



**Cadernos IHU Idéias**

**Mundos Televisivos e Sentidos  
Identitários na TV**

Dr<sup>a</sup> Suzana Kilpp

**ano 1 - nº 7 - 2003 - 1679-0316**

 UNISINOS

INSTITUTO  
HUMANITAS  
UNISINOS



**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS**

*Reitor*

Aloysio Bohnen, SJ

*Vice-reitor*

Marcelo Fernandes de Aquino, SJ

**Centro de Ciências Humanas**

*Diretor*

José Ivo Follmann, SJ

**Instituto Humanitas Unisinos**

*Coordenador*

Inácio Neutzling, SJ

**Cadernos IHU Idéias**

Ano 1 – Nº 07 – 2003

ISSN 1679-0316

*Editor*

Inácio Neutzling, SJ

*Conselho Editorial*

Dárnis Corbellini, Laurício Neumann,  
Rosa Maria Serra Bavaresco e Vera Regina Schmitz

*Responsável técnico*

Telmo Adams

*Editores Eletrônica*

Rafal Tarcísio Forneck

*Impressão*

Impressos Portão

Universidade do Vale do Rio dos Sinos  
*Instituto Humanitas Unisinos*  
Av. Unisinos, 950, 93022-000 São Leopoldo RS Brasil  
Tel.: 51.5908223 – Fax: 51.5908467  
humanitas@poa.unisinos.br  
www.ihu.unisinos.br

# MUNDOS TELEVISIVOS E SENTIDOS IDENTITÁRIOS NA TV

Suzana Kilpp<sup>1</sup>

## Introdução

O tema das identidades na sociedade globalizada tem sido uma questão fulcral e controvertida nas últimas décadas, tanto nos estudos de televisão quanto nas Ciências Sociais como um todo, aparecendo, em alguns autores, desde uma perspectiva bastante diferente da que se tinha até os anos 1960 e 1970.

Castells (1999), por exemplo, refere-se ao surgimento de “identidades plurais”, (que já não poderiam ser pensadas simplesmente como esquizofrênicas ou como fraturas de uma personalidade unívoca, porquanto se tratariam de) novas formas identitárias (tensas e contraditórias), típicas do que o autor chama de “a era da informação”. O fenômeno poderia ser pensado da seguinte maneira: na medida em que as identidades organizam sentidos, para a maioria dos atores sociais na sociedade em rede, o significado se organizaria em torno de uma identidade, e esta identidade primária estruturaria as demais.

Em relação às sociedades, Castells distingue três tipos de identidade: identidade legitimadora (que dá origem a uma sociedade civil, sendo introduzida pelas instituições dominantes no intuito de expandir e racionalizar sua dominação), identidade de resistência (que leva à formação de comunas ou comunidades, constituindo trincheiras de resistência e sobrevivência com base em princípios diferentes dos que permeiam as instituições) e identidade de proje-

---

1 Professora de “História da Arte” e “Estética e Mídias” (Curso de Comunicação Social), na UNISINOS, onde também é pesquisadora. Suzana Kilpp é Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos, com tese intitulada: *Ethnicidades televisivas. Sentidos identitários na TV: moldurações homológicas e tensionamentos*. Mestre em História pela PUCRS, Suzana é especialista em História da Cultura Brasileira, também pela PUCRS. Professora dos Cursos de Comunicação na Unisinos, Suzana Kilpp é autora de alguns livros, como: *Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul*. São Leopoldo: Unisinos, 2000; *Os cacôs do teatro*. Porto Alegre: Anos 70, 1997; e *Ana Quaresma*. Porto Alegre: Movimento, 1992. *Ethnicidades televisivas. Sentidos identitários na TV: moldurações homológicas e tensionamentos* (2003).

to. Esta última, particularmente interessante, seria aquela em que os atores sociais, utilizando qualquer tipo de material cultural a seu alcance, construiriam uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, buscar a transformação de toda a estrutura social. Ela produziria sujeitos que não são os indivíduos, mas “o ator social coletivo”, pelo qual indivíduos atingem o significado holístico em sua experiência.

Também Stuart Hall (1999) refere-se a uma nova perspectiva identitária na pós-modernidade, quando teriam ocorrido um descentramento do sujeito e uma pluralização das identidades. Hall fala de uma compressão tempo-espaço, que estaria acontecendo com a globalização, em que os “lugares” fixos, nos quais teríamos raízes, estão sendo substituídos pelos “espaços” que cruzamos instantaneamente, destruindo o espaço pelo tempo, e propõe que, quanto mais a vida social é mediada pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornariam desvinculadas de tempos, lugares, histórias e tradições específicas: elas pareceriam flutuar livremente. Assim, em relação às identidades nacionais (as nacionalidades), mais comumente relacionadas ao Estado moderno, o autor refere-se a elas como discurso ou como comunidade imaginada e prefere pensar as identidades (individuais, pessoais ou coletivas) como “diferença na unidade” (nacional).

Na televisão, as “identidades” têm uma opacidade e uma fluidez que não apenas transcendem a noção tradicional, como são ainda outra coisa do que autores como Castells e Stuart nos autorizam a dizer sobre a subjetivação na contemporaneidade. Por isso, inicialmente prefiro pensar as identidades como sentidos identitários e, assim como em relação a todos e quaisquer sentidos, pensar na razoabilidade e na insensatez dos mesmos. Tal emolduramento<sup>2</sup> implica situar a enunciação dos sentidos identitários num “quadro de experiência”, de sentidos ou de significação, sabendo que os sentidos (ou a sua razoabilidade/insensatez) mudam quando muda esse quadro. Os quadros de experiência, em que os sentidos identitários na tevê estão sendo pensados, eu estou chamando de “molduras”, que são as molduras e quase-molduras que instauram, a partir de seus corpos, suas bordas ou manchas, territórios de significação (Kilpp, 2003).

### 1 – Ethicidades, molduras e moldurações

Além de Castells e Stuart, outros autores que tratam dos processos de subjetivação na contemporaneidade permiti-

---

2 Agenciamento dos sentidos, que é pessoal e culturalmente referenciado (Kilpp, 2003).

ram-me fazer ilações sobre os sentidos identitários na TV, principalmente quando pensados em relação à TV no Brasil. Ainda que desde perspectivas às vezes bem diferentes, entre eles estão Rolnik, Canevacci e Deleuze.

Para Rolnik (que trata dessas questões em vários textos, especialmente nos de 1996 e 1997), o que estaria colocado para as subjetividades hoje, em relação à globalização, não seria a defesa de identidades locais contra identidades globais, nem tampouco a defesa da identidade em geral contra uma eventual pulverização das identidades. Seria a própria “referência identitária” que deveria ser combatida para que se desse lugar aos “processos de singularização”, o que implicaria sermos capazes de enfrentar os vazios provocados pela dissolução das figuras em que as subjetividades se reconhecem a cada momento. Implicaria também criar condições para chegar a uma certa serenidade no sempre devir outro, pois a nova ordem tenderia a afastar-se da antiga idéia de “equilíbrio”.

Hoje, em vez de subjetividades, existiriam processos de individualização ou de subjetivação, com uma dupla face – “sedimentação estrutural” e “agitação caótica propulsora de devires” –, a partir do que outros e estranhos eus se perfilariam. O caos seria, hoje, portanto, portador das “linhas de virtualidade”: ele seria o âmbito das gêneses das figuras da subjetividade. Em tal perspectiva, os agenciamentos seriam escolhas éticas, mais da ordem da arte do que do método, que visariam a criar formas de existência a favor do processo vital.

