo que diz respeito aos fluxos de vida dentro de um ambiente e como o consumo desse meio pode revelar interessantes aspectos sobre um contexto e momento histórico.

Escrita por Ondina Fachel Leal como dissertação de mestrado em 1983 junto à Universidade Federal do Rio Grande do Sul e publicado como livro em 1990, *A leitura Social da Novela das Oito* traz um relato sobre o ver televisão do ponto de vista dos consumidores. A pesquisadora elege a novela *Sol de Verão*, veiculada pela Rede Globo naquele ano como ponto de partida e empreende uma busca pela forma como os indivíduos assistem esse conteúdo em suas casas. “Minha proposta é a de que o lugar que o televisor ocupa na vida de cada um e o lugar que a emissão televisiva ocupa na vida de

cada um são coisas que, quer por escolha, quer por contingência, estão intimamente relacionadas”. (Leal, 1990, p.8)

Há uma grande influência da etnografia no trabalho da pesquisadora. Ela visita os espaços em que a televisão habita – majoritariamente a sala dos entrevistados – e acompanha os hábitos das pessoas durante a exibição da telenovela. Esses espaços são divididos em duas realidades diferentes, separadas por classes econômicas: uma vila operária nos arredores de Porto Alegre e as casas de indivíduos de classe média e alta que não se constituem enquanto espaço geográfico mas como espaço sócio-econômico. A pesquisa não fica somente na descrição: um dos capítulos do trabalho, chamado *Os televisores, os objetos, os gostos e seus espaços* traz, por exemplo, uma série de imagens capturadas do espaço onde o televisor se encontra e fornecem, sem dúvida nenhuma, um importante registro histórico acerca dos usos desse meio de comunicação. É possível perceber a materialidade daquilo que em grande medida é apenas pressuposto em muitas discussões; os olhos imaginados estão ali, presentes. Ainda que seja em um contexto muito específico, localizado no tempo e no espaço, a realização das fotografias não deixa de fornecer informações importantes para qualquer um interessado em empreender buscas no campo da historiografia cultural.

As descrições tem uma riqueza maior de detalhes nas classes populares pois parece que a pesquisadora se sente mais à vontade em um espaço do qual não faz parte. Ali são descritos os objetos encontrados na sala: os quadros simples, móveis, artigos de crochê e o aparelho televisor em evidência, como algo que pode ser visto a partir da rua, indicando *status*⁸. Os habitantes da casa comumente se reúnem para assistir a telenovela, comentam a narrativa enquanto espelho das suas próprias realidades - no sentido de julgarem as ações dos personagens a partir de perspectiva de suas próprias vidas.

Já na esfera da classe média-alta, os espaços se recobrem com livros, revistas, quadros originais e lembranças de viagem como denotadores de uma posse simbólica. Diferentemente da classe popular, o televisor se encontra camuflado em algum móvel e

⁸ Em um dos lares visitados, Leal se depara com a mudança repentina do aparelho de televisão, ocasionado por uma reforma. Segundo os ocupantes da casa, a televisão havia sido mudada porque uma porta supostamente obstruía o aparelho. A pesquisadora conclui que: “Na realidade não cobria a tela da televisão para quem a assistisse, mas impedia que o aparelho fosse visto da rua. Mas não foi apenas a televisão que mudou de local, mas também todos os objetos, quadros, vasos, que antes estavam cuidadosamente dispostos perto da televisão, acompanharam-na como uma entourage ao seu novo canto. O fato de se ter acidentalmente acompanhado a mudança de local do aparelho de televisão evidenciou que todos aqueles objetos e o lugar dos objetos não são gratuitos. Eles conferem um ao outro, como um sistema, uma propriedade, um significado”. Leal (1990), p.35

não está ali para ser exposto⁹. O momento de assistir telenovela é também diminuído, sendo comum que os entrevistados relatem que apenas assistem-na por conta da empregada doméstica ou mesmo porque a televisão já se encontra ligada após o telejornal da noite. Leal acaba por perceber que existe um desprezo com relação ao conteúdo do programa, tido como algo demasiadamente pobre, repetitivo e fora da realidade. Ela observa que, diferentemente da classe popular que toma a telenovela enquanto emissão real, a classe média-alta a vê como

uma estória – que pode ser bem ou mal escrita, bem ou mal interpretada, interessante, rica ou piegas. Ela é sempre considerada dentro de sua limitação, o que ajuda a preservar e a consagrar outros bens como institucionalmente legítimos e o monopólio sobre estes bens”. (Leal 1990, p.64)

