



A imaginação no contexto da recepção 9

Gilka Girardello

Sobre os jovens e a mídia 25

Veneza V. Mayora Ronsini

**O princípio da credibilidade na seleção da
Informação Mediática 37**

Paulo Serra

***The world in the head*: aplicação do modelo
de Klaus Bruhn Jensen ao discurso dos mídia
baianos 51**

Itania M. M. Gomes

Ana Cristina M. Spannenberg

**Anotações para pensar o sujeito nos
estudos culturais 70**

Ana Carolina Escosteguy

Aficção seriada italiana 80

Marcia Gomes

ANIMUS

revista
Interamericana
de comunicação
midiática

v. 11, n. 1, jan-jun 2003



ANIMUS

revista
interamericana
de comunicação
midiática

v. II, n. 1, jan-junho 2003



Editora

Ada C. Machado da Silveira: Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

Editora convidada da edição

Veneza V. Mayora Ronsini: Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

Conselho Editorial

Adair Caetano Peruzzolo: Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

Alfredo Alfonso: Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

Eugenia M. da Rocha Barichello: Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

Gaspar Bianor Miotto: Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

Gisele Marchiori Nussbaumer: Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

Lorenzo Vilches: Universitat Autònoma de Barcelona (Espanha)

Marcia Franz Amaral: Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

Maria Ivete Trevisan Fossá: Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

Muniz Sodré: Universidade Federal do Rio de Janeiro (Brasil)

Olga Guedes: Liverpool John Moores University (Inglaterra)

Rogério Ferrer Köff: Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

Rondon Martin Souza de Castro: Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

Sergio Capparelli: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Brasil)

Sumário

Editorial / 7

A imaginação no contexto da recepção / 9

Gilka Girardello

Sobre os jovens e a mídia / 25

Veneza V. Mayora Ronsini

O princípio da credibilidade na seleção da / 37
Informação Mediática

Paulo Serra

The world in the head: / 50

aplicação do modelo de
Klaus Bruhn Jensen ao
discurso dos media baianos

Itania M. M. Gomes
e Ana Cristina M. Spannenberg

Animus : revista interamericana de comunicação midiática /
Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências
Sociais e Humanas. - - Vol. II, n. 1 (jan/junho 2003). -
- Santa Maria, NedMídia, 2003.
v.
ISSN 1677-907x
Semestral

CDU : 316.77(051)

Ficha elaborada por Maria Alice de Brito Nagel, CRB 10-588

Produção:

Núcleo de Editoração Multimídia

NEdMídia

Cidade Universitária - UFSM
Camobi, Santa Maria - RS - Brasil
Fone/fax: 55 220 8491
CEP: 97105-900
póscom@ccsh.ufsm.br

Capa

Sonia F. Trois e Fábio Dias
Criação: Andrés Toma Ponte

Impressão

Gráfica Universitária

Fotolitos

Fotoligraf

Anotações para pensar / 69
o sujeito nos estudos
culturais

Ana Carolina Escosteguy

Ficção seriada italiana, / 80
identificação e reconhecimento

Marcia Gomes M.

Normas para encaminhamento de textos 112

Editorial

Un hombre se propone la tarea de dibujar el mundo. A lo largo de los años puebla un espacio con imágenes de provincias, de reinos, de montañas, de bahías, de naves, de islas, de peces, de habitaciones, de instrumentos, de astros, de caballos y de personas. Poco antes de morir descubre que ese paciente laberinto de líneas traza la imagen de su cara.

Jorge Luis Borges

Propusemos como tema deste terceiro número de *Animus* novamente a preocupação com os temas de nossa linha de pesquisa intitulada Mídias e identidades contemporâneas. Para tanto, convidamos nossa colega, a pesquisadora Veneza Mayora Ronsini que, na condição de editora convidada desta edição, selecionou um conjunto de trabalhos, fruto de sua vivência nos Encontros anuais da Compós.

Veneza considera que o que há de comum entre os textos apresentados no GT Mídia e Recepção durante o XI e XII Encontro Nacional da Associação de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, selecionados para esta coletânea, é a preocupação em compreender a relação entre meios de comunicação e receptores. Pelo fato da maioria das investigações de recepção no Brasil ser realizada por pesquisadores individuais, os encontros anuais da Compós têm sido momentos de grande importância para o diálogo entre pesquisadores de diversas instituições de ensino. Os textos reunidos nesta re-

vista são uma modesta demonstração de um trabalho levado a cabo por já uma década, visto que há cada encontro dois textos apenas em cada Grupo de Trabalho compõem a coletânea que resulta do evento.

Os temas desta mostra revelam a amplitude da reflexão ensejada pela linha denominada recepção midiática, existente no espaço da Compós desde 1992, cada vez mais comprometida com pesquisas que integrem a produção e o consumo da mídia, contribuindo para um conhecimento atento as vozes da audiência. Nele a recepção passa a ser instância fundamental da construção do sentido, compreendida por intermédio do exame da cultura.

Os trabalhos aqui publicados abarcam, por um lado, questões teóricas e metodológicas; por outro, refletem sobre o papel dos receptores na interação com os processos midiáticos. É assim que o leitor encontrará discussões sobre o lugar do sujeito nos estudos culturais e na recepção, a problematização de uma matriz interpretativa para a análise textual da televisão, a investigação da imaginação infantil como categoria para a compreensão da experiência com a mídia, a reflexão sobre os liames entre a imagem da condição juvenil na mídia e sua incorporação/reformulação pelos estilos hip-hop e punk e, ainda, um estudo sobre a seleção da informação na Web mediante o princípio da credibilidade.

Após este conjunto de cinco trabalhos selecionados por Veneza M. Ronsini, apresentamos outro artigo que consideramos pertinente às preocupações focalizadas nos trabalhos precedentes. Dedicado à recepção de tele-séries, ele registra um estudo feito com uma audiência de procedência multicultural na Itália. A análise sócio-narrativa deste programa e entrevistas em profundidade com assíduos telespectadores permitiu explorar alguns aspectos temáticos e narrativos que caracterizam a interação com a obra.

Reiteramos nosso desejo de estar animando o intercâmbio de idéias e incremento da difusão de argumentos que venham a conceder solidez a um princípio de unificação da nossa área de conhecimento.

Ada Cristina Machado da Silveira

Veneza V. Mayora Ronsini

Editoras



revista
Interamericana
de comunicação
midiática

ANIMUS

A imaginação no contexto da recepção

Gilka Girardello

Resumo: Os conceitos de imaginação e imaginário são historicamente polissêmicos e escorregadios, mas isso não impede seu uso frequente na conversa corriqueira sobre mídia e cultura, assim como na discussão acadêmica sobre o tema. O artigo procura contribuir para uma atenção mais detalhada a tais conceitos, especialmente no campo da pesquisa de recepção. Faz-se uma discussão sobre as diferentes compreensões dos conceitos, seguida de um ensaio etnográfico a partir de uma pesquisa com crianças, buscando entender melhor o papel da imaginação nas mediações entre diferentes contextos simbólicos, como as tradições locais e a cultura das mídias. Sugere-se que um entendimento da imaginação como espaço intersubjetivo de ensaio e interpretação (a partir de Ricoeur), possa acrescentar nuances úteis às nossas tentativas de conhecer os processos de leitura das imagens e narrativas. O fluxo imaginário faz com que todo olhar à tela de TV seja potencialmente permeado por aquela "entrevista" de que falava Arendt, do espaço subjetivo onde emergem a resposta, a imagem alternativa, o faz-de-conta. Esse potencial se materializa e amplia na vigência de um diálogo social rico, onde no conto de "um eu relatando a um outro" (Kearney) os sujeitos da recepção vão dando sentido ao que vêem e vivem em sua experiência com as mídias.

Palavras-chave: Imaginação - Pesquisa - Recepção

Abstract: The concepts of imagination and imaginary are historically polysemous and slippery, but this does not hinder their frequent use in the daily conversation about media and culture, as well as in academic discussion on the subject. This paper seeks to focus more detailed attention to these concepts, especially in the field of reception studies, where they can be extremely useful. To do so, we offer a theoretical discussion followed by a short ethnographic essay, in an attempt to better understand the role of imagination in the mediations between different symbolic contexts, such as local traditions and the culture of media.

Key words: Imagination - Research - Reception

Resumen: Los conceptos de imaginación e imaginario, históricamente polisémicos y escorregadios, tienen un uso frecuente en conversaciones corrientes acerca de los medios y la cultura, bien como en el debate académico sobre el tema. El artículo intenta entrar a detallar tales conceptos, especialmente en el campo de la investigación de recepción. Se debate lo que son las distintas comprensiones de los conceptos, seguida de un ensayo etnográfico a partir de una investigación con niños, buscando mejor entender el rol de la imaginación en las mediaciones entre diferentes contextos simbólicos, como las tradiciones locales y la cultura de los medios.

Palabras clave: Imaginación - Investigación - Recepción

Gilka Girardello é professora do Depto de Jornalismo e PPG Educação da Universidade Federal de Santa Catarina-Brasil. e-mail: gilka@floripa.com.br

Os conceitos de *imaginação* e *imaginário* são historicamente polissêmicos e escorregadios, mas isso não impede seu uso frequente na conversa corriqueira sobre mídia e cultura, assim como na discussão acadêmica sobre o tema. Este trabalho procura contribuir para uma atenção mais detalhada a tais conceitos, especialmente no campo da pesquisa de recepção, onde podem ser de grande valia. Para isso, faremos aqui uma pequena discussão teórica seguida de um ensaio etnográfico, buscando compreender melhor o papel da imaginação nas mediações entre diferentes contextos simbólicos, como as tradições locais e a cultura das mídias.

Vários autores, a partir de mirantes disciplinares distintos, têm observado o quanto a preocupação com a imaginação assume importância radical na cultura contemporânea. Para o sociólogo Niklas Luhmann, por exemplo, a imaginação passa hoje a ocupar o lugar que já foi da religião: o da compreensão de que "não entendemos o que não entendemos", ou seja, o lugar da incerteza, do arbitrário, enfim, "um lugar potencial para a liberdade".¹ Cornelius Castoriadis comparou a imaginação - e o imaginário, que ele definia como seu correlativo social - a um magma desestruturado e desestruturante que, ao tornar impossíveis os recortes definidos e as identidades precisas, permite que uma cultura olhe para si mesma com estranheza e se relacione com outras, já que são (a imaginação e o imaginário) "um interminável enigma e uma inexaurível fonte de alteridade"². Do ponto-de-vista da reflexão psicanalítica sobre a cultura, Anthony Elliott e Stephen Frosh dizem que a grande questão hoje é saber "como é possível imaginar alguma coisa diferente", e "que condições podem permitir que as pessoas desenvolvam futuros alternativos".³

No campo mais específico da relação entre mídia e cultura, um bom exemplo da pertinência desses conceitos é o trabalho recente de Martín-Barbero e Germán Rey *Os Exercícios do Ver*,⁴ pontuado do início ao fim por referências ao imaginário e à imaginação. Entre tantas passagens da obra que se referem à imaginação, uma delas merece des-

¹ Idem, *ibid.*, p.70. Grifos meus.

⁴ Em KEARNEY, Richard. *The Wake of Imagination: toward a postmodern culture*. Minnesota: University of Minnesota, 1988.

taque: "Seria de supor" - escrevem os autores - "que as televisões públicas se defrontam com o desafio de oferecer outros âmbitos de ficção e imaginação, outras entradas compreensivas aos problemas cotidianos, outras maneiras de confrontar publicamente os temas concernentes aos cidadãos."⁵ Percebe-se aí uma ausência de contradição entre imaginação e realidade, ou pelo menos uma possibilidade de levar-se em conta a imaginação *ao mesmo tempo* em que nossas preocupações acham-se firmemente enraizadas no presente social, cultural e político. Essa compreensão, bastante contemporânea, é valiosa para os estudos de como a comunicação se embrenha na cultura. Ela é também herdeira de idéias historicamente anteriores, que podem contribuir para um entendimento da imaginação como instância de produção semiótica e apropriação cultural.

Sobre os conceitos de *imaginação* e *imaginário*

O conceito de imaginação esteve sempre marcado por ambigüidade: o pensamento hegemônico a cada período histórico oscila entre vê-la como fonte de conhecimento e como via para a falsidade. Entre os autores que têm discutido o percurso histórico do conceito, o irlandês Richard Kearney⁶ é quem mais explicitamente entrelaça o olhar para o passado com as reflexões emergentes da "cultura da imagem" contemporânea. Para ele, a melhor resposta à pergunta "o que é imaginação?" é narrar a história do conceito. Kearney sugere três metáforas para a função atribuída à imaginação em diferentes épocas: *o espelho, a lâmpada e o labirinto de espelhos*.

Desde a Bíblia até o final da Idade Média, a imaginação era entendida como um *espelho* que refletia a realidade, sendo a imagem mental e suas representações artísticas consideradas meras cópias da criação divina original. Para o pensamento moderno, a imaginação age como uma *lâmpada*, que produz a realidade visível a seu redor; essa virada acontece principalmente com Kant, para quem o poder de formar imagens não age somente a partir daquilo que os sentidos físicos percebem, mas também da invenção e da abstração. A imaginação kan-

¹ LUHMAN, Niklas. European Rationality. In: ROBINSON, Gillian Robinson e RUNDELL, John (orgs.) *Rethinking Imagination: Culture and Creativity*. Londres e Nova York: Routledge, 1994. p.80.

² CASTORIADIS, Cornelius. In: ELLIOT, Anthony e FROSH, Stephen (orgs.). *Logic, Imagination and Reflexion. Psychoanalysis in Contexts: paths between theory and modern culture*. Londres e Nova York: Routledge, 1995. p. 29

³ ELLIOT, Anthony e FROSH, Stephen, *op.cit.*, Introdução, p.1-11.

⁴ MARTÍN-BARBERO, Jesús e REY, Germán. *Os Exercícios do Ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: SENAC, 2001.

tiana chega a preceder a percepção: ela forma imagens que só podem existir no pensamento – como uma linha desenhada na mente – e que por sua vez tornam a percepção possível.

Essa concepção de imaginação sugeriu a Hannah Arendt⁷ uma idéia que é particularmente aplicável ao processo de assistir imagens em filme ou vídeo. Para ela, o conceito de imaginação em Kant – tornar presente ao espírito o que está ausente da percepção sensível – tem a ver com outra faculdade, conhecida desde os gregos: aquela pela qual “olhamos fixamente para coisas que estão presentes, embora estejam ausentes”.⁸ Arendt recorre a Anaxágoras: “as aparências são uma *entrevista* do invisível”. A imaginação aparece aí como algo intersticial à percepção, intermediário entre a sensibilidade e o entendimento. Imaginar seria tornar presente o que presente não está; não apenas viver na memória algo que já foi presente para a percepção, mas ver “com os olhos do espírito” o que jamais estará presente para os sentidos, pois pertence a uma dimensão que pode apenas ser entrevista. O que acontece nesse plano é uma arte, sugere a autora em sua interpretação de Kant. Essa idéia pode nos ajudar a explorar o papel da imaginação na leitura de imagens. A produção que ocorre na recepção (uma arte?) ocorre primordialmente no âmbito da imaginação, esse lugar onde imagens de nossa memória e invenção projetam-se como *slides* ou hologramas sobre as cenas em movimento na tela percebidas por nosso olho físico,⁹ fazendo emergir novas possibilidades e atuando na mediação entre a cultura e os indivíduos.

A imaginação foi tema de grandes pensadores do século XX, de Freud a Sartre, de Bergson a Bachelard. Na obra destes últimos encontramos especial apoio à compreensão do papel mediador da imaginação. Bergson, por exemplo, diz que “entre duas imagens verbais consecutivas há um intervalo que nenhuma representação concreta conseguiria preencher. As imagens, com efeito, serão sempre coisas, e o pensamento é um movimento”.¹⁰ Esse intervalo entre uma imagem mental e outra poderia

ser o tempo da entrevista, da ação criativa individual simultânea à percepção visual de um filme, por exemplo. E Bachelard diz por sua vez que o estado mais puro da imaginação é o que vem no salto *entre* uma imagem e outra, na cinética imaginária em que no fluxo do pensamento “as imagens se irrompem e se perdem, se elevam e se aniquilam”. Segundo ele, “a imaginação não é, como sugere a etimologia, a faculdade de formar imagens da realidade; é a faculdade de formar imagens que ultrapassam a realidade, que *cantam* a realidade”,¹¹ ou seja, de recriar subjetivamente o que é dado à percepção. Percebemos nesse contexto uma relação dialógica da imaginação com a matéria: de um lado, se informa por ela, de outro lhe dá forma.

Na visão pós-moderna “clássica”, a imaginação corresponderia a um *labirinto de espelhos*, pleno de alusões, referências e paródia. O conceito de imaginário ganha proeminência, a partir especialmente da psicanálise e do estruturalismo, agora com o sentido de uma ilusão a ser rompida. Um exemplo é o trabalho de Derrida, para quem a imaginação na cultura de massa não tem mais qualquer relação com a realidade, sendo a imagem o puro simulacro dela.

Mais recentemente, porém, percebe-se uma busca de revitalizar positivamente o conceito de imaginação e seus laços com o social, como vemos por exemplo em Martin-Barbero, Rey e Kearney. Eles buscam no conceito aquilo que nele possa contribuir para uma interpretação ética e política das relações entre mídia e cultura. A imaginação não pode se conformar ao labirinto de espelhos, diz Kearney: “porque aqui e agora eu me deparo com um *outro* que me pede uma resposta ética. Esse chamado do outro a ser ouvido, e a ser respeitado em sua alteridade, é irreduzível ao jogo paródico das imitações vazias.”¹² Kearney introduz aí o que considera a grande tarefa da imaginação contemporânea: a busca necessariamente incompleta da identidade narrativa, de que o homem conte e reconte a sua própria história, “pois talvez seja em seu conto de um eu relatando a um outro que possamos descobrir um fio dourado que nos leve para além do labirinto.”¹³

¹¹ BACHELARD, Gaston. *A Água e os Sonhos: ensaios sobre a imaginação da matéria*. São Paulo: Martins Fontes, 1989. p.17-18.

¹² Op.cit., p.361.

¹³ Idem, p.396.

⁷ ARENDT, Hannah. Da Imaginação. In: *Lições sobre a Filosofia Política de Kant*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, Rio de Janeiro, 1993.

⁸ Idem, p.102.

⁹ É disso que trata o conceito de “transparência da imaginação”, desenvolvido por BRANN, Eva. *The World of Imagination. Sum and Substance*. Maryland: Rowman & Littlefield, 1991.

¹⁰ BERGSON, Henri. *Matéria e Memória: Ensaio sobre a Relação do Corpo com o Espírito*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

Essa compreensão que atribui à imaginação um papel decisivo na administração das demandas éticas e estéticas, tanto individuais quanto sócio-culturais, pode tornar-se ainda mais aguçada através do conceito de imaginação de Paul Ricoeur. Toda ação depende da imaginação, diz ele, e é no espaço da imaginação que experimentamos diferentes cursos de ação, e que "brincamos" – no sentido literal do termo, ressalta – com possibilidades práticas. Para Ricoeur,

É a imaginação que proporciona o ambiente, a clareira luminosa na qual podemos comparar e contrastar motivos tão diferentes quanto desejos e demandas éticas, que por sua vez podem ir desde regras profissionais até costumes sociais ou valores estritamente pessoais. A imaginação oferece o espaço de mediação de uma "fantasia" comum para coisas tão diversas quanto a força que empurra como que por trás, a atração que seduz como que pela frente, as razões que justificam e estabelecem como que por baixo.¹⁴

Não é nosso objetivo chegar a *uma* definição de imaginação melhor ou mais atual que as outras, e sim, a partir desse olhar diacrônico, problematizar o conceito. Mesmo assim, podemos sugerir que este último entendimento da imaginação – como espaço intersubjetivo de ensaio e interpretação – seja o que mais tenha hoje a contribuir com as análises de como os produtos e processos da comunicação são lidos e ressignificados pelas pessoas. Fica implícita a ênfase visual do conceito, tanto em razão de sua etimologia quanto da proeminência das imagens na cultura contemporânea. A experiência da imaginação envolve porém muito mais que a visão, como a definição de Ricoeur deixa claro.

Quanto ao conceito de imaginário, duas noções principais têm sido amplamente usadas nas teorias da comunicação, embora muitas vezes o leitor tenha problemas para deduzir do contexto a qual delas o autor está se referindo. Na primeira dessas tendências, o imaginário é definido como uma dimensão *psíquica*, marcada pela negatividade em relação à realidade percebida (como em Sartre) ou

como instância ilusória de alteridade (como em Lacan). Outra noção tem cunho mais *sócio-cultural*, colocando o imaginário como dimensão coletiva da imaginação, ou como acervo do imaginado. É a definição de Gilbert Durand, para quem o imaginário "é o conjunto das imagens e relações de imagens que constitui o capital pensado do *homo sapiens*" e "o grande denominador fundamental onde vêm se encontrar todas as criações do pensamento humano".¹⁵ O conceito de imaginário corrente num certo senso comum parece ser um híbrido de todas essas matrizes, para o bem ou para o mal. Embora os conceitos não sejam opostos, eles com certeza enfatizam coisas diferentes, todas importantes. Afinal, tanto a possibilidade de concebermos o que não é – de inventarmos alternativas ao que vemos e vivemos, ao mesmo tempo em que esfumamos miragens – como a capacidade de vermos através do presente mais do que é dado à percepção são questões hoje muito especialmente cruciais.

A ênfase à imaginação num contexto de pesquisa

A plasticidade do conceito de imaginação pode ser muito útil à investigação dos fenômenos de sincretismo (ou hibridismo) cultural, em especial aqueles em que o componente visual é determinante. Como exemplo, vou relatar algumas conclusões de dois estudos de campo (1996 e 2001)¹⁶ feitos junto a crianças de uma comunidade pesqueira da Ilha de Santa Catarina.¹⁷ A vila é isolada, rodeada por morros e uma grande lagoa que só pode ser cruzada em pequenos barcos, mas está ligada ao resto do mundo pelo rádio e pela TV. As pesquisas procuraram investigar como se mesclam na imaginação dessas crianças as histórias e imagens de repertórios tão diversos quanto o da televisão e o da herança cultural local. Esta, com raízes na imigração açoriana no século XVIII, possui uma rica tradição oral; nem mesmo jovens hoje com 20 ou 30 anos de idade se criaram com televisão. A chegada das parabólicas na década de 90, assim, fez dessas crianças uma primeira geração na comunidade a conviver desde a primeira infância com a televisão.

¹⁴ DURAND, Gilbert. *As Estruturas Antropológicas do Imaginário: Introdução à arqueologia geral*. São Paulo: Martins Fontes, 1977. p. 18.

¹⁶ Televisão e Imaginação Infantil: Histórias da Costa da Lagoa (tese de doutorado ECA-USP, 1998) e *O Imaginário Infantil e as Mídias: um estudo de recepção junto a crianças de primeira série em Florianópolis* (Funpesquisa -UFSC, 2001. Com Maria Isabel Orfino).

¹⁷ A Costa da Lagoa.

¹⁴ RICOEUR, Paul. *Imagination in Discourse and in Action, Analecta Husserliana*, D. Reidel Publishing Company, Dordrecht, Boston e Londres, 1978, vol. VII, p.3-22.

O laço que proponho entre a teoria da imaginação e a voz das crianças desta comunidade concreta são as narrativas orais produzidas por elas na situação de pesquisa. A narrativa é aqui considerada uma instância intermediária entre imaginação e cultura, já que articula formas e conteúdos herdados tanto da tradição oral quanto dos meios eletrônicos. Ao narrar, as crianças estavam também atribuindo significação aos dados da cultura, numa estratégia contínua de leitura e produção cultural. A narrativa oral me parece assim um material valioso para a reflexão sobre a vida imaginativa dos sujeitos da recepção. É preciso deixar claro que não se pode ter a pretensão de estudar narrativas enquanto vias de "acesso" ao repertório imaginário (dado o caráter sempre privado da imagem subjetiva). Se pode porém observá-las enquanto ação imaginativa em si.

Se a palavra dita não é mera expressão do imaginário, ainda assim ela é uma via do encontro imaginário entre as pessoas. A intersubjetividade envolve em geral a partilha de narrativas, e entre as imagens de quem conta e quem escuta vibra algum sentido comum, ainda que inescapavelmente limitado. Minha análise do material reconhece que falar desse sentido comum é um pouco como navegar em direção ao horizonte, mesmo sabendo que a linha entre o céu e o alto mar é sempre inatingível.

Um narrar só é interpretável através de outro narrar.¹⁸ Por isso em minha análise procurei reconstruir o que ouvi nas histórias, e especialmente que imagens vi nas histórias que ouvi. Isto significava ficar o mais possível dentro da zona de fronteira intersubjetiva, domínio por excelência da imaginação própria do contar e do ouvir contar. Essa zona de fronteira se caracteriza por complexas operações inconscientes que, embora não estejam sendo tematizadas, foram sempre pressupostas. Bakhtin falava do poder específico da "fronteira flutuante entre o não-dito e a palavra".¹⁹ Procurei levar em conta esse poder, não para ver nas palavras das crianças aquilo que elas viram com seu olhar interior—o que seria impossível—mas para compartilhar em alguma medida daquela clareira imaginativa, daquele sentido comum.

Isso me trouxe pelo menos uma questão metodológica: seria possível identificar na transcrição da fala das crianças as unidades correspondentes às imagens que suscita? Tendo claro que qualquer critério nesse caso seria necessariamente um artifício, escolhi entre os vários artifícios disponíveis aquele que me pareceu mais adequado a sustentar teoricamente um tal empreendimento. Trata-se da abordagem linguística à narrativa proposta por John Paul Gee. O que me atrai é o caráter visual e mesmo cinematográfico de sua aproximação ao discurso, que ajuda na tentativa de localizar, entre as palavras ouvidas, aquelas que ancoram as imagens suscitadas em quem ouve, para que se possa falar das intuições que se tem sobre o mundo imaginário de quem fala. Ele baseia sua abordagem na divisão por trechos narrativos, cada um equivalendo a uma tomada de câmera, um *take* sobre um personagem, uma ação, um evento: "Cada uma representa uma perspectiva particular [...], uma imagem, aquilo que a "câmera" focaliza, uma "cena".²⁰

As mudanças de uma dessas "cenas" para outra são assinaladas por mecanismos linguísticos e psicolinguísticos, descritos por Gee. O critério principal para a demarcação, porém, são as imagens e sequências de imagens que o texto narrativo traz à mente do ouvinte ou leitor, o que, é claro, envolve alto grau de subjetividade. Essa abordagem me parece interessante principalmente por sua ênfase na qualidade visual. Além disso, ela se destina precisamente à análise de textos narrativos orais vertidos para a escrita, caso do material com que estou lidando; permite a inclusão na análise de fragmentos não-narrativos do discurso que tenham ainda assim forte conteúdo imagético; por fim, autoriza uma análise a partir do conteúdo imagético deflagrado em quem lê a partir do texto narrativo verbal.

Imaginação e Sincretismo: Mídia e Idade Média

Vou contar principalmente um caso extraído daquele *corpus*, para ilustrar algumas possibilidades da ênfase na imaginação e no imaginário nessa

¹⁸ GEE, John Paul, A Linguistic Approach to Narrative, *Journal of Narrative and Life History*, 1(1), 15-39. Lawrence Erlbaum Associates, 1991, p. 23-24.

¹⁸ Como ensina a psicanálise.

¹⁹ HOLQUIST, Michael and EMERSON, C. (orgs.) *Mikhail Bakhtin, Speech Genres and Other Late Essays*. Austin: University of Texas, 1986, p.163.

pesquisa específica. As crianças da vila me deram muito a conhecer sobre sua vida imaginativa através de suas narrativas de assombração. Bicho-papão, fantasmas e principalmente os lobisomens do imaginário açoriano povoavam as narrativas. Quando perguntei ao menino Maycol (10 anos) qual era o seu maior medo, ele falou imediatamente: "É de *lobisome!*" Perguntei se ele já tinha visto algum, e ele pulou na cadeira: "Não. E nem nunca quero ver!" Os outros riram. A menina Rosilei (12) inseriu seu medo de lobisomem num contexto de doença na família, e o associou à aparição de um fantasma:

Uma vez eu fui pra Lagoa, daí a mãe tava doente, daí inventaram que ela ia ser operada.[...]Daí fomo eu mais ela, daí chegemo lá, chegemo no médico, mas o Renato não pôde atender, aí eu falei assim: "Mãe, vamo embora, vamo perder a lancha das seis" Daí chegemo em casa, a mãe assim: "Rosilei, o que que eu vou fazer pra comer?" Eu disse assim: "Não sei, mãe, vamo tomar café com bolacha, depois a gente faz comida." Tã. Aí eu fui lá na casa da Rosinha, [levar]remédio pra botá no dedo dela que tava machucado que ela tinha tirado um bicho. Daí...quando eu vim pra cá eu vi um cachorro uivando, daí eu falei: "Ô Mãe, hoje é dia de lobisomem?" A mãe: "Não, não é dia de lobisomem, só porque o cachorro tá uivando." Aí eu falei assim: "Tã". Aí quando eu fui lá pra lá, levar a coisa pra ela, eu vi um... parecia um espirito, uma coisa toda de branco, assim, uma pessoa toda de branco, ali na Rosi-nha, sentada ali perto da sorveteria dela, daí ela começou a mexer com a mão, daí eu corri, fiquei com medo. Aí de noite eu comecei a chorar, daí de manhã eu amanheci toda molhada e a mãe perguntou porque que eu tava toda encharcada. Aí o pai perguntou pra mim por que que eu fico toda encharcada. Eu falei pra ele que eu não sabia. Daí o pai acordou era umas três hora da madrugada, ficou perto da minha cama, mais a mãe.[...]Aí no outro dia eu vim pra escola e comecei a pensar nisso: "Será que é alguma coisa grave e eles não querem me dizer?" Eu fiquei com medo, né, daquele dia pra cá eu fiquei com medo.

É interessante que a referência de Rosilei ao lobisomem foi feita com a maior naturalidade ("Mãe, hoje é dia de lobisomem?").²¹ Essa menina para quem os lobisomens são parte do cotidiano era fã do grupo mineiro Skank e, na época, torcia ardentemente pelo romance entre Babalu e Raí, personagens da novela das sete da Globo. Figuras como essas, com origens tão distintas, são manipuladas com desenvoltura em seu discurso, dentro do qual não é possível traçar uma fronteira absoluta entre os sistemas significativos herdados da tradição local e aqueles incorporados através da televisão. No es-

²¹Na tradição local, os lobisomens costumam aparecer nas sextas-feiras de lua-cheia.

paço imaginário, esses elementos conversam entre si, e por isso o lobisomem que assusta a Rosilei não é o mesmo que assustava sua avó.

O fato de a figura do lobisomem persistir na fala das crianças de hoje indica a presença de temores e ansiedades que aquela figura lhes ajuda a enunciar. Delinear as características da atualização que as crianças fazem de um personagem tradicional como o lobisomem exigiria um investimento psicanalítico e antropológico muito superior ao fôlego deste trabalho. Mesmo assim, os contextos discursivos em que o lobisomem aparece sugerem algumas associações sobre as quais vale a pena pensar.

