



Sobre a Construção do  
Patrimônio Cultural na Televisão

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – UNIRIO  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS – CCH  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MEMÓRIA SOCIAL - PPGMS

LEONARDO MORAES MENEZES

*“VOU TE CONTAR”*

SOBRE A CONSTRUÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL NA TELEVISÃO

Dissertação de mestrado número 202, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social (PPGMS) da Universidade do Rio de Janeiro (UNIRIO) como requisito para obtenção do grau de mestre.

Orientadora: Vera Dodebei

Rio de Janeiro

2006

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – UNIRIO  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS – CCH  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MEMÓRIA SOCIAL - PPGMS

LEONARDO MORAES MENEZES

*“VOU TE CONTAR”*

SOBRE A CONSTRUÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL NA TELEVISÃO

BANCA EXAMINADORA

Professora Dra. Vera Lucia Doyle Louzada de Mattos Dodebei

*Orientadora*

Professor Dr. Mário de Souza Chagas (UNIRIO)

Professora Dra. Rosa Inês Novais Cordeiro (UFF)

Aos meus pais, Telma e Carlos Alberto. A Débora Garcia, pelo incentivo, e a todos os meus amigos do coração. A Rian, companheiro para toda a vida.

## RESUMO

Discute a possibilidade da criação de patrimônio cultural televisivo a partir do registro e da veiculação de experiências pessoais ordinárias frente às tecnologias televisivas. Observa como a narrativa audiovisual é utilizada para problematizar a questão da memória e suas implicações socioculturais, e que relações existem entre *passado-presente-futuro* nas práticas sociais musealizadas pelo programa “Vou Te Contar”, uma co-produção do Museu da Pessoa e do Canal Futura. Trata-se de uma pesquisa de cunho documental, sendo as fontes primárias 6 depoimentos gaúchos e 6 maranhenses gravados e veiculados pelo programa “Vou Te Contar”, e entrevistas com as equipes do Museu da Pessoa e do Canal Futura. Interroga como o consumo cultural, por um lado, contribui para a compreensão das identidades culturais no Brasil por meio do contato com realidades, símbolos e produtos disseminados nacionalmente, e por outro, como pode dificultar a manutenção de tradições frente aos anseios e expectativas gerados pelo contato com diferentes culturas. A construção metodológica combina a análise das categorias de discurso televisivo apontado por Jesus Martín-Barbero com as configurações patrimoniais expostas por José Reginaldo Santos Gonçalves, na tentativa de apreender as estruturas a partir das quais sujeitos e grupos elegem seus patrimônios como extensão dos fenômenos socioculturais. Conclui que o patrimônio televisivo pode ser entendido como um museu na televisão, mas sustenta que estudos sobre o público telespectador, baseados nas teorias da recepção, poderão conferir maior harmonia aos campos da mídia e do patrimônio.

## ABSTRACT

This study discusses the possibility of creating cultural heritage through televising technologies from the recording and airing of personal experiences. It observes how the audiovisual narrative is used to question the memory itself and its sociocultural implications, and what relations exist between past-present-future in social practices in a museum content by the TV show “I’ll Tell You”, a co-production by the Museum of the Person and Canal Futura. It is a research of a documentary matrix, being the primary sources the statements of 6 persons from the Brazilian state of Rio Grande do Sul and 6 from Maranhão for the show, and interviews with the crew of the Museum of the Person and the Canal Futura. It interrogates how the cultural consumption, on the other hand, contributes for the understanding of the national cultural identities in Brazil by means of contact with diverse realities, symbols and products spread throughout the country, and for another, how it can jeopardise the maintenance of cultural traditions towards the yearnings and expectations generated by the contact with different cultures aired by television. The methodologic construction combines the analysis of the categories of televisionised speech pointed by Jesus Martín-Barbero and the patrimonial configurations displayed by Jose Reginaldo Santos Gonçalves, in the attempt to apprehend the structures from which citizens and groups choose their heritage as extension of the sociocultural phenomena. It concludes that the televisionised heritage can be understood as a museum in the television, but supports that studies on the viewing public, based in the theories of reception, will be able to increase greater harmony to the fields of media and heritage.

SUMÁRIO	PÁG.
1 INTRODUÇÃO	8
2 INFORMAÇÃO, NARRATIVAS E PODER	22
3 HISTÓRIAS DE VIDA EM DUAS MÍDIAS	43
3.1 MUSEU DA PESSOA - ONDE VOCÊ FAZ PARTE DA HISTÓRIA	44
3.2 FUTURA - O CANAL QUE VOCÊ LEVA PRA VIDA	59
4 "VOU TE CONTAR"	73
4.1 O PROGRAMA	74
4.2 UM MUSEU NA TELEVISÃO	90
4.3 TELEVISÃO, PATRIMÔNIO E USO	115
5 CONCLUSÕES	139
REFERÊNCIAS	143

## 1 INTRODUÇÃO<sup>1</sup>

“SANTA CLARA, PADROEIRA DA TELEVISÃO  
QUE A TELEVISÃO NÃO SEJA O INFERNO, INTERNO, ERMO  
UM VER NO EXCESSO O ETERNO QUASE NADA (QUASE NADA)  
QUE A TELEVISÃO NÃO SEJA SEMPRE VISTA  
COMO A MONTRA CONDENADA, A FENESTRA SINISTRA  
MAS TOMADA PELO QUE ELA É DE POESIA.”

