



Cássia R.Louro Palha

Mídia televisiva e história: apontamentos metodológicos

Professora Assistente do Curso de História da Universidade Federal de São João del Rei, doutoranda em História Social pela Universidade Federal Fluminense.





Ao estrear oficialmente no país em 18 de setembro de 1950, em meio a um incipiente mercado e ao amadorismo de seus pioneiros, a televisão ocuparia o lugar de mera curiosidade tecnológica destinada aos privilegiados das elites¹. Somente a partir dos anos 1960, com o setor sendo administrado enquanto peça integrante de uma indústria cultural – no sentido próprio que lhe deram Adorno e Horkheimer (1985) – como movimento global de produção da cultura como mercadoria – é que estrutura-se um campo televisivo propriamente dito dentro do país, passando a convergir no plano macro, com os rumos de uma economia em seu processo de inserção dentro do capitalismo oligopolizado. Os “anos de chumbo” que se seguiram, ajudaram a fornecer ao setor os instrumentos de seu deslocamento para o centro da cena pública, transformando a televisão no principal meio de comunicação do país. Foi o momento de construção daquilo que Ianni (2000) chamou de “ágora eletrônica”, onde pelas telas, todos passaram a ser “representados, refletidos, defletidos ou figurados sem o risco da convivência nem da experiência”. No retorno do país à trajetória democrática, a televisão já teria angariado condições para se tornar um verdadeiro partido, no sentido gramsciano² do termo. Pairando acima dos controles constitucionais e agindo deliberadamente na arena política nacional – em muito incentivado pela política

de concessões do governo Sarney, que detonou uma expansão ainda mais verticalizada dentro do setor – o campo televisivo passou a centralizar o elo de contato entre a sociedade civil e a sociedade política, entre o consenso e a força. (GRAMSCI, 1980)

Apesar da ampla evidência desse poder político-cultural e a despeito de nomes como Pierre Nora e Le Goff (1979) que já na década de 1970 chamavam a atenção dos historiadores para a importância dos meios de comunicação de massa, a História ainda caminha a passos tímidos no sentido da abordagem da televisão como objeto de pesquisa, seja no Brasil, seja no exterior. Se as comemorações pelo seu cinquentenário, de meados dos anos 1980 em diante, em vários cantos do globo, por um lado, contribuíram para incrementar as pesquisas sobre o meio, por outro, serviram para mostrar as limitações da produção acadêmica voltada para a indústria cultural televisiva.

Os principais trabalhos sobre televisão no Brasil, concentram-se nas áreas de Comunicação Social e de Sociologia, sendo voltados em sua maioria para a dimensão institucional do meio, a exemplo de pesquisas feitas em outros países da América Latina. (OROZCO, 2002) Privilegiando o uso de documentos escritos e de testemunhos orais em suas obras, essas produções, principalmente as sociológicas, tiveram como principal parâmetro analítico, a influência da relação entre poder (ditatori-





al/democrático) e capital (nacional/estrangeiro) na estruturação do setor televisivo, ligando-o a questões como o imperialismo, a teoria da dependência, projetos governamentais desenvolvimentistas, nacionalistas ou neoliberais³.

Correndo o risco da generalização, pode-se dizer que ao mesmo tempo em que é preciso destacar a importância do conjunto desses trabalhos para a perspectiva política da trajetória da televisão no país, é inegável por vezes, a redundância nessas análises de um foco extremamente descritivo, memorialista e de caráter ideológico determinista. Sem espaço para as disputas, resistências e contradições próprias do campo cultural e sem o amparo de dados empíricos consistentes, essa produção acabou por abrir espaço, mais recentemente, para trabalhos com recortes mais pontuais, onde se procura entender a televisão a partir do movimento reflexivo que marca suas relações com o social⁴.