De modo geral, o lobisomem parece estar ligado ao elemento desconhecido e incontrolável que "invade" a vida das crianças, sua casa ou seu corpo. Assim, na ocasião em que a menina Gabriele (9) escutou colegas falando sobre ladrões à solta, imediatamente contou que uma noite escutou alguém raspando a porta como se tivesse um caneco na mão (ou garras duras), tentando entrar na casa. Rosilei, como vimos, teme estar com uma doença grave, e pensa ouvir o uivo de um lobisomem nos arredores da casa. A assombração que ela efetivamente "vê" em sua narrativa ("*um espírito, uma coisa toda de branco*") se associa ao temor da doença, sugerindo uma superposição semântica, ou uma resignificação da tradição diante de um dado novo - a doença grave - igualmente desconhecido e incontrolável para ela. Essa operação acontece dentro da clareira imaginativa a que se refere Ricoeur, o espaço de mediação de fantasias criado quando o choque entre diferentes campos semânticos produz a fagulha de novos significados.²²

Na tradição oral da ilha de Santa Catarina,²³ a característica do lobisomem como invasor tem claras conotações sexuais. É corrente a história do lobisomem que é o próprio marido metamorfoseado atacando a esposa, rasgando-lhe a saia vermelha. Depois ela encontra entre os dentes do marido flapos da sala que o bicho havia arrancado, descobrindo sua identidade. O aspecto da violação sexual também fica evidente na associação que as crianças

²²Paul RICOEUR (1978, p. 6-12).

²³Assim como na tradição europeia. Ver OTTEN, Charlotte F. (org.) *A Lycanthropy Reader: Werewolves in Western Culture*. Syracuse University Press, 1966.

da Costa fazem entre ele e a figura do "tarado". Um dia, quando perguntei a Camilly (7) qual era o seu maior medo, ela respondeu:

- Lobisomem e tarado.
- Já viste algum?
- Já. Aqui na Costa. Eu sei um cara, né, que ele roí calcinha. Já roeu da minha cunhada.
- Como é que descobriram?
- Todo mundo viu ele roendo a calcinha dela. No varal. Uma calcinha rosa.
- E lobisomem, tu já viste?
- As minhas amigas. Eu também já vi, aqui na Costa mesmo. Ele tinha uma mochila, ele veio na lancha.
- Um lobisomem?
- Não, um tarado.

Nas palavras de Camilly, o lobisomem, o tarado e o desconhecido se fundem numa mesma ameaça, como se nem ela soubesse bem de qual deles está falando. O forasteiro de mochila aliás é emblemático da ameaça contemporânea às meninas que andam sozinhas pelo caminho, como fazia a mulher da saia vermelha e também Chapeuzinho Vermelho, a vítima por excelência do ataque dos lobos na imaginação das crianças do lugar.²⁴ O lobisomem que roía a saia de lã tinha valor explicativo na vila, sessenta anos atrás. O lobisomem de hoje, além de manter o hábito de roer roupas femininas, parece ainda corresponder a perigos concretos para as crianças, especialmente para as meninas.

Um caso narrado pela menina Gabriele pode ajudar a compreender essa potência atualizada do "lobisomem" como significante de ansiedades contemporâneas das crianças. Ela dizia que um de seus maiores medos era o lobisomem, mas na época da pesquisa outro grande medo emergiu através da televisão em sua vida. Gabriele contou que tinha ido à festa de aniversário de uma amiga. Perguntei se a casa da amiga era perto, se ela podia ir sozinha. Ela me explicou que não tinha perigo, que podia ir sozinha. Nesse momento, seu colega Danísio (10), que ouvia a conversa, nos interrompeu bruscamente, quase aos gritos:

Danísio: Ô! Passou na televisão que tiraro isso aqui de um menino, ô. (apontando um lado do corpo)

G: Tiraram o quê?

Gabriele (excitada): É, que eles tão pegando menino! Ô,...

Outra: Falar em menino, a Rosa ganhou uma menina.

Gabriele: Ô,... (querendo falar).

Danísio: E fez cesárea. Se não fizesse cesárea a menina morria.

Gabriele: Ô, é, eles tão pegando as criança assim, né -...

Outra: Matando.

Gabriele: ...matando, tirando dois olho, tirando o coração, o rim...

Danísio: É, pa vender.

Gabriele: ...o rim, um monte de coisa, enchendo de papel e coisa. E tiraram... uma menina, né, a mãe dela tava falando na televisão que uma menina, ela foi comprar remédio pra mãe dela — que a mãe dela tava doente — lá no Angeloni.

²⁵ Ai eles pegaram ela, no colo do Papai Noel. Ai ela foi no colo do Papai Noel. Ai tavam procurando ela, ai foram lá no Angeloni comprar coisa, ai tava um papel assim... ai acharam ela morta no Angeloni... dois olho tirado. Ai a mãe dela levou ela no médico, ai o médico abriu a barriga, tava cheio de papel dentro. (Pausa. Os outros ficam em silêncio) Ai um guri daqui da Costa disse pra mãe dele e a mãe dele tava contando pra nós, que ele foi lá, que ele foi pra escola, ai tinha dois guri aqui da Costa que não foram pra escola. Ai saiu um home de casa, foi lá e deu duas revistinhas de mulher pelada pra eles, com óculos escuro dentro.

- ... Nossa Senhora...

A última intervenção é minha: eu não sabia o que dizer, pega de surpresa pela súbita conclusão do relato, e pela associação - que me pareceu insólita - entre o assassinato da menina para extração de órgãos e a distribuição de revistas pornográficas aos meninos. Mas se lermos a fala das crianças procurando investigar que experiências contemporâneas podem estar mantendo viva a imagem do lobisomem, as conexões parecem fazer mais sentido. Por essa ótica, os dois grandes medos de Gabriele - o lobisomem e a gangue que mata crianças para roubar seus órgãos - podem estar se aguçando mutuamente. Nas narrativas medievais, o lobisomem era frequentemente associado à extirpação das entranhas de suas vítimas.²⁶ Se o lobisomem do imaginário tradicional da Vila manteve algumas dessas características, é plausível que a imaginação das crianças se valha dele para nomear medos atuais inspirados pela televisão, como o da gangue que ataca as crianças, abre-lhes a barriga e arranca suas

²⁴ Chapeuzinho Vermelho foi a história mais citada como preferida pelas crianças, seguida de Três Porquinhos e Rapunzel.

²⁶ Grande supermercado na cidade de Florianópolis.

entranhas para vendê-las (consumi-las / comê-las).

Prosseguindo nessa linha de interpretação, é possível encontrar sinais de que diversas crianças, além de Gabriele, façam semelhantes elaborações inconscientes. Se Camilly citava o lobisomem ao lado do tarado como um de seus maiores medos, Gabriele também coloca lado a lado o assassinato da menina (como se pelas garras de um lobisomem) e o caso do homem que deu revistas pornográficas aos meninos, fazendo uma associação equivalente à do lobisomem com o tarado. A ligação entre as duas histórias deixa de parecer tão insólita.

Pode-se estabelecer ainda outra conexão nesse sentido, através da força dramática da imagem da abertura cirúrgica do corpo. De outras vezes em que o tema do sequestro de crianças foi mencionado durante a pesquisa, as crianças contavam que os bandidos enchiam a barriga das vítimas de papel e "costuravam" de novo, o que está implícito também na narrativa da Gabriele (*"O médico abriu a barriga e tava cheio de papel dentro"*). Isso pode explicar a interrupção da outra menina, lembrando que uma mulher tinha sofrido uma cesariana, assim que Danisio mencionou o crime que tinha "passado" na televisão. Esse dado também pode ajudar a contextualizar a narrativa anterior de Rosilei sobre a noite em que pensou ter ouvido um lobisomem uivando na vizinhança. Como vimos, Rosilei abriu a narrativa contando que fora ao médico com a mãe, que estava "com medo de ter que ser operada".

Procuramos apenas situar possibilidades de intercâmbio imaginativo entre elementos culturais com trajetórias diversas. Não há como evidenciar que o lobisomem estivesse sendo realmente uma forma de figurar o medo específico que as crianças sentiam do assassino urbano incontrolável, invasor perverso do corpo de meninos e meninas. Mas as teorias da narrativa nos ensinam que o mito existe para tentar resolver contradições reais. E fica claro que algumas contradições vividas hoje pelas crianças expressam-se como medos comparáveis aos que seus antepassados sentiam na escuridão da mata ou diante dos mistérios da alma humana,

medos que a figura de um ser bestial como o lobisomem ainda parece aju-dar a elaborar.

Ao identificar uma possível relação na imaginação das crianças entre o lobisomem e perigos urbanos como o violador sexual e o contrabandista de órgãos, procuro dar um exemplo de como enredos e imagens da tradição oral podem se cruzar com enredos e imagens recebidos pelo rádio e pela televisão, fertilizando-se reciprocamente com novas significações. Aos medos que sentem diante do mundo, a cultura de seu lugar lhes ensinou a dar certos significantes, como "lobisomem"; e a televisão lhes ensinou a dar outros, como "sequestradores de crianças." As crianças transitam entre esses dois universos simbólicos, ambos constituintes de seu mundo imaginário, e por ele sempre em reconstituição.

Estamos deste modo enfatizando uma dimensão imaginária do fenômeno de sincretismo ou hibridismo cultural. "No caldeirão de sociedades que o mundo oferece, processos sincréticos se realizam através de uma economia em cuja modalidade de troca o significante de **lá** - do Outro - é consumido ("lido") de acordo com códigos locais que já estão em existência, ou seja, códigos do **aquí**", diz Benitez-Rojo.²⁷ A imaginação, em sua permeabilidade e transparência, é uma instância primordial onde essa leitura ocorre.

Outro exemplo, singular, de como os códigos locais são determinantes na leitura da televisão feita pelas crianças é o relato de uma reportagem do programa *Fantástico* feito pelo menino Maycol:²⁸

Maycol: Eu vi pessoas andando na neve...na televisão. No Estados Unidos. Era bem legal o sapato que eles andavam na neve, tinha uma coisa agarada atrás. Eles pulavam numa ilha bem grandona lá de cima e caíam debaixo na neve.

Eu: Duma ilha

Outro menino: Um morro.

Maycol: É.

A neve é um elemento típico do mundo do lado de **lá**, que as crianças só conhecem pela televisão. Mas a compreensão da cena relatada acima se dá com o auxílio das referências locais do menino.

Por exemplo, ele fala que as pessoas "pulavam de uma ilha grandona lá de cima e caíam debaixo na neve". Diante da minha incompreensão, outro menino que tinha assistido a reportagem explicou que as pessoas pulavam de um "morro". A confusão de Maycol entre ilha e morro pode ser compreendida se lembrarmos que na paisagem da vila o Norte e o Oeste são dominados pelo paredão verde dos morros, atrás dos quais fica a maior parte da ilha. Assim, aponta-se para o morro quando se quer indicar a totalidade da ilha. Podemos dizer que o menino vê o morro na TV como uma "ilha" porque chama de ilha o morro que vê no horizonte real da vila. A palavra age como um operador da transparência imaginária que permite que ele veja ao mesmo tempo o morro na TV e o morro em sua paisagem real, e que ambos se sobreponham semanticamente em seu discurso. O significante de **lá** é lido de acordo com os códigos de **cá**, e é importante que assim seja para que o sincretismo tenha a função de resistência que lhe atribui Benítez-Rojo.

Uma conclusão possível deste percurso é que levar em conta o conceito de imaginação, problematizando-o, pode acrescentar nuances úteis às nossas tentativas de conhecer os processos de leitura das imagens e narrativas midiáticas pelos indivíduos e comunidades. O fluxo imaginário faz com que todo olhar à tela de TV seja potencialmente permeado por aquela entrevisão de que falava Arendt, do espaço psíquico onde emergem a resposta, a imagem alternativa, o faz-de-conta. Esse potencial se materializa e amplia na vigência de um diálogo social rico, onde no conto de "um eu relatando a um outro" os sujeitos da recepção vão dando sentido ao que vêem e vivem em sua experiência com as mídias. Cada cena de novela ou telejornal recontada - seja numa situação de pesquisa ou na cotidianidade familiar de que fala Martín-Barbero - vem traduzida pelo olhar, pela sensibilidade, pelo conhecimento e pela cultura da pessoa que narra. Tanto ela como as que a escutam e posteriormente comentam estão em intensa atividade que poderíamos chamar de reimaginativa, um espaço aberto à transfiguração crítica.



revista
interamericana
de comunicação
midiática

Sobre os jovens e a mídia

Veneza V. Mayora Ronsini

Resumo: O texto objetiva analisar a relação entre mídia e estilos juvenis que se organizam em torno de expressões musicais (hip-hop e punk), centrando-se em dois aspectos inter-relacionados, no do conflito entre classes sociais distintas e no da globalização/localização das expressões juvenis. Consideramos que os estilos juvenis não são estilos de classes específicas porque derivam da cultura massiva ou mantêm vínculos estreitos com ela, mas podem ser modos produtivos de lidar com essa cultura para atender a problemas colocados pela especificidade do grupo no interior da classe de origem. São produtivos porque estão inseridos na luta pela hegemonia e porque são elaborações a partir do consumo.

Palavras-chave: Mídia - Consumo - Jovens

Abstract: The objective of this text is to analyse the correlation between the media and the youth styles that are organized around musical expressions (hip-hop and punk). The study focuses on two inter-related aspects: the conflict between distinct social classes and the globalisation/localisation of youth expressions. We considered that youth styles do not belong to specific social classes because they arise from mass culture or keep strict bonds with it. Yet, they can be productive ways to deal with this mass culture in response to the problems of the particular group within the class of origin. They are productive because they are inserted in the fight for the hegemony and because they are elaborated from consumption.

Key words: Media - Consumption - Youth

Resumen: O texto objetiva analisar a relação entre mídia e estilos juvenis que se organizam em torno de expressões musicais (hip-hop e punk), centrando-se em dois aspectos inter-relacionados, no do conflito entre classes sociais distintas e no da globalização/localização das expressões juvenis. Consideramos que os estilos juvenis não são estilos de classes específicas porque derivam da cultura massiva ou mantêm vínculos estreitos com ela, mas podem ser modos produtivos de lidar com essa cultura para atender a problemas colocados pela especificidade do grupo no interior da classe de origem. São produtivos porque estão inseridos na luta pela hegemonia e porque são elaborações a partir do consumo.

Palabras clave: Medios - Consumo - Jóvenes

Veneza V. Mayora Ronsini é Professora Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e Doutora em Sociologia pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP. Em 1998 foi bolsista da CAPES na University of California, Los Angeles, EUA. e-mail: roma5@terra.com.br

¹ A pesquisa em andamento há um ano está sendo realizada pelo grupo de pesquisa Mídia, recepção e consumo cultural, que conta com auxílio financeiro da FAPERGS e do CNPq. O exame preliminar da questão aqui apresentada decorre da observação de grupos juvenis santamarienses, do material secundário publicado na mídia impressa (jornais e revistas) e na mídia televisiva de 2000 a 2002 e de pesquisas acerca do funk, punk e hip-hop.

² Os primeiros grupos no Brasil foram os punks, no final da década de 1970, seguidos por roqueiros ou metaleiros, carecas, darks, rastafaris, rappers e outros (Abramo, 1994, p. xi). ABRAMO, Helena Wendel. *Genas Juvenis: Punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo: Anpocs/Scritta, 1994.

O texto objetiva analisar a relação entre mídia e estilos juvenis que se organizam em torno de expressões musicais (hip-hop e punk), centrando-se em dois aspectos inter-relacionados, no do conflito entre classes sociais distintas¹ e no da globalização/localização das expressões juvenis. Consideramos que os estilos juvenis não são estilos de classes específicas porque derivam da cultura massiva ou mantém vínculos estreitos com ela, mas podem ser modos produtivos de lidar com essa cultura para atender a problemas colocados pela especificidade do grupo no interior da classe de origem. São produtivos porque estão inseridos na luta pela hegemonia e porque são elaborações a partir do consumo.

Nas expressões estéticas que produzem, reelaboram a cultura internacional-popular utilizando-a no atendimento de demandas locais que são de várias ordens (profissionais, pessoais ou existenciais, familiares, sociais, culturais e políticas). Procuramos pensar o estilo no seu caráter duplo, como expressão estética e como encenação social. A ação social é encarada aqui como algo que se agrega ao estilo e o aproxima do movimento social, pois trata-se de uma atuação que transcende a esfera do lazer e do consumo e visa transformar determinada realidade. Quando o estilo combina expressão estética e encenação com a ação social, ele assume o caráter de um movimento social, como é o caso do hip-hop.

A encenação que os estilos, desde os anos 1980,² empreendem é uma aparição espetacular no espaço público que valoriza a aparência para enfatizar o inconformismo social. Não há como generalizar sobre a rebeldia dessas manifestações juvenis, porquanto existem grupos que se filiam temporariamente a determinada expressão e cuja única pretensão é estar junto dos demais. Por outro lado, quanto maior a tensão existente entre estilo e moda, maior o grau de coerência em relação ao código de sentido estabelecido pelo estilo e menor o grau de aceitação de outros códigos, sejam eles ditados pela indústria cultural ou por outro estilo com maior autonomia em relação a ela. A noção de estilo substitui a de subcultura, pelo caráter provisório dos

laços entre as pessoas envolvidas, geograficamente difuso (diferentes localidades podem fazer parte) e pouco integrado das crenças, valores e atitudes.

Pretende-se entender como a mídia participa do processo de construção da condição juvenil na atualidade brasileira, apontando a tendência do mercado em desmanchar as distinções baseadas em classes sociais. Na história das relações entre jovens e mídia, recortamos dois fatores que são bastante recorrentes na literatura consultada:³ o papel da mídia na formação de grupos e no comportamento juvenil; a construção de representações sobre os jovens que, por um lado, revelam o temor pela rebeldia juvenil, por outro, apontam para a necessidade de disciplinar os ímpetos juvenis.

A mídia aparece como uma influência marcante na constituição dos movimentos, do imaginário e do comportamento juvenil ao longo da história. Além da mídia, evidentemente, muitos outros fatores são citados na adesão dos jovens a estilos juvenis, a movimentos revolucionários, a partidos políticos e a regimes políticos totalitários: a influência do Estado, da escola, da família, do grupo de pares.

Trata-se de entender a apropriação que os protagonistas dos estilos efetuam dos produtos simbólicos da indústria cultural e do discurso sobre a experiência juvenil formulado pela mídia. Veremos que paralelamente ao mercado massivo, atuam a mídia segmentada, a mídia independente e a *underground*. Talvez por isso haja espaço para as razões sociais que embalam os grupos juvenis enquanto algumas vertentes dos estilos se aproximam mais das razões mercantis, como o heavy metal melódico, cujas composições informam muito mais sobre o mercado fonográfico do que sobre o cotidiano dos seus autores, assim como os jovens pintores italianos setecentistas (XVII) e românticos (XIX) adaptavam à pintura ao colecionismo em moda (Romano, 1996b, p. 10-15).

A descrição de Perrot (1996, p. 83-88) sobre os jovens operários do século XIX, o aprendiz e o apache (alusão às imagens indígenas dos livros infantis), nos diz algo sobre os jovens humildes bra-

³ As referências principais sobre o Brasil são Albo Zaluar, Helena Abramo, Hermano Vianna e Micael Herschmann. Acerca de outros países, utilizamos os dois volumes dedicados à história moderna e contemporânea dos jovens ocidentais publicados pela Cia. das Letras e, também uma coletânea publicada pela Routledge sobre as imagens juvenis que povoam o imaginário social na Europa, Estados Unidos, Hong Kong e México dos anos 1990 em diante, incluindo pesquisa empírica com uma ampla gama de grupos étnicos. Ver, respectivamente: LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Claude (org.). *História dos Jovens*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Claude (org.). *História dos Jovens*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. SKELTON, T., VALENTINE, G., *Cool places. Geographies of Youth Cultures*. Londres: Routledge, 1998.

sileiros deste século que, hoje, podem ser um misto de "apaches" e "aprendizes" desempregados que perambulam pelos centros urbanos com roupas e calçados da moda, desejam um trabalho diferente dos pais, aparecem nas crônicas policiais e se reconhecem brasileiros em personagens da Disney, como Zé Carioca.

Outras lições se extraem de comparações com outras épocas. A primeira, é a que o jovem pobre - marginal e marginalizado - continua sendo uma categoria mais imaginada do que apreendida (Perrot, 1996, p. 91); a segunda, que rebeldia não se explica pela idade. A participação dos jovens de classe baixa nos estilos juvenis, tal como o ingresso da juventude operária ou desempregada francesa nas revoltas políticas do século XIX, é determinada pelo grau de integração, profissional, local e política deles, enquanto as vias de politização invocam a influência familiar, amizades, leituras e encontros (Perrot, 1996, p.116-117).⁴

Na década de 1950, aparecem as primeiras obras-símbolo dos jovens do século XX. *On the road*, de Kerouac foi publicado em 1957 e, para horror do autor, todos começaram a usar o termo beat (do título original do livro *The beat generation*) como sinônimo de delinquência e desordem ao invés de beatífico; o romance de Robert Lindner, *Rebel without a cause* tornou-se popular com o lançamento do filme homônimo com James Dean e Natalie Wood, traduzido no Brasil como *Juventude Transviada*. O cinema torna-se um hábito juvenil e a televisão e o videocassete um hábito para as famílias do subúrbio.

No exame do pós-guerra, reconhece-se a multiplicidade das culturas juvenis norte-americanas, tendo por base a etnia, o gênero, a educação, a religião, a classe social e o bairro, mas fala-se da juventude em geral, que rompe barreiras de cor e de gênero na escolha dos ídolos que escandalizavam moralmente os adultos pelas formas de comportamento "negros" ou mediados pelas classes inferiores (Passerini, 1996: 352-353; 365-369). Em resumo, neste período de estabilidade nos países avançados, a juventude é percebida como uma gera-

ção com interesses coletivos comuns, que passava a maior parte do seu tempo na escola e que tinha traços de uma subcultura que implicava insubordinação e diferença. Era uma forma menos dura de se referir à divisão entre o universo dos adultos e dos jovens para jovens de classe média que aspiravam maior liberdade de costumes que os pais. Mas os jovens de baixa renda continuavam a ser tratados como delinquentes que influenciavam os jovens brancos de classe média mais sugestionáveis e confusos (Passerini, 1996, p. 355 e 358).⁵

A imagem veiculada na mídia, até meados do século XX, é de uma juventude que busca a intensidade, traduzida em epítetos diversos: delinquentes, artistas excêntricos ou rebeldes. As vanguardas artísticas protagonizavam as tendências antiburguesas que, a exemplo dos *beats* se inspiravam nos setores marginalizados, ou contestavam duramente instituições como Estado, Igreja e família. A explicação para o que o funcionalismo denominava de *subcultura juvenil de delinquência* (1956), era o descompasso entre os valores dominantes da classe média, transmitidos pela socialização escolar, e os recursos de que as crianças das classes mais baixas dispõem para obtê-los. Como resultado, há a criação de um sistema próprio de valores e padrões de comportamento na busca pela autovalorização (Abramo, 1994, p. 15). Nessa mesma época, a explicação para a criação dos *estilos subculturais* pelos estudos culturais britânicos era a de que os estilos opositivos, tais como *Teddy Boys*, *Meds*, *Rockers*, *Rastafarians*, *Skinheads* e *Punks*, expressavam as contradições de classe do capitalismo avançado as quais os jovens operários não podiam resolver, transferindo-as, então, para a esfera do lazer (Valentine, Skelton, Chambers, 1998, p. 14-15).

Mostraremos que a característica espetacular dos estilos nem sempre resulta no apagamento dos conflitos de classe e que existe um modo de apropriação produtivo de elementos simbólicos da indústria cultural, caracterizado pela luta pela reconhecimento da identidade de grupos que se sentem injustiçados socialmente, como ocorre no punk e hip-hop.

⁴ PASSERINI, Luisa. A juventude, metáfora da mudança social. Dois debates sobre os jovens: a Itália fascista e os Estados Unidos da década de 1950. In: LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Claude. *História dos Jovens*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, v. 2, p. 319-382.

⁵ PERROT, Michelle. A juventude operária. Da oficina à fábrica. In: LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Claude. *História dos Jovens*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, v. 2, p. 83-136.

A discussão da sociologia brasileira sobre a juventude, de 1960 a 1970, se limitou a alguns estudos esparsos sobre os movimentos estudantis, sendo que até os anos 80, predomina o interesse pelo papel da juventude como agente político, isto é, como ator capaz de contestar e mudar a ordem social. O que é visto pelos jovens de alta classe média urbana do Rio de Janeiro, entre 1968 e 1975, como comportamentos que propõem uma contracultura - culto da droga, modismo psicanalítico, desarticulação do discurso - é interpretado como alienação (Martins *apud* Abramo, 1994, p. 26). Em suma, o individualismo, pragmatismo, hedonismo e indiferença às questões coletivas contrastaria com a utopia dos movimentos estudantis e juvenis da década de 1960 (Abramo, 1994).

No Brasil é o Tropicalismo e a Jovem Guarda os movimentos que permitem irradiar a imagem juvenil nos anos 1960. No final dos anos 60 mais uma vez os jovens de classe média entram em cena no cenário político, desta vez, com o objetivo de derrotar o regime militar e transformar a sociedade capitalista em socialista (Abreu, 1997).⁶

Observa-se, do que foi exposto anteriormente, três tipos de rebeliões juvenis: contra os padrões, contra uma ordem Estatal dada, contra os costumes vigentes em uma época, sejam eles exigidos pela família, pela escola ou pela sociedade como um todo. Que tipo de rebeldia existe nos estilos juvenis no Brasil? Ou os jovens só estão interessados em adaptar-se e sobreviver a esse tempo de crise econômica e de crise mitológica que debilita as perspectivas geradas pelos movimentos e acontecimentos dos anos 60: "a da salvação individual/comunitária da contracultura e a da salvação política do marxismo" (Morin *apud* Abramo, 1994, p. 53)?

Para que a discussão possa avançar, argumentaremos sobre a importância de unir as explicações baseadas em gerações⁷ com as baseadas em classe, no quadro da mundialização da cultura, pois se a juventude compartilha a cultura-mundo, classes e frações de classe no interior dos estados

nacionais segmentam a tentativa de esvaziamento do sentido dos estilos promovida pela mídia para atender aos interesses e demandas sociais e culturais de grupos diversos. A idealização da classe como o motor da história cede lugar a uma compreensão dos processos sociais como configuração de elementos -classes, gêneros, etnias, instituições, discursos - articulados por forças que vão do local ao global.

Nos anos 70 e 80 a composição das aparições públicas de jovens nas cidades brasileiras muda, entrando em cena manifestações juvenis dos estratos populares, ao contrário dos anos 50 e 60, centradas em jovens de classe média. Os meios de comunicação, a ampliação do contato com a escola e a incorporação ao mercado de trabalho e de consumo transformaram a vivência dos jovens de famílias de baixa renda. Entretanto, estas relações, segundo Abramo (1994, p. 56), além de serem muito pouco estudadas, quando o são, raramente os jovens aparecem como avaliadores da sua própria experiência. Estudos comparativos entre segmentos sociais distintos sequer são mencionados na literatura existente. Sabe-se, por exemplo, que a noção de juventude entre os jovens dos setores populares significa um período no qual se pode escapar de atividades massacrantes e sem gratificações através da busca por um futuro melhor ou pelo aproveitamento de maior liberdade (Abramo, 1994, p. 66). Mesmo assim, é possível observar que a liberdade é um anseio comum entre jovens de classes sociais distintas, pois é justamente no espaço do lazer e do consumo que se observa reelaborações dos produtos midiáticos que expressam críticas a modos de vida determinados. Poderíamos, ainda, supor que é esse o espaço que lhes está disponível, que lhes é mais acessível diante do desencanto com formas de luta vinculadas a partidos políticos, sindicatos ou associações.

Por outro lado, verifica-se dois tipos de conflito: um conflito de classe sem identidade de classe, porquanto há a demarcação permanente de diferenças e distinções entre "ricos" e "pobres", "humildes" e "poderosos" sem que haja um compromisso

⁶ ABREU, Maria Alzira Alves de. Quando eles eram jovens revolucionários. Os guerrilheiros das décadas de 60 e 70. In: VIANNA, Hermâno. *Galvas canoas*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. p.181-205.

⁷ Para Mannheim (*apud* Abramo, 1994, p.46-47), a geração diz respeito à similaridade de situação de um mesmo grupo etário no processo social, assim como a situação de classe seria dada pela localização comum de indivíduos na estrutura econômica e de poder de uma dada sociedade. Pertencer a mesma geração predispõe os indivíduos a pensamentos, sentimentos e comportamentos similares.

⁸ A escala de produção e o sistema de distribuição (gratuito) são tomados como critérios para a definição de mídia *underground* (Leonard, 1998, p. 108). LEONARD, Marion. Paper planes: travelling the new geographies. In: SKELTON e VALENTINE (1998, p. 101-118).

com iguais; um conflito entre grupos que circulam na mídia *underground*⁸ e independente e os que se "vendem" ao capitalismo. Tanto num caso, como no outro, persiste a idéia de uma "comunidade" norteadas por certos princípios, uma irmandade onde todos se sentem acolhidos, em contraposição a um entorno social hostil aos signos por ela exibidos. É assim que um rapper em ascensão profissional deve continuar fiel aos valores do grupo ou que certas bandas punks deixam de ser consideradas pelos fãs e por outras bandas quando se vinculam a grandes gravadoras.

O jovem humilde irá procurar "o seu mundo" nessa comunidade onde ele compartilha uma aparência e uma vivência comum. O shopping e o clube são o espaço-símbolo de uma outra classe, ali onde eles falarão sobre carros, sobre "grana", roupas, viagens enquanto a rua e os lugares públicos são os espaços que ele quer conquistar, posto que sua presença perturba a ordem. Onde quer que ele vá, é notado, vigiado, olhado com desconfiança quando entra em uma loja, quando pára diante de uma vitrina. Esse jovem perturba porque é humilde e porque sinaliza nas roupas e nos gestos uma inconformidade: ao invés das roupas de operário, ele surge com as roupas juvenis de surfistas ou skatistas da classe média. Ou com roupas pretas, tatuagens, correntes, coturnos, calça rasgada, bêbado e sujo.

Os jovens do estilo hip-hop vivem em bairros periféricos onde a concorrência mercantil subdivide os trabalhadores em patamares: no primeiro, estão funcionários públicos e militares de baixa patente; no segundo, pedreiros, eletricitistas, motoristas e empregadas domésticas, no mais baixo estão os desempregados ou subempregados. Os punks também são jovens oriundos da classe baixa e médio-baixa que têm em comum uma consciência mais ampla de problemas por ele vividos como violência, segregação racial, dificuldades econômicas e/ou falta de perspectivas no mercado de trabalho. Uma das críticas que o estilo deles elabora está relacionada ao valor exagerado que os bens materiais assumem nas relações sociais, como resultado o hip hop de-

⁹ As experiências do hip-hop na organização de populações de baixa renda são muito variadas, mas com frequência estão ligadas a ONGS e Prefeituras com governos de esquerda. Como exemplo, o projeto *Leitura e Comunicação para Pretos, Pretas e Pobres* na Periferia em andamento na Vila Restinga em Porto Alegre; em Santa Maria, o apoio da Prefeitura na realização de oficinas tem permitido a capacitação de jovens para a produção de manifestações do estilo como rappers, DJs, grafiteiros e dançarinos de break; no Rio de Janeiro, o rapper MV Bill integra a Central Única das Favelas (CUFA).

¹⁰ LUZZATTO, Sérgio. Jovens rebeldes e revolucionários: 1789-1917. In: LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Claude. *História dos Jovens*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, v. 2, p. 195-258.

nuncia a exclusão e se engaja em projetos de conscientização e melhoria das condições de vida das populações da periferia;⁹ os punks negam qualquer tipo de inserção no "sistema" ou adotam um "visual" rebelde aos modismos lançados pela mídia.

Poderíamos perguntar se os novos estilos musicais de referência para os jovens podem fornecer à aproximação simbólica entre classes sociais, distintas que o samba e a música popular brasileira permitiram. Considerando os grupos que se filiam a vertentes "politizadas" como o MH2O (Hip-hop) e o anarco-punk, nenhum deles é conciliador: os temas das letras falam de conflitos e as atitudes que exibem freqüentemente são alvo de represálias policiais.