*Caetano Veloso em “Santa Clara, Padroeira da Televisão”.*



*SEU ZENO DIAS, de Caçapava do Sul/RS, conta o caso “Um Cavalo para Bento Gonçalves”*

---

<sup>1</sup> Na introdução deste trabalho peço que me seja permitido usar da licença discursiva de poder pronunciar-me pela forma pronominal da 1ª pessoa do singular, considerando ser a forma mais adequada para um relato das motivações iniciais desta pesquisa. Nos demais capítulos, usarei a 1ª pessoa do plural para denotar o trabalho feito em parceria com a professora-orientadora.



A maioria dos brasileiros assiste muito à TV. São 40 milhões os domicílios no Brasil que possuem televisão. Segundo pesquisa do Ibope, o brasileiro assistiu, no ano de 2004, uma média diária de 4 horas, 53 minutos e 22 segundos em frente à TV (CASTRO, 2005). De acordo com o Censo 2000 do IBGE 87,5% das casas têm aparelhos de TV enquanto eletrodomésticos básicos, como a geladeira, estão presentes em 82,5% dos domicílios (IBGE, 2000). Tais dados caracterizam a TV uma das produções culturais mais nacionalizadas que temos. Esse fascínio, estabelecido em pouco mais de 50 anos transformou a televisão em um dos mais poderosos espelhos da nossa realidade cultural e social. Em um país onde a grande maioria do povo não tem acesso pleno a outras formas de entretenimento, como a literatura, o teatro e o cinema, a TV cumpre o papel de ser uma válvula de escape diante das agruras do cotidiano. Capaz de cativar pessoas de diferentes estilos de vida, níveis econômicos e graus de instrução, a televisão pode ser considerada um retrato do Brasil de seu tempo. Nessas cinco décadas de convívio diário com o público, a TV ditou modas, interferiu no comportamento das pessoas e, acima de tudo, documentou parte da história recente do Brasil.

Difícilmente alguém imaginou que uma caixa preta transmissora de imagens e sonoridade fosse capaz de seduzir tanta gente. Afinal, qual seria a magia da televisão? Essa pergunta teve resposta imediata, pelo menos para os poucos privilegiados donos do tal aparelho doméstico que, em 18 de setembro de 1950, sintonizaram a cerimônia de inauguração da TV Tupi de São Paulo, a primeira do país. Dentro de suas casas estava um novo meio de transmitir idéias e mensagens. Capaz de divertir e criar fantasias, além de transmitir informações como o rádio e a mídia impressa, esse mundo trazia ainda um diferencial fundamental: a imagem em movimento. Desde então, a televisão não parou de atrair mais e mais pessoas.

E hoje, ao chegarmos em casa à noite e sintonizarmos nossa TV no canal predileto, podemos nem perceber, mas milhões de brasileiros estão fazendo a mesma coisa. Se você quer falar para todo o território, é pela TV que a sua mensagem chegará aos mais remotos rincões. Mas qual é o impacto que sua programação gera no entendimento das pessoas enquanto indivíduos e sociedade?

Enunciei este questionamento, como provavelmente várias pessoas, em diferentes momentos da minha vida, tanto na profissão quanto nos momentos de lazer. Afinal, em qualquer roda de conversas, invariavelmente algo que foi veiculado na TV é mencionado mais cedo ou mais tarde. Comigo isto é freqüente. Ainda mais por trabalhar com o audiovisual desde o início da minha carreira profissional, assim como a maioria dos meus amigos. Mergulhado neste universo de imagens e sons, do cinema à TV, sempre me preocupei com as múltiplas possibilidades de registro que podemos ter ao retratar a realidade das pessoas, em suas organizações, seus anseios e experiências de vida. Principalmente impressionado pelo fato de, ao aparecerem na tela, elas estarem na maioria das vezes a cargo de uma mensagem que não partiu de si próprias, mas sim de um repórter, editor ou diretor. Suas percepções de vida atendiam a uma demanda prévia e externa. Quando uma reportagem quer mostrar o descaso do governo com a questão da habitação popular, lá vai uma equipe de TV gravar numa favela e perguntar aos moradores de que eles são carentes. Quando se quer mostrar a ineficiência do sistema de ensino no país, basta abrir câmera nas ruas ou praças e perguntar à população alguma questão de língua portuguesa ou de história. Este é o papel esperado do anônimo na TV. O discurso da ausência, mesmo que necessário como alerta sobre a situação social do país, gera um pré-conceito de inferiorização social na maior parte do povo brasileiro. Quando, afinal, seriam eles protagonistas de um discurso próprio que os unisse e os identificassem, redefinindo seus papéis sociais conforme parâmetros e desejos particulares?