Não é demais destacar que tais proposições, ainda que oriundas, mais comumente, da psicanálise, estão voltadas para o campo social e para a cultura, referindo-se, portanto, não apenas aos processos individuais de subjetivação, mas também aos coletivos. Entretanto, apesar de meu interesse nessa perspectiva (que adoto em grande parte), ela fica (em parte também) prejudicada quando os autores emolduram a tevê: “A droga” (substantiva – como um lenitivo, medicamentoso ou alucinante) “oferecida pela tevê (que os canais a cabo só fazem multiplicar), pela publicidade, pelo cinema comercial e por outras mídias mais... São identidades *prêt-à-porter*, figuras glamourizadas imunes aos estremecimentos das forças...” Isto é, uma certa pluralização adotada em relação ao cinema (comercial, sugerindo a existência de outros cinemas...), por exemplo, não aparece em relação à tevê nem à publicidade (como se só houvesse uma televisão e uma publicidade). Além disso, são emolduramentos que fixam e engessam os sentidos identitários nas tradicionais “identidades”, porque detêm-se naqueles aspectos que tendemos a ver como sendo os “conteúdos” da TV.

Para Canevacci, especialmente em *Antropologia da comunicação visual* (1990), a comunicação visual, um fenômeno típico das metrópoles comunicacionais, vem modificando a nature-

za da reprodução das idéias: nela, a ideologia “falaria” espontaneamente por meio de um acervo de mensagens indiferentes e até contraditórias entre si. As “mercadorias visuais” emanariam dos seus interiores, e as “ideologias-mercadoria” adquiririam ventriloquacidade.

Segundo o autor, identitariamente estaríamos colocados diante de um impasse: a transição para a modernidade é “percebida como obrigatória”, mas, ao mesmo tempo, “julgada como uma perda da própria identidade”. Assim, qualquer consumidor periférico é punido se discriminar “corretamente” as mensagens visuais de tipo aculturativo, mas é punido também se as discriminar “erroneamente” como imediatamente vivíveis no seu próprio mundo. Quebrar a lógica ocidental da identidade implicaria, por isso, pluralizar o eu, produzir “híbridos” e multiplicar as montagens, sendo que a montagem seria metodologia da diferença.

Além de admitir diferentes possibilidades de emolduramento das mensagens, na recepção da comunicação visual, e que as mensagens podem ser “indiferentes e contraditórias entre si”, na emissão, Canevacci ainda propõe “a montagem como metodologia da diferença”. Estas três perspectivas remetem aos procedimentos técnicos, éticos e estéticos, segundo os quais a comunicação visual (e a TV) se torna o que é e que relações e implicações se colocam a partir daí para as identidades dos espectadores e das sociedades – o que permite pôr em movimento e fazer avançar tanto a criação televisiva quanto a crítica (ou a perspectiva crítica das pesquisas) na direção de uma pluralização ética da tevê.

Para Deleuze (1988), igualmente e por outro viés, o pensamento moderno teria nascido da falência da representação, assim como da perda das identidades, e da descoberta de todas as forças que agem sob a representação do idêntico. As identidades todas seriam apenas simuladas. Para ele, a “tarefa da vida” seria fazer com que coexistissem todas as repetições num espaço em que se distribuisse a diferença, levando em conta que repetição não seria a generalidade e que entre a repetição e a semelhança, mesmo extrema, a diferença seria uma diferença de natureza. Nesses termos, haveria uma oposição entre a generalidade como generalidade do particular e a repetição como universalidade do singular.<sup>3</sup>

...

Compreendendo a dificuldade de dar conta dos sentidos identitários na TV desde tais perspectivas, sem relacioná-los a

---

3 Aqui, de muitas formas, Deleuze dialoga com Bergson.

um tipo de ser multifacetado e fluido, uma “tendência”<sup>4</sup>, estive tentando fazê-lo por um tempo pensando essa tendência como um *ethos* idiossincrático, sendo que, como verbete, *ethos* significa o conjunto dos costumes e hábitos fundamentais no âmbito do comportamento e da cultura, característicos de uma determinada coletividade, época ou região.

Na contemporaneidade e na metrópole comunicacional, admite-se que esse *ethos* é também, e principalmente, estético, o que eu considere uma vantagem do conceito em relação a outros para tratar dos sentidos identitários na tevê, já que a tendência contemporânea de agenciamentos identitários a partir de determinadas estéticas remete a processos de subjetivação nos quais as mídias, e a publicidade muito especialmente, jogam papel bem decisivo em muitos casos. E aí me ocorreram dois textos, que discutem arte e sociedade na perspectiva de um *ethos*: o de Howard Becker (sobre os mundos artísticos) e o de Gilberto Velho (sobre as vanguardas brasileiras na década de 1970), publicados em *Arte e sociedade*, coletânea de ensaios organizada por Gilberto Velho (1977).

No ensaio em pauta, e a partir de Becker, Gilberto analisa os mundos artísticos (como o do cinema, o da literatura, o acadêmico, o das artes plásticas etc.) no Brasil de então e constata uma forte tendência das pessoas a constituírem um mundo comum, no interior do qual as fronteiras entre as diferentes artes seriam menos claras. Sobre a identidade de tal mundo artístico brasileiro o autor afirma que, mesmo havendo uma grande variação na sua composição interna, o *ethos* dominante estaria ligado a uma visão de mundo política e existencialmente progressista, o que o autoriza a falar de uma vanguarda artístico-intelectual. Nesse mundo, prevaleceria uma ambigüidade, uma alternância entre a aceitação e a recusa do que o autor chama de *establishment*. Ou seja: o mundo artístico-intelectual e sua vanguarda estariam e não estariam no *establishment*. O autor conclui que a experiência e o *ethos* do mundo artístico-intelectual brasileiro são profundamente marcados pelo que Georg Simmel (1971: *On individuality and social forms*, The University of Chicago Press) chama de a vivência do *stranger*, que está e não está no estabelecido.

No entanto, apesar da flexibilização que essa noção de *ethos* confere a certas “identidades”, no caso da TV o conceito mostrou-se ainda demasiadamente sólido, e tive de esboçar uma alternativa mais produtiva para ela. Pensava então que as máquinas de subjetividade (nos termos de Guattari, e, no caso, a máquina televisão) difundem preceitos éticos e estéticos, cujos

---

4 Nos termos de Bergson. Aliás, foi a leitura de Bergson que me permitiu fazer importantes costuras entre autores tão díspares quanto os que estou citando.

sentidos são enunciados em molduras que sugerem certos imaginários, em relação aos quais são agenciados os sentidos identitários (nos meus termos). Depois, a leitura de *Modernidade líquida* (2001), de Zygmunt Bauman, jogou novas luzes sobre a perspectiva que eu perseguia de encontrar sentidos menos sólidos<sup>5</sup> para o conceito de identidade. Tratava-se, pois, de ressignificar a noção de *ethos*, sem perder de vista os processos de individualização e sem desconsiderar, por outro lado, as individualizações contingentes e impostas pela comunicação massiva ou as “identidades” sugeridas pelo mundo da moda. Penso ter encontrado o que buscava ao construir, em seu lugar, mas a partir do *ethos*, o conceito de “ethicidade”.

Para analisar os sentidos identitários na TV, proponho, então, pensá-los relacionados às ethidades, e não mais a identidades ou a algum *ethos*. Assim, ethidades são subjetividades televisivas: as durações, as *personas*, os objetos, os fatos e os acontecimentos que a televisão dá a ver como tais e que são, na verdade, construções televisivas. Os sentidos identitários (que são éticos e estéticos) dessas ethidades são enunciados e agenciados num mix de molduras (os quadros de experiência), que são em geral sobrepostas visivelmente na telinha da TV.

Os quadros de experiência, assim dispostos uns sobre os outros, mais ou menos desencontrados, mais ou menos assimétricos, instauram mundos tipicamente televisivos, que são mundos tensos, nos quais os sentidos originais estão em permanente dissolução e sua razoabilidade, ao final, é impregnada de ambigüidades. Ao instaurar mundos televisivos, a tevê imagina uma sociedade que, por sua vez, imagina a televisão, e ela o faz principalmente recortando, montando e moldurando fragmentos e restos culturais, ressignificando-os em quadros de experiência tipicamente televisivos, que são essas molduras sobrepostas, nas quais as ethidades adquirem existência propriamente televisiva.