Nos estilos hip-hop e punk, permanece vivo o conflito entre a tradição da classe dominante e a tradição dos oprimidos (Benjamin apud Luzzatto, 1996, p.199);¹⁰ na atitude que afirma a necessidade da mudança social e na postura negativa para com a sociedade vigente, respectivamente. Por outro lado, esses produtores culturais estão em estado de tensão com a indústria cultural, preocupando-se em não fazer concessões ao mercado quando ganham visibilidade e, portanto, suas referências estéticas e ideológicas envelhecem bem mais lentamente se comparados a estilos que objetivam o sucesso comercial.

Na década de 1980, os jovens que se identificam com estilos juvenis internacionalizados assumem outra atitude em relação a gerações anteriores, a de negar que sejam capazes de transformar a sociedade, de denunciar o presente e submeter à prova os projetos existentes. "A experiência da crise, principalmente a de perspectivas e possibilidades de estruturar projetos de vida individual e coletiva" é, para eles, a experiência comum (Abramo, 1994, p. 155-156).

Conclusões parciais sobre a mídia e os estilos

No mercado brasileiro de discos, hip-hop, punk e heavy metal estão fora da *boom* de títulos lançados na década de 1990, trilhas de novelas,

¹¹ Dias (2000) faz uma distinção entre independente, autônomo e alternativo em sua análise sobre o mercado fonográfico no Brasil. Aqui utilizamos o termo para nomear todas as iniciativas de produção fonográfica sejam elas isoladas, como os autônomos ou contestatária/resistente como é o caso do alternativo. Um bom exemplo de mercado alternativo é o dos LPs, o dos discos de vinil que desafiam a supremacia mercadológica dos Compact-discs. DIAS, Márcia T. *Os donos da voz*. São Paulo: Batempo, 2000.

¹² A morte de Dee Dee Ramone, 50, fundador do Ramones em 1974, foi noticiada no obituário do *Jornal do Brasil* em 7.6.2002.

¹³ ROCHA, Patrícia. Cidade de Deus. Notícias de um outro mundo. *Zero Hora*, 9.11.2002. Caderno de Cultura, p. 4-5.

¹⁴ A periferia segundo MV Bill. *Zero Hora*, 18.11.2002, p. 5. Segundo Caderno, p.5.

discos de grupos de pagode e de duplas sertanejas. Também não participam da programação das emissoras de rádio ditada pelas grandes gravadoras (Dias, 2000, p. 170). Dependem mais da mídia segmentada (canais de Tv a cabo ou por satélite, revistas especializadas), da mídia independente¹¹ (pequena empresa produtora de discos e compact-disc) e da mídia *underground* (contato direto entre fãs e músicos através de fanzines impressos ou eletrônicos, por exemplo).

A respeito da representação dos estilos juvenis na mídia massiva, apesar da promoção do hip-hop que começa a surgir nos cadernos de cultura dos jornais, há uma tendência para confundir todos os estilos como modismos intercambiáveis, na tentativa de apagar o potencial distintivo e conflituoso de cada um. Para a mídia, em geral, o punk é assunto de reportagens que enfatizam conflitos de militantes com a polícia, morte de integrantes de bandas famosas,¹² envolvimento de músicos com drogas. Pouco se ressalta o caráter crítico ou politizado do punk quando bandas denunciam a miséria, a violência, a desigualdade, o preconceito através da música e da construção da própria imagem através da inversão dos valores atribuídos aos sinais negativos: "o feio passa a constituir um ideal estético, [...]; a indignação é tomada como matéria de criação; a ausência de conhecimento e virtuosismo musical como possibilidade de criação de uma música genuína e autêntica" (Abramo, 1994, p. 103).

As denúncias que os estilos efetuam são pouco exploradas, pois o tratamento que a imprensa dá é personalista, com ênfase em algum artista de destaque. As poucas matérias que destacam a separação entre dois Brasis, mencionando a raiz de todos os nossos males "a má distribuição de renda "preocupam-se em informar que escritores e músicos conquistaram a classe média e os intelectuais.¹³ As diferenças entre os jovens brasileiros são utilizadas para ressaltar os que superaram sua condição de classe. Na maioria dos casos, os jornais noticiam o lançamento de um CD, a programação cultural de algum evento que envolve o estilo musical¹⁴ e a

realização de shows.

A avaliação parcial dos dados da pesquisa de campo com jovens santa-marienses indica que o estilo que mais se aproxima da luta contra a opressão é o hip-hop, pois pode ajudar na emancipação daqueles que são oprimidos e que se sentem inferiores (Hobsbawm, 2000, p. 288),¹⁵ resgatando, em primeiro lugar, a auto-estima dos jovens pobres e negros, em segundo lugar, contribuindo para a conscientização ao protestar contra a desigualdade. A saída que os punks encontram para escapar do sistema opressor limita-se a atitudes individuais e anárquicas que acabam sendo abandonadas com a inserção deles no mercado de trabalho ou que, simplesmente, causam a autodestruição do indivíduo.

A respeito das relações desses jovens com sua classe, observa-se uma condição de *outsider* (Elias, 2000),¹⁶ seja porque são minoria ansiosa para conscientizar as pessoas na mesma posição, seja porque exibem atitudes e comportamentos considerados estranhos. Comparados a outros jovens da mesma classe, igualmente revelam-se fora dos padrões sociais esperados pelos demais, pois fazem parte de uma tribo transnacional com pouca aceitação local.

Outra bibliografia

- Balas perdidas. Um olhar sobre o comportamento da imprensa brasileira quando a criança e o adolescente estão na pauta da violência. Brasília (DF): ANDI, dez. 2001.
- AVILA, Alisson; BASTOS, Cristiano; MÜLLER, Eduardo. *Gauleses irredutíveis. Causos e atitudes do rock gaúcho*. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.
- CARON, Jean-Claude. Os jovens na escola: alunos de colégios e liceus na França e na Europa. In: LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Claude(org.). *História dos Jovens*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, v. 2, p. 137-194.
- FABRE, Daniel. Ser jovem na aldeia. LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Claude(org.). *História dos Jovens*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, v. 2, p. 49-81.
- HERSCHMANN, Micael. Na trilha do Brasil contemporâneo. In: HERSCHMANN, Micael (org.). *Abatando os anos 90. Funk e Hip-Hop*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997, p. 52-87.
- _____. *O funk e o hip hop invadem a cena*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2000.

¹⁵ HOBSBAWM, Eric. *História social do Jazz*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

¹⁶ ELIAS, Norbert. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicação plural: alteridade e sociabilidade. *Comunicação e Educação*, n.9, maio/ago, 1997, p.39-48.

MASSEY, Doreen. The spatial construction of youth cultures. In: SKELTON, Tracey e VALENTINE, Gill. *Cool places. Geographies of youth cultures*. Londres: Routledge, 1998, p. 121-129.

MICHAUD, Eric. "Soldados de uma idéia": os jovens no Terceiro Reich. In: LEVI, Giovanni e ROVAI, Renato. *A palavras cortantes do Mano. Fórum*, n. 1, agosto 2001, p.4-7.

SANSONE, Livio. Funk baiano: uma versão local de um fenômeno global? In: HERSCHMANN, Micael. *Abalando os anos 90. Funk e Hip-Hop*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. p. 166-189.

SCHINDLER, Norbert. Os tutores da desordem: rituais da cultura juvenil nos primórdios da era moderna. In: LEVI, Giovanni e SCHMITT, Jean-Claude. *História dos Jovens*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, v. 1, p.265-324.

SÓUTO, Jane. Os outros lados do funk carioca. In: VIANNA, Hermano. *Galerias cariocas. Territórios de conflitos e encontros culturais*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997. p.59-93.



revista
interamericana
de comunicação
midiática

ANIMUS

O princípio da credibilidade na seleção da Informação Mediática

Paulo Serra

Resumo: Os desenvolvimentos mais recentes da comunicação mediática têm vindo a re-colocar a credibilidade como um problema central. Vista pela retórica clássica como o primeiro meio da persuasão, a credibilidade revela-se hoje como um princípio essencial à seleção, pelo receptor, de uma informação mediática cada vez mais excessiva, tanto do ponto de vista qualitativo como quantitativo. A questão que se coloca é, então, a de saber quais são os índices/critérios que, dada uma certa informação, levam o receptor a inferir acerca da sua credibilidade. A nossa tese é a de que esses índices/critérios são, no essencial, os que, tendo sido forjados na retórica clássica, sofrendo depois as necessárias adaptações, passaram a constituir o dispositivo de credibilização das organizações mediáticas "informativas" e "noticiosas" tradicionais; um dispositivo que, através de um processo eminentemente reflexivo, está, neste momento, a ser exportado para a Web, tendendo a transformar esta numa província da informação dita "objectiva" e "imparcial".

Palavras-chave: Informação - Credibilidade - Web

Abstract: The most recent developments in mediatic communication have pointed out credibility as a central problem. Seen by the classic rhetoric as the main persuasion way, credibility has been revealed nowadays as an essential matter in the selection of information by a receptor which faces a more and more excessive mediatic information, both in qualitative and quantitative points of view. The question is to know what are the criteria that allow the receptor to infer about the credibility of information he needs or wants. We believe these criteria have essentially been taken in the classic rhetoric, thus, suffering the necessary adaptations, they started to constitute the credibility dispositive of the "informative" and "news" traditional mediatic organizations; a dispositive that, through a mainly reflexive process, is to be exported to the Web, tending to transform it in an information in a so said "objective" and "impartial" information that excludes all others kinds of information.

Key words: Information - Credibility - Web

Resumen: El desarrollo reciente de la comunicación mediática viene a proponer a la credibilidad en tanto que un problema central. Vista por la retórica clásica como un primer medio de persuasión, la credibilidad se revela hoy día como un principio esencial a la selección por el receptor de una información mediática cada vez más excesiva, tanto desde el punto de vista cualitativo como cuantitativo. La pregunta que se presenta es la de saber cuáles son los índices/criterios que en una cierta información conducen al receptor a inferir a cerca de su credibilidad. Nuestra tesis es la de que esos índices/criterios son, en lo esencial, los que, habiendo sido forjados en la retórica clásica, sufriendo a continuación las necesarias adaptaciones, pasaron a constituir el dispositivo de credibilización de las organizaciones mediáticas "informativas" y de "noticias" tradicionales; un dispositivo que, a través de un proceso reflexivo, está, en este momento, a ser exportado para la Web, tendiendo a cambiársela en una provincia de la información dicha "objectiva" e "imparcial".

Palabras clave: Información - Credibilidad - Web

Paulo Serra é professor da Universidade da Beira Interior, em Portugal.
e-mail: pauloserra@iol.pt

Introdução

Os desenvolvimentos mais recentes da comunicação mediática têm vindo a recolocar a credibilidade como um problema central. Vista pela retórica clássica como o primeiro meio da persuasão, a credibilidade revela-se hoje como um princípio essencial à selecção, pelo receptor, de uma informação mediática cada vez mais excessiva, tanto do ponto de vista quantitativo como qualitativo. A questão que se coloca é, então, a de saber quais são os índices/critérios que, dada uma certa informação, levam o receptor a inferir acerca da sua credibilidade. A nossa tese é a de que esses critérios/índices são, no essencial, os que, tendo sido forjados na retórica clássica, sofrendo depois as necessárias adaptações, passaram a constituir o dispositivo de credibilização das organizações mediáticas "informativas" e "noticiosas" tradicionais; um dispositivo que, através de um processo eminentemente reflexivo, está, neste momento, a ser exportado para a Web, tendendo a transformar esta numa província da informação dita "objectiva" e "imparcial".

O princípio da credibilidade

Os desenvolvimentos da comunicação mediática obrigam-nos, com frequência, a pensar de forma nova problemas antigos. Um dos problemas em que se revela, de forma nitida, essa dialéctica entre a permanência e a mudança, a antiguidade e a novidade – ou, como diria talvez Cassirer, entre a forma e o fluxo – é o da credibilidade.

Formulado enquanto problema teórico-prático pela retórica grega, mais especificamente por Aristóteles – também neste domínio o sistema retórico constituirá "uma das chaves da nossa cultura"¹ –, ele é reactualizado pela emergência dos meios de comunicação de massa e, mais recentemente, da Internet. Todos e cada um destes meios produzem e fazem chegar, aos seus destinatários, uma informação cada vez mais diversificada, apelativa e excessiva que não pode deixar de ser submetida a determinadas operações de selecção, sob pena de se confundir com o mero

¹ Cf. SPERBER, Dan e WILSON, Deirdre. *La Pertinence. Communication et Cognition*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1989. Especialmente p. 7 e 233-244.

² Cf. FRANCK, Georg. *Ökonomie der Aufmerksamkeitsamkeit*. Munich, Karl Hanser Verlag, 1998; *The Economy of Attention*, 1999, <http://www.haise.de/tp/english/special/au/5567/1.html>.

³ Distanciamos-nos, assim, de teorias como a Prominence-Interpretation Theory, proposta por B. J. Fogg, e que considera a "proeminência" – termo que podemos tomar como sinónimo de "pertinência" – já como uma das variáveis da credibilidade. (Cf. FOGG, B. J. *Prominence-Interpretation Theory: Explaining How People Assess Credibility*. A Research Report from the Stanford Persuasive Technology Lab, Stanford University, 2002, <http://credibility.stanford.edu/pit.html>).

⁴ O uso do termo "pretensão" pretende sublinhar, em ambos os casos, a ideia de que poderá ou não ser satisfeita.

"ruído". A que princípios obedece uma tal selecção?

A aceitarmos, com Sperber e Wilson, que a comunicação da informação, incluindo a mediatizada, obedece a um "princípio de pertinência";² paremos ter todo o sentido acrescentar, a esse, um "princípio de credibilidade". Com efeito, pertinência e credibilidade parecem andar a par enquanto princípios orientadores da selecção da informação pelos receptores: se não for considerada pertinente, uma informação, por mais credível que ela seja, ao não concitar a atenção dos seus eventuais receptores, está condenada a uma não existência de facto – uma situação que é confirmada, a partir de uma outra perspectiva teórica, pela chamada "economia da atenção";³ mas, se não for considerada credível, uma informação, por mais pertinente que ela possa ser, acaba por ser desqualificada e mesmo anulada como informação.⁴ A diferença reside em que, enquanto que o "princípio da pertinência" se refere à pretensão de existência de uma informação, à sua ontologia, o "princípio da credibilidade" refere-se à pretensão de verdade dessa informação, à sua epistemologia.⁵

Afirmar a importância da credibilidade revela-se, no entanto, mais fácil do que definir o conceito, pelo menos de uma forma essencial. A dificuldade reside, basicamente, no facto de a credibilidade não ser uma entidade, ou uma propriedade de uma entidade, mas uma relação – que tem, como pólos, o produtor/emissor da informação e o receptor dessa mesma informação. Mas esta relação bipolar não é estática. Utilizando aqui um distinção que remonta aos gregos, particularmente a Aristóteles, diremos que a credibilidade é não um resultado ou estado (*ergon*) mas uma actividade ou processo (*energeia*) mediante o qual um produtor/emissor A se vai tornando credível perante um receptor B à medida que vai ganhando a confiança deste; e em que, reciprocamente, um receptor B vai ganhando confiança num produtor/emissor A à medida que este vai conseguindo demonstrar a sua credibilidade. Isto implica que, à partida, A e B sejam conhecedores dos critérios/índices de credibilidade x, y e z que A pode

¹ REBOUL, Olivier. *Introdução à Retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1998, p. 69.

aparentar – de forma “sincera” ou não, isso é irrelevante – para se mostrar como credível perante B, e que B pode tomar como antecedentes de um processo inferencial que poderá ter, como consequente, a credibilidade de A. Um tal processo de credibilização – passe o neologismo – parece obedecer pelo menos a quatro leis fundamentais. A primeira, a que chamaremos a lei da progressão geométrica, diz que a cada caso/episódio de credibilização a credibilidade de A não só aumenta como aumenta cada vez mais; a segunda, a que chamaremos a lei da indução, diz que não bastando um número potencialmente infinito de casos/episódios de credibilização para que a credibilidade de A atinja o seu valor máximo, basta, no entanto, um único caso/episódio de quebra de credibilidade para que a credibilidade de A se reduza a zero;⁶ a terceira, a que chamaremos a lei da associação, diz que a credibilidade de A aumenta quando A é associado por B a uma entidade C a quem reconhece, por sua vez, credibilidade; a quarta, a que chamaremos a lei da transferência, diz que se A se mostrou credível num determinado contexto, ele mostrar-se-á credível num contexto diferente do anterior.

Das múltiplas questões que um tal processo de credibilização coloca, há duas que aqui nos interessam particularmente: quais são os critérios/índices de credibilidade utilizados pelo receptor para avaliar a credibilidade de uma informação? Serão esses critérios os mesmos na avaliação da credibilidade da informação comunicada pelas organizações mediáticas tradicionais⁷ e pela Web?

A retórica clássica e a credibilidade como *ethos*

É a retórica grega que, como dissemos, formula o problema da credibilidade enquanto problema teórico-prático da comunicação. Na definição proposta por Olivier Reboul, a retórica é “a arte de persuadir pelo discurso” – entendendo-se por “arte” um saber-fazer, aquilo a que os gregos chamavam uma *techné*, por discurso “toda a produção verbal, escrita ou oral, constituída por uma frase ou por

⁶ Reboul, op. cit., p. xiv/xv.

⁷ Tanto assim é que, como afirma Aristóteles, “quase se poderia dizer que o carácter é o principal meio de persuasão”. ARISTÓTELES. *Retórica*, I, 2, 1356 a, Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1998, p. 49.

uma sequência de frases, que tenha começo e fim e represente uma certa unidade de sentido”, e, por “persuadir”, o “levar alguém a crer em alguma coisa”.⁸ Ora, e este é um dos grandes postulados da retórica aristotélica, só se pode levar alguém a “crer em alguma coisa” quando se pode levar esse alguém a crer no alguém que o quer levar a crer. Compreende-se, assim, que Aristóteles inclua, como primeiro meio de persuasão – e primeiro no duplo sentido do termo –, o *ethos*, “o carácter moral do orador”.⁹ A persuasão pelo carácter pode ser caracterizada numa tripla dimensão: a dos fins, a dos meios e a do campo de aplicação. Em relação aos fins, estes residem, fundamentalmente, em o orador dar ao auditório a impressão – aparente ou real, para o caso tanto importa – de que é digno da sua confiança, de que é, como Aristóteles também diz, uma “pessoa honesta”. Quanto aos meios, eles referem-se à forma como se profere o discurso, e não a factores pré- ou extradiscursivos que, enquanto provas “não técnicas” ou “extrínsecas”, não pertencem à retórica propriamente dita. Quanto ao campo de aplicação, ele permite perceber porque é que a “fé” ou “confiança” é essencial à prática retórica – com efeito, tal campo refere-se a questões que não têm a ver com a verdade mas com a verosimilhança, e acerca dos quais não pode haver certezas mas apenas dúvidas e controvérsia.¹⁰ No que se refere às “causas que tornam persuasivos os oradores” – Reboul chama-lhes “condições mínimas de credibilidade”¹¹ – elas são, segundo o estagirita, a prudência (*phronêsis*), que permite emitir opiniões correctas, a virtude ou honestidade (*aretê*), que consiste em dizer o que se pensa, e a benevolência (*eunoia*), a atitude de respeito para com o ouvinte.¹²

Note-se que, pelo menos aparentemente, Aristóteles incorre aqui num círculo: por um lado, é a credibilidade do orador que torna o seu discurso credível; mas, por outro lado, é o discurso credível que revela a credibilidade do orador. O círculo pode resolver-se dizendo que a relação entre a credibilidade do orador e a credibilidade do discurso é uma relação dialéctica, no duplo sentido em que é, por um lado,

⁶ Numa formulação deste género reside, como é sabido, o essencial da crítica popperiana do indutivismo.

⁷ Designamos, com esta expressão, organizações – também ditas “informativas” ou “noticiosas” – como os jornais, as televisões, as rádios, etc., prévias ao aparecimento da Web, que tratamos à parte.

⁸ Cf. Aristóteles, *ibidem*.

¹⁰ Reboul, op. cit., p. 48.

¹¹ Cf. Aristóteles, op. cit., II, 1, 1377b-1388a, p. 106.

uma relação em que as qualidades de cada um dos elementos se vão repercutindo no outro – o orador vai-se tornando credível à medida que o seu discurso se torna credível, e reciprocamente – e é, por outro lado, uma relação dinâmica, que progride, pelo menos idealmente, do menos para o mais. Mas, para que uma tal relação dialéctica se torne efectiva, exige-se que o orador e o seu discurso sejam capazes de instaurar, com o auditório e o seu “discurso” interior e silencioso, um tipo especial de comunicação. Esse tipo de comunicação, correspondendo ao tipo de comunicação que Adriano Duarte Rodrigues chama “simbólica” – e que define como aquela em que “o destinador comunica a um destinatário uma experiência que é já conhecida de ambos”¹³ –, deve permitir estabelecer o acordo acerca dos “lugares” (*topoi*) e dos “factos” a partir dos quais não só a argumentação do orador mas, mais elementarmente, o próprio entendimento entre o orador e o auditório podem ter lugar.¹⁴

Uma questão essencial que nos é colocada pelo modelo retórico – chamemos assim à forma como a retórica coloca e resolve o problema da credibilidade – é a de sabermos até que ponto tal modelo é exclusivo da prática retórica ou é, pelo contrário, extensível à generalidade da comunicação humana, nomeadamente à comunicação da informação pelos *media*. Como procuraremos mostrar nas secções seguintes, se é verdade que o modelo retórico define as condições mínimas a que deve obedecer todo o orador/emissor e todo o discurso que queiram apresentar-se como credíveis – a prudência, a honestidade e a benevolência, termos com significados variáveis para diferentes auditórios mas necessários para todos eles –, não é menos verdade que a forma como essas condições se apresentam não pode deixar de diferir na comunicação interpessoal e presencial e na comunicação tecnologicamente mediada.

A informação jornalística e o dispositivo de credibilização

A comunicação informativa introduz, em relação à comunicação simbólica, a novidade de o des-

¹³ Cf. Rodrigues, op. cit.

¹⁴ Adoptamos, no que se segue, a distinção de Adriano Duarte Rodrigues a que já fizemos referência, entre “testemunho” – a relação “que existe entre alguém que teve a experiência directa e imediata de um acontecimento ou de um fenómeno e que a comunica a outra pessoa que não teve a mesma experiência directa e imediata” – e “transmissão” – que “compreende os casos em que alguém transmite a outra pessoa o relato de um acontecimento ou de um fenómeno que lhe foi comunicado, de que não teve, portanto, uma experiência directa e imediata.” (Rodrigues, *ibidem*).

¹⁵ Cf. Rodrigues, *ibidem*. Seguímos aqui, no essencial, a argumentação do autor.

¹⁶ O que assim se perde de fundamental, em relação à prática retórica e à credibilidade como *ethos*, são os aspectos ligados à acção (*hypocrisis*), à “profissão efectiva do discurso, com tudo o que ele pode implicar em termos de efeitos de voz, mímicas e gestos”. (Reboul, op. cit., p. 44). É claro que o modelo aqui explorado se aplica, essencialmente, aos *media* assentes na escrita – podendo colocar-se a questão de saber até que ponto meios como a rádio e a televisão conseguem recuperar aqueles aspectos.

tinatário comunicar, a outra pessoa, o relato de um facto ou acontecimento de que esta última não teve experiência.¹⁵ E se é verdade que já a comunicação como testemunho¹⁶ coloca problemas sérios em relação à questão da credibilidade da informação comunicada – relacionados, nomeadamente, com a mediação linguística, o carácter parcial das vivências do que testemunha, a incapacidade de distanciamento dos factos, os hábitos e as idiosincrasias pessoais e sociais, o envolvimento afectivo, a defesa de certos interesses, etc. –, esses problemas multiplicam-se com a comunicação como transmissão, que exige uma espécie de credibilidade diferida, “escorrendo” do que testemunhou – da “fonte” – para o destinatário primeiro, deste para o destinatário segundo, e assim sucessivamente, exigindo actividades como a verificação dos factos efectivamente ocorridos, a acreditação do testemunho do que experienciou tais factos e a apreciação da fidelidade de cada um dos elos da “cadeia de transmissão”.¹⁷

Ora, sendo verdade que este conceito de transmissão traduz bem o tipo de comunicação que caracteriza a “tradição”, não é menos verdade que, com as devidas adaptações, ele poderá servir-nos, também, para caracterizar a chamada informação jornalística – dos jornais e não só. Com efeito, este tipo de informação obriga a colocar o problema da credibilidade em termos bastantes diferentes do que acontece com a prática retórica – uma diferença que poderia ser colocada em termos da dicotomia proximidade/distância. Proximidade, no caso da prática retórica, na medida em que, por um lado, ela se exerce ao nível da interlocução e da relação interpessoal e, por outro lado, incide sobre “factos” ou “acontecimentos” de que orador e auditório têm um conhecimento mínimo e que se trata, essencialmente, de interpretar e julgar. Distância, no caso da informação mediática, na medida em que, por um lado, os destinatários e os destinatários não partilham o mesmo contexto de interlocução¹⁸ e, por outro lado, ela trata de “factos” ou “acontecimentos” que, em princípio, só os primeiros conhecem, de forma geralmente já indirecta, e tentam dar a conhecer aos segundos.

¹³ RODRIGUES, Adriano Duarte. Comunicação e experiência, 1997, <http://www.bocubil.pt>. O autor distingue a comunicação simbólica da comunicação informativa, incluindo nesta o testemunho e a transmissão.

¹⁴ Este acordo sobre os “factos” é essencial, já que, como observa Perelman, “uma mesma acção poderia, com efeito, ser descrita como o facto de apertar uma cavilha, montar um veículo, ganhar a vida, favorecer a corrente de exportação”. PERELMAN, Chaim. *O Império Retórico*. Lisboa: Asa, 1993. p. 61.

Deste modo, o problema da credibilidade passa a colocar-se em cada um dos vários níveis e etapas do processo de construção da informação, do processo que medeia entre os "factos" ou "acontecimentos" brutos e os mesmos enquanto conhecidos pelo leitor/receptor.

A solução desse problema é encontrada, pelos jornalistas e pelas organizações mediáticas, na sua auto-subordinação a um conjunto de princípios deontológicos e técnicos, mais ou menos precisos e codificados, e de que se destacam os seguintes: i) Produção de uma informação de qualidade, entendendo-se por tal uma informação exacta, devidamente confirmada, originada em fontes de absoluta confiança,¹⁹ assente no princípio do contraditório, objectiva - e, como tal, distinguindo claramente entre factos e opiniões -, rigorosa, profunda, independente - nomeadamente de interesses políticos e económicos, nomeadamente publicitários - e actual; ii) Responsabilização de cada jornalista, traduzindo-se, nomeadamente, na assinatura das peças que produz e na garantia da veracidade de informações por si publicadas e não atribuídas a fontes identificáveis; iii) Correção pronta e adequada das falhas; iv) Reconhecimento do direito de resposta; v) Relação transparente com os outros órgãos de comunicação social, traduzida na recusa do plágio e na devida atribuição das notícias aos seus autores; vi) Utilização de um estilo rigoroso, implicando a observância das regras ortográficas e gramaticais e das convenções e códigos de escrita.²⁰

Este conjunto de princípios, que aparece nos *Livros de Estilo* das organizações mediáticas como algo de feito e acabado é, de facto, o resultado de um longo processo, que remonta a meados do século XIX e que envolveu a adaptação crescente da informação mediática aos "desejos" do público mas, simultaneamente, a criação no público desses mesmos "desejos", num verdadeiro processo de causalidade circular.²¹ Esquecidas as suas origens - e o que existia antes dessas origens -, um tal conjunto de princípios constitui-se hoje, e de há muito, como um dispositivo²² de credibilização que se escora

¹⁹ O jornalismo conflui, neste aspecto, com o discurso científico. Cf., sobre este último, SOUSA SANTOS, Boaventura. *Introdução a uma Ciência Pós-Moderna*. Porto: Afrontamento, 1989, p. 134. Para uma comparação entre os discursos jornalístico e científico, cf. MEDTSCH, Eduardo. *O Jornalismo é uma Forma de Conhecimento?*, 1997, [http://www.bocci.ubi.pt/Journalism as a way of knowledge: a Brazilian pedagogical experience](http://www.bocci.ubi.pt/Journalism%20as%20a%20way%20of%20knowledge%20a%20Brazilian%20pedagogical%20experience), 1999, <http://www.bocci.ubi.pt>.

²⁰ Cf. REBELO, José. *O Discurso do Jornal*. Lisboa: Editorial Notícias, 2000 p. 87 e 109. Acerca desta mesma temática, cf. também SOUSA, Américo de. *A retórica da verdade jornalística*, 2002, <http://www.bocci.ubi.pt>.

²¹ Cf., por exemplo, FALLDWS, James. *Breaking the News*. Nova Iorque: Vintage Books, 1997.

²² Centramo-nos, no que se segue, nos sítios Web classificados como "de notícias e informação".

²³ Dizemos em grande parte porque, como é sabido, muitas das organizações mediáticas tradicionais, seja sob a forma de *showware* seja sob a forma de produção específica para o *on-line*, procuraram transportar para a Web uma credibilidade que já tinham antes e fora dela - visando, assim, um verdadeiro "efeito de halo".

numa retórica que tem como característica especial o seu apagamento como retórica.²³ Queremos com isto dizer que, ao materializar-se de acordo com tais princípios, o discurso da informação jornalística consegue dissimular o "fazer crer" e o carácter de "ilusão de realidade" que o caracterizam, podendo apresentar-se, assim, como o "saber" acerca da "realidade".²⁴

Que este dispositivo de credibilização funciona de forma perfeita não só do lado dos emissores mas também do lado dos receptores, prova-o o facto de que a maior parte das críticas que hoje são dirigidas aos jornalistas e às organizações mediáticas tende a atribuir a crescente falta de credibilidade de uns e outros ao seu afastamento do cânone definido pelo dispositivo, ao privilegiarem uma "informação" que se confunde cada vez mais com o entretenimento e a publicidade.²⁵ Alicerçado no consenso dos emissores, dos receptores e dos próprios "críticos", o cânone determina, assim, não só quem pode produzir a informação mas, mais liminarmente, o que é informação - excluindo todos e tudo o que nele não couber.

A Web e a credibilização do dispositivo

A facilidade e a liberdade quase ilimitadas de publicação que caracterizam a Web, a ausência de *gatekeeping*, levam a que, ao mesmo tempo que se rompe o "monopólio" de produção da informação das organizações mediáticas tradicionais, se esbata, em grande parte,²⁶ o dispositivo de credibilização posto em jogo por estas. Não há agora, entre os "factos" e o receptor, uma organização que, dotada de um conjunto de princípios técnicos e deontológicos, garanta a validade da informação, tornando-a um dado inquestionável; cabe a cada um dos receptores decidir, por si próprio, que informação é ou não é credível, que informação é mais ou menos credível. Mediante que critérios, explícitos ou implícitos, é tomada uma tal decisão? Serão esses critérios diferentes, no essencial, dos aplicados pelo receptor na avaliação da credibilidade da informação das organizações mediáticas tradicionais?

¹⁹ A questão da "competência" e da "seriedade" das fontes é aqui decisiva, já que, é como se desprende do que dissemos atrás, a transmissão da informação se refere, na maior parte dos casos, não aos "factos" propriamente ditos mas ao relato dos factos pelas fontes - primárias ou, em muitos casos, já secundárias.

²⁰ Cf. JOMAL PÚBLICO. *Livro de Estilo*. Lisboa: Público, 1998, especialmente p. 29, 59-63, 65-66 e 159.

²¹ Cf. MINDICH, T. Z. *Just the Facts. How "objectivity" came to define American Journalism*. Nova Iorque: New York University, 1998.