O trabalho de Leal oferece informações muito relevantes sobre o consumo de um bem cultural, tal como Certeau problematizou quando imaginou as práticas “clandestinas” e subversivas que os indivíduos tomam em suas realidades. É preciso observar que a televisão estudada pela pesquisadora nos anos 80 é muito diferente da que existe nos anos de 2010. Naquele período a telenovela gozava de níveis muito maiores de audiência e o ato de consumir o conteúdo televisivo não encontrava rivais como os meios digitais nos dias de hoje. De qualquer forma, é um exemplo muito importante para fornecer pistas aos interessados na escrita social da televisão e, por isso, precisa estar contido no panorama de estudos aqui relacionado.

Considerações finais

Este artigo procurou se concentrar na discussão acerca da televisão e da história cultural, procurando fazer aproximações críticas entre os pensamentos dos pesquisadores de áreas diferentes no que diz respeito a televisão enquanto meio de comunicação, tecnologia e prática social. Muitos outros estudos poderiam ser também trazidos para compor a discussão e certamente eles deixariam o panorama ainda mais rico. Mas a intenção aqui é também fazer com que a discussão seja expandida e novas contribuições

⁹ Aspecto por demais interessante se levar-se em conta que, nos dias atuais, a centralidade da visão em uma sala de estar de classes sociais com maior poder aquisitivo voltou a ter a televisão como destaque pois se trata de um aparato tecnológico com muitas polegadas de tamanho – alguns modelos chegam a ser pensados com cerca de 2 metros ou mais de diâmetro – e com funcionalidades múltiplas.

possam ser engendradas a partir desse ponto. Como conclusão, alguns esclarecimentos precisam ser feitos.

É importante frisar que o termo "cultural" no campo da história irá centralizar o seu pensamento e atuação no estudo dos indivíduos e não nas estruturas de ação ou intelecto mais gerais, conforme Burke: "A palavra 'cultural' distingue-a da história intelectual, sugerindo uma ênfase em mentalidades, suposições e sentimentos e não em ideias ou sistemas de pensamento". (Burke, 2008, p.69). Assim, é correto pensar que um estudo da televisão nas bases da história social tem como foco principal o pensamento nos indivíduos e não nas práticas gerais que regem o sistema de produção televisivo. Conforme já apontado acima, elas são invariavelmente importantes para se entender as grandes estruturas do pensamento e, nesse caso, também tem muito a contribuir com esse cenário – assim como não seria impossível pensar também em estudos que priorizassem as fontes históricas como a publicidade ou as práticas de decoração como fontes históricas de significação do local da televisão no cotidiano.

Também se torna necessário frisar que este artigo não pretende de maneira alguma apontar o campo dos Estudos Culturais como aquele que melhor compreende o fenômeno televisivo e suas implicações na sociedade. Conforme Cashmore (1998) aponta, é preciso ampliar a visão para além da atomização das relações entre os indivíduos e a sociedade, foco principal dos teóricos dessa linha. A televisão é responsável, em grande parte, pela publicidade não só de produtos mas também de ideias e valores que corroboram com grupos hegemônicos da sociedade, incitando a população ao consumo e a adoção de determinadas posturas e opiniões. Também é preciso ter em conta que os indivíduos não possuem o tempo todo um alto grau de criticidade tal qual alguns autores parecem pressupor frente ao aparelho; sem dúvida existem razões para que se opere a fruição da imagem da televisão no cotidiano, inscrevendo esse hábito na prática diária. Mas é preciso também sublinhar que isso é executado de maneira livre e, em grande medida, sem uma grande estrutura de pensamento racionalizada. Por fim, é preciso conceber que as formas de consumo e fruição da imagem da televisão sofrem mudanças com o passar do tempo; é comum encontrarmos jovens adultos e adolescentes que se declaram não-espectadores de televisão e – em alguns casos – sequer possuem um aparelho em suas casas. Esses e outros temas semelhantes não podem passar despercebidos de uma historiografia social da televisão.