Há tempos vem ocorrendo mudanças no entendimento de quem pode ser protagonista na televisão de hoje. O desejo de visibilidade pública vem ganhando força, principalmente entre uma parte da população que sempre viveu à margem do acesso às câmeras. Agora não basta que seus rostos estejam expostos e visíveis na mídia. Os anônimos estão, cada vez mais, ganhando nome nos créditos, empunhando o microfone e narrando suas histórias. A evidência de determinados temas e de formas próprias de representar e narrar

destes indivíduos na televisão, supõe-se, pode ser entendida como um modo muito particular de enunciação de suas culturas<sup>2</sup>.

Pode-se dar novos sentidos aos modos recorrentes de referirmos à influência da mídia e à figura dos receptores. As palavras que aqui operam são as de subjetividade, produção de sujeitos, de sentidos e de discurso (FOUCAULT, 2004). Uma das possibilidades de análise midiática para a televisão é a que considera o conceito de modos de endereçamento. Provingo dos estudos de cinema e desenvolvido pela autora americana Elizabeth Ellsworth (ELLSWORTH, 2001), este conceito diz respeito, principalmente, à pergunta: quem neste filme - ou, no nosso caso, neste programa de TV - você pensa que é? Tal como nos filmes, tudo o que é veiculado pela televisão é feito para alguém. Modos de endereçamento referem-se a um tipo de “estrutura” que se desenvolve na relação entre o produto televisivo e seus espectadores. Neste sentido, poderíamos dizer que existe uma determinada “posição-de-sujeito” que nos é sugerida através destes enredos e imagens, a qual somos convidados a ocupar. É considerar que há um endereço para aquele programa, que ele existe e é feito para chegar a alguém, para seduzi-lo, chamá-lo a ver, gostar e reconhecer-se. Por mais que estejamos falando de imagens, sons, posicionamento de câmeras ou mesmo do ritmo e ordem das imagens de um determinado programa, jamais estes elementos podem ser vistos como “neutros”. A partir do seu tratamento, do jogo e combinação que recebem na/pela televisão, eles adquirem determinados significados para cada um de nós: ou seja, o par imagem/sentidos jamais pode ser analisado de forma estanque, separada.

Outro ponto que merece ênfase refere-se à discussão acerca dos conceitos de representação e discurso no espaço da mídia, de maneira geral. Apoiados em Michel Foucault e, assim, entendendo discurso como o conjunto de enunciados de um determinado campo de saber, os quais sempre existem como práticas, percebemos o quanto este conceito está ligado a questões mais amplas, de cunho cultural, social e histórico, se referindo a evidências e redes de saberes de um determinado grupo em

---

<sup>2</sup> Na Revista da TV do jornal O Globo do dia 03/09/2006, uma reportagem de Amélia Gonzalez sobre o programa “Caldeirão do Huck” da Rede Globo anunciava o intuito do programa em ser majoritariamente dotado de quadros protagonizados por anônimos.

determinado tempo. A representação, embora também ligada a este caráter histórico, social e cultural, nos remete à construção de discursos, como elemento de sua produção. É, portanto, parte dele. Por exemplo, as representações de crianças ou idosos pode nos remeter à construção de um discurso sobre a infância/velhice frequentemente enunciado na televisão atual.

Neste sentido, minha experiência profissional no ramo televisivo, tanto na área técnica quanto na de criação<sup>3</sup>, mostra-se como um diferencial deste trabalho no sentido de trazê-la como objeto de estudo, de apropriar-se dela, de sua linguagem específica, das suas etapas de produção, edição e criação. A partir destas referências, intentarei mostrar que a “leitura” sobre a televisão deve também privilegiar a percepção visual e auditiva, permitindo identificar a composição imagem/som/texto, que é a essência dessa linguagem e de sua forte atração. Tal formação, tendo em vista a construção de sentidos que estes elementos audiovisuais trazem, diz respeito não só à inteligibilidade sobre um meio como a televisão, mas também a um exercício político por parte dos telespectadores.

O estudo da produção televisiva pode revelar algo da alma de uma sociedade, seus desejos, ambições, preferências de consumo, moda, hábitos entre outros aspectos de comportamento. Portanto, ao apresentarmos histórias de vida na televisão, de alguma maneira, estamos atualizando a própria memória social. No Brasil, conhecer a programação de TV é conhecer o brasileiro. Entender a televisão, pensar sobre ela, é um modo de também pensar sobre o nosso tempo presente e sobre as práticas que produzimos e que nos produzem. É pensar sobre um tempo em que o entendimento sobre os acontecimentos do país e, por consequência, o sentimento de pertencimento a uma cultura brasileira vem pelas imagens da TV. Falar sobre televisão significa falar sobre culturas.