²² Utilizamos aqui o termo no sentido em que, ao referir-se à Técnica moderna, Heidegger diz que a sua essência reside no seu carácter de "dispositivo" - *Gestell*, derivado de "Ge", o que congrega, e "Stell", raiz do verbo "stellen", pôr em pé -, isto é, de algo que não depende da "vontade" do homem e funciona, assim, de forma "natural". Cf. HEIDEGGER, Martin., *La question de la technique*. In *Essais et Conférences*. Paris: Gallimard, 1990, p. 27-28.

²⁰ Um exemplo claro deste processo é o do Persuasive Technology Lab da Universidade de Stanford. Cf. FOGG, B. J. Stanford Guidelines for Web Credibility. A Research Summary from the Stanford Persuasive Technology Lab, Stanford University, May 2002, <http://www.webcredibility.org/guidelines>.

²¹ Utilizamos aqui o conceito no sentido que lhe é dado por Giddens – que vê precisamente, na “reflexividade”, uma das características essenciais da modernidade. Cf. GIDDENS, Anthony, *As Consequências da Modernidade*. Lisboa: Celta, 1992, especialmente p. 28-34.

²² Tratei desta questão no meu ensaio *A Internet e o mito da visibilidade universal*, 2002, <http://www.booc.ubi.pt>.

²³ Assim, num estudo empírico recente, os inquiridos a quem é pedido para ordenarem, por grau de credibilidade, dez sítios previamente seleccionados pelos investigadores, colocam nos primeiros cinco lugares os seguintes (por ordem decrescente): The New York Times, Yahoo! News, CNN, Time, MSNBC (Cf. B.J. Fogg, Ph.D., Cathy Soohoo, David Danielsen, Leslie Marable, Julianne Stanford, Ellen R. Tauber How Do People Evaluate a Web Site's Credibility? Results from a Large Study, Persuasive Technology Lab, Stanford University, Consumer WebWatch, Sliced Bread Design, LLC, 2002, http://www.consumerwebwatch.org/news/report3_credibilityresearch/stanfordPTL.pdf, p. 66). Numa pesquisa feita por nós em 13 de Janeiro de 2003, utilizando a palavra “News”, o Yahoo! dá, como cinco resultados mais relevantes, os seguintes (também por or-

dem decrescente): CNN, BBCNews, Yahoo!News, ABC News, MSNBC; o Google dá, por sua vez: CNN, CNETNews, ABCNews, BBCNews, USNews.

dem decrescente): CNN, BBCNews, Yahoo!News, ABC News, MSNBC; o Google dá, por sua vez: CNN, CNETNews, ABCNews, BBCNews, USNews.

²⁴ Referimo-nos, concretamente, aos estudos seguintes: FOGG, B.J., Ph.D., SOOHO, Cathy, DANIELSEN, David, MARABLE, Leslie, STANFORD, Julianne, TAUBER, Ellen R. How Do People Evaluate a Web Site's Credibility? Results from a Large Study, Persuasive Technology Lab, Stanford University, Consumer WebWatch, Sliced Bread Design, LLC, 2002, http://www.consumerwebwatch.org/news/report3_credibilityresearch/stanfordPTL.pdf; Howard Finberg, Martha L. Stone, Dyane Lynch, Digital Journalism Credibility Study, Online News Association, 2002, http://www.journalists.org/Programs/credibility_study.pdf; Julianne Stanford, Ellen R. Tauber, B.J. Fogg, Leslie Marable, Experts vs. Online Consumers: A Comparative Credibility Study of Health and Finance Web Sites, Sliced Bread Design, LLC, Stanford Persuasive Technology Lab, Consumer WebWatch, October, 2002, http://www.consumerwebwatch.org/news/report3_credibilityresearch/slicebread.pdf; SCRIBBINS, Kate, Credibility on the web. An international study of the credibility of consumer information on the internet, Consumers International, Office for Developed and Transition Economies (ODTE), 2002, http://www.consumersinternational.org/document_store/Doc509.pdf; Princeton Survey Research Associates, A Matter of Trust: What Users Want From Web Sites, Results of a National Survey of Internet Users for Consumer WebWatch, January 2002, http://www.consumerwebwatch.org/news/report3_credibilityresearch/scrubbins.pdf.

As respostas a estas e outras perguntas têm vindo a ser procuradas, basicamente, através de estudos empíricos incidindo sobre os utilizadores da Web. Antes de examinarmos, de forma sucinta, os resultados de alguns desses estudos que nos parecem mais relevantes, importa analisar a forma como se efectua, pelo menos neste momento, o processo de credibilização da informação – e dos respectivos sítios – na Web.

Estabelecendo uma comparação com o que acontece com as organizações mediáticas tradicionais – em que, como dissemos, existe implantado, de forma consensual, um dispositivo de credibilização da informação –, diremos que a Web se caracteriza, neste momento, por um processo de credibilização do dispositivo. No seu conjunto, e de forma sumária, este processo pode ser descrito em três momentos: num primeiro momento, o da utilização, o utilizador decide visitar um sítio que, mediante critérios mais ou menos implícitos e tácitos, considera como credível; num segundo momento, o da pesquisa, os estudos empíricos tornam explícitos os critérios de credibilidade usados, de forma implícita e tácita, pela maioria ou pela média dos utilizadores; num terceiro momento, o da aplicação, os construtores dos sítios constroem estes tendo em conta os critérios de credibilidade explicitados pela pesquisa.²⁵ Este processo de reflexividade²⁶ é reforçado, e muito, pela utilização dos próprios motores de busca ditos “de segunda geração”, de que o *Google* pode ser visto como paradigma: com efeito, ao incluírem nos seus critérios de relevância parâmetros que, procurando ultrapassar a mera “popularidade”, têm já a ver com a credibilidade – referimo-nos, nomeadamente, a parâmetros como a estrutura de ligações de um sítio e para páginas consideradas como “autoridades”²⁷ –, criam, nos utilizadores, a ideia de que um sítio que obtém uma boa posição num motor de busca é credível, e, reciprocamente, de que um sítio que é credível obtém uma boa posição num motor de busca. Deste modo, credibilidade e relevância vão-se confundindo, cada vez mais, na teoria e na prática da busca da informação na Web pelo utilizador comum.²⁸

dem decrescente): CNN, BBCNews, Yahoo!News, ABC News, MSNBC; o Google dá, por sua vez: CNN, CNETNews, ABCNews, BBCNews, USNews.

²⁴ Referimo-nos, concretamente, aos estudos seguintes: FOGG, B.J., Ph.D., SOOHO, Cathy, DANIELSEN, David, MARABLE, Leslie, STANFORD, Julianne, TAUBER, Ellen R. How Do People Evaluate a Web Site's Credibility? Results from a Large Study, Persuasive Technology Lab, Stanford University, Consumer WebWatch, Sliced Bread Design, LLC, 2002, http://www.consumerwebwatch.org/news/report3_credibilityresearch/stanfordPTL.pdf; Howard Finberg, Martha L. Stone, Dyane Lynch, Digital Journalism Credibility Study, Online News Association, 2002, http://www.journalists.org/Programs/credibility_study.pdf; Julianne Stanford, Ellen R. Tauber, B.J. Fogg, Leslie Marable, Experts vs. Online Consumers: A Comparative Credibility Study of Health and Finance Web Sites, Sliced Bread Design, LLC, Stanford Persuasive Technology Lab, Consumer WebWatch, October, 2002, http://www.consumerwebwatch.org/news/report3_credibilityresearch/slicebread.pdf; SCRIBBINS, Kate, Credibility on the web. An international study of the credibility of consumer information on the internet, Consumers International, Office for Developed and Transition Economies (ODTE), 2002, http://www.consumersinternational.org/document_store/Doc509.pdf; Princeton Survey Research Associates, A Matter of Trust: What Users Want From Web Sites, Results of a National Survey of Internet Users for Consumer WebWatch, January 2002, http://www.consumerwebwatch.org/news/report3_credibilityresearch/scrubbins.pdf.

Mas quais são esses critérios de avaliação da credibilidade que o utilizador usa de forma implícita, a pesquisa explícita e o construtor dos sítios aplica? Alguns estudos empíricos recentes²⁹ mostram que eles repetem, no essencial, os critérios consignados no dispositivo de credibilização das organizações mediáticas tradicionais – como o confirma, aliás, e de forma irrefutável, o facto de a quase totalidade dos utilizadores inquiridos num desses estudos afirmar como importante ou muito importante, para a avaliação da credibilidade de um sítio, a pertença deste a uma organização noticiosa com nome já feito fora da Internet.³⁰ Assim, apesar das disparidades e, por vezes, mesmo algumas contradições entre os diversos estudos empíricos – derivadas quer do seu carácter recente,³¹ quer da heterogeneidade das amostras e das metodologias utilizadas³² –, neles são geralmente mencionados critérios como os seguintes: a independência, nomeadamente de interesses económicos, traduzida na distinção clara entre publicidade e informação; a responsabilidade, traduzida na identificação dos responsáveis pelo sítio e pela informação, incluindo os proprietários; o direito de resposta e intervenção do leitor/receptor, um aspecto que tem vindo a ser estudado a partir do tema da “interactividade”; a correcção de erros e falhas; qualidades da informação como a actualidade, a sua origem em fontes de confiança, a imparcialidade, a exactidão, a clareza e a legibilidade. O que é realmente novo, nos critérios mencionados pelos inquiridos, mas que tem a ver mais com as características do meio Internet do que propriamente com as qualidades da informação, são aspectos como a rapidez da actualização da informação – cada vez mais próxima do “acontecimento” –, a política de privacidade – crucial num meio em que cada pesquisador é, simultaneamente, objecto de pesquisa e de registo –, o design e a estrutura do sítio e da informação – que não podem deixar de ter em conta condições de leitura muito diferentes das dos meios tradicionais –, a facilidade de navegação, a rapidez do carregamento, etc. Todo este conjunto de resultados é resumido de forma liminar, pelos autores de um dos estudos

org/news/report11.pdf; ABDULLA, Rasha A., GARRISON, Bruce, SALWEN, Michael, DISCROLL, Paul, CASEY, Denise. The credibility of newspapers, television news, and online news. A paper presented to the MASS COMMUNICATION AND SOCIETY DIVISION, Association for Education in Journalism and Mass Communication, annual convention, Miami Beach, Fla., August 9, 2002, <http://www.miami.edu/com/car/mamibeach1.htm>.

¹⁴Cf. Howard Finberg, Martha L. Stone, Dyane Lynch, op. cit., p. 22. Mais exactamente, 91,5% dos utilizadores inquiridos dizem que é "importante" e, destes, 23,3% dizem que é "muito importante".

¹⁵ Apenas a título de ilustração, refira-se que o Persuasive Technology Lab, da Universidade de Stanford, que tem vindo a dedicar-se de forma sistemática a tais estudos, iniciou a sua actividade apenas em 1998. Cf. <http://credibility.stanford.edu/>

¹⁶ Parecem observar-se diferenças assinaláveis nos resultados obtidos quando se utilizam questionários de perguntas fechadas, incluindo ou não escalas como a de Likert, ou questionários de perguntas abertas; quando o inquérito é feito *an line* ou por telefone; etc.

¹⁷ Cf. Howard Finberg, Martha L. Stone, Dyane Lynch, op. cit., p. 60.

sobre jornalismo online, na conclusão de que "o público online pretende informação exacta, completa e imparcial de uma fonte de confiança - e quer-a já" - querendo significar que, no fundo, residirá neste "já" a única diferença essencial entre o "velho" jornalismo e o jornalismo online.¹⁶ O que, dito de outra forma, significa que o processo de credibilização do dispositivo em curso na Web parece tender, de forma irreversível, a implantar, aí, o dispositivo de credibilização da informação próprio das organizações mediáticas tradicionais.

Um dos efeitos mais importantes desse processo é a anulação efectiva - a invisibilidade - a que ele vai condenando toda a informação não produzida de acordo com o dispositivo de credibilização das organizações mediáticas tradicionais, sejam estas organizações mediáticas que, existindo já fora da Web, passaram também a existir na Web (e.g., a *CNN*), sejam organizações que, tendo iniciado a sua existência na Web, conseguiram sucesso económico e financeiro ao aparentar-se, o mais possível, às primeiras (e.g., o *Yahoo!*). O mesmo é dizer que a polifonia informativa, vista desde sempre como uma das grandes qualidades da Web, tenderá a aproximar-se, cada vez mais, da monofonia e da monotonia que caracterizam a informação tal como a conhecemos no mundo "real".

Conclusão

Vista pela retórica clássica como um dos meios essenciais do discurso persuasivo, a credibilidade revela-se, na comunicação mediática, como um princípio essencial à selecção da informação pelo receptor. Por isso mesmo, e sob pena de a informação produzida e transmitida ser considerada como nula pelos seus potenciais receptores, torna-se crucial para os produtores/emissores de informação mostrarem-se credíveis. No entanto, enquanto que na prática retórica o orador pode ir avaliando, passo a passo, os efeitos do seu discurso sobre o ouvinte, e, em função de tais avaliações, ir fornecendo àquele os índices/critérios de credibilidade mais adequa-

dos, na comunicação mediática é a própria construção da informação que deve incluir, como elementos essenciais, os índices/critérios da sua credibilidade - uma situação que procurámos traduzir dizendo que, na comunicação mediática, a credibilidade se transforma em dispositivo. Mediante este dispositivo, a informação aparenta ser o contrário da persuasão, o discurso informativo o contrário do discurso retórico. Na realidade, o que há, em ambos os casos, são diferentes estratégias de persuasão, perfeitamente adequadas ao facto de uma ser *in praesentia* e a outra ser *in absentia*. Se numa a intenção de persuadir é ostensiva, claramente perceptível para o auditório - faz parte, por assim dizer, das "regras do jogo" -, na outra essa estratégia encontra-se dissimulada no carácter "objectivo" e "imparcial" do discurso, mas não é menos imperativa e essencial.

Comparada com as organizações mediáticas tradicionais, a Web caracteriza-se, neste momento, por um processo de credibilização do dispositivo - uma expressão que utilizámos para designar o processo mediante o qual se procura estender, à Web, o dispositivo de credibilização característico das organizações mediáticas tradicionais, e que obedece, no essencial às leis a que chamámos da associação e da transferência.

Apesar das diferenças nas formas como se joga o processo de credibilização da informação nas organizações mediáticas tradicionais e na Web, há um aspecto que lhes é comum, e que foi evidenciado, há muito, pela retórica clássica: a de que a credibilidade é, *em todas as coisas*, uma construção que vai sendo feita pela acção conjugada do orador/emissor e do ouvinte/receptor. Um aspecto que, generalizado ao problema da recepção dos produtos mediáticos mostra, mais uma vez, a dificuldade que se coloca a todas as teorias que, de uma forma ou outra, encaram o processo de recepção de uma forma mecanicista e incorrem, assim, no que John Thompson chama o "mito do receptor passivo" e a "falácia do inter-nalismo".¹⁷

¹⁷ Cf. THOMPSON, John B. *Ideology and the Modern Culture*. Cambridge: Polity Press, 1996, p.98 ss.



revista
interamericana
de comunicação
midiática

ANIMUS

The world in the head: aplicação do modelo de Klaus Bruhn Jensen ao discurso dos media baianos

Itania Maria Mota Gomes e
Ana Cristina M. Spannenberg

Resumo: O trabalho propõe-se a apresentar a matriz interpretativa proposta por Klaus Bruhn Jensen para a análise dos super-temas e explorar as consequências de sua aplicação à análise e interpretação de programas jornalísticos diários. Consideramos que o modelo, originalmente desenvolvido para a análise da recepção, também pode ser utilizado na análise e interpretação de programas jornalísticos, oferecendo subsídios para entendermos melhor o encontro entre os meios e seus receptores. Assim, o presente trabalho propõe-se a fazer um exercício de aplicabilidade do modelo em dois telejornais transmitidos em sinal aberto para a cidade de Salvador - Bahia, no Brasil.

Palavras-chave: Telejornalismo - Metodologias - Interpretação

Abstract: This work intends to present the interpretative matrix proposed by Klaus Bruhn Jensen for the analysis of super-themes. Also, it intends to explore the consequences of the model's applicability to the analysis and interpretation of daily journalism programs. We consider that this model, originally developed for reception analysis, can also be used for the interpretation and analysis of journalism programs, offering support for a better understanding of the meeting between the media and its receptors. Thus, the work aims to apply this model in two journalism programs broadcasted in open signal for the Salvador city.

Key words: Telejournalism - Methodology - Interpretation

Resumen: Se propone presentar la matriz de interpretación propuesta por Klaus Bruhn Jensen para el análisis de los super-temas y explorar las consecuencias de su aplicación al análisis e interpretación de programas periodísticos diarios. Consideramos que el modelo, en su origen desarrollado para a el análisis de recepción, puede también ser utilizado en el análisis e interpretación de programas periodísticos, ofreciendo subsidios para mejor entender el encuentro entre los medios y sus receptores. Así, el presente trabajo se propone a hacer un ejercicio de aplicabilidad del modelo en dos telediarios transmitidos en señal abierto para la ciudad de Salvador - Bahia, en Brasil.

Palabras clave: Telediarios - Metodologías - Interpretación

Itania Maria Mota Gomes, Ph.D., é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. e-mail: itania@ufba.br

Ana Cristina H. Spannenberg é mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal da Bahia. e-mail: anaspanni@ufba.br

1 A relação entre notícias televisivas, consciência cotidiana, ação política e democracia é objeto de interesse de Jensen desde os anos 80, com a publicação de *Making sense of the news*. Denmark: Aarhus University, 1986.

2 Klaus Bruhn Jensen e Karl Erik Rosengren entendem que há cinco tradições de investigação sobre a articulação entre os media e seus públicos: a investigação sobre os efeitos, a investigação sobre os usos e gratificações, o enfoque culturalista, a análise literária e as análises de recepção. Jensen & Rosengren apontam Morley, Ang e Radway como aqueles que exploraram as análises de recepção mais preocupadas em integrar as perspectivas sociológicas às perspectivas semióticas.

3 As principais contribuições de Klaus B. Jensen para a investigação em recepção, além de *News of the world*, encontram-se em: JENSEN, Klaus Bruhn & JANKOWSKI, Nicholas. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1993.

JENSEN, Klaus Bruhn & ROSENGREN, Karl Erik. Cinco tradiciones en busca del público, in DAYAN, D. (Comp.). *En busca del público. Recepción, televisión, medios*. Barcelona: Gedisa, 1997, p. 335-370. JENSEN, K. B. La política del multi-significado - Noticias en la televisión, conciencia cotidiana y acción política, in OROZCO, G. (comp.). *Hablan los televidentes - Estudios de recepción en varios países. Cuadernos de Comunicación y prácticas sociales*, 1992, n.4, PROICOM/UA, México. JENSEN, K. B. Media reception: qualitative traditions, in JENSEN, K. B.

Com o intuito de compreender o modo como espectadores de televisão em diversos países do mundo produzem um sentido local para as notícias globais, o pesquisador dinamarquês Klaus Bruhn Jensen coordenou o projeto *News of the world*, iniciado em 1989 e concluído em 1997. Nele, pesquisadores de sete países (Bielorrússia, Dinamarca, Índia, Israel, Itália, México e Estados Unidos) trabalharam de modo coordenado, utilizando a análise qualitativa de recepção, para tentar descobrir o modo como os receptores entendem e interpretam as notícias com base nas suas vidas cotidianas. O objetivo do projeto era analisar as estruturas de compreensão com que uma pequena amostra de telespectadores em sete diferentes países interpreta os acontecimentos nacionais e estrangeiros reportados pelos telejornais de um dia específico, 11 de maio de 1993. Uma das principais questões do autor é compreender como as audiências empregam as notícias como fonte para a atuação política no dia-a-dia¹. A análise de recepção foi precedida da análise de conteúdo dos programas nacionais de notícia em cada país durante a semana de 05 a 11 de maio de 1993.

A análise de recepção é compreendida por Jensen como uma metodologia interdisciplinar que acolhe contribuições das ciências humanas, particularmente daquelas que se dedicaram à análise dos textos midiáticos, e das análises sociológicas da audiência². Nesse sentido, metodologias de recepção produzem, ou devem produzir, uma análise comparativa dos discursos dos meios e dos discursos da audiência, tal como aparecem documentados em entrevistas, notas de observações diretas, diários de campo.

O presente trabalho tem um duplo objetivo. Primeiro, apresentar a matriz interpretativa proposta por Jensen para a análise dos *super-temas* e explorar as consequências de sua aplicação à análise e interpretação de programas jornalísticos diários, na perspectiva da representação da cultura. Pretendemos, assim, explorar a produtividade da aplicação de uma mesma matriz interpretativa tanto aos processos de apropriação por parte da audiência

(org). *A Hand-book of Media and Communication Research*. Londres e Nova York: Routledge, 2002.

JENSEN, K. B. News as social resource: a qualitative empirical study of the reception on danish television news. *European Journal of Communication*, v.3, n.3, 1988, p.275-301.

JENSEN, Klaus B. *La semiótica social de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Bosch, 1997.

JENSEN, Klaus Bruhn. *News of the World: World cultures look at television news*. Londres: Routledge, 1998.

quanto aos processos de representação da cultura efetivados pelos *media*. Nossa hipótese é de que esse procedimento teórico-metodológico poderá nos oferecer pistas para analisar o *encontro* entre *media* e seus receptores e servir de algumas garantias epistemológicas no processo de investigação da recepção. Segundo, apresentar a comunidade científica as contribuições deste que entendemos seja um dos investigadores contemporâneos mais interessantes para a discussão sobre recepção, por seu esforço de articulação entre as investigações sociológicas e as investigações sobre o texto¹.

Assim, o presente trabalho propõe-se a fazer um exercício de aplicabilidade do modelo em dois telejornais transmitidos em sinal aberto para a cidade de Salvador. A amostra reunirá cinco edições dos telejornais BA TV e Aratu Notícias Segunda Edição, respectivamente da TV Bahia, afiliada da Rede Globo, e da TV Aratu, afiliada do SBT, entre os dias 07 a 11 de janeiro de 2002. O trabalho está estruturado em três partes. Começamos com uma breve apresentação do modelo proposto por Jensen, explicando cada uma das dimensões que compõem a matriz interpretativa. Em um segundo momento, faremos a análise, primeiro relatando um pouco das notícias que marcam a semana escolhida, depois traçando um breve perfil das emissoras escolhidas e detendo-nos mais à aplicação do modelo proposto aos telejornais *BA TV* e *Aratu Notícias*, nessa ordem. Por fim, concluímos esse texto com considerações sobre a aplicabilidade do modelo à análise dos programas e sobre os ganhos teórico-metodológicos vislumbrados.

Modelo *The world in the head*

A principal categoria de análise utilizada pelos pesquisadores de *News of the world* foi o *super-tema*.² Segundo Jensen, super-temas são construções temáticas através das quais os telespectadores podem estabelecer relações entre o mundo de suas vidas cotidianas e o mundo tal como representado nos relatos das notícias televisivas. Super-temas podem ser vistos como mediadores entre os espectadores e o relato por traduzir uma realidade

¹ O conceito de super-tema foi apresentado pela primeira vez por Jensen no artigo *News as social resource: a qualitative empirical study of the reception on danish television news*, publicado no *European Journal of Communication*, vol. 3, n. 3, 1988, p.275-301.

² Traduções realizadas pelas autoras a partir do original em inglês.

³ Não é nosso objetivo aqui relatar o projeto coletivo de pesquisa *News of the world* ou os achados empíricos em cada um dos países. Nosso interesse se direciona para a categoria de super-tema e para a matriz interpretativa *the world in the head*.

que aparece complexa e distante em termos simples, gerais e pessoalmente compreensíveis (JENSEN, 1998, p.19)³.

A partir da análise dos *super-temas* manifestos no discurso das famílias entrevistadas em cada um dos países,⁴ Jensen estabeleceu um modelo interpretativo chamado *The world in the head*. Isso é feito através da análise dos modos como os receptores apropriam-se das notícias e as traduzem para seu cotidiano, levando em conta quatro dimensões relacionadas, as dimensões de espaço, tempo, poder e identidade, que, segundo Jensen, endereçam de diferentes maneiras aspectos da organização social do tempo, do espaço, das relações interpessoais e das relações institucionais.

Após reunir as respostas dos entrevistados nos sete países, Jensen identifica a necessidade de "uma segunda ordem de análise dos super-temas para detectar princípios estruturais que podem unir ou dividir os grupos de entrevistados nacionais ao longo de dimensões analíticas similares" (JENSEN, 1998, p.165). O autor apresenta quatro dimensões para análise – espaço, tempo, poder e identidade – e propõe a configuração das dimensões na forma de um modelo. Segundo Jensen, as dimensões podem "indicar como as audiências dos modernos meios de massa articulam conhecimentos específicos e diferentes do espaço social, tempo, autoridade e identidade, em resposta a gêneros particulares dos *media* e com referência a seus contextos culturais" (ibidem, p.182).

A dimensão do espaço reúne o sentido de localização com relação a um espaço maior (no país, no mundo) e a percepção de proximidade ou não dos acontecimentos. Na pesquisa de Jensen ela pode ser percebida por dois aspectos dos discursos dos entrevistados: a noção de "segurança ontológica", com relação a proximidade de acontecimentos que possam afetar a família; e a noção de distância entre as notícias relatadas e o receptor, que dá a ele o sentido do seu lugar no mundo (cf. ibidem, p.165). O autor enfatiza que "essa dimensão refere-se ao que é simultaneamente um espaço mental e

social, certamente não por absoluta distância geográfica, mas pela distância experimentada dos eventos" (ibidem, p.166).

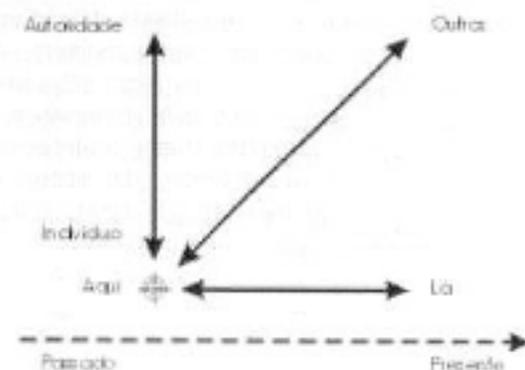
A dimensão de poder, segunda apresentada pelo autor, indica as relações do indivíduo com a autoridade e é identificada na relação do indivíduo com as instâncias de poder já instituídas que afetam sua vida cotidiana. Elas procuram demarcar, entre os agentes presentes, quem possui autoridade e quem é destituído dela nas notícias. Conforme o autor, essa autoridade pode variar: nos países analisados na pesquisa, as instituições que detinham o poder podiam ser nacionais ou estrangeiras, religiosas ou seculares. Além disso, o sentido de impotência daqueles que não tinham autoridade podia ser causado pelo estado ou por inimigos particulares, pelo destino ou por ameaças ao indivíduo (cf. ibidem, 166).

A terceira dimensão proposta pelo autor é a de tempo. Essa dimensão foi introduzida por vários dos entrevistados como um meio de orientação em relação aos acontecimentos do dia-a-dia reportados nas notícias da TV. Jensen chama a atenção para essa dimensão pela qual os receptores recompõem a história, apresentada de forma fragmentada pelos telejornais, compensando essa característica dos meios e procurando dar "coerência" e "relevância" aos acontecimentos (cf. ibidem, 166).

Por fim, a dimensão de identidade refere-se à identidade cultural e individual dos telespectadores em relação com uma variedade de "outros", sendo esses outros tanto possíveis inimigos quanto aliados. Essa relação afeta diretamente as formas como o receptor interpreta as notícias a partir de sua realidade social. Esses "outros" constituem importantes pontos de referência para a compreensão que os entrevistados têm de si mesmos, já que seres humanos constroem sua identidade – socialmente, culturalmente e etnicamente – e, portanto, sua justificção para participação e ação na sociedade a partir de sua interação com outros e da perspectiva desses outros sobre ele. Diante disso, Jensen afirma:

a dimensão da identidade parece ter valor explanatório independente para uma compre-

ensão da construção da realidade social do entrevistado já que ela serve para identificar aliados, valores e metas para a ação que possibilitam o verdadeiro processo de tornar-se um agente social em relação às outras dimensões de poder, espaço e tempo (ibidem, p.167).



A matriz interpretativa que aparece acima é denominada de modelo *The world in the head* (cf. ibidem, p.168). Nela, a dimensão da identidade se constrói, ao longo do tempo, na relação com o poder e o espaço, já que nos tornamos nós mesmos em relação com a nossa estrutura social (poder) e com o resto do mundo (espaço).

Análise dos telejornais

Nosso propósito, a seguir, será aplicar a matriz interpretativa à análise de dois telejornais baianos, tentando perceber como as quatro dimensões são propostas aos seus receptores. Na semana analisada, de 07 a 11 de janeiro de 2002, foram produzidas pelo *BA TV* e pelo *Aratu Notícias Segunda Edição* um total de 74 e 69 matérias, respectivamente. Nessa soma estão incluídos todos os formatos de notícias, das matérias e notas, simples ou cobertas, passando por reportagens, entrevistas, *stand up* até chamadas para outros blocos.

A principal notícia foi a ameaça de greve da Polícia Militar de Salvador, que foi anunciada apenas como nota na edição de segunda-feira (07/01/

2002), foi ampliada e tratada com mais tempo e aprofundamento na edição de terça-feira (08/01/2002), quando os conflitos se intensificaram, e recebeu menções durante a edição de quarta-feira (09/01/2002). A notícia teve grande repercussão, principalmente pela ameaça que a greve da polícia trazia, devido a uma ocorrência efetiva de greve seis meses antes, com graves episódios de violência e saques que receberam cobertura nacional pelas emissoras de TV.

Além dela, também foram destaques as chuvas que atingiram a cidade de Salvador e diversos municípios no interior do estado, causando algumas mortes e deixando muitas pessoas desabrigadas (07 e 08/01/2002); o início da fiscalização aos postos de gasolina da capital (09, 10 e 11/01/2002); e o conflito entre indígenas e fazendeiros no interior do estado (10 e 11/01/2002). Outro fato que recebeu grande repercussão nos dois telejornais foi a visita de 200 turistas israelenses à cidade de Salvador, pela primeira vez em um voo direto fretado (08 e 09/01/2002).

Telejornal BA TV

O BA TV é o telejornal noturno da Rede Bahia, afiliada da Rede Globo. A rede mantém seis retransmissoras, além da sede em Salvador, localizadas nas cidades de Itabuna, Vitória da Conquista, Feira de Santana, Juazeiro e Barreiras. O sinal é transmitido para a Região Metropolitana de Salvador e mais 221 municípios, atingindo aproximadamente 1,4 milhões de domicílios e 7 milhões de espectadores. O telejornal analisado faz parte da programação jornalística da rede e é transmitido às 19 horas, sempre em três blocos, de segunda a sábado.

A dimensão de espaço é uma das que recebe maior destaque no BA TV, onde se pode perceber de forma bem definida o "aqui" e o "lá". As notícias apresentadas na semana pesquisada separam claramente o que é "da Bahia" dos demais lugares citados, sejam eles outros estados do Brasil ou outros países. No texto, tanto a apresentadora quanto os repórteres utilizam "Bahia" ao referir-se ao estado e "Salvador" ao referir-se à capital, o que, como veremos mais adiante, não ocorre no outro telejornal a-

nalizado. A cidade de Salvador recebe maior ênfase e destaque jornalístico, porém por um viés abertamente turístico. Por esse motivo, o telejornal procura destacar o "aqui" de Salvador como um lugar seguro, não ameaçador.