Nos quadros de experiência (as molduras) engendrados pela tevê intervêm ainda aqueles procedimentos de ordem técnica e estética que estou chamando de moldurações, porque são montagens feitas no interior de uma mesma moldura. Também elas interferem nos sentidos identitários das ethidades televisivas, participando decisivamente da inclusão, da exclusão e da hierarquização das diferentes ethidades, que se relacionam umas com as outras nos mundos televisivos.

Observação primeira: sobre as “subjetividades”. Para Bergson (1999), sujeito e subjetivo é o que muda de natureza ao se dividir e é “virtual” na medida em que se “atualiza”, que está em

---

5 Justamente pelo emprego que o autor faz das palavras “sólido” e “líquido” como conceitos e categorias para pensar a modernidade.

vias de atualizar-se, que é inseparável do movimento de sua atualização, porquanto um ser não é o sujeito, mas a expressão de uma tendência, que é, por definição, contrariada por outra tendência, um outro ser.

Observação segunda: sobre as “subjetividades dos objetos”. Canevacci (2001) sustenta que as mercadorias têm uma vida social própria, que elas não são mais objetos, mas plenamente sujeitos. Como os homens, as mercadorias teriam ciclos de vida, problemas de identidade, modelos classificatórios: a trama que as diferencia dos humanos estaria se tornando cada vez mais fina e mutante.

Observação terceira: sobre o “agenciamento dos sentidos” (os emolduramentos). Canevacci sugere, na mesma obra, que a cultura tradicional de massa estaria prestes a ser superada ou sempre mais integrada à comunicação visual, o que implica que o destinatário passaria a ser um sujeito ativo, um intérprete que negocia os significados.

Concluindo, então, em resumo: as ethicidades, enquanto subjetividades, são virtualidades que se atualizam enunciativamente em certas e diferentes molduras e moldurações, e seus sentidos são negociados (emoldurados) em diferentes instâncias entre emissor e receptor (ou consumidor, ou espectador, tanto faz), que ainda compartilham, de modo desigual e diferenciado – mas minimamente –, de certos imaginários que tornam os sentidos comunicáveis. O conceito (ethicidade), assim construído, é produtivo para pensar os sentidos identitários na tevê.

As mais sólidas ethicidades televisivas são as “emissoras televisivas”; os “canais de televisão”; os “gêneros”; os “programas”; as outras unidades televisivas autônomas: os “promos”, as “vinhetas” e os “comerciais”; os tempos de TV que instauram “panoramas televisivos” e que são paisagens audiovisuais resultantes de “moldurações intrínsecas”; a “programação” (as grades e as imagens em fluxo de um mesmo canal ou de diferentes canais no caso do *zapping*); e a própria “televisão”, sendo que a tevê produz molduras e moldurações em que são enunciados os sentidos identitários das mesmas, isto é, a tevê diz o que entende que sejam essas ethicidades.

#### *Emissoras televisivas e canais de televisão*

Os canais são lugares de fala de emissoras, autorizados e providos pelo poder público e legitimados pela população que os sintoniza, autorizada ela a receber seus sinais. Os canais são também territórios virtuais, visivelmente ocupados por certas emissoras que representam parcerias historicamente contingentes, territórios que se atualizam na comunicação das ethicidades dos brasileiros autorizados a falar sobre a brasilidade em determinados canais e nos termos dessa molduração. A ethicidade das emissoras, no entanto, é enunciada pelas próprias

emissoras – pelos modos como produzem e veiculam os promos – como sendo, ao contrário, um caráter autônomo, independente da condição de cessionárias.

O espectro que analisei é o das emissoras de TV aberta veiculadas em Porto Alegre pelos canais 2, 4, 5, 7, 10 e 12, e em relação a cada uma delas destaquei algumas práticas adotadas para dizer ao espectador quem ela é e o que a diferencia eticamente das demais, inclusive aquelas com quem divide o canal. Proponho que esses sentidos identitários têm a ver principalmente com a maneira como cada emissora vê e se insere no negócio televisão. Trata-se principalmente do uso das logomarcas, das chamadas de emissoras e suas vinhetas, das chamadas de programas e suas vinhetas, das estéticas, dos *links* (sobreposição de molduras/marcas) e das estratégias de *marketing*, que são exteriores, mas que participam da enunciação (por exemplo, a revista *Caras* e o *Baú da Felicidade*).

#### *Os gêneros*

A tevê moldura os gêneros de tal forma que, ao final, dá origem a um gênero televisivo; e mais do que relativizar as noções de “real” e “ficcional”, o gênero televisivo participa da dissolução de certos mundos e da instauração de novos.

- ♦ Nesses termos, a moldura gênero, em sua relação com as demais ethicidades, torna-se bastante produtiva se pensada como:
- ♦ gênero televisivo, que pode ser mais ou menos autoral;
- ♦ realidade televisiva, que pode ser mais ou menos documental ou ficcional.

#### *Programas e outras unidades televisivas autônomas*

Os programas e as outras unidades autônomas (os promos, as vinhetas e os anúncios publicitários) são tecnicamente moldurados no fluxo televisivo. Mantêm-se, assim, apartados, mas ingerem uns sobre os outros, e dessa prática decorrem algumas questões éticas (relacionadas aos sentidos identitários) que são também atravessadas pelas molduras e moldurações praticadas pelos programas. Aí é importante perceber as tensões que existem entre a moldura programa e a programação e a intervenção do *ibope* (audiência) tanto na programação quanto no programa.

Os programas também adotam várias práticas que são enunciativas de sua ethicidade, como é o caso da abertura dos programas, dos promos, das vinhetas do programa e a inserção dos comerciais dos “anunciantes” (uma interessante molduração é dada por essa designação) do programa. A especiação de TV, entretanto, quando “recorta programas” (recorta-se tempos, na verdade) do mesmo ou de diferentes canais (*zapping*), produz um outro “programa”. Esse tempo de tevê é, também, uma

importante moldura, que foge ao controle do emissor e deve ser considerada nos emolduramentos do espectador.

Destaco três tipos de programas cujas gramáticas precisam ser melhor compreendidas:

- ♦ os filmes e enlatados em geral, que a tevê torna efetivamente televisivos;
- ♦ os telejornais, porque seu principal conteúdo informativo não está nas notícias;
- ♦ e os programas ou quadros de entrevistas, por sua importante participação na vitrinização das *personas* brasileiras autorizadas a falarem sobre a brasilidade dos brasileiros.

#### *Panoramas televisivos e moldurações intrínsecas*

As moldurações intrínsecas (que vão além da já bastante discutida “edição”) dos panoramas televisivos são indicativas de muitas e diversas práticas de montagem, que têm implicações éticas para as *personas* e para as situações intrinsecamente molduradas. Entretanto, são bastante produtivas as categorias usadas para a análise das montagens, desde que se levem em conta os atravessamentos, operados sobre os panoramas, das demais molduras que aí estão sobrepostas (as que estou indicando).

#### *Programação*

A programação televisiva é uma ethicidade contraditória, que contém o virtual (as grades) e sua atualidade (o fluxo). Ela define, organiza e relaciona tempos, espaços e *personas*, enunciando várias ethicidades televisivas. Por trás dela há uma grade matriz, que fica oculta nas grades e mais ainda no fluxo, mas que é, talvez, a moldura das molduras, e a que as emissoras mais resistem em alterar.

#### *Televisão*

Ao inscrever a televisão, uma ethicidade complexa, na indústria da cultura, ofereço à consideração algumas alternativas em função do “lugar da produção”: que a televisão se atualiza em certos momentos de certas tevês como produtora de mercadorias culturais; que lhe cabe a vitrinização das mercadorias produzidas pela indústria; que ela seja pensada como uma usina de reciclagem de restos culturais; e, principalmente, no âmbito e na perspectiva desta abordagem, como produtora de molduras, moldurações e ethicidades televisivas.