Nesta visão mais processual, foram abertas possibilidades tanto na análise de produtos televisivos específicos, quanto no âmbito da audiência. No primeiro caso, produções voltadas para o estudo de formatos e gêneros televisivos; movimentos conjunturais específicos da TV, metodologias de análise da “forma-mensagem” transitando desde a antiga análise de conteúdo às diferentes tradições de análise do discurso, abordagens

semióticas, análises centradas nos aspectos técnicos e/ou formais do produto televisivo, quase todas convergindo para a crítica da presença ideológica dominante e comercial da cultura midiática. De outra instância, estudos de audiência que, fugindo tanto da tradição pragmática e behaviorista da Escola Americana quanto do homem totalmente dominado pela indústria cultural da Escola de Frankfurt⁵, passaram a buscar um perfil de espectador fora da passividade e da dominação pura, resgatando-o como produtor de sentidos, como sujeito capaz de resistir e de contestar.

Essas mudanças geradas no campo de pesquisa da televisão, dizem respeito a um plano maior de discussões teóricas sobre os próprios meios de comunicação como um todo, particularmente, às frentes teórico-metodológicas abertas com os Estudos Culturais ingleses.

Criada em fins dos anos 1950 e definida como uma nova linha nos estudos da Comunicação no final da década de 1970, os chamados “*Cultural Studies*” tomaram forma por seu trio fundador, composto pelo sociólogo Richard Hoggart, por Raymond Williams e seus trabalhos sobre literatura inglesa e pelo resgate da memória popular a partir do historiador Edward P. Thompson.⁶

Gestado no contexto das aspirações da classe operária inglesa, o grupo tinha como base analítica original a obra do





teórico italiano Antônio Gramsci, o que significa em outras palavras, uma dimensão de cultura amplamente voltada para o processo de transformação social. Questionando o estabelecimento de hierarquias entre formas e práticas culturais polarizadas entre cultura “alta” ou “superior” e “baixa” ou “inferior”, os estudos culturais focaram os meios de comunicação a partir de suas mediações com o cotidiano dos sujeitos, de suas interações práticas no terreno onde a hegemonia cultural é produzida, tornando-se objeto de lutas. Neste sentido, os estudos culturais ao resgatarem as práticas sociais pela mediação dos meios massivos, abriram espaço para sua confluência com a sociologia do cotidiano, do “senso comum”, principalmente com o referencial teórico de Pierre Bourdieu.

As páginas que se seguem, além da abordagem dos códigos internos da linguagem televisiva, visam pontuar ainda que panoramicamente, alguns caminhos teórico-metodológicos possíveis nesta perspectiva.

Antes das pesquisas inauguradas pelo grupo inglês, grande parte dos trabalhos sobre comunicação de massas concebia o processo comunicativo como um circuito linear entre emissão/mensagem/recepção. Numa perspectiva exclusiva de simples troca de mensagens, desconsideravam a análise desses momentos diferenciados enquanto partes de um complexo flu-

xo de relações⁷. Assim, uma primeira questão que se impõe ao historiador de televisão é exatamente a necessidade de considerar na abordagem de seu objeto, as múltiplas relações e interseções internas que fazem parte das engrenagens do processo midiático como um todo.

Stuart Hall, que assume a direção do grupo na década de 1970, provoca um divisor de águas sobre os estudos de televisão com o texto “Codificação/decodificação”, afirmando que embora cada um dos momentos do fluxo televisivo (produção, forma-mensagem, circulação/recepção) em articulação, seja necessário ao circuito como um todo, eles possuem uma autonomia relativa, onde nenhum momento consegue garantir inteiramente o próximo com o qual está articulado. Em suas palavras, “já que cada momento tem sua própria modalidade e condições de existência, cada um pode constituir sua própria ruptura ou interrupção da ‘passagem das formas’ de cuja continuidade o fluxo de produção efetiva (isto é, a reprodução) depende”. (HALL, 2003, p. 388)

Em termos práticos, isso significa dizer que o historiador que, por exemplo, resolva concentrar sua análise empírica na crítica dos textos televisivos, não pode ignorar por um lado, suas instâncias de produção e de circulação/recepção, que apesar de demarcarem momentos distintos, exercem laços com-





plexos e concretos junto à construção do conteúdo produzido. Ao mesmo tempo, não há como atribuir a essas etapas um encadeamento lógico de interdependência direta neste circuito, como se à priori estas instâncias garantissem sua presença na forma-mensagem a ser analisada.