Outro ponto do "aqui" que é posto em relevo, principalmente quando confrontado com os outros lugares é o exotismo, as diferenças culturais que, segundo o discurso turístico do BA TV, é cheio de "delícias" e "prazeres". Nesse aspecto, é interessante observar como a emissora Rede Bahia lida com a questão da identidade, a partir da dimensão do espaço. A ênfase na cidade de Salvador acolhe, na representação que dela se faz no BA TV, por exemplo, mas também em vários programas produzidos localmente, características do Recôncavo Baiano (região que representa, com sua formação a partir da lavoura açucareira, a mais forte contribuição negra no estado), com destaque para aspectos referentes à culinária, à dança e à música, à religião, à "simpatia do povo baiano" e a "beleza da mistura de raças", enfim, ao sincretismo e mestiçagem. Nas representações do BA TV, por exemplo, o olhar do "nós" e o olhar do "outro" se associam de modo muito peculiar através da ênfase ao turismo e do apelo à identidade baiana. Por um lado, a emissora pauta o telejornal e constrói suas representações de Salvador e dos baianos a partir do interesse em mostrar para os baianos por que o estrangeiro valoriza essa terra - e com isso, dizer ao baiano como ele deve representar a si mesmo para o turista (um povo alegre, hospitaleiro, festeiro e criativo) - e mostrar ao estrangeiro, turista à procura de programação para usufruir a cidade, o que ele pode fazer para melhor desfrutar da "capital da alegria" e da hospitalidade baiana. Assim se explica que um telejornal baiano, ao falar para o baiano, represente Salvador e a própria "baianidade" da perspectiva de suas características exóticas, evidenciadas, no discurso do BA TV.⁷

A representação do estado da Bahia como um todo pode ser percebida nas matérias referentes aos prejuízos causados pelas chuvas (07 e

⁷ Nesse sentido, é interessante notar como a representação de cultura baiana e da identidade cultural no BA TV não se diferenciam da representação construída pelos órgãos de divulgação e publicidade das agências de turismo do estado. Ver pesquisa realizada no período 2001/2003, com apoio do CNPq, quando nossa preocupação estava colocada no modo como a cultura baiana é construída discursivamente e socialmente pelos mídia, particularmente pela televisão. Levando em consideração, por um lado, a própria economia política dos meios de comunicação, na consideração de sua regulação através das políticas públicas (no caso da Bahia, é especialmente evidente a concentração dos meios de comunicação em torno de um ou dois grupos políticos e em torno de um número reduzido de empresas de comunicação), mas também - o que parece ser determinante de uma certa "construção da cultura baiana" - o modo como as políticas estaduais de cultura e de turismo (no Estado, nos últimos dez anos pelo menos, a vinculação entre esses dois campos, a cultura e o turismo, tem assumido a condução das políticas públicas para a área) se associam com o grupo político-econômico hegemônico no Estado de modo a representar a cultura baiana e a identidade cultural baiana para os próprios baianos e sem fora da Bahia.

08/01/2002), onde o telejornal apresenta a situação em diversas cidades do interior e na capital. Essa característica pode ser explicada levando em consideração a capacidade técnica que a Rede Bahia possui, pelo número de sucursais no interior do estado, que permite uma cobertura mais abrangente. Assim, o "aqui" apresentado no material analisado envolve uma área maior que apenas Salvador, permitindo que os textos mencionem a capital (em matérias sobre turismo, por exemplo, nos dias 08 e 09/01/2002) e o interior de formas distintas e não simplesmente com a generalização "Bahia".

A maioria das matérias analisadas destacava a cidade de Salvador, o que possivelmente decorre do período em que foram feitas, considerado alta temporada para o turismo. Em parte por esse motivo, em parte pela instabilidade causada na semana com a ameaça de greve da polícia militar, a grande ênfase do "aqui" é colocada na segurança da cidade. Com esse objetivo encontramos matérias sobre a reação de populares e turistas à ameaça de greve (08/01/2002) e sobre o intenso policiamento nas ruas (09/01/2002), além de diversas declarações de autoridades civis e militares sobre a contenção do movimento grevista inclusas nas matérias que repercutem o fato.

Ao contrário do "aqui" oferecido pelo *BA TV*, que envolve o estado da Bahia como um todo e a capital, Salvador, de modo mais específico, o "lá" não é muito definido. Algumas menções a outros estados do Brasil são feitas em matérias esportivas, sobre contratação de atletas de outros locais (08 e 09/01/2002); em notícias sobre o preço da gasolina em diversos locais do Brasil (09/01/2002); e em visitas de turistas de São Paulo à Igreja do Bom Fim, dentro dos preparativos para a festa (10/01/2002). Outros países são mencionados em duas situações: na visita de turistas israelenses (08 e 09/01/2002) e na preparação do boxeador Popó para sua luta, nos Estados Unidos (11/01/2002), de onde o atleta fala com a família, em Salvador. O "lá" é visto sempre em referência ao "aqui", ou seja, os outros lugares são mencionados para explicar situações que ocorrem

em Salvador ou como um ponto de partida, sendo "aqui" o ponto de chegada.

O tempo é uma dimensão fundamental a ser analisada, particularmente em relação ao jornalismo. No caso dos telejornais analisados, verificamos uma forte ênfase no presente. Alguns marcos temporais identificados funcionam para situar o telespectador sobre o "agora" da notícia (horário e dia do acontecimento narrado) ou sobre fatos futuros (chamadas para telejornal do dia seguinte, informações de serviço). Em poucos momentos o passado é convocado e, quando isso acontece, sua intenção é explicar o conflito presente, geralmente apresentando uma história crescente de conflitos.

Apenas algumas menções ao passado são encontradas na amostra do *BA TV*: o aumento no valor da cesta básica é noticiado em comparação com o mesmo período do ano anterior (07/01/2002); a ameaça de greve da polícia faz lembrar a greve real que ocorreu meses antes (08/01/2002); e o conflito entre fazendeiros e índios no interior do estado, que acontece há 14 anos (10 e 11/01/2002). Somente essas matérias buscam uma referência histórica, porém a grande maioria baseia-se apenas no "agora" para sua explicação.

Aqui há duas questões que queremos por em destaque. A primeira delas é o modo como o jornalismo se relaciona com a cultura do efêmero ou do presente.⁶ O jornalismo, em suas diversas modulações, obedece à mesma lógica da indústria cultural: ele é feito para ser consumido, para divertir e, nessa perspectiva, contribui para o processo de desencaixe das relações sociais (ver Giddens, 1991),⁷ funcionando como um "mecanismo de reatualização do processo atual de autonomização positiva do presente" (Gomes, 1995, p.24).⁸

A segunda questão diz respeito às possibilidades que a análise da dimensão do tempo traz para a investigação do jornalismo televisivo como um gênero televisivo. Nossa aposta é de que a dimensão do tempo pode ser uma das chaves para interpretação e análise dos diversos sub-gêneros que formam o jornalismo televisivo. Em se tratando

⁶ A hipótese de que a mídia é responsável por instituir o primado do presente na vida social contemporânea está presente em vários autores que discutiram as relações entre mídia e pós-modernidade, como Michel Maffesoli, Jean Baudrillard, Gille Lipovetsky, Paul Virilio, A. Giddens. Nesses autores, a cultura de massa aparece inteiramente voltada para o presente, segundo Maffesoli (1984, p.210), triplamente: Sua finalidade explícita reside no lazer imediato, trata-se sobretudo de divertir; para ela, o presente histórico é a medida de todas as coisas; ela é uma cultura sem rasbo, sem futuro, é feita para existir no presente vivo. MAFFESOLI, M. *A conquista do presente*. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

⁷ GIDDENS, Anthony. *As consequências da Modernidade*. São Paulo: Unesp, 1991.

⁸ GOMES, Italo M. Nota. O jornalismo e a percepção do tempo e do espaço nas sociedades contemporâneas, *Locos: Ciência, Tecnologia & Cultura*, nº2, Salvador, Uneb, 1995, p. 18-26.

de um telejornal diário, não nos surpreende a ênfase no presente, no dia-a-dia, próprio do discurso jornalístico factual. Entretanto, como a dimensão do tempo apareceria em outros sub-gêneros, o jornalismo temático? Como aparecem o passado, o presente e o futuro no documentário jornalístico, nos programas de entrevista? Acreditamos que esta pode se mostrar uma chave de análise bastante interessante para a compreensão do jornalismo televisivo.

A dimensão de poder, em quase todo telejornal *BA TV*, aparece através do "Estado protetor" ou "Estado provedor". A "autoridade" é conferida a todo agente que pode, de alguma forma, auxiliar, ajudar aqueles que estão desprovidos dela, portanto, vulneráveis. A partir disso, os personagens apresentados recebem a palavra para oferecer ou pedir ajuda, auxílio na solução de problemas que afetam o cotidiano da população. Para exemplificar, entre os vulneráveis podemos incluir os desa-brigados e castigados pelas chuvas (07 e 08/01/2002), os intoxicados em restaurante universitário de Feira de Santana (09/01/2002), os consumidores que reclamam pelo preço da gasolina (11/01/2002) e os calouros de Medicina Veterinária que são vítimas de trote (11/01/2002). Em todas essas situações, os personagens aparecem como vítimas de algum tipo de violência e o telejornal oferece espaço para que eles reclamem e peçam soluções às autoridades responsáveis.

As autoridades, em contrapartida, têm voz de destaque no *BA TV* e são representadas como todos aqueles que podem auxiliar de alguma forma na solução dos problemas. Entre elas, encontram-se: técnicos da defesa civil (08 e 09/01/2002), o funcionário da Funai que socorre o vaqueiro agredido pelos índios (10/01/2002), a direção da Faculdade de Medicina Veterinária da Universidade Federal da Bahia que condena o trote (11/01/2002) e os fiscais da Prefeitura de Salvador, da Agência Nacional de Petróleo e a figura política de Antônio Carlos Magalhães que toma a palavra para defender os consumidores baianos (11/01/2002). Em todos os casos, a noção de autoridade é representada a partir do po-

¹¹Chamamos a atenção para que a instituição política ACM se forjou na ênfase de que ele é o "paiinho", o "pai protetor dos baianos", aquele que defende os interesses da terra onde quer que vá.

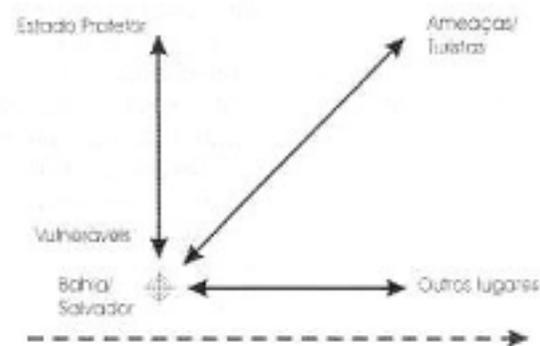
der instituído, aquele que se faz representar nas diversas instituições do poder municipal, estadual ou federal. Mas nada pode ser mais ilustrativo que a matéria em que ACM aparece para falar como baiano, ou melhor dito, como o pai/protetor¹¹ de todos os baianos contra os abusos do cartel de combustíveis.

Entretanto, apesar desses diversos personagens a quem é conferida vulnerabilidade ou autoridade para ajudar, um conflito principal destaca-se na semana analisada: a ameaça de greve da Polícia Militar de Salvador. Nesse episódio que ocupou espaço em, pelo menos, três telejornais (07, 08 e 09/01/2002), vemos claramente a distinção entre aqueles que estão vulneráveis - a população - e aqueles apresentados como quem pode restaurar a segurança - autoridades como governador do Estado, secretária de Segurança Pública e chefes das polícias civil e militar. Enquetes com populares nas ruas (08/01/2002) revelam a fragilidade da população e seu pedido de ajuda: "O policial tem que estar nas ruas protegendo o povo", afirmou uma mulher entrevistada no centro da cidade. Em resposta, diversas autoridades passaram pelas matérias do *BA TV* respondendo ao apelo e confirmando que a ameaça de greve estava sob controle e que os responsáveis já haviam sido punidos (08 e 09/01/2002). Nesse episódio aparece claramente a noção do Estado protetor e, também, a vinculação entre o *BA TV* e as políticas públicas municipais e estaduais para o turismo. No episódio da greve da PM, o estado interveém antes que a ameaça se concretize.

Finalizando, percebemos a dimensão de identidade, que demonstra a relação entre o "eu" idealizado pelo telejornal e os "outros", diferentes desse. O outro assume duas formas distintas no *BA TV*: por um lado ele é ameaçador, o que inclui todo aquele capaz de perturbar a ordem instituída e retirar a segurança do "eu"; por outro, ele é o diferente, que chega como amigo e traz benefícios. Ao outro ameaçador não é conferido direito à voz nos telejornais ou, quando isso acontece, nunca com reconhecimento e importância. Já ao outro amigo é

oferecida a palavra para exaltar as características positivas do "eu" e do "aqui".

Entre as ameaças que são apresentadas na semana analisada do telejornal, encontram-se os policiais que tentam convencer seus companheiros a iniciar uma greve e são presos (07/01/2002) e aqueles que, efetivamente, no dia seguinte começam o movimento (08/01/2002). Nesse caso, os grevistas até foram ouvidos, embora em número bem menor que as "autoridades" e sem receber crédito na tela. Nessa mesma condição estão também os indígenas que, no interior do estado, sitiaram um local e fecharam uma estrada, agredindo quem tenta passar por ela; os caminhoneiros que bloqueiam uma estrada entre Bahia e Piauí em protesto; o casal de traficantes preso transportando craque (todas em 10/01/2002); e ainda os "bandidos", como são chamados, mortos em tiroteio com a polícia por roubo de carro (11/01/2002).



Os outros amigos são os turistas que visitam Salvador. No material analisado destaca-se um grupo em especial: os 200 israelenses que chegam no primeiro voo de Israel para Salvador e visitam lugares exóticos e diferentes da cidade (08 e 09/01/2002). Esse grupo recebe atenção dobrada do *BA 71*, que resulta em duas matérias em dias consecutivos. O texto enfatiza a cultura diferente que os visitantes trazem, suas crenças e costumes, mas também apresenta os exotismos de Salvador e faz questão de registrar a surpresa dos turistas diante deles.

Nas entrevistas, ressalta-se o elogio desses ao que a repórter chama de "boa terra", Salvador. Além dos israelenses também são mencionados turistas nas matérias sobre a festa na Igreja do Bom Fim (10/01/2002) e sobre o Farol Folia (11/01/2002), sempre como o diferente que se encanta com a capital baiana.

Aratu Notícias

A TV Aratu é afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) em Salvador. O seu sinal é transmitido para cerca de 80 municípios, alcançando um público de 6,2 milhões de espectadores. O *Aratu Notícias Segunda Edição* é o telejornal noturno da emissora, transmitido às 19 horas, em três blocos, de segunda a sábado.

No *Aratu Notícias*, a dimensão de espaço é delimitada entre Salvador, como o "aqui" e os outros lugares mencionados como o "lá". O que permite fazer essa distinção de forma bastante clara é a ênfase dada para eventos locais, com notícias produzidas por uma equipe de reportagem, enquanto os eventos que eram registrados fora de Salvador apareciam somente em notas simples, ou seja, texto do apresentador sem imagens. Assim, o "centro dos eventos" apresentados era a capital baiana, embora algumas vezes tratada apenas como "a Bahia", numa apropriação do macro pelo micro. Deve-se levar em consideração, porém, que os eventos de fora talvez tenham um tratamento diferenciado não pela sua pouca importância, mas por deficiências de ordem técnica.

Entre os exemplos que demonstram esse contraste, podemos citar a reportagem sobre as chuvas que mostra diversas imagens de Salvador – ruas alagadas, trânsito congestionado, acidentes, desabamentos – enquanto os danos causados no interior são apenas relatados oralmente pela apresentadora (07 e 08/01/2002). A única exceção em todas as edições analisadas é uma matéria previamente agendada, a cobertura da inauguração de uma baragem, a 900 km de Salvador (09/01/2002).

Quanto à imagem de Salvador, como no outro telejornal analisado, o destaque também está no

aspecto turístico. É interessante ressaltar como, principalmente na matéria sobre os turistas israelenses, o texto utiliza Bahia para falar apenas da cidade de Salvador. A apresentadora abre a notícia com a frase: "Eles vieram do outro lado do mundo para conhecer os encantos da Bahia" e o texto do repórter prossegue falando sobre as belezas da capital. Aqui, a parte (capital) vale pelo todo (estado), o macro é incorporado pelo micro. Vale destacar que o grupo de turistas visitou apenas a capital da Bahia e não todo o estado.

Os marcos temporais no *Aratu Notícias* são configurados de modo um tanto diferente do BA TV. Nas matérias analisadas, a ênfase se deu sobre o presente, mas tanto o presente quanto o passado aparecem de modo mais significativo que no BA TV. O *Aratu Notícias* mostrou maior preocupação com o futuro próximo – o Carnaval. Assim, em quatro das cinco edições analisadas o marco que norteia muitas das matérias é a festa do Carnaval.¹² Muitas matérias são feitas para antecipar seus acontecimentos ou prevendo o que ela poderá ocasionar de modificações na situação atual. Não se pode afirmar que essa seja a única dimensão de tempo no telejornal, mas é, com certeza, a que registra maior número de ocorrências no período analisado.

As festas delimitam a principal notícia da semana: policiais tentam convencer colegas a promover greve durante o Carnaval (07 e 08/01/2002). Mas também aparecem em diversas matérias sobre os preparativos para o "Carnaval antecipado", chamado *Farol Folia*, que são feitas em quatro das cinco edições (única exceção é 10/01/2002), levantando diversos aspectos do acontecimento como o novo trajeto, os benefícios para comerciantes próximos, a procura por blocos e a insatisfação de comerciantes que serão obrigados a fechar suas portas.

Com referência a marcos temporais do passado, eles aparecem em poucas matérias e não possuem um contorno definido ou único. São percebidos apenas nas notícias sobre a construção da barragem, onde uma entrevistada conta como era a vida antes dela (09/01/2002); sobre a Festa do Bom

Fim, com um pequeno relato sobre como ela começou (10/01/2002); e sobre o primeiro transplante de fígado da Bahia, onde a repórter fala sobre o período da operação e do tratamento, um mês antes (11/01/2002). Outra vez, aqui, aparece a dimensão de tempo como uma das mais importantes para a análise dos modos de configuração do jornalismo televisivo. Nesse caso, por exemplo, a análise da dimensão de tempo Não contradiz a ênfase no presente, mas evidencia uma maior contextualização na abordagem jornalística dessa emissora.

Na dimensão de poder encontramos uma situação muito parecida com a apresentada no *BA TV*, ou seja, aqueles que tem autoridade para auxiliar na manutenção da ordem e aqueles que estão, de alguma forma, ameaçados. Entretanto, o destaque maior é dado à violência, como em todo o telejornal da TV Aratu, e as vozes dos que estão sofrendo violência quase não são ouvidas. Aqui aparece de modo ainda mais forte a representação da autoridade através do poder instituído. Poderíamos então propor uma divisão entre "representantes oficiais" e "vulneráveis", o que parece espelhar melhor a situação apresentada, isso porque aqui a solução dos conflitos está exclusivamente na mão de autoridades constituídas oficialmente.

Os pares de autoridades e vulneráveis podem ser assim distribuídos, ao longo da semana analisada: fiscais da Agência Nacional de Petróleo que vão defender os direitos dos consumidores (07/01/2002); governador do Estado, secretária de Segurança Pública e comandantes das polícias civil e militar, que não permitem a concretização da greve que ameaça a população (08/01/2002); e policiais que serão responsáveis pela segurança dos foliões que participam do Farol Folia (09/01/2002). Entretanto, é importante ressaltar novamente que somente nos dois primeiros episódios os vulneráveis foram ouvidos e, de qualquer forma, em número bastante reduzido. O próprio repórter e a apresentadora do jornal fazem o papel de mediadores, levando as reclamações e pedidos para as autoridades competentes.

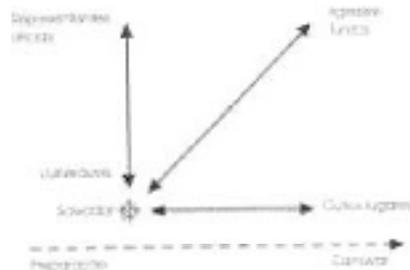
A dimensão que mais se destaca no *Aratu*

¹² A TV Aratu tem se posicionado entre as emissoras locais como a que oferece a maior cobertura do Carnaval baiano, com cobertura ao vivo 24 horas por dia, durante os oito dias da festa. Isso remonta ao tempo em que a TV Aratu era retransmissora da Rede Manchete, que, no início dos anos 90 perdeu para a Rede Globo os direitos de transmissão do Carnaval carioca e apostou na divulgação, em rede nacional, do Carnaval de Salvador. Mesmo quando passou a retransmissora do SBT, a TV Aratu manteve a divulgação do Carnaval de rua de Salvador como estratégia de diferenciação entre as emissoras locais.

Notícias é a de identidade, demarcando bem a separação entre o "eu" e os "outros". O modo de representação é bastante semelhante ao que aparece no *BA TV*, mantendo uma grande proximidade no tratamento dispensado ao "outro" que é amigo e oferece benefícios. A diferença, porém, está no tratamento destinado ao que a TV Aratu apresenta como o "agressor": o outro não é apenas o que ameaça, mas o que efetivamente realiza um ato violento.

A esse tipo de outro causador de violência não é conferida a palavra em nenhum momento. Ao contrário, eles são apresentados com expressões pejorativas como "bandidos" e mostrados em cenas filmadas em delegacias ou em locais onde cometeram crimes. Entre os exemplos, diversos presos por assassinatos (07 e 08/01/2002), por assaltos (08, 09 e 10/01/2002), por tráfico de drogas (10/01/2002) e por pedofilia (11/01/2002). A presença desses outros se registra em matérias da editoria de Polícia, bastante frequentes no *Aratu Notícias*.

Já os turistas, os "outros amigos" são apresentados naquilo que têm de diferente em relação aos baianos – por exemplo, na dificuldade de dançar. Apenas uma matéria sobre turistas foi encontrada em toda a semana analisada e nela o repórter acompanha o passeio do grupo de israelenses que visita Salvador (09/01/2002). Destacam-se as reações que os turistas têm às "belezas da Bahia" e suas vozes são ouvidas para exaltar o que é local. Assim, esse tipo de outro, além de diferente, traz benefícios ao "eu" e elogia suas características.



Breves conclusões

Entendemos que, apesar de todos os limites implicados nesta tentativa embrionária – a reduzida amostra, a impossibilidade de trazer ao mesmo tempo a investigação sobre a recepção desses telejornais analisados – a aplicação da matriz interpretativa proposta por Klaus Jensen para a interpretação dos *super-temas* à análise de uma amostra de telejornais mostrou-se produtiva. Em primeiro lugar, porque Jensen constrói um modelo que traz em causa tanto as formas de percepção, através das dimensões de tempo e espaço, quanto as questões da representação da cultura, tal como pensada por Stuart Hall (1997),¹³ através das dimensões de poder e identidade. Nesse sentido, quando aplicada à análise e interpretação de programas jornalísticos diários, a matriz nos oferece uma boa perspectiva de interpretação das representações da cultura construídas pelos telejornais.

Acreditamos que a aplicação de uma mesma matriz interpretativa tanto aos processos de apropriação por parte da audiência (modos como os receptores apropriam-se das notícias e as traduzem para seu cotidiano) quanto aos processos de representação da cultura efetivados pelos *media* pareceu-nos um procedimento teórico-metodológico que pode oferecer um enquadramento analítico interessante, porque permitiria levar em consideração uma mesma matriz e, assim, nos oferecer pistas para analisar o *encontro* entre *media* e seus receptores. Assim, são trazidas em causa as percepções que as dimensões de espaço, tempo, poder e identidade deixam transparecer sobre como o telejornal situa seu receptor, que visão de mundo ele tenta apresentar e quais os percursos que utiliza para fazer isso, favorecendo um roteiro de investigação precioso. Entretanto, consideramos que a análise dos telejornais com base no modelo *The world in the head*, embora tenha validade teórica, só poderá oferecer respostas efetivas ao objetivo do modelo, quando confrontada com a análise do discurso de seus receptores. Não desconsideramos, porém, que a aplicação da mesma matriz interpretativa às representa-

¹³ HALL, Stuart (Ed.). *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage, 1997. HALL, S. Encoding/Decoding. in: HALL, Stuart et alii. *Cultura, media, language*. Londres: Hutchinson/CCCS-Birmingham, 1980.

ções culturais construídas pelos *media* e às representações culturais produzidas pelos receptores a partir da sua relação com um produto mediático específico oferece-nos algumas garantias epistemológicas no processo de investigação da recepção, às vezes tão fluido.

Apesar da fluidez, entretanto, ainda acreditamos, como Jensen, que *"es la polisemia de la recepción la que debe examinarse para poder valorar concretamente el poder relativo de los medios frente a sus audiencias, em vez de la polisemia de textos de los medios de comunicación"* (JENSEN, 1992, p.99). Segundo Jensen as interpretações dos receptores podem ser "seletivas e até opostas" (ibidem, p.118) e, por esse motivo, somente uma análise do conteúdo dos meios não é suficiente para saber se esse "mundo" previsto ou oferecido pelos telejornais está realmente na mente dos telespectadores, como pretende o modelo *The world in the head*.

A própria matriz mostrou-se interessante, além disso, quando aplicada aos produtos jornalísticos televisivos, porque identificamos que, se melhor explorada, ela pode nos fornecer pistas para a investigação sobre os gêneros e sub-gêneros da programação televisiva, mostrando como cada um deles se constrói de modo diferenciado em relação às quatro dimensões. Por exemplo, consideramos que pode se mostrar bastante produtiva a investigação sobre o modo como cada um dos sub-gêneros do jornalismo televisivo lida com a dimensão de tempo e de espaço. Vimos, em relação aos telejornais diários, a forte ênfase no presente. Estamos reconhecendo que um gênero é um modo de situar a audiência televisiva em relação a um programa, em relação ao assunto nele tratado e em relação ao modo como o programa se destina ao seu público. Nessa perspectiva, gênero é uma estratégia de interação e investir numa abordagem dos gêneros televisivos pode significar ultrapassar a dicotomia entre análise do produto televisivo e análise dos contextos sociais de sua recepção.



revista
interamericana
de comunicação
midiática

ANIMUS

Anotações para pensar o sujeito nos estudos culturais

Ana Carolina Escosteguy

Resumo: O trabalho pretende recuperar a reflexão sobre o sujeito nos estudos culturais. Nesse sentido, identifica que a preocupação em torno do sujeito vai aparecer, sobretudo, nos estudos de recepção e na reflexão das identidades culturais. Dada a amplitude do tema, restringirei minha reconstituição do debate das identidades ao itinerário proposto por Stuart Hall, pois sua reflexão é de incontestável importância na constituição e atual desenvolvimento dos estudos culturais. E, em relação aos estudos de recepção, minhas observações são construídas a partir da leitura de pesquisas de recepção e de coletâneas que registram o estado-da-arte dessa perspectiva. Após rastrear essas duas rotas dos estudos culturais, concluo que existe um desencontro entre elas.

Palavras-chave: Sujeito - Recepção - Audiências - Identidades culturais - Estudos culturais

Abstract: The article is concerned with the question of the subject within the field of cultural studies. It focuses on two particular paths - the reception studies and the debate on cultural identities - to develop and elaborate the point. The first path is seen by analysing some audience studies and the second is discussed through Stuart Hall's thought on cultural identities. Tracing the ongoing debates on reception studies and cultural identities what I argue is that these two threads fail to meet one another.

Key words: Subject - Reception - Audiences - Cultural identities - Cultural studies

Resumen: El trabajo busca recuperar la reflexión acerca del sujeto en los estudios culturales. Identifica que la preocupación hacia el sujeto viene a aparecer en los estudios de recepción sobretudo y en la reflexión de las identidades culturales. Dada la amplitud del tema, voy a restringir mi reconstitución del debate de las identidades al itinerario propuesto por Stuart Hall, pues su reflexión es de incontestable importancia en la constitución y desarrollo actual de los estudios culturales. Ya en cuanto a los estudios de recepción, mis observaciones se construyen a partir de la lectura de investigaciones de recepción y de recopilaciones que registran el estado del arte desde esa perspectiva. Tras rastrear las dos rutas, concluyo que existe un desencuentro entre ellas.

Palabras clave: Sujeto - Recepción - Audiencias - Identidades culturales - Estudios culturales

Ana Carolina Escosteguy é professora da Faculdade dos Meios de Comunicação Social da PUCRS e, também, do programa de Pós-Graduação em Comunicação da mesma instituição; Dra. em Ciências da Comunicação pela ECA/USP e pesquisadora CNPq. e-mail: carola@puers.br

No amplo e diversificado espaço dos estudos culturais¹ dos anos 90, influenciado por matrizes teóricas distintas como, principalmente, o pós-estruturalismo, o feminismo, a psicanálise e o pós-marxismo, observa-se um interesse crescente no pensar em como se constituem as identidades culturais na condição histórica atual. Tal tema está diretamente relacionado com a discussão sobre o sujeito e sua inserção no mundo, sobre os indivíduos e suas identidades pessoais e coletivas. Em outras palavras, diz respeito a como nos constituímos, percebemos-nos, interpretamo-nos e nos apresentamos para nós mesmos e para os outros.

Mas antes disso, identifica-se uma outra guiada dentro dos estudos culturais. Especialmente naqueles preocupados com a mídia, houve um deslocamento do texto em direção à audiência dos meios massivos e ao seu contexto. A partir dos anos 80 se inicia a constituição de uma vertente que defende que o sentido não é uma propriedade do próprio texto midiático, mas é constituído na interação entre receptores e textos. Tal perspectiva vai, em um primeiro momento, checar as pressuposições à respeito do receptor, construídas ainda nos anos 70, no plano empírico, perseguindo, então, a captura das posições assumidas pelos próprios receptores.² Logo, também, a vertente dos estudos de audiências foi construindo uma noção particular de sujeito no campo dos estudos culturais.

O propósito, aqui, é rastrear essas duas rotas dos estudos culturais com a intenção de reconstituir a noção de sujeito para os estudos culturais. Contudo, não desconheço que desde suas origens esse campo mostra-se aberto a entendimentos diversos, não apresentando uma posição teórica unificada. Porém, também não está composto por um conjunto tão dispar que não revele uma certa unidade. Por essa razão, essas duas rotas devem pelo menos se entrecruzar em algum momento.

Dada a amplitude da temática, restringirei minha reconstituição do debate das identidades ao itinerário proposto por Stuart Hall. Isto se justifica na medida em que devido à ausência de um con-

junto preciso de princípios teórico-metodológicos que defina e delimite o campo dos estudos culturais, ele se funda e organiza em torno de formas de autoridade amparadas em trajetórias intelectuais individuais. A reflexão de Hall é de incontestável importância na constituição e atual desenvolvimento dos estudos culturais.

Em relação aos estudos das audiências, minhas observações são construídas a partir da leitura de algumas das pesquisas de audiência ou recepção, inseridas - é óbvio - no marco dos estudos culturais, e de coletâneas que registram o estado-da-arte dessa área. No entanto, por razões de espaço, não poderei tecer comentários detalhados a partir de cada investigação.

Sobre o sujeito-receptor

A temática da recepção e da densidade dos consumos mediáticos têm seu marco na divulgação do texto *Encoding and decoding in the television discourse*, de Stuart Hall, publicado pela primeira vez em 1973. A partir de um determinado entendimento do processo de comunicação, Hall esboça um modelo de codificação e decodificação, desenvolvendo no mínimo três modalidades de estratégias de leitura/recepção: dominante, oposicional e negociada.

Na verdade, o marco que Hall (1980) introduz, significa o abandono de um modelo behaviorista em direção a um marco interpretativo onde todos os "efeitos" dependem de uma interpretação das mensagens mediáticas pelas pessoas, sendo que as possibilidades de recepção decorrem do pressuposto de que a linguagem não é transparente. Assim, as mensagens mediáticas não têm uma única e mesma decodificação garantida de uma vez e para sempre.