Tendo a TV um importante papel na criação de identidade e na formação dos hábitos de consumo cultural do brasileiro, por ser o veículo de maior penetração na sociedade,

---

<sup>3</sup> O autor trabalha atualmente como analista de conteúdo e criador de projetos no Núcleo de Conteúdo do Canal Futura.

podemos pensá-la também como um suporte de integração/exclusão social. A veiculação de histórias de vida anônimas, antes relegadas ao esquecimento, levanta uma importante discussão a respeito do funcionamento da memória da cultura (GONÇALVES, 1999a), assim como sobre os mecanismos das várias linguagens que compõem as culturas, sugerindo uma dinâmica entre as mesmas pouco explorada. Afinal, os laços culturais podem ser considerados tão fortes quanto os genéticos quando tratamos de identidade. Por isso, a presença das práticas culturais na tela da TV torna-se uma forma de resistência da memória social. Em outras palavras, se a memória do brasileiro se reformula constantemente, quais são os sistemas socioculturais que a mediam? (MARTÍN-BARBERO, 2001)

Ao sintonizar a programação televisiva, o espectador assiste a novos hábitos, formas de vestir, de falar e de agir que, na maioria das vezes, não tem relação com a cultura de vida, por exemplo, das comunidades rurais. Mas a TV está ali, na casa de todos nós, todos os dias. E por ser valorizada como fonte privilegiada de informação, traz a reboque novas referências em estilo de vida, podendo até contrapor-se às tradições sociais de um mesmo grupo espectador. As imagens na televisão não se apresentam como simples evocação da realidade, mas desejam entranhar-se como presença no universo emotivo e fazer parte da vida social. Os signos e as imagens em movimento na transmissão televisiva não têm somente a ambição de estabelecer uma comunicação com os espectadores. Mais que isso, querem simular um contato real e uma presença nos mesmos locais onde estes espectadores estão. São imagens que foram gravadas, cortadas, coladas e colocadas em seqüência para apresentarem-se em movimento estético e político, enquanto fazem e refazem a nossa memória.

Mas seria parcial e superficial expor o poder da TV somente como um fator de desagregação social. Afinal, não podemos dizer que o mundo vivia num paraíso de sociabilidade antes da institucionalização em escala industrial dos meios de comunicação. O acesso à informação permite que diversos grupos, que em tempos passados não detinham força política ou agiam de forma descentralizada, mantenham-se coesos e com possibilidades reais de expansão em suas ações graças a jornais locais, revistas, sites e

programas de TV. Isso serve para todos, já que é através da comunicação que os valores culturais são transmitidos às novas gerações, perpetuando-se no tempo.

Subsiste, todavia, a noção de que a globalização poderá levar à perda do pluralismo cultural de vários grupos sociais, principalmente das minorias. Esta questão foi abordada pela UNESCO ao adotar, em 2001, a Declaração Universal da Diversidade Cultural (UNESCO, 2001), documento que define estratégias para a defesa da diversidade dos povos e preservação de expressões culturais que se encontram em risco de desaparecer. Neste sentido, indústrias culturais, pilares da economia atual, embora possam fazer perigar tradições culturais, quando devidamente utilizadas, também podem se constituir como ferramentas poderosas na implementação de um desenvolvimento cultural sustentado.

Dentro da lógica de patrimônio cultural, de que maneira uma indústria cultural como a televisão pode ter o seu acervo considerado uma forma de representação que deva ser valorizada? Hoje, não podemos negar que é pela TV que tomamos conhecimento da grande pluralidade cultural do Brasil. E os produtores de programas sabem que levar estas manifestações ao ar permite que elas sejam constantemente atualizadas não só pelos seus praticantes mas, no caso brasileiro, por toda a sociedade<sup>4</sup>. Deste modo, pode-se supor que a TV contribui para a preservação e valorização de determinadas tradições culturais.

Por esta ótica, a programação de TV engloba um acervo detentor de vários elementos passíveis de patrimonialização: as histórias pessoais, a relação dos grupos sociais com o ambiente onde vivem, o significado de suas vestimentas, as expressões regionais, os causos que traduzem suas culturas e crenças através de histórias que misturam elementos da realidade com fantasiosos, podendo ser definidos como contos realistas, sendo “repletos de coincidências, disfarces, golpes teatrais, desfechos improváveis”

---

<sup>4</sup> Faz-se oportuno dizer que no momento em que o presidente da Bolívia, Evo Morales, questiona a validação da anexação histórica do território do Acre pelo Brasil, a Rede Globo anuncia a produção da minissérie “Amazônia – De Galvez a Chico Mendes”, uma forma de arraigação identitária dos brasileiros com o espaço acreano pelo uso do audiovisual.

(SIMONSEN, 1987, p.7).<sup>5</sup> Todos estes componentes são patrimônios intangíveis, à medida que encontram o seu sentido nas relações sociais e simbólicas tanto em quem está dentro quanto fora da *telinha*. Na narrativa televisiva, é dada às pessoas retratadas pelo vídeo a condução subjetiva sobre tudo o que aparece na tela. Em outras palavras, as imagens captadas servem como uma construção pessoal e, por que não, cultural. Estas estruturas televisionadas criam um elo de identificação com o espectador quando “expostas ao olhar” (GONÇALVES, 1998), cumprindo assim seu objetivo enquanto representações do patrimônio cultural do nosso país através das histórias de vida, reais e alegóricas, da gente brasileira.