Para Hall, o momento da *produção* para além de ser o início do circuito onde se constrói a mensagem televisiva, é o espaço onde são permanentemente construídos os referenciais práticos da rotina de trabalho, do conhecimento institucional, dos conceitos profissionais e das habilidades técnicas de suas equipes. Algo que converge para o que Bourdieu (1997) caracteriza como o espaço do *habitus profissional*, que de maneira geral, refere-se à rede comum da prática de sujeitos que vivem nas mesmas condições sociais de existência profissional. Ou seja, é onde se pode mapear princípios geradores de práticas distintas e distintivas decorrentes de uma percepção comum de mundo socialmente interiorizada ao longo de trajetórias no mesmo universo. O que envolve não apenas o que há de preferencialmente pragmático nas rotinas da produção profissional dos sujeitos, mas sua dinâmica interna, a própria relação dos agentes entre si, seja no sentido de manutenção ou de transformação desse campo de atuação.

Hall ainda enfatiza que embora as estruturas de produção

da televisão originem os discursos televisivos, elas não constituem um sistema fechado, muito pelo contrário: elas tiram “assuntos, tratamentos, agendas, eventos, equipes, imagens de audiência, ‘definições da situação’ de outras fontes dentro da estrutura sociocultural e política mais ampla da qual são uma parte diferenciada”. (HALL, 2003, p. 389-90) É neste sentido que o autor coloca a *circulação* e a *recepção* como momentos do processo de produção da televisão, reincorporados via uma série de feedbacks indiretos estruturados no corpo do próprio processo de produção. Apesar de não serem idênticas, estão relacionadas, apresentando-se como momentos diferenciados dentro da totalidade formada pelas relações sociais do processo midiático.

Nesta perspectiva, a *recepção* não encerra o momento de “transmissão” do conteúdo televisivo, mas abre a porta de *mediações* nas quais os bens simbólicos são “re-significados” pelos sujeitos, transitando num processo ininterrupto de codificação/decodificação onde os vários agentes sociais são ao mesmo tempo consumidores e produtores dos meios de comunicação⁸. Os Estudos Culturais sob esta ótica, tal como também propõe Bourdieu⁹, abordam os processos de individualização das mensagens a partir das determinações de condições ativas de recepção, bem como dos esquemas prévios estabelecidos pela





posse e distribuição necessariamente desigual do capital cultural relativo dentro de um sistema capitalista.

Hall finaliza a exploração do circuito mapeando exatamente a geografia desses movimentos na análise da “forma-conteúdo” dos textos televisivos, reforçando o fato de que as dimensões da produção institucional e social devem passar pelas regras discursivas da linguagem para que seu produto seja “concretizado”. Fazendo uma crítica a correntes semióticas mais tradicionais, o autor resgata a utilização feita pela TV do domínio dos “sentidos preferenciais” (leia-se, construções em torno de um discurso cujos elementos já estejam minimamente sedimentados no “senso comum”), como portadores de toda uma ordem social enquanto conjunto de significados, práticas e crenças. Porém, ressalta-se que esses elementos não são íntegros e plenamente apreensíveis na superfície dos textos televisivos, mas representam em última instância, toda a complexa rede de interações do fluxo dos processos midiáticos. É nesta direção que a hegemonia cultural proposta pelos estudos culturais pelo viés gramsciano, apesar de ter efeitos concretos, não é nunca homogênea e coerente ou ainda inteiramente corrompida ou autêntica. Corresponde a um campo de batalhas onde existem resistências e até mesmo superação, numa arena permanentemente movida por contradições, em especial quan-

do – como no caso da televisão - funcionam no domínio do “popular”. (HAAL, 2003, p. 247-264)