Ao inscrever a televisão no campo da comunicação, ofereço à consideração outras alternativas em função da discursividade televisiva, percebendo nela um caráter fundante e um caráter *sui generis* nos tensionamentos presentes nessa discursividade. O caráter fundante do discurso televisivo tem origem no fato de que as enunciações se fazem numa relação de molduras sobre-

postas, com remissões de umas às outras – incluídas aí as que o espectador sobrepõe –, conferindo aos sentidos uma razoabilidade nova, em um novo quadro de experiência, no interior do qual os sólidos são liquefeitos e os restos ganham sentido.

Nos termos do emolduramento desta abordagem, a televisão é um composto de molduras, moldurações e ethicidades televisivas que dão a ver, com certos sentidos, os imaginários televisíveis. Ela se atualiza de certos modos nas práticas de emissoras de TV, produtores e criadores de programas e outras unidades autônomas, para o que intervêm, mais ou menos decisivamente, não apenas os espectadores, mas todas as pessoas e organizações que ingerem sobre o mundo das mídias. A televisão, na medida em que também se enuncia ethicamente e está assujeitada nas práticas das moldurações que pratica, ela mesma é televisiva como todas as ethicidades de cuja enunciação participa.

...

Esse é apenas o ponto de partida da análise. Para que não se caia na armadilha dos falsos problemas (como dizer “o que a tevê não é” ou “o que ela deveria ser”), é necessário ir adiante, mover-se entre as molduras, perscrutar seus confins e verificar os deslocamentos dos sentidos habituados para chegar aos novos sentidos que estão sendo enunciados, àquilo que tem a natureza de uma gramática televisiva – e que tem muito *menos* a ver com os conteúdos do que com as técnicas e as estéticas praticadas.

As ethicidades sólidas são também importantes molduras de outras ethicidades, repito, sendo que umas estão sempre remetendo a outras, numa sobreposição às vezes vertiginosa de quadros de experiência. Se, de um lado, tal sobreposição de molduras multiplica os sentidos, de outro lado produz sucessivos deslocamentos dos sentidos enunciados, no final desmanchando-os e dando motivos a que se pense que não há sentido na tevê, o que nem de longe tem correspondência na realidade.

Vamos ver como acontece, então, a enunciação dos sentidos identitários na TV, a iniciar pela própria “identidade nacional”, talvez aquela que mais tem sido criticada na TV brasileira.

## **2 – Sentidos nacionais: a brasilidade televisiva e a ethicidade dos brasileiros**

Ainda que se trate da “televisão” e não da “cultura”, as ethicidades televisivas estão ambientadas, sim, numa certa cultura, que é preciso compreender justamente enquanto ambiência da televisão. No caso do Brasil, proponho, então, que se pense a

identidade nacional (ou o *ethos* da cultura brasileira) como brasilidade.

A problematização dos sentidos identitários na TV<sup>6</sup> remete, portanto, aos discursos sobre a alteridade na cultura brasileira, e seria muito difícil não tomar Lévi-Strauss como referência da discussão. Segundo Lévi-Strauss, citado por Bauman (2001), apenas duas estratégias teriam sido utilizadas na história humana quando surgiu a necessidade de enfrentar a alteridade dos outros: a antropofágica e a antropeômica. Que implicações e que produtividade pode ter a adoção dessas categorias para pensar a brasilidade, que, sabidamente, se inventa e afirma às custas do enfrentamento de tantas alteridades? Aproximemo-nos um pouco das estratégias assinaladas por Lévi-Strauss nos termos em que elas têm sido hipotecadas pelo pensamento que pensa um Brasil dos ou para os brasileiros.

Quanto à estratégia êmica. Muitas vezes se disse que não existe um, mas dois Brasis: um rico e outro pobre; um moderno e outro atrasado; um euroamericano e outro tupiniquim; um das elites e outro do povo; um da casa grande e outro da senzala; um que aparecia no *Jornal Nacional* e outro que era real... Estas visões antropeômicas do Brasil, que andavam meio esquecidas, voltaram a aparecer por ocasião das comemorações dos 500 Anos ou dos *Outros 500* (do “descobrimento” ou da “invenção” do Brasil), atualizando a tese do chamado dilema brasileiro.

Geralmente é um olhar para uma suposta origem única – que justificaria uma certa filiação e uma certa paternidade, mais legítimas que as outras –, tendo por propósito a defesa ou a contradefesa das posições ocupadas na estrutura de poder pelas díades em pauta. Ethicamente, trata-se da disputa retórica por uma suposta centralidade legítima, legitimamente hegemônica, disputa na qual as partes se opõem e se mantêm apartadas umas das outras.

Quanto à estratégia fágica. Tomemos, por exemplo, o filme *Bye bye, Brasil*. O recorte feito pelo diretor Cacá Diegues privilegia um momento de nossa história marcado por uma aceleração nos processos de hibridização, fenômeno cultural tantas vezes presente em alguns países latino-americanos, nos termos indicados, por exemplo, por Darcy Ribeiro (1986) e Canclini (1998), ou ainda por Martín-Barbero y Rey (1999). Segundo estes últimos, na América Latina a hegemonia audiovisual daria a ver as contradições de uma outra modernidade, à qual acessam e da qual se apropriam as majorias, sem deixar, no entanto, sua cultura oral, “mestiçando-a” com os imaginários da visualidade eletrônica.

---

6 Os meus comentários referem-se à TV aberta no Brasil, mas em alguns aspectos podem incluir a TV por assinatura.

Em *Bye bye, Brasil*, aparentemente não há dilema, porque apenas um dos brasis está explícito: o que se torna um outro a partir das políticas efetivadas pelo Brasil que está implícito (o dos que formulam e mandam executar tais políticas). Os protagonistas explícitos são todos representantes do povo, pobres, atrasados, tupiniquins, que produzem estratégias de sobrevivência física e cultural, baseadas naquilo que Diegues chama de amizade, em relação à conjuntura que deu origem à filmagem: os anos 1970, marcados pelos pesados investimentos públicos nas rodovias e nas telecomunicações, que, para o bem e para o mal, encurtaram as enormes distâncias que separavam os brasileiros uns dos outros e do resto do mundo.

A antropofagia, professada pelos modernistas na década de 1920 e atualizada pelos tropicalistas nos anos 1960 – e em relação aos quais há um alinhamento de Cacá Diegues em *Bye bye, Brasil* –, é, portanto, uma outra tese, que não exclui a primeira, sobre a formação de um *ethos* propriamente brasileiro. Geralmente, é um olhar para uma origem mais rizomática da cultura dos brasileiros e para um devir-sempre-outro. Mas confunde-se, muitas vezes, com a mimese maquínica, a macaquice, os modismos, e requer um superesforço de vigilância especialmente quando, como hoje, as técnicas de reprodutibilidade e as máquinas de criar realizam todas (ou quase todas) as hibridizações que podemos imaginar.

Pelo exposto e também por que, a meu ver, Lévi-Strauss (1955) não fecha a questão tão categoricamente quanto sugere Bauman, proponho, então, que se admita a leitura de Bauman, ressaltando que essas duas formas, opostas, de lidar com a alteridade configuram-se não absolutamente, mas como tendências preponderantes, as quais, no Brasil – e possivelmente cada vez mais nas sociedades em rede –, dão-se a ver, às vezes, em formas bem mais complexas e híbridas.

Entretanto, de qualquer forma e de qualquer ponto de vista, não consigo concluir a respeito de minha própria brasilidade, porquanto o desejo de encontrar uma pátria para o *ethos* brasileiro passa pelo desejo de chegar a uma expressão que seja singular, mas plural e solidária com as diferenças, que seja, portanto, ética-estética. Mas o fato decorre apenas em parte das condições de minha própria subjetivação e da defesa que faço de um certo cosmopolitismo que nos desenraíza da tradição e que advém da dinâmica cultural operada nas metrópoles comunicacionais: se a parte tradicional das culturas, cada vez mais desafiadas a saírem de seu isolamento, é abalada continuamente e as rupturas ocorrem com muito mais frequência e intensidade do que em períodos anteriores, atualizar-se (ir dos virtuais aos atuais) eticamente é estratégia fundamental para inserir-se na contemporaneidade de modo singular e mais fluido.