Neste sentido, sugerimos a hipótese de que a televisão possa ser vista como uma possibilidade de apoio ao patrimônio cultural à medida que ela detém o aparato necessário para se constituir como um elemento de poder na escolha de práticas culturais que podem ser difundidas a um amplo espectro de pessoas. Ao considerarmos que a linguagem audiovisual se constitui como um sistema de representação simbólica (BOURDIEU, 1997) profundamente influenciado por princípios que organizam possibilidades de representação e de significação em uma dada cultura, abrimos espaço para problematizar não só a própria linguagem visual, mas também o que está envolvido em sua leitura. A televisão, à luz do processo de construção dos sentidos e em sua ampla inserção como atividade de lazer e fonte de informação diária de 90% dos brasileiros (EPCOM, 2002), tem a sua parcela de poder e responsabilidade na eleição de aspectos socioculturais intrínsecos ao que se entende por identidade brasileira.

Tal hipótese pode ser formulada a partir da análise da memória como representação e como criação, ou seja, como uma construção simbólica baseada em percepções adquiridas através de experiências, influências socioculturais, relatos históricos, mídia, entre outros. Tais representações, portanto, são totalmente pessoais e se reconstroem a todo momento, inexistindo a possibilidade de se admiti-las como fontes de exatidão

---

<sup>5</sup> Câmara Cascudo define o caso - ou conto popular - como uma história em que o povo, “sem documento histórico que garanta a veracidade, ressuscita o passado, indicando as passagens, mostrando, como referências indiscutíveis para a verificação racionalista, os lugares onde o fato ocorreu.” (Cascudo, 1984, p. 52).

histórica e isentas de intervenção. Isso porque nossa memória é referenciada a redes subjetivas nas quais se legitimam para serem socialmente aceitas. Nossas memórias, mesmo que “pessoais e intransferíveis”, necessitam ser compartilhadas com os nossos pares na sociedade com a qual nos identificamos. Trata-se de uma construção coletiva, um arquivo comum no qual consultamos distintas fontes conforme vamos vivendo.

Talvez seja possível dizer que esta incorporação de diferentes elementos socioculturais se dá, em grande parte, pela mídia. Com o declínio das formas tradicionais de transmissão oral nos espaços público e privados, a mídia, principalmente a televisiva, ocupou uma lacuna de fonte na constante necessidade de transformação das nossas percepções sobre a memória. A mídia de massa é uma das principais fontes onde absorvemos nosso entendimento sobre o mundo, sobre as normas de conduta em sociedade, sobre as opiniões de assuntos colocados em voga. Tudo isso, de certa forma, representa também a nossa identidade. Ao consumirmos mídia, somos responsáveis por definir qual opção de passado queremos obter. Dizemos ao grupo produtor que concordamos com o viés proposto por ele. Há uma interação de mão-dupla que se dá através de diferentes indicadores, como venda, audiência, pesquisa de público, centrais de atendimento ao público, quantidade de pauta compartilhada entre diferentes mídias. Esta retroalimentação torna emissor e receptor cúmplices na construção de um passado compartilhado seja nas omissões ou versões dos fatos e mensagens apresentados, mesmo que o produtor ainda detenha o comando do processo de produção. Desta forma, a TV se compõe como um lugar de memória e esquecimento, silêncio e engajamento simbólico. São os contextos válidos para cada período que irão dizer o arcabouço de referências culturais legitimadas por determinado grupo social.

Os programas de TV podem ser vistos como arquivos audiovisuais que respondem a funções claras no processo de organização sociopolítico de agora. E assim o foi também nos anos que nos antecederam. A cada época, as forças sociais em disputa, principalmente aquelas que são produtoras ou aliadas do discurso da mídia, injetam no senso comum e na leitura das tradições suas versões para a origem dos fenômenos socioculturais contemporâneos. Este processo que valida o pacto comunicacional entre



emissores e receptores de mídia é estruturante socialmente. Logo, acostumamo-nos a ver a mídia como organizadora do pensamento em sociedade. Se as identidades dos conjuntos sociais procuram respaldo no espelho construído pelas redes subjetivas, é no campo da mídia que podemos ver como a disputa pelo recorte de idéias irá se sobrepujar. A mídia, como todas as fontes de informação, faz parte do conjunto de instrumentos responsáveis pela construção dos padrões de memória em vigor. E portanto, pode-se dizer que a memória também é consumida por comportamentos sociais presentes na teledramaturgia, conceitos morais disseminados pelos *talk-shows*, ideologias em ascensão ou decadência pelos telejornais, entre outros. Citamos Le Goff:

“Pesquisa, salvamentos, exaltação da memória coletiva não mais nos acontecimentos mas no tempo longo, busca dessa memória menos nos textos que nas palavras, nas imagens, nos gestos, nos rituais e nas festas; é a conversão partilhada pelo grande público, obcecado pelo medo de uma perda de memória, de uma amnésia coletiva, que se exprime desajeitadamente na moda retrô, explorada sem vergonha pelos mercadores de memória desde que a memória se tornou um dos objetos da sociedade de consumo que vendem bem.” (LE GOFF, 1990, p.44)