Como se pode observar, a rede de interações desse fluxo midiático em que a televisão está inserida, oferece ao historiador uma variada gama de fontes. No caso do campo da produção, têm-se a possibilidade de trabalho com os testemunhos orais e literaturas biográficas dos sujeitos envolvidos na produção de um programa, além de registros de pautas de reuniões, resumo dos programas nos livros de catalogação dos acervos e documentos de cunho institucional (estes últimos, diga-se que de acesso bem mais restrito, uma vez que controlados pelas emissoras). Já o momento da recepção, além de fontes seriadas e quantitativas (como os índices de audiência), possibilita a análise de textos e produtos relativos às críticas da mídia especializada em TV ou ainda cartas de telespectadores direcionadas aos programas ou aos seus sujeitos¹⁰.

Cabe ainda ao pesquisador, um olhar cuidadoso para as especificidades dos produtos televisivos em suas articulações internas enquanto fonte histórica. Dentro de uma gama de possibilidades metodológicas que podem ser consideradas pelo historiador no campo de análise dos “conteúdos” televisivos, é necessário o olhar tanto para os suportes técnicos em que esses textos são produzidos quanto para os códigos internos de





funcionamento da própria linguagem televisiva.

No primeiro caso, considera-se que a televisão surgiu como meio técnico enquanto uma forma de produção, circulação e consumo de seus produtos, que a distinguiu das outras mídias, no sentido de transmitir em sincronia com sua recepção, sons e imagens de forma simultânea ao evento ocorrido em seu tempo real. Uma dimensão específica que foi ao longo dos tempos sofisticada pelas inovações tecnológicas como o videotape, que conferiu mais flexibilidade à produção e ao processo de retransmissão em cadeia; o satélite que alargou ainda mais esse espaço ligando o Brasil ao mundo; a própria transmissão colorida (1972) que aproximou sobremaneira o real das telas; a multiplicação de canais abertos e a cabo e hoje com a tecnologia digital, a possibilidade de integração com os sistemas de informática, internet, telefonia celular, permitindo novas formas de integração dos sujeitos com a televisão. (DUARTE, 2004) Um processo que inevitavelmente trouxe ao longo de suas transformações, consequências para a forma de construção dos produtos televisivos, sua circulação e suas múltiplas relações com o público. Um pesquisador que ao abordar a história de um determinado programa ao longo dos tempos, prescindir dessas transformações na base técnica de seu registro, corre o risco de perder parte do movimento das estruturas de composição tanto

da “forma-conteúdo” do texto televisivo, quanto de suas articulações com os campos da produção e da recepção.

Já no que se refere aos códigos internos de funcionamento da linguagem televisiva, é preciso considerar em princípio seu caráter altamente complexo, marcado pela integração de sons e imagens, pelo jogo de interesses da ação e da omissão em ângulos de câmera, construção de cenários, iluminação, planos e montagens, pela fragmentação/seleção de informações em detrimento do todo, pelo deslocamento do sensacionalismo, pela diversidade e mistura de códigos e gêneros, pela apropriação de outras textualidades midiáticas e pela pedagogia da repetição de todos esses elementos, domando-os através de uma banalização que tende a fundir realidade com ficção. (DUARTE, 2004) Trata-se portanto, de uma linguagem marcada pela hibridez, o que torna muito tênue os limites precisos entre os gêneros televisivos, sejam eles telenovelas, telejornais ou reality shows.

Ao tomar como exemplo o extremo dos telejornais com sua narrativa do “real”, o pesquisador vai se deparar com inserções outras que em princípio fariam parte do mundo do ficcional. O mesmo se pode dizer de telenovelas que misturam a narrativa ficcional com cenas de acontecimentos atuais, veiculados em tempo real. Construindo para o público uma representação





conhecida e reconhecida da existência, a linguagem televisiva utiliza-se de uma bricolagem de narrativas e recursos que ao reproduzir o mundo em que esse telespectador vive, não separa em lugares estanques o drama e o risível, o real e o ficcional.