Mais do que isso, porém, penso, como Rolnik (1996, 1997), que os brasileiros seriam, em última instância, aquilo que os separa incessantemente de si mesmos, porque as subjetividades no Brasil teriam, por conta de nossa formação cultural antropofágica, certa maleabilidade para deixar-se habitar por uma constante variação de universos, bem como uma certa liberdade de criação de novas máscaras. Para ela, o “inconsciente maquínico-anthropofágico” se encontraria especialmente ativo neste país, porquanto, no Brasil, teríamos “subjetividades mutantes”. Até quando prevalece aqui o modo identitário, ele tenderia a apresentar-se tosco e exacerbado. Para Guattari e Rolnik (1993), haveria aqui uma reserva tropical de “heterogênese” (biodiversidade animal, vegetal e humana), que poderia ser pensada, inclusive, como a fórmula de uma vacina contra a tendência dominante à homogeneização, um desinvestimento do modo identitário.

Por tudo isso, decidi substituir não apenas o conceito de identidade e de *ethos* pelo de ethicidade, mas também relacionar o conceito tanto às estratégias “individuais” quanto às “coletivas” de subjetivação referencial, admitindo os atravessamentos das “novas figuras do caos”, propostas por Rolnick (sd), e a “caosmose”, proposta por Guattari (1992), como figuração e processamento da dinâmica cultural.

Nessa perspectiva, a ethicidade é um devir ético e estético que permite compreender melhor também o processo de unificação do território e das gentes brasileiras. Trata-se, a meu ver, de um fenômeno muito recente, já que o *ethos* brasileiro só se instituiu, como imaginário social, há poucas décadas, e justamente num momento da história em que todos os *ethos* nacionais já estavam confrontados com os fenômenos da chamada mundialização da cultura (ou das culturas), na qual a subjetivação maquínica e os agenciamentos coletivos disputam a instauração de subjetividades.

No Brasil, a televisão jogou um papel decisivo nessa unificação, produzindo e veiculando “imagens brasileiras sobre o Brasil” (especialmente em telenovelas e nas séries brasileiras), mas particularmente também porque instaurou, pela primeira vez na história do país, “uma cena brasileira em tempo real” (especialmente nos telejornais), transcendendo de longe as várias cenas regionais que vigiam então e criando simbolicamente o mercado nacional que facilitaria a vida das multinacionais, ao mesmo tempo que, é claro, diminuiria – simbolicamente falando, mas não só – as distâncias que até então separavam, a nós, brasileiros, uns dos outros.

A importância que imputo a esse fenômeno desloca definitivamente a análise da questão da brasilidade para a da brasilidade televisiva, a partir do que se trata de inscrever a brasilidade televisiva no imaginário social de brasilidade, admitindo que há

importantes compartilhamentos entre os imaginários televisivos e os de outros campos (ou mundos) no interior da sociedade brasileira, assim como há um imaginário de *ethos* brasileiro de cuja enunciação a televisão participa enfaticamente.

Poderíamos nos perguntar, então, como quase sempre se faz, “qual é esta cena” ou paisagem brasileira tipicamente televisiva? Aí cairíamos facilmente a divagar sobre a cultura brasileira e sua representação na TV, o que não está interessando aqui; ou então seria necessário analisar uma série enorme de panoramas televisivos, o que também não caberia aqui. Penso que há uma outra pergunta, mais rara, que é tão pertinente quanto essa, mas mais visceral e produtiva para fins analíticos, que se propõe a desvendar “como a televisão produz cenas” ou paisagens: todas e quaisquer, inclusive a de brasilidade, porquanto, adiante, a brasilidade é apenas uma entre tantas cenas identitárias engendradas pela TV.

Aproximemo-nos da questão lembrando que os sentidos identitários estão sempre contextualizados (poderíamos dizer que estão moldurados) e têm também uma trajetória, sendo, portanto, uma construção histórica. Ao situar a TV no Brasil na história da globalização recente, percebe-se, como já disse, que ela participa verdadeiramente da fundação ou instauração de um certo discurso sobre a brasilidade – uma brasilidade que é televisiva, repito. Mas os sentidos identitários da e na televisão também transcendem os contextos e, de todos os modos, as enunciações de tais ou quais sentidos devem ser associados à circunstância, mais geral, de a tevê fundar um “discurso televisivo” na esfera da comunicação globalizada, no qual as ethnicidades têm lugar privilegiado – inclusive as ethnicidades nacionais, mas nem de longe apenas elas.

Na TV, os sentidos identitários (todos e quaisquer, não apenas os de pertença nacional) são, portanto, uma questão fulcral e abrangente, e as molduras e as moldurações em que ela inclui (fagia), exclui (emia) e hierarquiza (atribui valor a) as ethnicidades são fundamentais. Como a tevê enuncia esses sentidos (como ela cria esses mundos, que imaginário de mundos estão aí situados, quais são as subjetividades virtuais que fazem parte deles) é, por isso, a questão que articula as demais.

A brasilidade televisiva, assim, se dará a ver diretamente relacionada às cenas e paisagens do “brasil televisivo”, mas também em relação à ethnicidade dos “brasileiros televisivos”, aqueles que têm e aqueles que não têm visibilidade na TV, cujas figuras/formas/imagens remetem ao brasileiro imaginado pela tevê; que estabelecem entre si, com os outros e com as outras ethnicidades televisivas relações que podem ser êmicas ou fágicas; que incluem, excluem, valoram e hierarquizam; que enunciam o *self* e o estrangeiro; que existem em tempos-espacos televisivos; que instauram mundos televisivos.

Ora, os canais de TV são lugares de fala de emissoras, autorizados e providos pelo poder público e legitimados pela população que os sintoniza, autorizada ela a receber seus sinais.<sup>7</sup> Eles são territórios virtuais, visivelmente ocupados por certas emissoras que representam parcerias historicamente contingentes, territórios que se atualizam na comunicação das ethiciidades dos brasileiros autorizados a falarem sobre a brasilidade em determinados canais e nos termos dessa molduração.

Pensemos, por exemplo, nos programas de entrevista.

### 2.1 – A brasilidade televisiva e a ethicidade dos brasileiros nos programas de entrevista

Bauman (2001) diz que os programas de entrevistas legitimam o discurso público sobre questões privadas. Para ele, vivemos hoje numa sociedade em que o público é colonizado pelo privado e em que o interesse público é reduzido à curiosidade sobre a vida privada das figuras públicas. Assim, tendo o espaço público passado a ser um território no qual se faz a confissão dos segredos e intimidades privadas, o pior (ou o melhor) seria que os espectadores já não esperaríamos, dos políticos e de todos os outros na ribalta, mais do que um bom espetáculo. Ao final, um lugar sob os refletores seria um modo de ser por si mesmo. A vida desejada tenderia a ser a vida vista na tevê, e com isso a vida vivida pareceria irreal.

Se incluirmos os programas de entrevistas no que Arlindo Machado (2000) chama de as formas (televisivas) fundadas no diálogo e estendermos a análise aos quadros de entrevista (ou até a outros, que têm a forma do diálogo) dos programas de auditório, e, mais ainda, aos *reality shows*, devemos considerar, para além do que diz Bauman, que se trata da publicização também da vida privada das pessoas comuns e da curiosidade sobre a vida privada de qualquer pessoa – uma nova forma de voyeurismo cada vez mais expressamente praticado pela TV.