Em conseqüência, os patrimônios, que estão ligados umbilicalmente ao entendimento identitário das pessoas, também são afetados pelo discurso da mídia. Afinal, eles são eleitos e valorizados conforme geram sentidos para as sociedades que os utilizam como referência cultural. É neste processo que a mídia pode ser considerada um lugar de memória. Daí a contribuição deste estudo para que a televisão seja compreendida para além da percepção geral da TV como um veículo destinado somente ao entretenimento, mas sim por entendê-la como um meio por onde se exprimem e se preservam os hábitos que compõem a memória coletiva (MARTÍN-BARBERO, 2001). Por este viés, pode a televisão se caracterizar como um patrimônio que inclui elementos socioculturais que permitem o uso político de grupos interessados em garantir a preservação e difusão de determinados elementos identitários como dominantes? Considerada um dos principais produtos culturais brasileiro, a telenovela deve seu sucesso não apenas à técnica de produção, mas também por conseguir aprofundar a discussão da vida atual e das mudanças de costumes. Quando assistem a uma novela, diz Renato Janine Ribeiro, “os indivíduos não ouvem apenas discursos. Eles presenciam situações” (RIBEIRO, 2005, p.30).

A análise dos depoimentos do programa “Vou Te Contar”, veiculado pelo Canal Futura e disponível no site do Museu da Pessoa, constituídos a partir da tradição oral brasileira, corrobora a necessidade de pesquisas sobre o poder desta mídia na memória coletiva enquanto parte de um sistema de objetos culturais em perigo (GONÇALVES, 2003). Neste programa, ‘ex-anônimos’ expressam suas percepções culturais e sociais através da contação de histórias de vida e contos populares, aliando elementos constitutivos de suas identidades, imaginário popular e momentos históricos que fazem parte da memória social coletiva de onde vivem. Aí jaz a justificativa da escolha deste programa como objeto de estudo desta pesquisa: as narrativas retratadas ocupam ainda um papel importante na constituição dos seus narradores como sujeitos. Colocando a si mesmos como personagens, os narradores selecionam fatos, eventos, estórias fictícias, experiências de suas trajetórias de vida que lhes deixaram marcas e que vão conferir-lhes identidade. Estes traços pessoais que os definem e diferenciam, e que devem ser reconhecidos e legitimadas frente ao grupo, podem ser relativos a atitudes, posturas, comportamentos tidos durante a vida, mas também podem literalmente aparecer registrados no corpo. Todos estes elementos podem e são capturados pela câmera do “Vou Te Contar”, dotando o registro destes personagens pela televisão de uma força social identitária de importante impacto para comunidades onde vivem.

Esta pesquisa consiste em analisar os processos de formação de identidades de grupos sociais enquanto patrimônio cultural a partir do registro e veiculação de experiências pessoais ordinárias frente às tecnologias televisivas. Neste estudo, a representação da narrativa audiovisual é utilizada para problematizar a questão da memória do meio audiovisual e suas implicações socioculturais. Tal reflexão tem por objetivo principal examinar que relações existem entre *passado-presente-futuro* nas práticas sociais musealizadas por um programa co-produzido por um museu, tendo como base o processo de recepção do audiovisual e seus pressupostos teóricos.

Em princípio, o estudo apresenta sua trajetória conceitual tendo como principais referências teóricas o sociólogo e antropólogo José Reginaldo Santos Gonçalves para a

parte de análise dos discursos do patrimônio cultural no Brasil e o comunicólogo espanhol radicado na Colômbia Jesús Martín-Barbero como apoio para as reflexões entre poder e discurso dos meios de comunicação na América Latina, principalmente o televisivo.

Trata-se de início de uma pesquisa de cunho documental na investigação de fontes primárias e secundárias. As fontes primárias são os depoimentos gravados e veiculados pelo programa “Vou Te Contar”. Ao todos são 12 depoimentos, sendo 6 gaúchos e 6 maranhenses. Estão também presentes entrevistas com as equipes do Museu da Pessoa (diretor do museu; fundadora do museu; pesquisadora encarregada das entrevistas com os protagonistas do programa) e do Canal Futura (diretora do canal; diretor do programa). As fontes secundárias são artigos de revistas, de jornais, da internet, livros e programas de TV que abordam e analisam informações sobre como o brasileiro se relaciona com o conceito de memória através das histórias de vida televisionadas e quais implicações sociológicas tal conexão pode gerar.

A proposta é discutir como a metodologia aplicada ao consumo cultural pode contribuir para a compreensão das identidades culturais no Brasil que, de um lado, possibilitam o contato com realidades, símbolos e produtos disseminados nacionalmente; de outro, dificulta para as comunidades regionais a manutenção de suas tradições frente aos anseios e expectativas gerados pelo contato. O problema de pesquisa diz respeito à relação entre consumo de bens materiais e simbólicos midiáticos nacionalizados e a conformação de estilos ou movimentos culturais regionais, a partir da estruturação da experiência em diferentes classes sociais e da ordenação de identidades híbridas com os recursos provenientes de esferas nacionais e regionais. A construção metodológica combina a análise das categorias de discurso televisivo apontado por Martín-Barbero com o método das configurações patrimoniais exposto por Gonçalves, na tentativa de apreender o exame das estruturas a partir das quais sujeitos e grupos elegem seus patrimônios como extensão dos fenômenos socioculturais.