Em outras palavras, a necessidade do “espetáculo” já defendida por Debord¹¹, paira sobre todas as variantes estilísticas ou de gênero possíveis dentro da televisão, que tem por objetivo primeiro a audiência, a venda de seus produtos, a transformação das imagens em mercadoria.

É a partir dessa lógica discursiva maior, que os gêneros televisivos configuram-se não como “camisas de força” com características transparentes a serem reconhecidas, mas como “estratégias de comunicabilidade”. Duarte esclarece que o gênero pode ser entendido assim como uma macro articulação de categorias capazes de abrigar um conjunto amplo de produtos televisivos que partilham umas poucas categorias comuns. A fluidez do termo só ganha contornos de maior diferenciação de fato, quando sobre ele se projeta uma forma de conteúdo e de expressão – representada pela articulação entre subgêneros (pluralidade de programas) e formatos (organização/especificidades internas) - esses sim, “procedimentos de construção discursiva que obedecem a uma série de regras de seleção e combinação”. (2004, p. 68-8)

Ao historiador cabe então o mapeamento dessas especificidades que caracterizam dentro do leque de subgêneros, o formato do programa a ser analisado, suas regras internas de apropriação da linguagem televisiva. No caso dos programas telejornalísticos, por exemplo, o tipo de estruturação das notícias; sua duração média; o número de informações distintas e o tipo de sequência adotada por ordem de blocos; o processo de construção predominante do texto, seja na forma de discurso, de uma discussão ou de um relato; a avaliação da importância e da função designada ao apresentador ou repórter, o nível de inserção dos chamados “fatos-ônibus”¹², dentre tantos outros. Ou seja, trata-se de decompor as unidades estratégicas de seleção e combinação de elementos na construção de seu texto, ou ainda, da forma como foram utilizados os códigos da linguagem audiovisual.

Ao trabalhar com o conteúdo dos produtos, o historiador ainda precisa lidar com a apropriação que a TV faz de dimensões essenciais da própria História: as relações espaço/temporais. Tanto para se pensar os acontecimentos veiculados em tempo real – a “História imediata” – quanto para uma abordagem sobre as representações do passado, da construção midiática de nossa memória, este aspecto requer do pesquisador um rigor teórico fundamental. Pode-se dizer que na televisão, essa





relação foi incorporada dentro de uma lógica que envolve a produção massificada de espaços insólitos e sem enraizamento e de um tempo fluido que, sem passado nem futuro, paira sob um eterno gerúndio, desconstruindo a cronologia tradicional. A perturbação do sentimento histórico se faz ainda mais evidente numa contemporaneidade marcada pela mídia em geral, que enfatiza exatamente a fabricação do presente. Segundo Barbero (2001), um presente autista, concebido sob a forma de 'golpes' sucessivos sem relação entre si, um presente capaz de bastar-se a si mesmo. O passado quando emerge, emerge como presente, enquanto o futuro, quando apresenta-se na tela à pretexto de uma previsão qualquer, impõe-se como um ato que está acontecendo naquele exato instante.

É nessa engenharia de "re-construção" das noções espaço-temporais, que os telespectadores menos críticos perdem a conexão com o *processo* de produção da realidade configurado na linguagem televisiva e passam a se relacionar de certa forma com o *produto* das programações, onde a ilusão de uma relação espaço-temporal direta se sobrepõe à realidade. Em outras palavras, é na superfície da aparência das dimensões espaço-temporais construídas, que a televisão tende a naturalizar o processo de construção de sua produção, socializando o sentimento de veracidade em torno de uma história cada vez mais

mediatizada pela lógica do espetáculo.