Entretanto, nesse texto não há referências fortes sobre o sujeito-receptor, entendido como alguém concreto e situado em um contexto particular. O ponto-chave em questão trata dos *momentos* do processo de produção na televisão, isto é, um momento determinado - a codificação, articulado a outro momento, o da decodificação. "Produção e recepção da mensagem televisiva não são, contudo, idênticos,

mas são relacionados: eles são momentos diferenciados dentro da totalidade formada pelas relações sociais do processo comunicativo como um todo" (Hall, 1980, p.130).

É principalmente a partir *The Nationwide Audience* (1980), de David Morley, que o receptor, de carne e osso, entra em cena.² Nesse estudo, Morley se detém em um momento determinado do processo comunicativo: o momento da decodificação. Selecionando grupos distintos e apresentando-lhes o programa televisivo *Nationwide*, Morley pode confirmar a existência de posições distintas diante da mesma mensagem, corroborando a formulação de Hall.

Entre o modelo de Hall e o desenvolvimento mais acentuado dos, hoje, conhecidos como estudos etnográficos de audiência, foram realizadas investigações que ainda tentaram relacionar um determinado texto e sua recepção em um determinado grupo social.

Identifico desse modo as pesquisas de Janice Radway (1984) em *Reading the Romance*, Ien Ang (1985) em *Watching Dallas*; de Dorothy Hobson (1982) em *Crossroads: The drama of a soap opera*; de Jacqueline Bobo (1988) em *The Color Purple: Black women as cultural readers*, entre outras.⁴ Logo em seguida uma série de estudos qualitativos de recepção e audiência indicaram a formação de uma nova matriz: a etnografia de audiência - entre outros, Gray (1987, 1992); Gillespie (1995).⁵

Em termos gerais, observa-se a reivindicação desses estudos em enfocar a localização social, cultural e sub-cultural do receptor, assim a audiência não é mais vista como formada por indivíduos isolados. Os indivíduos estão definidos por diferenças, baseadas na classe, no gênero, na raça, na etnia, na idade e em relações sub-culturais. E, sobretudo, os membros da audiência são vistos como ativos, pois entendeu-se que os textos mediáticos abriam espaço para a resistência e reação da audiência.

O eixo dessas pesquisas se concentra na atividade da audiência, na idéia de que ela produz/constrói sentidos a partir das mensagens midiáticas. E que a maioria desses significados são leitu-

ras resistentes, traduzidas em discursos coerentes que expressam os interesses, os desejos e os prazeres da audiência.

Raros são os trabalhos que apontam para o fato de que as respostas reais dessas audiências não se apresentam de forma tão óbvia e clara como um contra-discurso coerente. Mesmo situado dentro dos limites dos estudos culturais e sua preocupação com a audiência, o estudo de Joke Hermes (1995) pode ser utilizado para exemplificar essa exceção.⁶ Ao realizar oitenta entrevistas em profundidade com leitores de revistas femininas, Hermes (1995) confessou seu desalento diante das afirmações coletadas de que esses textos não tinham nenhuma - ou quase nenhuma - importância no cotidiano de seus leitores.

Comentando a respeito de seu trabalho de campo, Hermes (1995, p.12) diz: "as entrevistas foram um sucesso em termos de interação social. Embora entrevistar seja um trabalho cansativo, eu apreciei fazê-lo. [...] Os informantes foram muito falantes, mas eles não tinham muito a dizer sobre as revistas femininas. [...] Falando em termos gerais, a prática de leitura aparentemente não levava a uma reflexão nem a um envolvimento que estivesse pronto e fosse possível ser comunicado, embora muitos deles tivessem um conhecimento genérico sobre essas revistas". Em sua pesquisa, Joke Hermes (1995) acaba questionando a visão geral dos estudos de audiência que associa o uso cotidiano dos meios com uma leitura atenta e significativa.

Porém, a grande maioria das investigações centradas na audiência salienta que os receptores constroem seus próprios sentidos, sabem o que estão fazendo, preenchem suas necessidades e usam a mídia para seus propósitos. Assim se poderia sintetizar que o sujeito-receptor é visto como um indivíduo, embora o social seja reconhecido dentro do indivíduo através das múltiplas posições que ele assume.

O sujeito-receptor, também, é encarado como um indivíduo racional, por isso sua resistência está localizada em posições interpretativas e cons-

²HERMES, Joke. *Reading women's magazines*. Londres: Polity Press, 1995.

⁷ Talvez este aspecto não esteja suficientemente teorizado.

³MORLEY, David. *The Nationwide Audience*. London: British Film Institute, 1980.

⁴Metodologicamente, algumas dessas pesquisas já ensolvam uma aproximação à etnografia: ANG, Ien. *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. Londres: Methuen, 1985.

BOBO, Jacqueline. *The Color Purple: Black Women as cultural readers*. In PIBRAM, Deldine E. (org) *Female Spectators - Looking at film and television*. Londres: Verso, 1988. p. 90-109.

HOBSON, Dorothy. *Crossroads: The drama of a soap opera*. Londres: Methuen, 1982.

RADWAY, Janice. *Reading the romance: Women, patriarchy and popular literature*. Chapel Hill/Londres: University of North Carolina Press, 1984.

⁵GILLESPIE, Marie. *Television, ethnicity and cultural change*. Londres: Routledge, 1995.

GRAY, Ann. *Behind close doors: video recorders in the home*. In BAKER, H. e DYER, G. (orgs.) *Boxed in: Women and television*. Londres/Nova Iorque: Pandora, 1987. p. 38-50.

GRAY, Ann. *Video Playtime: The gendering of a leisure technology*. Londres:Routledge, 1992.

cientas, reveladas pelos seus próprios relatos que, por sua vez, compõem o eixo de sustentação de tais pesquisas.

Enfim, a audiência para os estudos culturais constrói ativamente sentidos, resiste à dominação e faz isso conscientemente, configurando um sujeito que é transparente para ele próprio. Mas como essa noção de sujeito se integra com posturas dentro dos estudos culturais, como a de Hall, que enfatizam a multiplicidade de posições do sujeito e seu profundo descentramento na condição contemporânea?

Sobre as identidades

O debate sobre as identidades oscila basicamente entre duas grandes matrizes: o essencialismo e a construção social. A primeira posição é caracterizada por compreender a existência de grupos e/ou comunidades através de uma categoria inerente e inata aos mesmos, e a segunda posição, por atribuir a sua presença como um produto social.

De forma genérica, pode-se dizer que os estudos culturais assumem uma posição que concorda que as identidades são culturalmente construídas e historicamente condicionadas. Dentro desse âmbito, diversas idéias-chave marcam a contribuição de Stuart Hall sobre a identidade no mundo contemporâneo.

Para Hall, a identidade é uma categoria política e culturalmente construída. Como figura discursiva, para compreendê-la precisamos conceituá-la. Adquirindo sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos, a identidade é relacional, pois depende de outra identidade para existir. Mas, a identidade é, também, um processo social, pois ela articula ou "sutura", como prefere Hall (1999, p.12), o sujeito à estrutura.⁹

A experiência da diáspora que se desconecta do sentido estrito da dispersão dos judeus ou de outros povos por motivos políticos ou religiosos, em virtude da perseguição de grupos intolerantes, é para Hall a síntese de como as identidades culturais se configuram hoje.

Essa idéia enfatiza tanto um deslocamento

espacial quanto temporal. Este último sentido relaciona as identidades à permanência de uma ligação com o passado - mesmo que possa estar associado à imagem de um passado em ruínas. Por essa razão, Hall vai discutir a formação das novas formas de identidades ligadas ao recontar o passado através da memória. Assim como a afirmação da diferença e da etnicidade (características culturais como língua, religião, costumes, tradições, sentimento de "lugar") são outros de seus elementos constituintes.

As identidades na modernidade tardia são o produto de várias histórias e culturas interconectadas (Hall, 1999, p.89), pertencem a um e, ao mesmo tempo, a vários 'lugares', por isso, a hibridação imprime sua marca e a fluidez da identidade torna-se ainda mais complexa pelo entrelaçamento de outras categorias socialmente construídas (sexualidade, incapacidade física, geração, etc), além das de raça, gênero, classe e nação.

Essas últimas categorias somadas à narrativa do Ocidente, segundo Hall, são "as grandes identidades coletivas sociais" que não desapareceram, mas não têm mais a força de antes. Como pensar, então, a problemática da identidade na esteira do esmaecimento dessas "grandes identidades", sendo que elas já não têm mais o poder explicativo e compreensivo que tiveram? Esse questionamento é ainda mais crucial em relação à classe, pois esta era o principal referente de posição social. E, hoje, a posição de classe é desvalorizada em favor de uma noção de múltiplas posições onde conta, sobretudo, o gênero e a etnicidade.

Se um sentido de identidade se perdeu, precisamos de outro. Isso faz com que tornemo-nos cientes de que identidades não são nunca completas, finalizadas. Ao contrário, estão em permanente processo de constituição. São narrativas, discursos contados a partir do ponto de vista do Outro. "[...] identidade é sempre em parte uma narrativa, sempre em parte um tipo de representação. Está sempre dentro da representação." Identidade não é algo que é formado fora e, no final, nós narramos histórias sobre ela. *É o que está narrado na nossa*

⁹ HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

⁹ Para Hall, eventos, relações e estruturas têm condições de existência e efeitos reais fora da esfera do discursivo, mas é somente dentro do discursivo que eles podem adquirir sentido. Por essa razão, as representações têm um papel constitutivo, formativo e não meramente reflexivo e expressivo, na constituição da vida política e social.

HALL, Stuart. Old and new identities, old and new ethnicities. In KING, Anthony D. (org.), *Culture, Globalization and the World-System*. Londres: Macmillan, 1991, p.41-68.

¹⁰ HALL, Stuart. Cultural identity and diaspora. In Rutherford, Jonathan (org.), *Identity - Community, Culture, Difference*. Londres: Lawrence & Wishart, 1990. p.222-237.

¹¹ HALL, Stuart. Reflections upon the Encoding/Decoding model: An interview with Stuart Hall. In CRUZ, Jon e LEWIS, Justin (orgs.), *Viewing, Reading, Listening - Audiences and Cultural Reception*, Boulder/San Francisco/Oxford: Westview Press, 1994. p. 253-274. Publicado em português como Reflexões sobre o modelo de codificação/decodificação- Uma entrevista com Stuart Hall, in HALL, S. *Da diáspora - Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HALL, Stuart. Introduction: Who needs identity? In HALL, Stuart e du GAY, Paul (orgs.), *Questions of Cultural Identity*, London: Sage, 1996a. p.1-17. Publicado em português como Quem precisa da identidade? In SILVA, Tomaz Tadeu da (org.) *Identidade e diferença*. Petrópolis: Vozes, 2000. p.103-133.

própria pessoa (Hall, 1991, p.49, grifo meu).⁹

Hall concebe a identidade articulada ao passado e presente, em permanente construção, atravessada tanto pelos discursos públicos quanto pelas práticas e experiências dos sujeitos, entranhados numa determinada conjuntura histórica. A identidade, então,

é um assunto de *chegar a ser* como também de *ser*. Pertence ao futuro tanto quanto ao passado. Não é algo que já existe, transcendendo lugar, tempo, história e cultura. As identidades culturais vêm de algum lugar, têm histórias. Mas, como tudo o que é histórico, elas sofrem uma transformação constante. Longe de estarem eternamente fixas num passado essencializado, estão sujeitas ao contínuo *jogo* da história, da cultura e do poder. Longe de estarem fundadas numa mera *reprodução* do passado que está esperando ser encontrado e que, quando encontrado, assegurará nosso sentido de nós mesmos até a eternidade, as identidades são os nomes que damos às diferentes maneiras como estamos situados pelas narrativas do passado e como nós mesmos nos situamos dentro delas. (Hall, 1990, p. 225).¹⁰

Dentro desse contexto, como já foi dito, Hall presta acurada atenção às identidades "diáspóricas", isto é, o que a experiência da "migração" afeta a identidade, pois ninguém se translada de um lugar a outro ou herda e se apropria de culturas diversas sem ser afetado por essa experiência. E, aqui, as características da hibridéz e do movimento integram-se às características, anteriormente descritas, na constituição das identidades.

Mas resta pelo menos um aspecto que necessita ser sinalizado. A problemática da identidade, também, remete ao nível psíquico, a dimensões e desejos inconscientes, a ações racionais e irracionais, o que implica a existência de contradições. Stuart Hall tem presente que aí - no vínculo entre a ordem social e a psíquica - reside um núcleo perturbador de questões, mas admite que isso talvez não possa ser pesquisado (1994, 1996a).¹¹

Precárias anotações finais

A problematização das identidades culturais que corresponde a um determinado entendimento de sujeito, em Hall ocorre no plano discursivo, mas ele não subscreve uma posição teórica que diz que "nós não somos nada senão reflexos do discurso de um outro" (1994). Já os estudos de audiência capturam o sujeito-receptor no plano empírico, dão corpo e consciência ao sujeito mediante a captura de suas experiências no cotidiano, revelando uma concepção racionalista de sujeito.

Entretanto, se as investigações das audiências se pretendem originadas no modelo de codificação/decodificação de Hall, é importante contrapor alguns pressupostos de tal modelo, recuperando inclusive comentários do próprio autor, e como esses estudos vem trabalhando algumas noções que deveriam estar ajustadas tanto com aquela proposta como com suas reflexões mais atuais.

Em 1994, em uma entrevista onde avalia a formulação das idéias expostas no artigo citado (1980), Hall diz:

Meu modelo é totalmente cognitivo. Não é verdadeiro, penso dizer que no centro dele está o sujeito cartesiano: já se trata do sujeito descentrado, mas de um tipo de sujeito descentrado cognitivo; ainda se trata de um sujeito atuando com muitos códigos interpretativos; mais ainda não é um sujeito com um inconsciente.

Acredito que os estudos das audiências *tenham* trabalhar com um sujeito descentrado, pois ele é configurado por diversas posições, sobretudo, pelo gênero e por sua geração e, mais recentemente, pela raça e etnicidade. Assim como, em outro lugar Hall diz que a posição de classe já não tem mais tanta importância na constituição das identidades, também essas investigações não têm essa categoria como central na constituição dos sujeitos-receptores.

Porém, esse sujeito é completamente um indivíduo racional e consciente. Parece agir, então, como um sujeito unificado e não fraturado em distintas posições o que poderia levá-lo a assumir posicio-

namentos contraditórios. E uma outra questão é que não existe ainda nenhuma - ou quase nenhuma - preocupação, nos estudos das audiências, com o aspecto inconsciente. Entretanto, hoje, Hall está preocupado em compreender o problema da identidade tanto através do repertório discursivo quanto do psicanalítico para dar conta tanto da ordem social quanto da realidade psíquica (imaginária). Não que já tenha resolvido essa questão, mas pelo menos sinaliza a existência de tal problemática. O mesmo não pode ser dito para os estudos das audiências.

Retomo os comentários de Hall (1994) para indicar uma possível razão para os estudos de audiência eximirem-se de contornar tal questão:

Quando ele se torna um sujeito com um inconsciente no qual a textualidade também envolve a resposta prazerosa ou o consumo prazeroso do texto, é muito difícil saber, empiricamente, como você vai descobri-lo de alguma maneira identificável comportamentalmente, observacionalmente. Um dos problemas desse último desenvolvimento da teoria crítica é que ela amplia nosso entendimento do quanto realmente é complexo o significado e de quantos lugares diferentes de determinação estão envolvidos [nos processos culturais]. Nós sabemos muito mais sobre eles, mas de fato estamos menos seguros em conseguir lhes dar um momento de pesquisa empiricamente demonstrável, e isso é uma das razões por que um dos problemas hoje é que todo o mundo é crítico literário, o que não deixa de ser surpreendente após trinta anos.

Um último ponto merece ser destacado. Hall identifica que a importância de discutir sobre as identidades reside, pelo menos em parte, na centralidade que essa temática assume para a questão da agência e da política. Porém, ressalta que ao falar em agência não quer "expressar nenhum desejo de retornar a uma noção não-mediada e transparente de sujeito como o autor centrado da prática social" (Hall, 2000, p.105), nem tampouco pretende adotar uma abordagem tão soberana de sujeito que o color que tanto como origem quanto como fim último.

Do meu ponto de vista, mais uma vez os estudos de recepção se distanciam da posição de Hall, pois atribuem uma agência relativamente autônoma aos membros individuais da audiência o que pode estar excluindo as estratégias de poder da mídia que estão a todo instante tentando construir nosso papel como consumidores soberanos.

Os estudos de recepção reivindicam, legitimamente, que os textos mediáticos adquirem sentido no ato de sua leitura. Porém, o que me parece problemático e perigoso é que essas investigações revelam quase permanentemente um sujeito ativo e consciente de seus atos, ou seja, é uma audiência que sabe o que faz, logo escolhe o que vê. Se for assim, os estudos culturais - ou melhor, uma versão deles - correm o risco de dar sustentação às teses, por exemplo, da televisão brasileira de que é a audiência que exige a programação que *está aí* e que qualquer tentativa da sociedade em delimitar alguns princípios éticos e morais, é pura censura.

Resta enfatizar que todas as anotações, aqui, apresentadas caracterizam-se tanto por sua provisoriamente como por sua precariedade, na medida em que este é um debate que está em pleno andamento na atualidade.

Outra bibliografia

- ALASUUTARI, Perti (org.) *Rethinking the Media Audience*. Londres: Sage, 1999.
- BOBO, Jacqueline. *Black wo-men as cultural readers*. Nova Iorque: Columbia University, 1994.
- HALL, Stuart. Minimal selves. In GRAY, Ann e McGUIGAN (orgs.), *Studying Culture - An Introductory Reader*. Londres/Nova Iorque: Arnold, 1993 [1987]. p. 134-138.
- HALL, Stuart. The meaning of New Times. In MORLEY, David e CHEN, Kuan-Hsing (orgs.), *Stuart Hall - Critical Dialogues in Cultural Studies*. Londres/Nova Iorque: Routledge, 1996b. p. 223-237.
- HALL, Stuart. New ethnicities. In MORLEY, David e CHEN, Kuan-Hsing (orgs.), *Stuart Hall - Critical Dialogues in Cultural Studies*, Londres/Nova Iorque: Routledge, 1996c [1989]. p.441-449.
- HALL, Stuart. The centrality of culture: Notes on the cultural revolutions of our time. In THOMPSON, Kenneth (org.), *Media and Cultural Regulation*. Londres: Sage, 1997. p. 207-238.
- LARRAIN, Jorge. *Modernidad, razón e identidad en América Latina*. Santiago de Chile: Andres Bello, 1996.

Ficção seriada italiana, identificação e reconhecimento

Marcia Gomes M.

Resumo: Neste artigo se discute sobre alguns dos fatores que se fazem presentes na interação entre texto e receptor a partir de um caso específico: um seriado da televisão italiana chamado *Incantesimo*. A partir da análise sócio-narrativa deste programa e de entrevistas em profundidade com pessoas que assistiam assiduamente a este seriado, foram explorados alguns aspectos temáticos e narrativos que caracterizam a interação com esta obra.

Palavras-chave: Gênero - Recepção - Ficção seriada

Abstract: In this paper, we debate some elements that are present in the interaction between text and reception based on a specific case: the Italian TV soap opera "Incantesimo". By means of the socio-narrative analysis of this show as well as interviews in depth with some of its regular audience, we have explored some thematic and narrative aspects which characterize the interaction with the show.

Key words: Gender - Reception - Soap opera

Resumen: Se debate en el artículo algunos de los elementos que se hacen presentes en la interacción entre el texto y el receptor a partir de un caso específico: la teleserie de la televisión italiana llamada *Incantesimo*. Desde el análisis socio-narrativo de este programa y de entrevistas en profundidad con personas que asistían muy a menudo a la teleserie, se exploró algunos puntos y aspectos narrativos que vienen a caracterizar la interacción con la obra.

Palabras clave: Género - Recepción - Ficción serial

Marcia Gomes M. é professora da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul-UFMS. É Socióloga, formada pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidad Javeriana de Bogotá-Colômbia, e doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidad Gregoriana de Roma-Itália. e-mail: marciagm@yahoo.com

De vital importância no estudo dos gêneros televisivos é o que em outras áreas disciplinares se chama *pattern recognition*, ou seja, o reconhecimento de padrões para identificar os invariantes que definem e caracterizam um programa dentro de uma classe das normalmente aceitas dentro da taxonomia dos gêneros televisivos, e em particular, neste caso, dos gêneros televisivos populares. Um dos aspectos primordiais deste estudo foi o de verificar como o programa italiano *Incantesimo* pertence ou não a uma determinada classe de produtos dos chamados gêneros populares e, neste caso específico, o das *soap operas* ou das telenovelas latino-americanas.

No que diz respeito aos procedimentos e pactos comunicativos que se estabelecem entre o público e os programas, o interesse por identificar o que se faz com os produtos dos meios vem muitas vezes associado com a atenção em relação a *como* (a partir de quais artifícios) se utilizam os programas, e a *por que* (por quais motivos ou com quais intenções) se opta por determinados produtos e não por outros. O interesse por compreender melhor o que motiva os telespectadores a optarem preferencialmente por certos produtos, por sua vez, possibilita não só a aquisição de um conhecimento mais amplo sobre os gostos do público e o emergir de novas tendências dentro do que existe hoje em dia como oferta dos meios, mas auxilia também a entender como elaborar produtos que explorem mais e melhor os diferentes recursos comunicativos existentes.

O interesse por entender o que levava o público italiano a assistir o seriado televisivo *Incantesimo*, fazendo com que este se tornasse um dos programas mais bem-acolhidos e de maior longevidade dentro do palimpsesto televisivo italiano dos últimos anos, foi o que propiciou o desenvolvimento de um trabalho de pesquisa que visava explorar, principalmente, as razões do sucesso deste programa. Com o intuito de chegar ao programa desde caminhos diversos, foram combinadas a análise sócio-narrativa do produto com a análise de recepção, realizada a partir de entrevistas em profundidades com 20 pessoas que assistiam assiduamente a *Incantesimo*.

tesimo. Como este programa não corresponde completamente a nenhum dos gêneros televisivos presentes atualmente na televisão, além da atenção na matéria da representação, na estrutura do imaginário e na forma do relato, se procurou entender melhor as suas peculiaridades também a partir da identificação das diferenças e semelhanças com outros dois tipos de programas com os quais compartilha parte da sua forma de ser: as telenovelas latino-americanas e as *soap operas* estadunidenses. Entre os aspectos contemplados nas entrevistas com os telespectadores, se enfatizou as modalidades de consumo deste produto, a percepção dos vários aspectos semânticos e morfológicos que, segundo os telespectadores, caracterizavam o programa.

Como resultados obtidos, se deve acentuar, por um lado, o interesse suscitado pelos núcleos temáticos, a atração exercida pelos personagens femininos, e o vigor e a força dos conflitos entre os bons e os maus das histórias contadas pelo programa. Como aspecto que estimulava a atenção constante e explicava a fidelidade do público ao longo do tempo, foram encontrados distintos tipos de colaboração que se referiam à força interpelativa deste texto, a saber: 1) a identificação, o envolvimento emocional e o apoio a certos personagens, que se relacionavam principalmente com as problemáticas tratadas e com a caracterização dos personagens; 2) os elementos de mistério e de suspense, e o interesse por determinar o fim da história e por estabelecer a que gênero televisivo pertencia este programa, que se vinculavam principalmente ao modo de contar e de construir a narrativa. Deve-se acentuar, também, entre os aspectos ressaltados pelos resultados desta pesquisa, a importância e a significativa contribuição do ponto de vista dos receptores para ampliar e complementar o conhecimento obtido a partir da análise do gênero.

a) O ponto de vista da audiência

A opção de fazer um estudo de recepção, como se mencionou, foi motivada, em primeira instância, pela intenção de compreender o interesse

¹ISER, W. *L'Atto della Lettera*.
Bologna: Il Mulino, 1987.

suscitado por este programa televisivo. Tal como acontece com os produtos populares, um primeiro procedimento de análise foi o de discernir os vários elementos que caracterizavam este programa e que poderiam explicar o interesse do público, e de avaliar os elementos de repetição e de inovação presentes para verificar, em um segundo momento, como se cumpria o pacto comunicativo entre o programa e os telespectadores. Como uma obra não pode ser identificada exatamente nem com o que é o texto, nem estritamente com as possíveis concretizações a que dá lugar, mas se posiciona aproximadamente entre cada uma destas duas partes,¹ cabe olhar seja para um lado que para outro e analisar o que acontece no encontro entre as partes para entender a lógica de um produto, as suas potencialidades sociais e culturais, as suas razões de uso e os tipos de interação e apropriação aos quais pode dar lugar.

Na análise do programa, a opção de avaliar as características observadas em relação à perspectiva dos gêneros não funcionava. Como confirmou também na análise sistemática deste programa, *Incantesimo* é uma espécie de híbrido e não se "encaixa" completamente em nenhum dos gêneros ou das formas típicas de estruturação discursiva disponíveis na televisão atualmente. Além disso, o programa também não dava uma idéia, até o momento em que foi realizada a pesquisa, de qual era a sua proposta de serialidade, e de qual seriam os futuros desdobramentos ou o marco geral da história que estava sendo contada (tempos e aspectos centrais). Em consequência de não se remeter clara e sistematicamente às convenções estabelecidas pelas lógicas dos gêneros, e pelo fato de não indicar aos telespectadores qual seriam os procedimentos padrões e a estrutura seguida, *Incantesimo* oferecia uma oportunidade ímpar de explorar, em uma televisão cuja programação é cada vez mais standardizada, como reage e quais são as táticas utilizadas pelos receptores para interagir com um programa que não diz clara e abertamente desde o princípio onde quer chegar.

Quanto à recepção, como foi mencionado,

foram feitas entrevistas em profundidade com 20 pessoas que assistiam habitualmente a este programa, 10 das quais habitavam em Roma e arredores, e 10 em Florença e imediações. Os entrevistados tinham idades que variavam de 19 a 70 anos. Do total, 18 eram mulheres e entre elas três eram estrangeiras: uma colombiana, uma francesa e uma belga. Como nível de educação formal, a formação dos entrevistados variava desde o ensino fundamental a estudos de pós-graduação, mas a maior parte tinha ou completado o ensino secundário, ou feito algum tipo de curso universitário. As entrevistas se dirigiam, principalmente, a explorar: os hábitos de consumo televisivo e de consumo cultural ligados aos meios de comunicação; o contato inicial e os motivos que os levaram estas pessoas a seguir habitualmente o programa, a relação estabelecida com os distintos aspectos narrativos do texto, as práticas e o contexto de fruição. As entrevistas foram realizadas nos meses de maio e junho de 2000, quando o programa tinha sido transmitido de outubro de 1999 a fevereiro de 2000, e de março a abril de 2000. Os critérios utilizados para a seleção dos participantes foram: a idade, o lugar de residência e conhecer e se definir como uma pessoa que acompanhava o programa com assiduidade.

b) A proposta de *Incantesimo*

O programa foi transmitido inicialmente em 1998, e voltou a ser apresentado desde o princípio a partir do segundo semestre de 1999 no segundo canal da Televisão Estatal Italiana (RAI 2). Com intervalos entre um capítulo e outro que variam de semanas a meses até a presente data, este programa volta sempre a ser proposto com algumas modificações. Até o momento, por exemplo, já mudou várias vezes o dia de semana em que vai ao ar, a frequência (de uma a duas vezes por semana) e o canal (no segundo semestre de 2000 passa ao primeiro canal, RAI 1) onde o programa é apresentado, e foram feitas diversas mudanças no núcleo dos personagens principais. Com exceção do intervalo entre o primeiro e o segundo semestre de 2000, as inter-

² CASSETTI, F., LUMBELLI, L. e WOLF, M. Indagine su alcune regole di genere televisivo. *Ricerche sulla Comunicazione*, 2 (1980), p. 147-190; 3 (1981), p.11-123.

rupções e as diversas alterações efetuadas são realizadas sem que o público seja informado, através do mesmo canal e em horários distintos ao que é transmitido o programa, de qual será o novo dia da semana em que o programa vai ao ar, de porque não foi transmitido em uma certa semana ou no intervalo de alguns meses, e quando, se este for o caso, o programa voltará a ser rerepresentado. Esta carência de informação não é exclusiva deste programa; aqui, porém, a escassez de informações se soma à identidade incerta do programa (a sua ligação a um gênero, a um standard), e a uma continuidade no tempo do seriado marcada por uma sucessão de descontinuidades em alguns de seus aspectos narrativos.

Nos produtos populares, a descoberta do código que sustenta o texto se dá geralmente através da relação entre produto e gênero, e é a partir dessa relação que se apreende de imediato os procedimentos e o modelo de mundo² que organiza a lógica e as idéias centrais do texto. Os textos narrativos podem utilizar todo tipo de recursos disponíveis, mas a elaboração de um texto inserido em um determinado gênero será sempre marcada pelo uso de certos recursos e procedimentos, e serão estes mesmos a garantir não somente a presença de certos elementos específicos, mas também a centralidade destes elementos dentro dos textos narrados. Os programas televisivos inseridos na lógica da produção por gêneros compartilham uma série de elementos comuns; isto é, compartilham um estoque de sentido, um modelo de mundo e, portanto, de objetos e de eventos, de ações e de atores, que caracterizam seja os temas recorrentes nestes textos seja a forma que eles assumem.

O modelo de mundo proposto por cada gênero se conforma através dos elementos que, pela sua mesma centralidade, conferem e atribuem certa especificidade às histórias contadas. Entre os aspectos que configuram e delimitam a identidade de uma classe de produtos se pode salientar, por exemplo: o universo da ação, o padrão de desenvolvimento narrativo, os personagens centrais, o que eles re-

presentam e as funções que desempenham, os atributos característicos e as temáticas recorrentes. Quando não se consegue identificar o código que sustenta o texto, ou o gênero ao qual é inscrito o produto em questão, e além disto o texto não coloca à disposição o particular modelo que pretende seguir, não é possível, por exemplo, diante de uma suspensão temporária do programa, saber se a história terminou. Não se sabe porque não se conhece qual será o padrão de desenvolvimento seguido pelo enredo, e nem qual é o modelo de mundo reafirmado que indica, entre outras coisas, que idéias devem prevalecer na conclusão da história. Isto não impede, obviamente, que se proceda por aproximação, através da comparação deste com outros produtos televisivos. Não impede, também, que se busque encontrar os elementos de regularidade que, de algum modo, possam indicar o repertório de sentido trabalhado pelo texto, ou as idéias centrais que ele procura reafirmar com a sua particular organização dos elementos que o constituem. Como meio para orientar a própria recepção, como se pode observar a seguir, os telespectadores buscam pistas para regular, de maneiras alternativas, as próprias expectativas em relação ao programa.