A configuração destes patrimônios se estabelecem nas relações entre os agentes sociais, conforme o conceito de Bourdieu (1989, p. 133), no qual os agentes e grupos de agentes são definidos pelas posições e classes ocupadas neste espaço, constituídas, por sua vez, pelo conjunto de forças ou campos nele atuantes. Os campos são agregados de acordo com a distribuição de espécies de capital ou de poderes - sejam eles econômico, cultural, social e simbólico. Assim, um conjunto destes agentes que, potencialmente, se mobilizam politicamente pelas compatibilidades, proximidades e interesses comuns garantem a preservação de suas orientações socioculturais, como exposto por Gonçalves. Conseqüentemente, busca-se relacionar no estudo do sentido de pertencimento cultural que é propagado por estes agentes, a representação que eles têm do mundo social, a visão de sua própria posição social nesse mundo e a forma como esses dois tipos de representações interferem na constituição e preservação de estilos ou movimentos culturais.

O entendimento do papel das novas tecnologias de comunicação na constituição das identidades contemporâneas é um desafio que só pode ser empreendido no âmbito das relações sociais e culturais (ou das mediações). A especificidade do campo brasileiro é questionar se este sistema de fato integra ou distancia os grupos sociais. Afinal, os meios de comunicação configuram hoje o dispositivo mais poderoso de dissolução de um horizonte cultural nacional comum, passando a constituir-se em mediadores da heterogênea trama de imaginários (Martín-Barbero, 2003). Logo, podemos indagar se as diferentes classes sociais, enclausuradas em campos distantes uns dos outros, estão buscando no imaginário regional uma forma de integração com o imaginário cultural da nação. Desta maneira, este estudo, além desta seção inicial, apresenta mais outros quatro capítulos, conforme explicitado a seguir.

Para estudar a possibilidade da televisão ser detentora de aspectos edificantes do patrimônio cultural, o capítulo II expõe os campos que serão usados em toda a dissertação: informação, narrativas e poder.

O Capítulo III traça as razões pelas quais o Museu da Pessoa e o Canal Futura, respectivamente, decidiram fazer a co-produção “Vou Te Contar”. Nele, pretende-se verificar as demandas e objetivos destas instituições para que decidissem se unir para criar o programa.

O Capítulo IV apresenta o programa “Vou Te Contar”, sua narrativa, seus personagens, suas histórias de vida, seus causos. A partir da descrição do programa e das referências teóricas de Jesús Martín-Barbero por comunicação e José Reginaldo Santos Gonçalves por patrimônio, visualidade e cultura, investiga-se que sentidos orientaram o perfil dos protagonistas, as cidades onde moram, a escolha dos apresentadores, o conceito da direção do programa, o estilo do roteiro, a dinâmica da edição, além das intervenções gráficas e sonoras. Aqui se pretende verificar se todos os componentes que constroem a narrativa televisiva são propositadamente arranjados de forma que transmitam a idéia da pessoa como detentora de características culturais como representativas de uma região do Brasil e ao mesmo tempo constituem práticas coletivas que estão em risco de desaparecer, devendo ser patrimonializadas. A seguir, analisam-se os conteúdos teóricos acerca da questão do patrimônio audiovisual enquanto uma manifestação cultural articulada a uma proposição política de cunho social na preservação de estilos de vida e práticas culturais característicos da população brasileira, em especial de dois estados: Rio Grande do Sul e Maranhão. Indica-se, desta forma, o programa – e a televisão - como uma possibilidade de resistência de determinados aspectos culturais, abrindo a possibilidade de preservação dos mesmos a serem difundidos via televisão para um público tanto local quanto distribuído em todo o território nacional.

O Capítulo V apresenta as conclusões desta pesquisa sobre as questões discutidas, respondendo-se aos objetivos do estudo formulado, além de sugerir caminhos para novos estudos acerca da televisão como um veículo que faz parte da rede de tensões formadora do patrimônio cultural brasileiro.

## 2 INFORMAÇÃO, NARRATIVAS E PODER

“PORQUE PRA PLANTAR FEIJÃO EU NÃO VOLTO MAIS PRA LÁ  
EU QUERO É SER CINDERELA, CANTAR NA TELEVISÃO  
BOTAR FILHO NO COLÉGIO, DAR PICOLÉ NA MERENDA  
VIVER BEM CIVILIZADO, PAGAR IMPOSTO DE RENDA  
SER ELEITOR REGISTRADO, TER GELADEIRA E TV  
CARTEIRA DO MINISTÉRIO, RG”