Nesse processo, nos descobrimos não apenas como consumidores de eventos, mas também como sujeitos envolvidos com eles de alguma maneira. Somos chamados a marcar posições, a formar uma opinião ou mesmo a assumir responsabilidades por questões e circunstâncias próprias de um mundo em constante movimento de interconexão. Em um país como o nosso que se conhece e se reconhece pela televisão, onde é ela a responsável por fornecer a primeira e a última imagem sobre todos os assuntos, o exercício da crítica é antes de tudo, uma possibilidade de pesquisa sobre relações de poder na cultura nacional.

Referências Bibliográficas:

- ADORNO & HORKHEIMER. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.
- BARBERO, M. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- _____. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: SENAC, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. *Razões Práticas: Sobre a teoria da ação*. Oeiras: Celta Editora, 1997.
- _____. *Sobre televisão*. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 1997.
- CAPARELLI, S. *Televisão e Capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: L&M. 1982





_____. **Comunicação de massa sem massa.** São Paulo, Cortez, 1980.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão ensaios metodológicos.** Porto Alegre: Sulina, 2004.

ESCOSTEGUY, Ana. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana.** Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FILHO, João Freire. *Por uma nova agenda de investigação da história da TV no Brasil.* In: **Contracampo.** Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação. Niterói: PPGCOM-UFF, 2004.

GRAMSCI A. **Concepção dialética da história.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

_____. **Maquiavel, a política e o Estado moderno.** 4ªed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980,

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais.** Belo Horizonte: UFMG; Brasília, 2003.

IANNI, Octávio. *O Príncipe Eletrônico.* In: IANNI, O. **Enigmas da modernidade-mundo.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX.** Salvador: EDUFBA.

MATTOS, Sérgio. **Um perfil da Tv brasileira.** Salvador: A tarde, 1990.

_____. **História da televisão brasileira – uma visão econômica, social e política.** Petrópolis: Vozes, 2002

NORA, Pierre *O retorno do fato.* In: LE GOFF, Jacques & NORA, Pierre.(org) **História: Novos problemas.** Rio de Janeiro: Francisco Alves, 2ª edição, 1979.

OROZCO, G. **Historias de la televisión em América Latina.**

Barcelona, Gedisa, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** 4 ed. Lisboa: Presença, 1995.

Notas

¹ Nada mais expressivo nesse momento do que a figura de Assis Chateaubriand, primeiro capitão da indústria do jornalismo audiovisual brasileiro, que indiferente ao incipiente mercado, comprou de uma única vez nove estações nos Estados Unidos para uma realidade que não chegava a 250 mil receptores em todo o país. Um panorama que começou a se transformar a partir da década de 60 com a ampliação do consumo industrial, apesar dos índices inflacionários da economia (havia 15 estações de TV nas capitais). A televisão começou então a assumir seu caráter comercial, disputando verbas publicitárias na busca de maior audiência. Cf. SODRÉ, Muniz, *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil.* Petrópolis, Vozes, 6ª ed. 1984.

² Para Gramsci, os órgãos de informação são portadores de uma força dirigente por vezes superior ao dos próprios partidos políticos: “um jornal (ou um grupo de jornais), uma revista (ou um grupo de revistas), são também eles ‘partidos’, ‘frações de partidos’ ou funções de um determinado partido”. GRAMSCI, A. *Maquiavel, a política e o Estado moderno.* 4ªed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980, p.23.

³ São clássicos neste sentido as obras de Sérgio Caparelli, com *Comunicação*





de massa sem massa (1980) e *Televisão e capitalismo no Brasil* (1982), bem como Sérgio Mattos com *Um perfil da TV brasileira* (1990) e *História da televisão brasileira* (2002), além de Othon Jambeiro com a *TV no Brasil do século XX* (2001). A respeito das críticas a essa produção, cf. FILHO, João Freire. Por uma nova agenda de investigação da história da TV no Brasil. In: *Contracampo*. Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação. Niterói: PPGCOM-UFF, 2004.