Ci sono rimasta male quando ho saputo che non avrebbe fatto più parte della fiction, perché poi la protagonista è lei. Quindi, dice "adesso come finirà con Thomas? Come andrà a finire con Roberto?" O le problematiche che si verificano con la sorella Vera, oppure con la madre, oppure con la sua stessa malattia. Perché adesso lei, che sia partita per andarsi a fare vedere questo brutto malessere che ha, non lo ho visto di buon occhio: puoi prima farla morire se la deve farla scomparire della fiction. (Fabiola, 20)

Adesso come adesso, spero che continui. Ma dovranno prima o poi farla finire. Trovare una soluzione, perché così come è finita adesso, te lo ho detto, non mi sembra molto buono, perché comunque non si sa quello che poi succede dopo. Quindi, una volta che continuano, che hanno lasciato in sospeso delle puntate precedenti, una volta che hanno risolto tutti i problemi e non se ne creano altri, allora può finire. Però, appunto, non è ancora finito. (Andrea, 26)

Credo che fosse la prima parte, quando è finito in un modo che sembrava assurda la fine, insomma. Non si capiva come era andata a finire questa cosa. [...] Io credevo che era proprio finito, sicché son rimasta un po' male. 'Come? Finisce in questa maniera assurda, che non si sa?'. Non puoi farla finire da sola, una cosa del genere, non puoi tirarla fuori te la fine. Invece poi sembra c'era un seguito e c'è stato. Però non l'avevano detto e quindi io ero rimasta malissimo (Enrica, 54)

O programa começa com os preparativos e a celebração do casamento de Barbara e Roberto, em concomitância com a corrida ao hospital seguida do parto e da morte de Monika Berger, de quem por muito tempo não se soube o nome e que deu à luz ao filho ilegítimo de Roberto. A família de Barbara Nardi é rica e influente. O pai, que morre de infarto na primeira série, era médico, diretor e acionista da clínica onde Barbara trabalhava como médica, e era casado em segundas núpcias com Tilly, uma suave e generosa senhora com quem tem o filho Massimo, que estuda medicina para seguir a tradição de família. Roberto Ansaldi, que se suicida no final da primeira série, era advogado, a sua família também era bem-de-vida, mas era muito menos rica e conhecida do que a de Barbara. A sua mãe, Cristina, é uma mulher dominante e excessivamente presente na vida do filho; o pai, Giuseppe, é viciado em jogo, entra em processo de falência muitas vezes porque também não é muito hábil em manejar os negócios de família, e é hostilizado pela esposa por ser uma pessoa fraca e pouco brilhante. A mãe de Barbara, Giovanna Medici, que até então vivia na Alemanha, retorna a Roma seguida por Vera, uma filha ilegítima de quem ninguém sabia da existência e que exercerá, junto com Cristina, o antagonismo ao personagem de Barbara. Thomas Berger, filho do segundo marido de Giovanna, vem também da Alemanha em busca da irmã desaparecida, e estabelece desde o princípio uma relação tensa, cheia de contrastes e de desentendimentos com Barbara. Junto com Tilly e Massimo, Giovanna e o Dr. Renzi, o ginecologista da *Clínica Life* e pai de Gabriella, serão os personagens que desde a primeira série participam de forma mais ou menos estável do enredo.

O primeiro casal protagonista, Thomas e Barbara, que entra e sai de cena na primeira série, será substituído por Caterina e Marco Oberon na segunda série, por Paola e Michele na terceira série, e por Martina Morante e Andrea Bini na série atual. Paola, Martina e Oberon, também como Barbara, são todos eles médicos; Andrea e Michele são advogados, Thomas é milionário e Caterina é uma enfermeira

que estuda medicina. Em comum na história desses casais, além da passionalidade das relações, da atração e do "encanto" recíproco, está a insegurança, a mútua desconfiança, o suceder-se de equívocos que obstaculizam a harmonia do casal, a dificuldade de revelar-se e de expor-se que será sempre agravada pela quantidade de enigmas no passado de cada um deles. Os cenários onde se desenvolvem estas relações são relativamente fixos: a *Clinica Life*, freqüentada por todos eles por razões pessoais ou de trabalho; a mansão de Tilly Nardi, que vive com o filho Maximo; a mansão de Giovanna Medici, as ruas, os bares e restaurantes de Roma; e as mansões e os luxuosos apartamentos de alguns dos outros personagens.

Va be', mi rendo conto che avevano bisogno dell'arena, del luogo dove si svolge... No, come i Forester [da soap opera Beautiful] hanno l'azienda loro hanno la clinica. [...] poi mi sembra che molto accadesse lì, non la vedo una nota stonata. O almeno io la collego anche l'episodio, ora nell'ultima serie della bambina che si doveva operare, che era figlia di quel politico. Insomma doveva accadere lì. Si è scelto di guardare al mondo medico. (Anna, 29)

Invece Incantesimo già si rivolge ad un'élite, ad una fascia sociale alta, di borghesia. Vedi la stessa famiglia, lo stesso ambiente, le stesse case, la clinica, loro lavorano in una clinica dove hanno possibilità di guadagnare miliardi, poi sono i proprietari, gestiscono con i direttori. Le loro case sono ville, non parliamo del "Medico in Famiglia" [seriado italiano] che tutto si svolge in una stanza, in un soggiorno, su quel divano, e nella cucina. In Incantesimo nella famiglia ce ne abbiamo tre o quattro inservienti, la Barbara tu non la ha mai vista ai fornelli. (Teresa 32)

Mi piaceva, bello. Bello vedere queste case, che fosse un personaggio ricco, pure Thomas un miliardario. Bello, essere miliardari, ricchi, è una casa bella. Al meno la vede in un film (Melania, 19)

À parte o ambiente quase sempre de grande luxo, se compartilha também o interesse pela medicina e a centralidade do assunto saúde, não só por razões de trabalho, na vida dos personagens. Na primeira série, por exemplo, além de todos os casos dos pacientes que entram e saem da Clínica e com os quais contracenam os personagens centrais, a melhor amiga de Barbara, Mirian, morre de câncer deixando o filho recém-nascido para Barbara criar. Depois da morte do filho, Roberto Ansaldi sofre vários *ictus* (convulsão) e, mais adiante, quando se repõe, termina por suicidar-se com o carro. Vera descobre ter alguma mal-formação no útero e que nunca poder-

rá ter filhos, Barbara começa a sentir-se mal e descobre que tem câncer, e o seu pai morre por um infarto fulminante causado pela culpa por manter uma relação extra-conjugal com Cristina Ansaldi. Também relacionado ao mal-estar vivido pelos personagens, além do vício de Giuseppe que desencadeia uma série de dificuldades na sua vida familiar e de trabalho, Massimo e a namorada Gabriella eram viciados em droga, ela dá à luz a uma criança depois de um parto prematuro e complicadíssimo, e morre na segunda série por *overdose*.

la parte dell'ambientazione medica è proprio appiccaticcia, poi tutte quelle disgrazie che capitano una dopo l'altra, ti fanno pensare dio mio... La figlia con il morbo di..., la madre con un tumore al seno, figli drogati, quell'altro va a finire fuori con la macchina...E poi cos'altro... Tutta una serie di disgrazie che sono veramente incredibili. Anche i caratteri dei personaggi sono estremamente forzati, sia quando si vuole presentare un personaggio positivo, sia che si voglia presentare uno negativo. Il grigio non esiste. Esiste solo il bianco e nero (Brunella, 70)

Poi tutte queste morte, nella seconda serie proprio morivano tutti, nessuno che si salvava. Io addirittura avevo pensato che poi Roberto lo facevano morire, perché poi il bambino, cioè tutti quanti, lo hanno fatto troppa sul tragico. (Melania, 19)

Non è detto che se una persona è ricca... Se non trovi un rimedio per guarire il tumore, può essere il miliardario più potente del mondo» (Fabiola, 20)

una famiglia ricca non sempre idealizzata come spesso accade in molti film che non hanno mai problemi di pagare la bolletta, non stano mai male, non se gli buca mai la ruota della gomma e queste cose. Sì, una famiglia sicuramente benestante, pero con dei problemi molto simile a quelli che persone non ricche hanno. Figlio che si droga (Anne, 34)

Além de acomunar de certo modo os ricos e poderosos de *Incantesimo* com os pacientes que entram e saem da Clínica, e também com as "pessoas comuns" que assistem a este programa, os problemas de saúde, combinados com outros elementos, contribuem para acentuar a atmosfera de fragilidade e de incerteza que condiciona permanentemente as escolhas e as ações dos personagens centrais da história. Manifestando o caráter melodramático do modelo de mundo apresentado por este programa, além da polarização dos conflitos, da tensão e do contraste grandiloqüente dos sentimentos, estão os graves e sempre inesperados problemas de saúde vividos pelos personagens. Junto com os seqüestros (do filho de Roberto, Valeria Dupret), atropel-

lamentos (Caterina), acidentes vários (Olivares, Denise), estupros e uma série de outros trágicos episódios que se reapresentam em continuidade na vida dos personagens, os complicadíssimos problemas de saúde acentuam a centralidade da fatalidade e da felicidade negada como eixo organizador do mundo de *Incantesimo*. A insistência sobre a fatalidade e a felicidade negada evoca o sentimento de fragilidade, de insegurança e de impotência ligado à visão de que existem uma série de forças externas que podem, em qualquer momento, pôr em risco o equilíbrio, a ordem/segurança e o aconchego familiar, introduzindo o caos na vida privada dos indivíduos.

Incantesimo parla della vita complicata delle persone. Perché poi tutto sommato poi hanno vite anche tutte molto complicate. Anche questo, nonostante fossero belli, ricchi e famosi, però avevano delle tragedie, per cui tu da piccola formica che li vedi... (Anna, 29)

*Magari forse è una mia ulteriore riflessione che faccio, è la mia percezione, però certamente ce ne sono delle cose oggettive che la serie porta avanti, e che sono queste relazioni, queste relazioni familiari, conflittuali, questo mondo di posizione sociali e professionali abbastanza alte, però che non c'è serenità. In tanti dei loro rapporti non emerge serenità, non emerge... Dov'è una persona che è felice in *Incantesimo*? (Teresa, 32)*

loro avevano soldi, loro potevano essere felice, e loro cercano sempre un modo di sbagliare, di avere infelicità. Questo è strano. Perché lei era bella, lei ha qualcosa, non è bellissima però ha qualcosa. È molto gentile con i pazienti, lei mi ha attirato sempre... aveva un bell'uomo, avevano i soldi, potevano avere bambini. Niente va, niente, niente, niente. Lei si divorzia, poi lei è incinta e perde la bambina. (Elizabetha, 37)

E ho visto nel ceto medio superiore, perché qui abbiamo dei padroni di una clinica, qui abbiamo dei miliardari anche, vediamo un intreccio di tradimenti. Ma non tradimenti di odio, tradimenti fatti per sentimenti. (Giuditta, 65)

Ainda que de modo menos central, outros elementos de matriz melodramática, como o drama da identidade perdida ou desconhecida, e da luta por fazer-se reconhecer, também estão presentes e caracterizam o mundo possível proposto pelo programa. O drama do reconhecimento está presente, por exemplo, no percurso de Caterina, que descobre ser adotada e depois filha natural do rico e famoso Dr. Olivares. Está presente na história de Vera, que não sabe quem é o seu pai, e como raiz do conflito entre Gabriella e Massimo, que descobre não ser o pai do filho da sua namorada. A identidade perdida está presente também na história de Paola, pois a-

³ BROOKS, P. *L'Immaginazione Melodrammatica*. Parma: Pratiche, 1985.

⁴ GUBERN, R. Teoria del melodramma. In: *Immagine e Messaggio nella Cultura di Massa*. Nápoles/Liguori, 1976.

meaçada por um mafioso italo-americano, muda de identidade, se transfere a Roma sob proteção judicial, e deve soterrar o seu passado para começar a construir uma vida em meio de pessoas desconhecidas. Também como expressão do melodrama neste programa estão os conflitos derivados do sentimento de culpa,³ da luta entre o dever e a paixão, entre a lealdade e o amor.⁴ São conflitos que, em geral, emergem do contraste entre as "obrigações" e as expectativas relacionadas aos distintos papéis sociais representados pelos personagens. É o sentimento de culpa por trair a esposa, por exemplo, que termina por causar o infarto e a morte de Ivano Nardi na primeira série de *Incantesimo*, e é a dificuldade de liberar-se dos deveres em relação ao marido doente que impede a Barbara de deixá-lo para construir uma vida ao lado de Thomas. A presença destes elementos temáticos de matriz melodramática confere a este programa uma atmosfera bastante similar à que se verifica nas telenovelas, ou nas *soap operas* estadunidenses. Pode-se notar, no entanto, como algo que o diferencia de certo modo das telenovelas, o fato de que ainda que o drama do reconhecimento esteja presente tanto em um caso como no outro, nas telenovelas este é sempre um aspecto central e principal. No caso de *Incantesimo*, ao invés, mesmo estando presente, não constitui o aspecto central do enredo. Tal como nas *soap operas* estadunidenses, o drama do reconhecimento é um dos elementos que, junto com outros elementos, salienta a influência do modo de expressar e de entender as relações humanas que tipificam o melodrama.

Quanto à construção, a articulação da história se dá em três níveis narrativos que correm simultaneamente, e que organizam a continuidade e o vínculo entre as partes na duração do tempo da história. O primeiro nível é o que caracteriza e dá tonalidade à trama, e é formado por um conjunto de personagens e ambientes estáveis que fornecem o contexto para o desencadeamento dos outros dois níveis sucessivos. O segundo nível é aquele em direção ao qual a história em geral converge, cujo eixo

é o desenvolvimento da história do casal de protagonistas. O terceiro nível é formado por pequenas histórias que servem de pretexto para desenvolver a ação, e como instrumento para dar visibilidade aos atributos e às qualidades dos personagens centrais ou estáveis dentro da trama. Articulados, esses níveis organizam a dinâmica entre os diversos tempos da história: um tempo muito dilatado e com etapas de luta pela conquista de objetivos muito lentamente realizadas; um tempo de média duração, onde se parte de uma desordem/insatisfação inicial e se chega a cumprir, e a fechar, os objetivos de ordem e estabilidade pré-fixados; e um terceiro ciclo de breve duração, onde são introduzidos e resolvidos em poucos capítulos uma série de pequenos conflitos, através de personagens que entram e depois saem definitivamente de cena.

Entre os diferentes ciclos narrativos, este seriado combina certos aspectos do desenvolvimento narrativo das *soap operas* com outros típicos das telenovelas. No ciclo de longa duração prevalecem os aspectos cotidianos de gestão da vida pessoal que tipifica as *soap operas*,⁵ e o perene estruturar-se e desestruturar-se, ou o fazer-se e desfazer-se, nas relações pessoais que caracterizam estas obras. No ciclo de longa ou indefinida duração, além disso, se verifica a mesma falta, ou a resistência a concluir, que caracteriza o modo de fazer das *soap operas* em geral.⁶ Como as telenovelas, se conta a história do encontro ("encantamento") de duas pessoas, e dos obstáculos que devem superar para construir um futuro juntos que seja estável, ordenado e definitivo.

⁵ BURNDSON, C. Crossroads: notes on soap opera. *Screen* 22 (4), 1981, p. 32-37.

⁶ ALLEN, R. The guiding light: soap opera as economic product and cultural document. In: *Television. The critical view*. H. Newcomb (ed.). Nova Iorque: New York University, 1987. p. 141-163.

Per me potevano rimanere insieme [Barbara e Roberto], sì. Però dopo di quello che è successo non si può più. Io capisco che lei sia andata via. È una soap, in una soap si deve mescolare sempre, le cose non possono essere ordinate. (Elizabetha, 37)

di nuovo c'è che sono italiani facendo quasi telenovela, [...] Già come contenuto, nuovo nuovo, non, niente, è un po' come alcune telenovole sudamericane che sono un po' un remake, un rifare, un rifatto di tante cose. Hanno messo alcune cose insieme, ma nessuna proprio proprio innovativa, no. L'insieme è buono, potrebbe essere gradevole, ma nuovo, nuovo, creativo, niente. (Victoria, 32)

⁷ FEUER, J. Melodrama, serial form and television today. *Screen* 25 (1), 1984, p. 4-16.

Uma das características da forma narrativa do gênero *soap opera* é a coexistência das múltiplas linhas de *plot* paralelas que se revezam permanentemente, e que se desenvolvem em maneira relativamente independente dentro da mesma narrativa.⁷ Neste caso, à diferença disto e à semelhança das telenovelas, a história converge sempre em direção ao desenvolvimento da ação do casal de protagonistas. Esta convergência, no entanto, não implica que o seriado se encerre, como acontece nas telenovelas, com o fechamento/conclusão da história dessas duas pessoas. Pelo contrário, tal como acontece nas *soap operas*, independentemente do destino dos diferentes casais, a história continua sempre, porque a *Clinica Life* continua a receber novos pacientes, e porque a vida dos outros personagens ainda não é como eles queriam que fosse.

Embora se verifique a convergência em relação ao casal protagonista de turno, ao contrário do que ocorre nas telenovelas, o futuro dos personagens não é previsível e ligado ao papel que cada um ocupa na história. Neste caso, com exceção do casal de protagonistas que replica o final entre o herói e a heroína das telenovelas, os outros têm um futuro relativamente aberto e variável. O "final" de cada um deles não está vinculado ao "restabelecimento da ordem", que nas telenovelas condiciona a conclusão de todo o elenco de personagens. Como os demais elementos característicos desta história, a predominante presença das restrições ditadas pelos problemas de saúde faz com que, por exemplo, o fechamento das pequenas linhas de história introduzidas, e a mesma saída de cena dos personagens de relevo, esteja muitas vezes ligada à morte (Ivano, Roberto, Gabriella), à transferência de cidade por causa de doença em família, ou a buscar algum tipo de tratamento específico para uma doença gravíssima. Deste modo, por exemplo, Barbara e Thomas se mudam para Alemanha, porque ali acreditam que ela poderá receber um tratamento adequado à sua doença; Caterina e Marco decidem morar no Rio de Janeiro para poder acompanhar de perto Olivares, que está em coma em um hospital daquela cidade;

Paola e Michelé, por sua vez, se transferem aos Estados Unidos, porque por recomendação da recém-chegada Dra. Martina, um determinado hospital daquele país oferece boas esperanças de cura para os problemas cardíacos do filho do casal.

Io dicevo 'secondo me Roberto morirà'. Che moriva, me lo immaginavo. ...Ma non lo so, come storia. Io mi vedo molte fiction, quindi ormai più o meno i luoghi comuni sono sempre quelli. Quindi ormai lo dicevo "secondo me lo faranno morire, non so in che modo, ma per farlo uscire di scena". In fatti poi dopo è morto. (Melania, 19)

poi si sapeva che si scopriva, perché è una fiction. Voglio dire, non è la realtà, quindi già si sa, tutto è già programmato. Gli vede anche da te l'organizzazione italiana, come non è che sia tutto rose e fiori. La polizia per capire qualcosa ci mette abbastanza. Invece là si tratta di una fiction. Non sono cose che succedono nella realtà. Cioè, possono anche accadere nella realtà, solo che dopo... (Fabiola, 20)

c) O lugar dos personagens na história

Todas as pessoas entrevistadas assistiam regularmente, desfrutavam os momentos dedicados a esta visão, e se mostravam emocionalmente implicadas⁹ pelo que assistiam neste programa. Em relação aos personagens, o envolvimento afetivo se manifestava seja através da simpatia e do interesse pelo sucesso de alguns, seja por meio da reação aos comportamentos e às ações de outros. Quanto aos personagens e os papéis por eles representados, três foram os aspectos que se fizeram presentes no discurso dos telespectadores: a centralidade das figuras femininas na condução do enredo, a atração e o fascínio exercido pelas figuras masculinas, e a importância da oposição entre os "bons" e os "maus" na percepção da história.

A força e a centralidade dos personagens femininos se manifesta, em primeiro lugar, pelo espaço ocupado pelas "mulheres de *Incantesimo*" no desenvolvimento da trama. Na primeira série, por exemplo, é extremamente claro o protagonismo de Barbara que, com a ajuda da madrasta e da mãe, supera a permanente oposição da irmã ilegítima e da sogra interesseira e manipuladora. Das duas adversárias, Vera se interpõe entre ela e Thomas, e Cristina tenta impedir, com todos os meios possíveis, que a heroína se desvincule da responsabilidade adquirida com Roberto e viva inteiramente em função do que deseja e do que considera melhor para ela.

São estes personagens que exercem os papéis propositivos e dispositivos determinantes para o desenvolvimento da trama. As figuras femininas são sempre, também, responsáveis e culpadas por tudo o que acontece na história; é a seu cargo que recaem, inclusive, as decisões e condutas dos personagens masculinos. São elas que ameaçam, seduzem, influenciam, impõem as próprias motivações, e que devem manter ou restabelecer a correta ordem da situação.

anche perché Roberto non era cattivo, era la madre che era perfida, era la madre. Anche se lui era molto succube. [...] anche quando andava con la sedia a rotelle, non credo che lui abbia voluto fare, era la madre che lo spingeva a fare una cosa del genere. (Fabiola, 20)

la figlia di Paola [Giovanna] quella che non si sa perché abbia tutta questa cattiveria da scaricare... il personaggio [Vera] c'è però non è che ... fa parte perché poi è lei che muove tutto, però non è un personaggio che a parer mio... è centrale perché tutto si muove attorno a lei a questo punto, perché è lei che muove tanti fili (Milena, 50)

Questa ragazza [Gabriella] che si droga è una realtà quotidiana di sicuro, questo ragazzo [Massimo] che li va dietro... lei l'ha plagiato e quindi ci sta che sia anche così: che lui non riesce a staccarsi da questa ragazza. Anche se mi sembra un po' esagerato: ci fa anche un figlio! Che secondo me non è neanche suo. (Enrica, 54)

Ainda que sejam as figuras femininas que conduzem a ação e desempenham os papéis de relevo, os personagens masculinos são parte constitutiva e importante da história, pois é através deles que as mulheres de *Incantesimo* disputam espaços e afirmam as próprias posições. As figuras masculinas são uma espécie de recompensa, de prêmio que se conquista através da disputa dos valores, dos modos de conduzir a própria vida, dos projetos e das idéias que cada personagem representa. Ao mesmo tempo em que são a recompensa pelas dificuldades e o sofrimento presente nas provas superadas, são eles que se explicitam o veredito final, pois indicam, através da atenção dedicada e do amor, quem representa os valores e os sentimentos considerados adequados. Em outras palavras, o prêmio (amor) é conferido a partir do reconhecimento, isto é, do triunfo da virtude. Sendo recompensa e prêmio, as principais figuras masculinas combinam uma série de atributos que expressam o que dentro do mundo de *Incantesimo* pode haver de mais de-

sejáveis: são atraentes, inteligentes, brilhantes, carismáticos, respeitados por todos, bem-sucedidos profissionalmente, e assim por diante.

Thomas, la fine del mondo, mi piaceva tantissimo. Aveva un charme, mi piaceva proprio come recitava, la parte proprio bene, da cattivo, da buono. Poi quell'innamoramento con lei è stato favoloso. Lui che la voleva a tutti i costi, lei niente da fare, poi il marito quando è rimasto invalido. Cioè, si è dedicata al marito quando lui era innamorato pazzo. (Teresa, 62)

A me è piaciuto sempre questo Roberto, era bello. (Elizabetha, 37)

Identificarmi, l'unico con cui mi posso identificare è il giovane chirurgo. Anche perché d'aspetto non è niente male tra l'altro (ride). Per cui vorrei essere stato così discreto da giovane... (Gianfranco, 55)

Il medico, lui, Marco mi piaceva, un bell'uomo. (Anna, 29)

Marco, lui è così bello, gentile, 'dai Marco'. Sì, certo, quel personaggio è bello, attraente. (Victoria, 32)

mi piace anche, come si chiama, Olivares, perché riesce, come dicevo prima, a capire più degli altri personaggi dove sta il bene e dove sta il male. Cioè lui è quello che con la sua intelligenza riesce a capire tutto. (Rita, 48)

era molto più attraente il padre di Barbara, anche come figura, ma anche come uomo con questi capelli neri, queste sopracciglia accentuate, mhm... (Raffaella, 29)

Entre os personagens mais citados pelos entrevistados, Barbara e Tilly eram sem dúvida os mais amados, enquanto que a aversão e a raiva se manifestavam em relação à sogra perversa representada por Cristina e Vera que, fazendo a parte da irmã bastarda, reclama por não se sentir amada e nunca haver tido uma vida familiar. As reações a Vera e Cristina demonstram o sucesso desses personagens em cumprir tudo o que se refere à impostura, à traição, ao engano, ao dano e à maledicência. Tanto Vera como as demais oponentes de *Incantesimo* assumem com sucesso e desenvoltura a esfera de ação da malvada, seja através das incansáveis tentativas de prejudicar a heroína de turno, seja porque conseguem despertar nos telespectadores emoções extremas e viscerais.

Mi parba tanto quella che è una bella donna, ma è una iena: Vera. Mi piace come fisico perché poi è una iena addirittura. Ha scambussolato tutto. (Graziella, 67)

Chiama tanto l'attenzione un personaggio malvagio con una ragazza [Vera] così bella. Non lo so, era quasi come vedere una serpe (ride) che parlava. Come parlava, come si muove, come guarda. (Victoria, 32)

Vera è un'altra Cristina. Quella non gli interessava niente di rovinare pur di

avere quello che lei si profiggeva. Ha rovinato, praticamente è stata lei a rovinare completamente il marito di Barbara, è stata lei a rovinare Thomas che poi si è resa conto ed è andato con Barbara. È stata lei che ha rovinato la mamma, che ha diviso la mamma con l'altro che si volevano tanto bene. Quindi lei si è messa con Giuseppe, ma non perché era Giuseppe, ma perché Giuseppe aveva l'amministrazione, allora lei, le provviste non venivano quelle che, falsificava le fatture, in somma. (Giudita, 65)

Ah nella prima serie c'era anche un altro personaggio che non mi piaceva, la mamma del marito di lei, finta, bugiarda, adultera, ce l'aveva tutte... (Rita, 56)

la figura della mamma di Roberto, una suocera, ma veramente suocera nel vero senso di come le intendiamo noi in Italia (ride), la figura della suocera terribile. [...] Una donna che viveva nella competizione continua, un personaggio certamente odioso. Perché odioso? Perché odiava Barbara, perché ha manipolato il figlio. (Teresa, 32)

As reações que expressavam raiva, aversão e antipatia em relação às "malvadas" do programa eram contrabalançadas pela afabilidade e serenidade introduzida por Tilly, ou pela força e a segurança de Giovanna. Amigas e cúmplices, as duas se complementam na ajuda e no apoio que dão aos "justos" e as vítimas do infortúnio, da adversidade e da desventura. Com firmeza e decisão, estas mulheres colaboram e auxiliam a todos aqueles que, pelos caprichos do destino ou pelas perseguições dos mal-intencionados, se encontram em uma situação desfavorável e sofrem para superar as dificuldades que se apresentam.

è una donna piacevole, una donna che ti dà serenità anche a guardarla, che ispira un senso di... gli piace vivere, però lo piace anche trasmettere alle altre persone questo senso di... Ecco, io guardo quella donna e mi sento quasi sereno. Anche se effettivamente forse è un po' esagerato dirlo. (Gianfranco, 55)

Tilly è un personaggio dolcissimo, a volte fin troppo buona. Forse rispecchia quella che è la mamma che tutti forse vorrebbero avere, come personaggio. (Rita, 48)

anche l'amicizia tra Giovanna e Tilly è molto particolare bella, perché bene o male, la mamma vera con la mamma tra virgolette adottiva di Barbara. Mi piace perché sono due figure diverse, perché la solita Tilly, sempre così un po' ingenua, l'altra un po' più aggressiva [...] vedo Tilly un po' più spensierata, l'altra un po' più con i piedi per terra, un po' più forte anche un po' più aggressiva, come carattere come figura... (Raffaella, 29)

É sempre com a proteção e o suporte dessas duas mulheres que as sucessivas heroínas enfrentam as vicissitudes e atribulações que se interpõem à construção de um futuro sereno e feliz ao lado da pessoa que amam. Compartilhando sempre a posição de inocente perseguida, e uma fragilidade apa-

rente que dissimula uma grande força moral e uma tenacidade dada pela certeza de certos princípios, cada uma das heroínas introduz problemáticas relativamente diversas, mas sempre correspondem em ampla medida as expectativas sociais do mundo possível proposto pelo programa: são bonitas, ricas, delicadas, gentis, sensíveis, solidárias e conduzem com perseverança, compromisso e inteligência as suas respectivas carreiras profissionais. A decisão que manifestam na vida profissional não se verifica, no entanto, quando devem resolver os problemas afetivos e da esfera privada. Elas sempre se deixam levar pelas circunstâncias, não reagem às calúnias sofridas, não se vingam das pessoas que as perseguem e as ofendem. O lema de todas elas é resistir e resistir, perseverar até que a própria virtude e inocência sejam reconhecidas por todos. Personificam, através de uma variedade de problemáticas, a dramatização do reconhecimento da virtude e da inocência.

Barbara mi piaceva, mi piaceva l'amore di Barbara e Thomas, era una bella storia, soprattutto nella prima serie era proprio bella. (Melania, 19)

Diciamo che [Barbara] è un medico molto bravo, gentile con i pazienti, molto scrupoloso. Fa sempre cento mila scrupoli per dei pazienti. Ha un carattere anche difficile diciamo, secondo me. Ma, anche perché, tutte le cose che le succedono, non sa mai decidersi quello che fare o non fare. Anche quando è stata male, era indecisa all'ultimo momento di curarsi. (Andrea, 26)

Mi piace innanzi tutto il ruolo di medico. Esclusivamente il ruolo di medico, anzi, diciamo la verità; perché comunque sia trovare persone come lei [Barbara] nella realtà è molto difficile. Cioè, persone che lavorano proprio con il cuore, perché lei lavorava veramente con il cuore. Mentre come donna, [...] perché, te lo ho detto, perché Barbara vuole essere forte, ma fondamentalmente quello che mi dà fastidio è il sacrificarsi per i altri. Quando il marito stava sulla sedia a rotelle lei si sacrificava. (Fabiola, 20)

Di Barbara, ecco, non supportavo questo, si dice in italiano "stare con due piedi in una scarpa". Lei contemporaneamente voleva mantenere il rapporto con Roberto ed il rapporto con Thomas. Ecco, quest'indecisione di fondo, lo questo non lo supportavo, perché comunque credo che nella vita una decisione bisogna pur farla. Certamente il personaggio è emerso con questa gran capacità umana, con questa gran capacità di perdono, si vuol, di comprensione, [...] Lei mi sembrava moltissimo più del genere assistente sociale a tutti i livelli (ride). Assistente sociale anche nel confronto del marito, per cui in somma una decisione nella vita bisogna prenderla. (Teresa, 32)

d) A interação com o programa

Parte significativa do fascínio deste programa deve ser atribuída a sua capacidade de interpelar

os telespectadores: de instigar a participar como testemunhas e a conhecer cada detalhe do desenvolvimento da trama, e de garantir que cada capítulo será repleto de emoções e revelações. A sua força interpelativa é produto seja das problemáticas apresentadas e da caracterização dos personagens, seja do modo de contar e de construir a narrativa. No caso das problemáticas, o tratamento dado à maldade e ao sofrimento, no caso dos personagens, o estímulo a entender as intenções, as motivações e as implicações das opções que se faz para alcançar os próprios objetivos, são alguns dos elementos que atraem a atenção e despertam o interesse de "entrar" na história. No que diz respeito à forma de propor o enredo, grande parte do interesse se deve a como cada detalhe é enigmáticamente apresentado, a como se alterna o que se esconde e dissimula com o que se revela e se clarifica, ou ainda de como se multiplicam os espaços de indeterminação que requerem permanentemente a atenção e a colaboração dos telespectadores para seguir-se adiante com a história.

Através das entrevistas realizadas, se destacaram os seguintes aspectos que incitavam particularmente a participação e a colaboração na fruição do programa: a identificação, o envolvimento e as posições assumidas com relação ao que se assiste; o interesse pelo gênero, pelos elementos de mistério e de suspense, e pelo final da história. Os três primeiros aspectos identificados dizem respeito à relação que se desenvolve com os temas e com os personagens; os outros aspectos, ou seja, o gênero, o suspense, o mistério e o final, se vinculam às características morfológicas e narrativas deste programa.