Nessa perspectiva, não é de estranhar que os programas e quadros de entrevista multiplicam-se a cada dia, levando a pensá-los como resposta a uma demanda social de visibilidades mais abrangentes. De fato, vem crescendo a quantidade de espectadores televisíveis, para os quais não se trata mais apenas da fama com a qual se sonhava noutros tempos: hoje, trata-se de adquirir visibilidade televisiva, uma *existência real*, seja o que for que isso significa.

De um lado, a brasilidade enunciada pela televisão em suas “cenas brasileiras” torna-se a ethicidade dos brasileiros enunciada pela televisão. De outro lado, ocorre uma enunciação televisiva de cada vez mais “*personas* brasileiras”, por meio das

---

7 Lembrando “o discurso competente e as outras falas”, de Chauí (1981).

quais reconhecemos ou não, como espectadores, a nossa própria e singular brasilidade. São elas que entram em nossas casas em nome da TV, tão “iguais” a nós, tão aparentemente descoladas das molduras que lhes atribuem tal sentido e tão individuais como cada um de nós, entregues à sua/nossa própria sorte ou azar pessoal.

Nesses termos (e noutros, que não cabe aqui analisar), a TV aberta no Brasil pode até ser pensada como um poder, não oficial, mas oficioso: o do compadrio que, freqüentemente ainda e há muito tempo, rege as relações que distribuem favores e privilégios no Brasil. Efetivamente, os apresentadores dos programas de auditório lembram muito a figura do grande padrinho e até a do pai-patrão. Não só porque distribuem prêmios, fazem donativos, divulgam obras e mercadorias culturais (ou outras), mas especialmente porque parece serem eles os que dão existência real a tantos brasileiros tornados televisíveis.

Canevacci (2001), ao sugerir que a proliferação de TV-*closes* poderia ser a unidade de medida na época da comunicação – que não substituiria a moeda, mas estaria relacionada a ela –, pensa que estariam surgindo novos intermediários culturais, aqueles que têm no *visus* seu meio específico, sendo que essas novas figuras, recorrentes, como as dos apresentadores – vistas pelo autor como ensurdecedoras, prepotentes e egoístas –, procurariam destruir a mídia-elite tradicional...

Entretanto, na medida em que a TV pratica molduras e moldurações quase sempre homológicas, nas quais as relações entre apresentador/entrevistador e convidado/entrevistado são assimétricas e êmicas, ela naturaliza as duas estruturas paralelas de poder (a das hierarquias e autoridades oficiais e a das hierarquias e das autoridades oficiosas), como se fossem a mesma estrutura e “como se as *personas* televisivas fossem uma mesma *persona* televisiva”. Ou seja, as homologias reduzem o que é diferente de uma fórmula que se repete como mesmice. As moldurações personalistas e personalizadoras são práticas que, ao fim, descolam as *personas* de suas molduras de origem (seus diferentes ambientes culturais) e as inserem, com muitos *closes*, na cena de um espetáculo, sempre igual a si mesmo e sobre o qual uns têm e outros não têm ingerência.

Ainda que a abordagem da TV como poder seja interessante, o mais interessante, a meu ver, é poder pensar que o verdadeiro conteúdo dos programas de entrevista é o compadrio brasileiro. Há várias novas possibilidades de entender a TV brasileira e seus panoramas a partir daí, a começar que, nessa perspectiva, o mais poderoso de todos os padrinhos passa a ser a *persona* televisão brasileira.

É disso que os programas falam: da televisão como uma certa ethicidade televisiva, aquela que, na perspectiva da própria TV, é “a solução” para os “problemas existenciais” (existir na TV)

“dos brasileiros”: uma solução personalista e paternalista, sem dúvida. Esse imaginário do Brasil televisivo é minimamente compartilhado com outros imaginários, que, no final, instituem o imaginário brasileiro de sociedade nos termos em que estarei tratando em seguida. Antes, precisamos situar as ethicidades e os mundos televisivos, capturá-los onde eles se escondem na TV: justamente por trás da “transparência” dos “conteúdos” dos programas televisivos.

Onde, na TV, estão esses sítios? Como percebê-los?

### 3 – As gramáticas televisivas

A enunciação dos sentidos identitários é concomitante ao engendramento dos mundos televisivos, enquanto que a *tevé*, o propriamente televisivo, ou a “imagicidade” televisual (a *tevé* dentro da TV) institui-se como uma estrutura discursiva cuja gramática relaciona-se a três conjuntos básicos de elementos:

1. O conjunto das ETHICIDADES, entendendo-se as ethicidades como as subjetividades virtuais (durações, *personas*, objetos, fatos e acontecimentos que a televisão dá a ver como tais, mas que são, na verdade, construções televisivas);

As ethicidades, enquanto virtualidades, atualizam-se em certas e diferentes molduras e moldurações, e seus sentidos são negociados (emoldurados) em diferentes instâncias entre emissor e receptor (ou consumidor, ou espectador, tanto faz), que ainda compartilham, de modo desigual e diferenciado – mas minimamente –, de certos imaginários que tornam os sentidos comunicáveis.

2. O conjunto das MOLDURAS e das MOLDURAÇÕES, entendendo-se as molduras como as molduras e quase-molduras que instauram, a partir de seus corpos, suas bordas ou manchas, territórios de significação; e a molduração como um procedimento de ordem técnica e estética que realiza certas montagens no interior das molduras. Com as molduras e as moldurações procede-se a uma oferta de sentidos. Como cada termo remete aos demais, proponho que a percepção de uma ethicidade deve levar à *situação* e compreensão das molduras e das moldurações em que ela foi enunciada, para que se percebam, não só os sentidos, mas também os procedimentos teórico-metodológicos (no caso do pesquisador e dos discursos sobre o objeto) e os criativos (no caso das imagens televisivas) usados para a enunciação.
3. O conjunto dos IMAGINÁRIOS, que permitem a comunicação dos sentidos, entendendo-se o imaginário como o conjunto de marcas de enunciação das culturas (identidades coletivas), manifestas e visíveis nos discursos,

na arte, nos produtos culturais..., ou que são por eles mediadas; e os imaginários televisíveis como os imaginários televisivos atravessados pela moldura corpo do espectador (um corpo singularmente inserido na sociedade e na cultura, com um repertório singular de imagens e molduras).

Para Castoriadis (1982), o imaginário é criação incessante e essencialmente indeterminada de figuras/formas/imagens, sendo que aquilo que chamamos realidade e racionalidade são seus produtos. Todo pensamento da sociedade e da história pertence em si mesmo à sociedade e à história. A instituição (aquilo que é instituído) é uma rede simbólica, socialmente sancionada, onde se combinam, em proporções e em relações variáveis, um componente funcional e um componente imaginário. Segundo Castoriadis, quando afirmamos que o imaginário só representa um papel porque há problemas “reais” que os homens não conseguem resolver, estaríamos esquecendo que os homens só chegam a resolver esses problemas reais na medida em que se apresentam, porque são capazes do imaginário; e que os problemas só se constituem como esses problemas em função de um imaginário central da época ou da sociedade considerada.

Para o autor, o imaginário social é mais real do que o “real”, e cada sociedade constitui seu próprio real: ele seria condição de existência da sociedade como sociedade humana. Na sociedade contemporânea pela primeira vez, ao mesmo tempo que persistiria sob múltiplas formas a ligação homológica<sup>8</sup> entre universo social e universo das divindades, ela estaria sendo questionada, e isto porque imagem do mundo e imagem da sociedade estariam sendo dissociadas, mas também e, sobretudo, porque elas tenderiam a deslocar-se cada uma por sua conta. Esse seria um importante aspecto da crise do imaginário (instituído) no mundo moderno, sendo que a pseudo-racionalidade moderna seria uma das formas históricas do imaginário.

Já vimos, na rápida abordagem que fiz sobre os programas de auditório, como se instituem imaginários de mundo na sociedade imaginada pela TV. Gostaria de especificar, agora, o sítio em que as ethicidades e os mundos televisivos são instaurados: “o televisivo”. E, para finalizar, vou indicar, rapidamente também, o que tenho feito em minhas pesquisas para situar esse sítio.