Quanto a questão norteadora principal desse artigo, se é possível empreender uma história social da televisão, a resposta é clara: ela não é só possível como necessária, já que pode revelar formas de representação particulares que esse meio tem junto aos indivíduos. Não é, contudo, uma forma de negar os importantes estudos já realizados do ponto de vista da produção televisiva; pelo contrário, o discurso dominante e unilateral que sai do fluxo televisivo é também ele formatado pelas percepções particulares. Afinal de contas, nenhum outro meio de comunicação foi tão pródigo até hoje em revelar os gostos médios na sociedade brasileira, criando representações tão fortes acerca do popular. Mas o que é médio, muitas vezes também tenta representar tantos indivíduos e termina por não ser pertencente a ninguém. Por esse fato, as análises particulares da significação da televisão em épocas e regiões diferentes podem explicar tanto a lógica que está por detrás da TV nos dias de hoje.

Muitas podem ser as abordagens possíveis da História Cultural frente a televisão. Da pesquisa *in loco* dos hábitos de seus telespectadores a extração das opiniões expressas em outros meios de comunicação (como jornais, revistas e contemporaneamente, a internet) ou mesmo a análise de discursos acerca da própria tecnologia desenvolvidas pela indústria no campo da publicidade ou do jornalismo. Conforme Burke (2008) já alertou acerca da tarefa do historiador cultural:

[...] não seria correto supor que, digamos, os romances e as pinturas sejam sempre desinteressados, livres de paixão ou propaganda. Como seus colegas de história política ou econômica, os historiadores culturais tem de praticar a crítica das fontes, perguntar porque um dado texto ou imagem veio a existir, e se, por exemplo, seu propósito era convencer o público a realizar alguma ação. (BURKE, 2008, p.33)

No caso da televisão, o aviso de Burke para o historiador cultural pode se converter em grande vantagem, uma vez que por si a TV é um meio criado no seio da indústria do consumo não se torna demasiadamente difícil entender as mensagens que ela veicula como incitadoras de determinados interesses de comércio. O que a torna um mecanismo muito interessante para a análise, já que acaba por expor muitos conceitos que, do contrário de outros objetos de estudo, podem ser mais dificilmente percebidos.

Por fim, como também lembram Briggs e Burke (2016), os meios de comunicação contemporâneos precisam estar sempre sob constante estudo – e o próprio conceito de *massificação* deve ser o tempo todo colocado em jogo. Afinal de contas, a terminologia acaba por se revelar demasiadamente abstrata. “A linguagem das massas surgiu durante

o século XIX e nos lembra que o ‘para quem’ de Lasswell deve ser considerado em termos de ‘quantos’.” Briggs e Burke (2016) p.17. Por isso, é preciso estar atento para os olhos que estão de frente a televisão; eles podem ter mudado de direção com o passar do tempo a ponto de hoje se encontrarem fixos em aparelhos celulares e outras telas. Mas outros olhos também podem ser encontrados fixados na televisão debaixo do viaduto da grande cidade, em bares e outros pontos onde se menos espera. Não há como negar que as formas de utilização dos meios de comunicação certamente sempre reservam surpresas incríveis àqueles que se dispõem a fazer as perguntas necessárias.

REFERÊNCIAS

- ANTENORE, Armando. Próximos Capítulos. **Revista Piauí**, São Paulo, nº136, p.6-7, jan. 2018
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2016.
- BURKE, Peter. **O que é história Cultural?** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- CASHMORE, Elis. **...e a televisão se fez!** São Paulo: Summus, 1998
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Editora Vozes, 1994.
- EAGLETON, Terry. **A ideia de Cultura**. São Paulo: Editora UNESP, 2005.
- LEAL, Ondina Fachel. **A leitura Social da Novela das Oito**. Editora Vozes: Petrópolis, 1990.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.
- DOS SANTOS, Dominique Vieira Coelho. Acerca do conceito de representação. **Revista de Teoria da História**, v. 6, n. 2, p. 27-53, 2011.
- WILLIAMS, Raymond. **Television: Technology and Cultural Form**. Londres: Routledge Classics, 2003
- _____. **Palavras-chave: Um vocabulário de cultura e sociedade**. São Paulo: Boitempo, 2007.