⁴ O exemplo mais notório nesta direção na América Latina são os trabalhos de Martim Barbero, em especial o livro "Dos Meios às mediações" onde o autor propõe que o sentido da mídia para além de seus textos, encontra-se na fonte de criação de sentido presente nas interações sociais e de seus movimentos de busca por identidade. Cf. BARBERO, M. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001. Tal perspectiva, diz respeito à influência dos estudos culturais britânicos na América Latina, onde ao lado de Barbero, sobressaem os nomes de Néstor García Canclini, Guillermo Gómez Orozco, Beatriz Sarlo, entre outros.

⁵ Embora a Escola de Frankfurt tenha feito afirmações radicais sobre o aprisionamento do homem na armadilha ideológica das mensagens midiáticas e sobre a redução de toda cultura à mercadoria e à dominação das frações dominantes da sociedade, ela também elucidou as origens das produções culturais de massa no processo de produção e acumulação capitalista, abrindo os horizontes das origens econômicas e ideológicas de muitos produtos da cultura da mídia.

⁶ A respeito dos Estudos Culturais Ingleses e sua influência na América Latina, cf. ESCOSTEGUY, Ana. *Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

⁷ Estas abordagens estão de certa forma ligadas ao que Mauro Wolf vai designar como herança paradigmática da própria área da Comunicação Social, hegemonicamente ainda ancorada no modelo informacional. Já criticada por sua visão mecanicista de entendimento da comunicação como um processo de transmissão de mensagens de um emissor para um receptor provocando determinados efeitos, este paradigma juntamente com outros disponíveis (o autor cita basicamente o semiótico-informacional e o semiótico-textual), seriam responsáveis em sua fragilidade, pela falta de especificidade na demarcação da produção de conhecimentos na área da comunicação. O que a levaria ao recurso recorrente de apoio instrumental em outras áreas. Cf. WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 4ª ed. Lisboa: Presença, 1995.

⁸ Hall chega a delinear momentos distintos de mediações onde a recepção da mensagem pode seguir a *padrões dominantes*, convergindo com os interesses em princípio estabelecidos pelos produtores; a *padrões negociados*, onde aceita-se alguns significados já existentes, mas atribuindo-lhes outros tantos e opostora, onde o indivíduo interpreta a mensagem em sentido oposto ao que foi conferido em sua origem. In: HALL, op.cit. p.400-402.

⁹ Para Bourdieu, as representações dos indivíduos "variam segundo sua posição (e os interesses que estão associados a ela) e segundo seu *habitus*, como





sistema de esquemas de percepção e apreciação, como estruturas cognitivas e avaliatórias que eles adquirem através da experiência durável de uma posição do mundo social". In: BOURDIEU, P. *Coisas Ditas*. São Paulo:Brasiliense, 1987, p.158.

¹⁰ No âmbito da recepção, destacam-se ainda as abordagens influenciadas pelo apelo à etnografia. Na prática, alguns excessos neste sentido têm levado os resultados empíricos a uma exacerbada ênfase no receptor e a uma valorização extremada de suas práticas e usos sociais, além de uma certa fragmentação da abordagem em detrimento do processo histórico e mesmo da relação com texto televisivo em seus movimentos de confluência e interseção.

¹¹ A espetacularização caracteriza para Debord, uma forma de contemplação da sociedade contemporânea midiaticizada de tudo aquilo o que lhes falta em sua existência real. Assim, para o autor, se num primeiro momento a degradação pelo econômico se dava na passagem do "ser para o ter", agora cada vez mais, chega-se ao reinado soberano das imagens feitas mercadoria, onde a "própria insatisfação se tornou um produto, desde que a abundância econômica se achou capaz de alargar a sua produção ao tratamento de uma tal matéria-prima". DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p.59

¹² O aspecto político dos fatos ônibus ou as notícias de variedades, consistem para Bourdieu nessa espécie elementar, rudimentar da informação que é muito importante porque *interessa a todo mundo sem ter consequências e porque ocupa tempo, tempo que poderia ser empregado pra dizer outra coisa*' (grifo nosso) In: BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997, p.23.