---

8 Lógica ou racionalidade replicante, agendada; a mesma lógica que se repete.

#### 4 – O televisivo: ethicidades e mundos televisivos

No Brasil ainda perdura uma certa ideologização do debate acadêmico sobre a televisão, decorrente não tanto da situação política que vivemos hoje e nem tanto das questões de gosto, nem porque seria talvez politicamente correto: em grande parte isso ocorre por conta de uma resistência do objeto em dar-se a ver e por uma dificuldade que temos de adentrar o vídeo e chegar às gramáticas televisivas – ao propriamente televisivo. Aquilo que estou chamando de “tevé”, ou de “o televisivo”, tem, na verdade, uma grande opacidade e fica por trás, por dentro ou ao fundo, como queiram, da aparente “transparência” da TV, tida esta, em geral, como o “conteúdo” dos programas de TV. Para chegar ao televisivo passei, então, por alguns autores que falam de uma “imagicidade”, especialmente no cinema e na televisão, nos termos a seguir resumidos.

Para Eisenstein (1990), uma certa qualidade cinematográfica já existia em obras realizadas antes do invento do cinema. Para falar do cinema que existiu antes do cinema e que continua a existir fora dele – em textos, em desenhos, na música e no teatro –, o autor criou palavras como cinematismo e imagicidade. Segundo o autor, desse modo o cinema que existe dentro do cinema permitiria pensar melhor as leis que governam a construção da forma numa obra de arte qualquer, e aí ele está tratando basicamente da montagem.

Quando Canevacci (1990) refere-se particularmente ao *visus* televisivo – máscara criada pelos primeiros planos –, ele discorre sobre as “cabeças decepadas falantes” e as longas exposições de máscaras que se alternam em poucas alternâncias de planos, ao contrário do cinema. Haveria uma fixidez e um estupefacimento nas máscaras televisivas, que solicitariam ser significadas pelo espectador.

A meu ver, está-se tratando aí, de outra maneira, mas na mesma direção de McLuhan (1999), da insuficiência da imagem televisiva, que requisita ser incessantemente completada para ser percebida, primeiro tatilmente e depois oticamente. Benjamin (1986) distingue a percepção tátil e ótica nos termos de que o hábito, o uso continuado (nesses termos é que é tátil), levaria à percepção daquilo que não se dá a perceber imediatamente. Já para chegar às estéticas, segundo Jorge Coli (1989), seria preciso ainda, na medida em que as percebemos oticamente, desgastar as imagens (ou os objetos) de toda a sua função utilitária para alcançar o supérfluo (supérfluo apenas nesse sentido). Em todos os casos, é nesse momento apenas que as montagens dão-se a ver – isto é, dá-se a ver a imagicidade presente nas coisas.

Para Bergson (1999), a matéria é um conjunto de imagens, sendo que a imagem é uma existência situada entre a coisa e a

representação. A percepção, em estado puro e isolado da memória, não iria do corpo do observador aos outros corpos: ela estaria no conjunto dos corpos em primeiro lugar, depois se limitaria – e adotaria o corpo do observador por centro –, sendo que haveria na matéria algo além, mas não algo diferente daquilo que é dado. Nos termos de Bergson, passa-se – por graus insensíveis – das lembranças dispostas ao longo do tempo aos movimentos que desenham sua ação nascente ou possível no espaço. Haveria ainda, e sempre, algumas lembranças dominantes, que seriam verdadeiros pontos brilhantes em torno dos quais os outros formariam uma vaga nebulosidade.

Os autores citados dispõem sobre questões que estão na base de minha reflexão sobre a existência ou não de um próprio televisivo e dão inúmeras indicações para que eu pense também num televisível, que é esse próprio televisivo nos termos em que o percebemos, tendo o nosso corpo como centro da percepção.

Para Bergson, a intuição é o que nos leva a ultrapassar o “estado da experiência” em direção às “condições da experiência”, mas haveria que distinguir, em seus termos, que a lembrança de intuições anteriores análogas é mais útil (mais voltada ao hábito e à ação) do que a própria intuição, enquanto que o papel da intuição real (ou verdadeira intuição, afeta à memória verdadeira) seria chamar a lembrança, dar-lhe um corpo, torná-la ativa e conseqüentemente atual.

Nesses termos, e atravessando os textos citados pelos conceitos de moldura, molduração e ethicidade – que estou propondo como categorias de análise dos sentidos identitários na TV –, a tela mosaicada e pontilhada de McLuhan, por exemplo, poderia ser intuída como uma escultura feita de molduras de diferentes naturezas, dispostas umas sobre as outras desencontradamente, no interior das quais são praticadas diferentes moldurações, principalmente de imagens em primeiro plano, instaurando uma imagicidade televisiva ou um verdadeiro *visus*.

É possível intuir também que molduras e moldurações são imagens que enunciam ethicidades televisivas e imaginários televisíveis – que seriam, por hipótese, nos termos de Bergson, os sentidos que apresentariam a nós, como um todo sólido e indiviso, o movimento real e situado entre duas detenções reais. Essas ethicidades e imaginários fundariam ou instaurariam discursividade sobre as metrópoles comunicacionais, dando a ver importantes elementos constitutivos delas – como as heterotopias e heterocronias, a montagem híbrida de restos culturais e as acelerações que levam à supressão do tempo e da distância como valor.

É possível intuir ainda que o televisivo e o televisível corresponderiam a certas práticas historicamente determinadas de montagem de molduras e moldurações, nas quais desman-

cham-se mundos (que perderam sentido) e nas quais novos mundos são instaurados.

Uma intuição final é que seria possível definir as ethicidades e os imaginários como virtualidades que se atualizariam em práticas televisivas que têm a ver com as molduras e moldurações contingencialmente praticadas por uma e outra emissora, por um e outro programa, por uma e outra *persona* televisiva – e pelos brasileiros que espectam a televisão desde seus próprios corpos-moldura.

*Quase sempre homológicas, as molduras e as moldurações são, no entanto, tensionadas umas pelas outras e, em seus confins – às vezes contra eles –, estão situadas certas práticas que dão a ver as técnicas, as éticas e as estéticas que participam dos sentidos identitários na TV.*

O percurso inicia aí então: flunar (como o *flanêur* de Benjamin, 1989) pelas imagens que aparecem na telinha até flagrar os tensionamentos às práticas homológicas, que sempre aparecem em alguns panoramas televisivos, causados justamente porque o aparente “equilíbrio do campo” não existe, e em algum momento as diferentes forças que disputam a hegemonia do campo vão se dar a ver em práticas não habituadas.

As imagens televisivas são, no conjunto, como uma constelação na qual algumas imagens são mais “brilhantes” do que outras e, por isso, iluminam a constelação inteira. Essas devem ser, portanto, cartografadas. O procedimento analítico segue com a desnaturalização do fluxo, gravando certos tempos de TV, de modo a poder parar, ir para a frente e para trás nos panoramas assim construídos. A digitalização, finalmente, termina a desnaturalização e permite desconstruir as montagens feitas nos panoramas.

Tais imagens resultantes não são televisivas, razão pela qual é preciso reinscrevê-las incessantemente no fluxo, outra vez, movendo-se entre essa dupla face do objeto, que fica assim sitiado entre sua natureza e o artifício usado na pesquisa, dupla face que corresponde de perto aos modos como a TV engendra sua própria imagicidade.