Na identificação de e com o programa, em primeiro lugar, o que era proposto pelo programa era percebido e avaliado desde os esquemas de referência dos telespectadores. A "identificação de", ou o reconhecimento, é uma operação cognitiva que se verifica quando se estabelece uma relação de identidade entre dois elementos, ou entre duas classes de elementos, dos quais um é percebido como

sendo apresentado pelo programa e o outro se faz presente através de um resgate na memória. A "identificação com", por sua vez, se relaciona com a percepção do "eu" e do "nós" no que se observa do programa, e se dá quando o telespectador acredita que este, de algum modo, alude, se refere ou lhe utiliza como referência.

Através da identificação "de" certos aspectos do programa se discerne seja as identidades/semelhanças, que as alteridades entre o que é observado e o que se teve contato em outro lugar ou em outro tempo. Não se trata, portanto, de mera redundância, nem de uma repetição fortuita do que se conheceu em precedência, visto que o conhecido se reapresenta sempre de maneira diversa, desde novas combinações ou abordado a partir de diferentes perspectivas (pela posição, pela situação, etc). Além de "refrescar a memória", este tipo de contato cognitivo com o texto permite também reavaliar, voltar a sentir, reforçar, completar, discernir propriedades, conhecer por comparação, distinguir novos elementos e possibilidades. Em relação a *Incantesimo*, a "identificação de" foi observada em relação aos personagens, aos lugares e aos temas apresentados pelo enredo. Quanto aos aspectos ligados aos personagens, o reconhecimento se evidenciava nas associações feitas em relação à figura física, à maneira de ser e de propor-se, e à imagem projetada por eles através, por exemplo, de algum dos papéis sociais representados.

Pero lei la aveva collegato [Vera] ad una persona che le aveva fatto del male, quindi paragonava quel personaggio ad una persona che le aveva fatto del male. E dice "io lo ho sentito lo stesso, ma perché pensavo e vedevo in quella, quella persona che mi è fatto anche soffrire". (Rita, 48)

questa figura, lei la Poggi, che poi la Poggi è bravissima nell'incarnare, anche se ad alto livello, diciamo, la mamma italiana. È lei che gestisce, è lei che intuisce, ed è così. Ed io probabilmente, forse perché ne ho viste talmente tanti casi, che ce la vedevo, e secondo me era molto brava nel suo ruolo e nel trasmettere questa cosa. (Anne, 34)

Forse Olivares mi ricorda alcune mie conoscenze in campo medico. Questo suo senso di protettività verso i giovani medici che lavorano, si in questo sì. (Brunella, 70)

La coppia, il rapporto madre o padre e figli. E la professione. Probabilmente perché sono i temi di cui si discute di più e si vede di più anche al giorno d'oggi: l'importanza del lavoro, l'importanza di essere bravi nel lavoro e poi

anche il rapporto generazionale, ma anche quello di coppia. (Rita, 56)

L'ambiente dell'ospedale, ma lì ci troviamo in una clinica chic, di Roma, Italiana, che la gente che ha un sacco di soldi, che devi rifarsi, che deve farsi il lifting, o che deve farsi il naso. (Teresa, 32)

Il fatto che sia comunque girato a Roma, tu puoi vedere dei luoghi che comunque o al telegiornale o perché ci vive comunque conosci. C'è una scena del traffico in mezzo a Roma. È una cosa che molti di noi viviamo quotidianamente. (Anne, 34)

A "identificação com", por sua vez, se apresentou quando os receptores percebiam uma semelhança de caráter, de comportamento ou de valores com algum personagem da história. Manifestou-se, ainda, quando se colocavam no lugar dos personagens, no sentido de sentir e de aliar-se com o sofrimento e com as alegrias representadas através das situações propostas pela trama. Refere-se, então, à percepção dos pontos de encontro e projeta-se em uma imagem que se admira ou na qual se reconhece parte do que se acredita ser.

Il personaggio che mi piace di più è decisamente il giovane medico. Ma perché te l'ho spiegato: idealizzo quello che avrei voluto essere io in questo personaggio. [...] Questa moglie infedele che lo ha tradito perché lui la trascurava per lavoro. Io sono più solidale con lui che con lei, anche perché lei è abbastanza antipatica eccetera... Comunque il personaggio che più mi piace è lui. (Gianfranco, 55)

Ora devo confessare una cosa, e forse è per quello che mi piace un po' di più, che forse è Tilly quella che un po' mi somiglia. Più che nelle cose positive in quelle negative che sono quelle di cercare sempre una mediazione. (Brunella, 70)

forse quella in cui mi rivedo di più è un po' la Caterina Masi. Perché lei è molto... non dà... come dire... è molto chiusa in se stessa, non so come dire... Che qualsiasi cosa succede lei va avanti tranquilla però non per questo si rilieva. Tipo, anche negli ultimi episodi quando il dottore non si ricordava dell'infuocata notte d'amore, lei zitta. Che tendenzialmente è una cosa che tenderei a fare un po' anch'io, nel fatto di fare se vuoi un po' la vittima. (Ilaria, 33)

No primeiro trecho, por exemplo, além de identificar-se com a imagem de médico eficiente e com uma carreira bem-sucedida, o entrevistado se alia a Marco e torce por ele e contra os que supostamente são os responsáveis pelo mal-estar que ele externaliza. A escolha dos personagens prediletos a partir de certos aspectos "comuns" ou de situações de vida consideradas análogas, se apresenta neste caso ligada principalmente às afinidades etária ou de gênero sexual (comunidades de referência)⁹ observadas. Era justamente a partir destes pontos

⁹ OROZCO, G. Cultura y televisión: de las comunidades de referencia a la producción de sentido en el proceso de la recepción televisiva. In: *El Consumo Cultural en México*. N. García Canciani (ed.), México: Conaculta, 1993. p. 262-294.

de contato ou deste sentir-se "tal qual" o que se via no programa que, muitas vezes, os telespectadores começavam a falar de si mesmo, e refletiam sobre certos aspectos da própria maneira de ser através do que viam nos personagens. Nestes casos se verificava a tendência de individualizar as características que pensavam compartilhar com os personagens, analisando o que de positivo ou de negativo podem vir a acarretar ou a trazer como consequência. O passo sucessivo à simpatia, à admiração e à identificação suscitada pelo personagem, é o de sentir-se interpelado a colocar-se no seu lugar e fantasiar sobre o que se poderia fazer em alguma determinada circunstância. Trata-se, portanto, de um tipo de interação com o programa que permite adquirir experiência através de uma espécie de ensaio, no qual por meio de uma situação hipotética, se vive através da história, e se prova construir alternativas às decisões e às ações dos personagens.

Viene da pensare 'ma, io nella sua situazione avrei fatto tutto in un altro modo, oppure a volte avrei fatto così anch'io, oppure la situazione un po' imbarazzante quando all'inizio il babbo di Barbara è nell'hotel con l'amante e si sente male, dici 'mamma mia ora come fa questa qui, che fa...' 'ora voglio vedere che succede, magari le scoprono' ecc.. Tu ti immedesimi perché dici 'ohi oh e ora cosa farà, mamma mia, trovarsi in una situazione del genere', quindi vuol dire che tu vedi, ti senti, tu vedi che quella persona è in difficoltà (Raffaella, 29)

perché Barbara vuole essere forte, ma fundamentalmente quello che mi dà fastidio è il sacrificarsi per i altri. Quando il marito stava sulla sedia a rotelle lei si sacrificava. Non è nella mia ideologia, ecco. Perché se un rapporto è finito, è finito, punto e basta. Io della mia parte, mi dispiace che lui sta così [...] Discutevo anche con mia nonna, perché le dicevo "nonna, guarda questa che cosa sta facendo [...] lei mi diceva che Barbara faceva bene, ed io dicevo non, ... io non avrei fatto". (Fabiana, 20)

O seguinte tipo de colaboração com o programa individualizado, o envolvimento emocional, se verificou associado ao identificar-se e ao colocar-se na posição oferecida pelos personagens, ao sentir-se refletido e encontrar-se nas idéias, nas circunstâncias e nas escolhas de vida por eles representadas. O envolvimento emocional com o que era proposto se expressou, em primeiro lugar e principalmente, como reação ao que faziam as "malvadas" da história. Em relação a elas, os entrevistados reagiam quando notavam que tentavam prejudicar ou

sabotar a realização dos planos alheios, e reagiam ao postergar-se da punição esperada aos seus truques e artimanhas. Reagiam também ao sucesso com que as "malvadas" escondiam e mascaravam a própria índole e intenções, e reagiam ao fato de sentir contrariar os próprios princípios e expectativas através das suas repetidas vitórias sobre as heroínas e os seus "aliados". Em outras palavras, enquanto que as declarações de identificação se manifestavam vinculadas aos pontos de contato e de sintonia, as reações ou respostas emotivas se desencadeavam a partir da percepção da divergência em relação ao que pensavam, valorizavam ou desejavam ver plasmado no desenvolvimento da trama. Eles desfrutavam da punição dos "malvados", se incomodavam quando eles obtinham o que queriam, e sofriam com as dificuldades e as tristezas vividas pelos "bons" da história.

M'interessava sapere fin dove sarebbe arrivata. Mi veniva, se fosse possibile, di prenderla del televisore e dire "ti rende conto che tu hai sfasciato la tua famiglia per soldi". È questo che mi faceva rabbia. Forse perché io ho un fortissimo desiderio di crearmi una famiglia. Comunque vedere una persona che la massacrà non per motivi validi, al meno non per la mia scala di valori personale, mi faceva incavalare in qualche modo, dico "ma è possibile?" (Anne, 34)

Sinceramente, l'unica che mi dà fastidio è Vera, per il suo comportamento. ...Non cambio canale, pero mi viene proprio una rabbia, penso con me: "è possibile che esista un personaggio de genere?" (Andrea, 26)

Junto e vinculado à identificação e ao envolvimento manifestado em relação às situações temáticas e ao comportamento dos personagens, se expressava também uma outra forma de participação na recepção de *Incantesimo*: a torcida pela sorte dos "bons" e pelo fracasso e pela punição dos "malvados". Os telespectadores entrevistados se posicionavam a favor dos seus personagens preferidos, se aliavam com eles e se opunham às ações que ameaçavam ou sabotavam os seus "projetos". Desejava ver confirmadas as próprias expectativas, queriam que os "bons" vencessem e fossem reconhecidos, que o programa corroborasse as suas esperanças. A identificação, neste caso, fazia com que os receptores acompanhassem e sentissem como suas as aspirações, as fantasias, os sonhos de porvir e

as ilusões representadas pelos seus personagens favoritos.

mi piace è quella di Giovanna e Diego, mi piaceva moltissimo questa storia, perché rispecchia un attimino anche un pochino... il fatto che anch'io non sono più giovanissima e vedo queste due persone mature, vedo questa storia che vivono che hanno vissuto che è veramente bella che han trovato insieme un punto di riferimento, il lega il lavoro, il lega l'amore, proprio! Ed è una cosa bella. Per cui mi piace molto questa storia e ora son molto dispiaciuta per quello che è successo, ecco questo sì. (Enrica, 54)

La curiosità di vedere se alla fine Barbara ce l'avrebbe fatto o non a vivere la sua vita con Thomas Berger. ...Ero curiosa di vedere queste sue vicissitudini, un po' perché ecco alcune ovviamente il fato dovuto che le proporzioni erano le mie, dico "voglio vedere se alla fine ci riesce a essere felice", per cui quando c'è riuscita, dico "allora c'è gli ho speranze anch'io". Sai quelle trasposizioni che fai della tua vita, se vuoi, nella vita di una fiction fondamentalmente. (Anne, 34)

Além do encorajamento à participação que nasce do sensibilizar-se pelos personagens e pelas problemáticas apresentadas, outros aspectos, como o gênero, o suspense, o mistério e o final da história também atraíam a atenção e despertavam o interesse dos telespectadores. À diferença daqueles abordados precedentemente, estes se referiam principalmente ao modo de contar, de apresentar os acontecimentos e os fatos mais significativos para o desenvolvimento da trama. De diferentes maneiras, todos estes aspectos despertavam a curiosidade e uma postura propositiva nas pessoas entrevistadas, que se sentiam chamadas a cooperar, a definir, a completar, a juntar e encaixar os pedaços, a articular o que acreditavam faltar para atribuir significado aos eventos e aos comportamentos observados.

Um primeiro aspecto a ser mencionado neste sentido é o estímulo a identificar a que gênero televisivo pertencia *Incantesimo*, e, assim, adquirir elementos para "intuir" e prever o que se podia esperar do programa. Como mencionado, este programa não "corresponde" completamente a nenhum dos tipos de programas presentes na televisão atual. Este não "encaixar-se" era advertido pelos telespectadores entrevistados, que por isto se mostravam instigados a fazer associações e a formular suposições sobre os aspectos que davam indícios de uma sua possível aproximação a algum dos gêneros presentes no mercado televisivo. Motivados a "re-

solver" as ambigüidades observadas, procuravam situar o programa por meio de relações com o que notavam como características em outros gêneros televisivos. Deste modo, utilizavam as competências desenvolvidas para compreender o que viam, para elaborar um parecer a respeito, para ilustrar as próprias impressões e para explicar a experiência que tinham com *Incantesimo*.

La seconda e la terza serie sono diventate quasi un "triller", perché tutti gli intrighi, gli scontri tra i personaggi. ...Io ho fatto un'esagerazione per dire: c'è un dramma ormai, proprio intrighi massimi, peggio di Beautiful è diventato. (Melania, 19)

Il loro volevano quasi fare, allo stile italiano, qualcosa come "Melrose Place" all'italiana. Personaggi belli, che hanno soldi e che tra loro cercano di essere cattivi con tanta sofisticazione, eleganza. E credo che quello hanno cercato di fare, e a me piaceva "Melrose Place". (Victoria, 32)

Ma una telenovela lo è Incantesimo al mio viso, per il genere in se, per il soggetto, e perché si mantiene, va avanti, tipo la costruzione delle telenovela americane. Allora, Beautiful mi sembra più o meno, c'è qualche, anche se magari Incantesimo ha più contenuto senz'altro che Beautiful. [...] Incantesimo ci ha molto più contenuto, va bene, ma ha preso più lo stile di telenovela all'americana. L'argomento, il soggetto, la trama, i sentimenti, un po' così, sempre così. Amore, tradimento, un po' soldi, un po' successo, così. Invece la problematica centrale di "Medico in Famiglia" [seriado italiano] non sono questi, non è mantenere il successo, non è mantenere... Lì emerge il valore famiglia, se vuoi, centrale, la famiglia è protagonista. (Teresa, 32)

Nos comentários, como se pode observar, usavam expressões como "é quase", "é qualcosa come", "ha preso più lo stile", para indicar a semelhança, ou a co-divisão, de certos aspectos com outros tipos de programas. Para explicar ou para conseguir exemplificar as impressões construídas, individuavam os aspectos que consideravam ser significativos, ou a partir dos quais se podia distinguir ou situar este programa. Junto às inferências elaboradas a partir das considerações sobre o que se contava, como conteúdo ou matéria da representação, também se prestava atenção e se procurava individualizar os elementos de regularidade e as características narrativas consideradas mais relevantes para ilustrar a qualidade da interação desenvolvida com o programa. Procedê-se, então, interpretando os recursos narrativos observados e o tipo de interação que percebiam estabelecer com certas características desta obra.

Certo, perché il cancro è tragico, e Incantesimo è tragico (Victoria, 32)

Prima di tutto lo chiamerei un polpettone, con storie che spesso si ripetono, anche la seconda serie mi pare che ripeta la prima. (Brunella, 70)

L'attenzione è abbastanza forte, è molto legata ai personaggi che ti stanno più simpatici, diciamo. [...] Cioè un'attenzione molto legata alle scene, in linea di massima c'è sempre (Anna, 29)

e la musica che lo accompagna, che lo accompagna, mi dava non so che di angoscia e come un senso di tachicardia mi veniva. E una volta ho detto a mia sorella "mi ostino a guardare Incantesimo, anche se ho notato che la musica e quel personaggio mi danno un senso di angoscia e inquietudine". (Rita, 48)

In queste soap mi sembra quasi di essere presa in giro, mi fanno pensare e invece succede l'opposto... E invece in Incantesimo comunque vada, lo vedo molto più vicino a uno sceneggiato, non è una soap... Non in maniera eclatante, forse è più prevedibile o meglio forse è più vicino alla realtà. Ha questa parvenza più realistica. (Anna, 29)

Uma outra resposta, neste caso bastante saliente também pelo modo com que os telespectadores entrevistados se mostraram interpelados pelo programa, era a percepção dos contínuos elementos deixados em suspenso no transcorrer do tempo da história. Este recurso, o suspense, se construía a partir dos sinais de advertência de que estava para acontecer algo que podia ser importante para o desenvolvimento da trama. Esses sinais abriam espaço a uma série de perguntas a respeito, inclusive, do que podiam vir a significar para o conjunto da história os elementos assinalados. Insistindo em acentuar a expectativa dos telespectadores, ao invés de esclarecer rápida e objetivamente as questões introduzidas, o programa dilata o tempo de resposta, alimentando o anseio por conhecer as opções que serão confirmadas pelos desdobramentos da trama. As interrogações introduzidas através desses artificios se referiam, em primeiro lugar, às relações causais entre as ações e os acontecimentos: na ausência de uma solução, ou ao adiar-se o tempo de resposta, o telespectador era solicitado a assumir uma postura proposicional para formar uma idéia sobre as consequências das ações e ocorrências. Em adição à previsão dos efeitos e consequências, o programa também solicita, pelo contínuo aprazar dos esclarecimentos, a elaborar relações temporais. Neste sentido, agregado às inferências sobre "se e o que acontecerá?" (relações

causais), as suposições e hipóteses se referem também a "como e quando acontecerá?" (relações temporais).

Sì, poi devo dire questi caratteri poi si intrecciano, si intrigano ecco è una curiosità, ecco forse è questo qui che poi alla fine mi tiene anche un po' legata a vedere questi programmi, l'intreccio dei personaggi, dei caratteri individuali che mi tiene un po' curiosa di vedere come va a finire o come scorre... seguire i personaggi crescere, camminare, andare avanti insomma ecco... (Milena, 50)

l'indovinello (ride) sì, però... ma siccome giudico quella lì una stronzata, dico ora fa questo fa quest'altro, però non c'è... nessun giudizio positivo nei confronti di questa qui e nemmeno soddisfazione perché ci ho indovinato. E' strettamente legato alla valutazione che dai di questa persona. (Rita, 56)

Perché lasciavano sospeso alcune cose che tu volevi proprio vedere dove andava a finire. "Beh, ma quella ragazza sta rovinando quel ragazzo, Beh, ma il papà è morto di infarto", per esempio, Ivano, è morto di infarto. "Quella povera mamma che ama quel ragazzo, o Dio, lui è andato a rubare in casa", ecco, questi erano i discorsi. "Tutte cose che si sentono per radio, che si sentono nel telegiornale, che si sentono così, no!" (Giuditta, 65)

comunque c'erano sempre degli altri elementi che mantenevano in equilibrio una certa suspense dell'audience, allora l'interesse c'era per la puntata che sarebbe venuta, per la puntata successiva, perché c'era sempre questo elemento, questo interrogativo, questo testo aperto che la gente si immaginava. (Teresa, 32)

Em adição à curiosidade produzida pelo artifício de "suspendere", que no caso introduz um percurso de busca que vai da causa ao efeito, o programa utiliza com insistência um outro tipo de recurso que propõem justamente o caminho inverso, a saber: descobrir a causa que pode haver produzido os efeitos que se manifestam no presente da história. Este outro recurso, o mistério, é igualmente muito advertido e cumpre um papel significativo na motivação de acompanhar os novos capítulos, apresentados algumas vezes depois de vários meses de intervalo. A atenção, neste caso, recai sobre o passado da história, sobre o que já aconteceu. Trata-se da curiosidade por saber o que desencadeou a ação presente, por adivinhar o que pode haver levado às reações percebidas, e por descobrir a explicação dos acontecimentos do passado. A falta de explicações claras e exaurientes sobre o passado dos personagens instiga a reconstruir o mosaico de indícios e fragmentos lançados pelo texto, para alcançar a preencher e dar uma resposta aos elementos deixados soltos dentro da história.

Mi piacerebbe, innanzi tutto, che il padre di lei, dell'infermiera [Caterina], andasse in galera. Perché, comunque, penso al meno, ma dopo può essere pure che non è vero, anche questo non si capisce bene, se è colpevole, se è stato lui ad ammassare la madre, per quale motivo la figlia lo odia così tanto. Perché io penso che oltre al fatto di avere ammassato la madre, ci deve essere qualcos'altro. Adesso non so, però... Non lo so perché lo odia così tanto. Da quello che ho capito, lo odiava pure prima che ammassasse la madre. Non so se la violentava, o che ne so... (Andrea, 26)

questa vicenda di questa infermiera ... che è apparsa sulla scena nelle ultime puntate questa signora bionda, che poi si vede che una sera sfoglia un album di fotografie che si vede una bambina che sembra Caterina da piccola, per cui è nata una sorta di curiosità di saper chi è per cui fai delle allusioni, molto probabilmente lei è la madre vera oppure ha dei legami stretti con la famiglia di appartenenza, poi è finito e non si sa chi è... Però vengo coinvolta nel cercare di indovinare il ruolo di questa donna che sicuramente ha a che fare con questa ragazza, perché la cerca, però poi si nasconde... (Rita, 56)

Utilizando os indícios e as pistas disponíveis, se articulam respostas para dar um sentido aos espaços vazios observados, e para esclarecer os pontos obscuros no passado da história. Junto com o suspense, este é outro dos aspectos que neste programa mais promovia a participação e instigava a assiduidade da recepção: arriscar proposições e conjecturas, e depois verificar se elas eram ou não eram corroboradas pelo texto. Junto com as corriqueiras tramóias e com os desentendimentos causados pelo engano e pela dissimulação, um elemento de mistério sempre presente em *Incantesimo* é o que se refere aos crimes contra a pessoa e aos delitos violentos, naquele momento introduzidos seja pelos muitos enigmas do passado de Masi, seja pela chantagem e pelas contínuas ameaças que era vítima Marco Oberon. O distúrbio fomentado por estas problemáticas é permanentemente intensificado pela escassez de indícios fornecidos para reconstruir e entender a causa do profundo mal-estar e do desespero demonstrado pelas vítimas.

Lo vedo un po' misterioso questo ragazzo [Oberon], non so il perché è ricattato, che gli levano tutti questi soldi... (Teresa, 62)

A volte si son qui sola eh ci ho ripensato. Ripensavo a quello che era successo. Poi c'è anche quel mistero di quel Marco che ci ha quei ricatti che non si sa da che parte vengono. E' una mafia quella lì, vuoi sapere cos'è... (Graziella, 67)

ah un'altra curiosità è che mi piacerebbe sapere chi ricatta il dottore. Perché sembra di capire che è il cugino dell'ex-moglie, perché in effetti lei, non mi ricordo se lo dice espressamente, ma insomma dai rapporti che c'ha col cugino fa capire che è lui, però c'è quest'altra figura nel mezzo che non è il

cugino che telefona sempre e che ricatta questo dottore, per cui non si capisce poi perché... perché soldi gliene hanno spillati tanti, e sembra che non voglia mai finire di spillarli, per cui ci deve essere qualcosa di molto grosso sotto e allora non vedo l'ora che ricominci per vedere come va a finire (Rita, 56)

O entusiasmo produzido pelo mistério (e a intensidade suplementar adicionada pela insuficiência de pistas) é, neste caso, ulteriormente reforçado pela tendência a não repetir, a não insistir sobre o que já foi de algum modo revelado. Como se trata de um produto de serialidade longa, o acompanhamento do programa demanda disponibilidade de tempo e muita memória para recordar o que já passou. Além disso, a pequena tela deve sempre competir com o telefone que toca e com os outros aspectos próprios do ambiente doméstico que dificultam a exclusividade da atenção e da compenetração do telespectador. O precário uso da redundância se evidencia na impressão de haver "perdido" alguma coisa, e de não conseguir "recuperar" as informações dispersas e o elo entre as partes.

La figlia [Barbara] non c'è più perché non si sa dove è andata, non lo so. Non so perché sia arrivato questo nuovo dottore [Marco] dal Brasile, perché qualcosa mi devo essere perso. (Gianfranco, 55)

Anche se lì c'è stato un attimo quando guardo queste cose che l'ho perso per un minuto, perché non so se mi hanno chiamato al telefono, se qualcuno mi ha chiesto qualcosa in quell'attimo, perché ho visto che lui guardava questa bambina intensamente, e lì per lì non capivo, poi ho capito dopo... Poi per un attimo non ho visto, ho visto che lui esce con questa bambina così (in braccio) e quindi ho immaginato... addirittura non mi ricordo se l'ha buttata addirittura lui nell'acqua, non mi ricordo... Quindi io lì per lì l'ho perso un attimo e ho detto 'ma guarda quello lì cosa è arrivato a fare!' Son queste cose che ci creano anche a noi delle ... madonna santa, come si può fare queste cose qui. (Enrica, 54)

Por último e construído em estreita colaboração com os recursos de mistério e de suspense utilizados, emerge também o interesse por descobrir, por adivinhar e por prever o final da história e a solução das problemáticas introduzidas. O interesse por adivinhar estimula, também, a vontade de testemunhar em primeira pessoa o fechamento definitivo da trama, pois então, entre outras coisas, é possível verificar se as respostas elaboradas eram "corretas", ou se a história propõe um "justo" final para os vários personagens. Até o momento em que foram realizadas as entrevistas o programa não havia indicado

se ou quando este seriado terminaria, nem tinha dado elementos suficientes para inferir qual poderia ser o tipo de encerramento proposto. Mesmo assim, era grande a expectativa por acertar, por ver confirmadas as hipóteses formuladas a respeito do destino (o fim da história) e da sorte dos personagens principais. Indicavam, como expectativa, que prevalecesse a justiça, isto é, que a maldade fosse punida e que aos telespectadores fosse conferido o prazer de assistir às artimanhas do enredo para propor o ajuste de contas, o reconhecimento e a recompensa, o veredito sobre quem tem razão e está correto.

Poi anche la storia di Vera, se pur in un'altra dimensione, perché anche se Vera è antipatica però anche quella voglio vedere fin dove arriva, perché secondo me sia Gabriella che questa devono fare una brutta fine. Io lo penso, forse perché lo voglio, è una cosa che... naturalmente si partecipa talmente tanto che il bene e il male in qualche modo deve anche finire.. Ci deve essere una morale in tutte le cose no, se uno riesco a fargli fare tutto quello che vuoi, che ti insegna... Per me non insegna proprio niente. E invece secondo me è giusto: che va bene hai fatto tutto però poi lo devi pagare, porca miseria! Magari non so come. Ecco in questo senso spero che bene o male queste due siano accomunate da un destino tragico che non so come... ma ecco queste son cose che mi piace sapere come va a finire. (Enrica, 54)

Questa [Vera] continua a fare del male, a destra e a sinistra, manca, ma male anche grave in somma, senza che nessuno scopra. Non la perseguirò, mi piace sempre che prevale il giusto. Nel senso che le persone buone, o che sono nella verità, dovrebbero anche con il loro comportamento, non averla vinta, però predominare rispetto le persone cattive. (Rita, 48)

O interesse pelo eventual encerramento traz consigo a expectativa por uma conclusão que dê coerência à história inteira, que convalide as esperanças e ilusões construídas a partir das permanentes antecipações e previsões formuladas. O fechamento definitivo, neste sentido, significa o final do mistério, ou seja, o triunfo da verdade e da razão sobre o engano e o instinto, a vitória sobre a anarquia, a restauração da ordem. Naquele momento, a ordem implicava clarificar os enigmas no passado de Caterina e Oberon e que os dois "terminassem juntos", que Gabriella superasse o seu vício e se reconciliasse com Massimo, que Vera fosse punida e se arrependesse de tudo o que fez, e que os outros personagens chegassem a um acordo e conseguissem viver felizes e contentes. O que naquele

momento aparecia como o final "ideal" foi, no entanto, quase completamente contrariado pelos futuros desdobramentos do seriado. A partir da recepção dos sucessivos fechamentos parciais já se sabe, por exemplo, que o final "ideal" é vivido somente pelo casal protagonista da vez, que a história dos outros personagens continuava "em ritmo de vida quotidiana" e que, de tempos em tempos, se pode esperar novidades e grandes surpresas com a entrada em cena de um outro encantamento.

Outra bibliografia

- BORELLI, S. H. *Ação, Suspense, Emoção. Literatura e cultura de massa no Brasil*. São Paulo: EDUC, Estação Liberdade, 1996.
- BUONANNO, M., GOMES, M. Il programma dell'anno: Un posto al sole. Duplice lettura della prima soap opera italiana. In: *Provando e Riprovando. La fiction italiana - L'Italia nella fiction*. M. Buonanno (ed.). Roma: RAI-ERI, 1999, 79-114.
- CALABRESE, O. *La Era Neobarroca*. Madri: Cátedra, 1987.
- GAMBELLIERI, F., GOMES, M. I placenti di Incantesimo. Il punto di vista dell'audience. In: *Passaggio a Nordovest. La fiction italiana e l'Italia nella fiction*. M. Buonanno (ed.). Roma: RAI-ERI, 2001. p. 109-142.
- LODGE, D. *L'Arte della Narrativa*. Milão: Bompiani, 1995.
- SCHRODER, K.C. The pleasure of Dynasty: the weekly reconstruction of self-confidence. In: *Television and its Audience. International Research Perspectives*. P. Drummond, R. Paterson (Ed.) Londres: British Film Institute, 1988. p. 61-82.
- SLUYTER-BELTRÃO, M. Interpreting Brazilian telenovelas. Biography and fiction in a rural-urban audience. In: *Ficção Seriada na TV. As telenovelas latinoamericanas com uma bibliografia anotada da telenovela brasileira*. A. Fadul (Ed.). São Paulo: Núcleo de Pesquisa de Telenovela, ECA-USP, 1993. p. 63-76.
- TODOROV, T. *Poética della Prosa*. Milão: Bompiani, 1995.

ANIMUS

revista interamericana de comunicação midiática

Aceitam-se textos sobre Comunicação escritos em Português, Inglês ou Espanhol.

Os interessados em enviar o texto para apreciação do Conselho Editorial devem fazê-lo através de uma cópia impressa e por *e-mail* ou disquete de 3 1/2, gravado em padrão PC, de acordo com as seguintes normas:

- O texto deve ser entregue como documento do Word, salvo em *Rich Text Format* (*.rtf), fonte Times New Roman, corpo 12, espaço entre linhas de 1,5, linhas de aproximadamente 70 toques.

- O texto constará do título definitivo e autoria, com um mínimo de 20.000 caracteres e um máximo de 40.000 caracteres.

- Deverá ser um texto corrido, sem espaçamento entre títulos, parágrafos e subtítulos.

- Em qualquer das línguas que se escreva o texto, o mesmo deverá conter um resumo (Português), um *resumen* (Espanhol) e um *abstract* (Inglês) de 4 linhas, acompanhados de suas respectivas palavras-chave, *palabras clave* e *key words*;

- As notas deverão vir antes da bibliografia, devidamente numeradas.

- O título deverá estar em caixa mista.

- A bibliografia deverá estar de acordo com as normas da ABNT vigentes.

- Deverá conter uma breve apresentação do autor, com referências sobre seu vínculo profissional ou acadêmico e formação, endereço e *e-mail*;

Deve ser enviada uma autorização para publicação, constando o título do trabalho, nome do autor e a cedência de direitos para "Animus";

- A comissão editorial compromete-se a dar notícia de sua aceitação ou não num máximo de 90 dias a partir de seu recebimento.

ANIMUS revista interamericana de comunicação midiática

Núcleo de Editoração Multimídia

UFSM - Cidade Universitária - Prédio 21 - Sala 5240
Camobi, Santa Maria - RS - Brasil
CEP. 97105-900

poscom@ccsh.ufsm.br

Fone/fax: (55) 55 220 8491



Uma publicação:



SEDES SA
'''

Cursos de Comunicação Social da UFSM