## Bibliografia citada

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BECKER, Howard. Mundos artísticos e tipos sociais. In: VELHO, Gilberto (Org.). *Arte e sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

\_\_\_\_\_. *Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

- BERGSON, Henri. *Matéria e memória*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 1998.
- CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da comunicação visual*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- \_\_\_\_\_. *Antropologia da comunicação visual*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. (*A era da informação: economia, sociedade e cultura*, v. 2)
- CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- CHAUÍ, Marilena. *Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas*. São Paulo: Moderna, 1981.
- COLI, Jorge. *O que é arte*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- DELEUZE, Gilles. *Diferença e repetição*. Rio de Janeiro: Graal, 1988
- EISENSTEIN, Sergei. *O sentido do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.
- \_\_\_\_\_. *A forma do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.
- GUATTARI, Félix. *Caosmose*. Um novo paradigma estético. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.
- GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. *Micropolítica*. Cartografias do desejo. Petrópolis: Vozes, 1993.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Tristes trópicos*. Lisboa: Portugalia, 1955.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: SENAC São Paulo, 2000.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. *Los ejercicios del ver*. Hege- monia audiovisual y ficción televisiva. Barcelona: Gedisa, 1999.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do ho- mem*. São Paulo: Cultrix, 1999.
- RIBEIRO, Darcy. *América Latina: a pátria grande*. 2. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Dois, 1986.
- ROLNIK, Suely. Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização. In: LINS, Daniel (Org.). *Cultura e subjetividade: saberes nô- mades*. Campinas: Papirus, 1997.
- \_\_\_\_\_. Uma insólita viagem à subjetividade. Fronteiras com a ética e a cultura. In: LINS, Daniel (Org.). *Cultura e subjetividade*. Saberes nôma- des. Campinas: Papirus, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Novas figuras do caos*. Mutações da subjetividade contemporâ- nea. (mimeo., s.d.).
- \_\_\_\_\_. Esquizoanálise e antropofagia. *Cadernos de Subjetividade*. Nú- cleo de Estudos e Pesquisas do Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia Clínica da PUC-SP, 1996. São Paulo, n.4, p.83-94, 1996.
- VELHO, Gilberto. Vanguarda e desvio. In: \_\_\_\_\_ (Org.). *Arte e socieda- de*. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

## SENTIDOS IDENTITÁRIOS NA TV

**(Entrevista publicada no IHU On Line nº 40 de 28/10/2002)**

**IHU On-Line** – Qual é a relevância em estudar a televisão hoje?

**Suzana Kilpp** – Assinalaria quatro motivos. Em primeiro lugar, a TV é a principal mídia para a maior parte dos brasileiros. Os estudos que há a respeito da televisão estão relacionados a uma história em que ela esteve fortemente ligada ao governo militar e serviu ao processo de modernização do país, nos termos de dar visibilidade a um país ‘fantástico’ do qual se excluía a miséria, a falta de liberdade de expressão e de respeito aos direitos humanos. Os trabalhos feitos sobre televisão se viam impelidos a denunciar esse papel que ela desempenhava. Posteriormente, alguns autores começaram a criticar as elites intelectuais e artísticas, porque elas estavam descuidando das grandes audiências. Alguns popularizaram outras leituras que estavam do lado das massas que gostavam da TV. Até hoje, alguns pesquisadores abordam o veículo de forma ideológica, o que não ajuda a compreender como funciona a TV e como conseguiu essa audiência espetacular. Em segundo lugar, a TV é uma mídia que nos diz muito sobre o modo que a sociedade funciona. Não tanto pelo teor ou conteúdo, mas pelas práticas de caráter técnico e estético, nas quais ela se esconde do espectador e do pesquisador desavisado. Em terceiro lugar, a TV é a principal mídia no processo de globalização. A questão da identidade na globalização, é algo muito controvertido; o “eu” e o “outro” na globalização são algo extremamente crucial. A TV está o tempo todo mostrando o “eu” e o “outro” e propondo relações entre eles. Na maneira como trata o outro, ela diz como está acontecendo o processo de globalização e o lugar que cada um ocupa nesse processo. No modo de ser televisivo, ela cria formas transculturais. Basta ver os anúncios multinacionais, que são os mesmos na TV do mundo inteiro. E uma quarta razão seria que as mídias e a TV são hoje o mais importante espaço onde circulam as mercadorias simbólicas e onde se agrega valor simbólico às mercadorias que circulam. Tu compras um carro, uma roupa ou comes no McDonald’s por um valor simbólico e não utilitário. O consumo é marcado pelo valor simbólico. E até que ponto compreendemos como se dá esse valor?

**IHU On-Line** – O que são os sentidos identitários e como eles se apresentam na TV?

**Suzana Kilpp** – A tevê cria mundos televisivos, que são habitados por seres televisivos, e eles têm identidades televisivas. Ao responder quem são eles, estou tentando ver os sentidos identitários. Eu prefiro falar em sentidos identitários e não em identidade, porque o conceito de identidade hoje se vê ressignificado. Os mundos televisivos apresentam identidades extremamente fluidas. Relaciono os mundos televisivos com os outros mundos contemporâneos, que formam outros imaginários. A ciência, as mídias, as igrejas têm um imaginário da sociedade. A pesquisa está dentro de mídias e processos socioculturais. Isto implica relacionar o que acontece com a TV e na TV com os processos socioculturais.

**IHU On-Line** – De que forma é abordada a identidade brasileira na TV?

**Suzana Kilpp** – Na medida em que a TV lida com ethnicidades (subjetividades virtuais), lida com identidade nacional, brasilidade. Mas ela não está empenhada na nacionalidade. Está empenhada nas identidades em geral. Mais importante do que a identidade brasileira, para mim, é a subjetividade dos brasileiros. A subjetividade brasileira é uma abstração. Por exemplo, se eu não sei quem sou, mas sei que sou brasileira, qualquer coisa que envolva nacionalidade é comigo, por mais que não seja algo que me favoreça. O nacionalismo não pode ser mais importante do que a subjetividade, porque senão estamos abertos aos fascismos, fundamentalismos etc. É nas pessoas que a TV atua. Produz sentido para elas e para as relações entre o “eu” e o “outro” em um momento em que as possibilidades de relação com infinitos outros é cada vez maior.

**IHU On-Line** – Como poderia ser uma televisão que ajudasse na construção das diversas identidades?

**Suzana Kilpp** – Uma televisão que multiplicasse as molduras e moldurações de diferentes naturezas, que implicariam multiplicar os quadros de experiência da alteridade, e contribuísse para diversificar o repertório. As moldurações são as práticas televisivas com as quais a TV cria os mundos televisivos. Nas molduras se criam os quadros de experiências. Oferecem-se os sentidos identitários. As categorias molduras, moldurações, ethnicidades televisivas e imaginários televisíveis permitem fazer uma série de perguntas à TV para compreender uma série de práticas e gramáticas televisivas e sugerir outras televisões. É interessante ver como os brasileiros são moldurados na TV. Ao ver televisão, é importante ver dentro de que propostas de molduras aparecem as relações entre o “eu” e o “outro”. A empregada doméstica, o negro, entre outros, por exemplo, aparecem geralmente de um único jeito. Eles têm que aparecer de outros jeitos, porque são seres plurais e cheios de subjetividades polifônicas.

O tema deste caderno foi apresentado no  
IHU Idéias dia 31 de outubro de 2002.

### **TEMA DOS ÚLTIMOS CADERNOS IHU IDÉIAS:**

- N. 01 – *A teoria da justiça de John Rawls* – Dr. José Nedel.
- N. 02 – *O feminismo ou os feminismos: Uma leitura das produções teóricas* – Dr<sup>a</sup> Edla Eggert.  
*O Serviço Social junto ao Fórum de Mulheres em São Leopoldo* – Ms. Clair Ribeiro Ziebell e Acadêmicas Anemarie Kirsch Deutrich e Magali Beatriz Strauss.
- N. 03 – *O programa Linha Direta: a sociedade segundo a TV Globo* – Jornalista Sonia Montaño.
- N. 04 – *Ernani M. Fiori – Uma Filosofia da Educação Popular* – Prof. Dr. Luiz Gilberto Kronbauer.
- N. 05 – *O ruído de guerra e o silêncio de Deus* – Dr. Manfred Zeuch.
- N. 06 – *BRASIL: Entre a Identidade Vazia e a Construção do Novo* – Prof. Dr. Renato Janine Ribeiro