*Tom Zé em “Menina Jesus”.*



*WERNER SCHÜNEMANN, apresentador do “Vou Te Contar” – Rio Grande do Sul*

O crescimento vertiginoso dos meios eletrônicos no último século fez com que as massas populares conseguissem penetrar com mais influência na esfera comunicacional pública quanto mais aumentavam seu poder de consumo. Estabeleceram outras maneiras de adquirirem informação, pela criação de narrativas que abordassem seus próprios grupos sociais, de conceberem e reivindicarem seus direitos para além do seu espaço de atuação. Grande parte desse processo se deu em função de uma crescente desilusão popular diante das burocracias estatais, partidárias e sindicais, fazendo com que as massas recorressem ao rádio e à televisão para conseguirem o que os organismos oficiais de validação da cidadania não conseguiram: serviços, justiça, reparações, identificação ou simplesmente “ter sua voz ouvida”. Afinal, como disse Marieta Ferreira: “Há uma linha que diz que na História oral vamos dar voz aos depoentes. Ninguém dá voz a ninguém. O máximo possível, ao desenvolver um projeto, é fazer com que essas vozes possam ser escutadas” (FERREIRA, 2006).

Mais do que sugerir que os meios de comunicação vêm substituindo os velhos agentes (partidos, sindicatos, intelectuais), estamos dizendo que o advento destes meios põe em evidência uma reestruturação geral das articulações entre o público e o privado, percebida também no reordenamento da vida urbana no âmbito público e privado, no declínio das nações como entidades que comportam o social e na reorganização das funções clássicas dos atores políticos tradicionais. Nesse ínterim, há que se atentar para as transformações vividas pelas indústrias culturais, que são posteriores à remodelação do consumo e da vida cotidiana das grandes cidades.

Quando falamos em vida cotidiana, em atores cotidianos, estamos tratando de consumos desiguais, vividos em grupos econômica e culturalmente diferentes. Nesse sentido é que o consumo pode ser entendido como um lugar onde os conflitos entre grupos sociais acabam ganhando continuidade através da distribuição e da apropriação de bens. Susan Willis, ao conceituar consumo e mídia, disse:

“Na sociedade de consumo avançada, o ato de consumir não envolve necessariamente uma troca econômica. Consumimos com os olhos, absorvendo produtos com o olhar cada vez que empurramos um carrinho pelos corredores de um supermercado, assistimos à televisão ou

dirigimos ao longo de uma rodovia pontuada por logotipos. O consumo 'áudio e visual' é de tal forma parte de nosso panorama cotidiano que não nos damos conta dos significados inscritos em tais procedimentos" (WILLIS, 1997, p. 44).

Justamente por isso, consumir mídia é também participar de uma arena de disputas por informações que a sociedade produz e pelas maneiras de usá-las. Admitindo que a informação é um suporte político estratégico e indispensável à ação dos atores sociais, a mídia tornou-se parte do jogo das relações sociais de poder e da própria constituição ou agendamento do fato. A hipótese de Agendamento ou *Agenda-setting* tem sido usada nos trabalhos de recepção a partir dos anos 60 (HOHLFELDT, 1997). Baseia-se nos seguintes pressupostos: através de um fluxo contínuo de informação, os meios de comunicação influenciam o receptor a médio e longo prazos; isto é, a mídia agenda determinados assuntos que passam a ser incluídos nas preocupações do público receptor. A agenda da mídia termina por se constituir também na agenda individual e mesmo na agenda social. Em outras palavras, o fato ou evento social passou a constituir um acontecimento relevante ou não, conforme o empenho ou o peso atribuído pela mídia. A mídia, portanto, ao apresentá-los, também interpreta e avalia a sua importância, conforme a sua lógica e interesses. Informar o leitor/ouvinte/espectador, significa, também, formar o leitor, prepará-lo, torná-lo capacitado a entender e reconhecer as marcas características de determinado discurso.

Não se pode desconsiderar a influencia hegemônica da mídia na formação da opinião, dos desejos, das atitudes, dos valores, dos comportamentos e da subjetividade, principalmente das camadas médias da população urbana no Brasil. Contudo, as interpretações e relações estimuladas pelos processos midiáticos não são unívocas e generalizantes, estando minimamente relacionadas e condicionadas, inclusive, pelas histórias individuais e culturais do grupo e da classe social a que pertencem ou se identificam. Em outras palavras, a população não adquire ou absorve mecanicamente e de forma homogênea as "informações", valores e hábitos midiáticos. Estudos na área de recepção comprovam isso, salientando que a recepção e apropriação dos produtos da mídia são processos



sociais complexos em que os indivíduos dão sentido as mensagens de uma forma ativa, adotando-as de maneira diversa e usando-as diferentemente no curso de suas vidas.

A mídia, ou melhor, o tempo midiático produz, em um mesmo instante, diferentes simultaneidades. O lugar encontra-se diluído no mundo inteiro, em toda parte, e o tempo mutável. A integração em forma de redes articula e não permite nenhuma ausência. Paulo Edgar de Almeida Resende conclui que o lugar:

“se recria na articulação do mundial, que se concretiza com as especificidades espaço-temporais das territorializações. Do lugar fluem as diferenças, e ao lugar, reflui, simultaneamente, a mundialização. Cada lugar se apropria do espaço segundo as formas e os ritmos próprios da vida econômica, política, social e cultural.” (RESENDE, 1993, p.153)

Ou seja, tudo ao mesmo tempo agora:

“Simultaneidade pressupunha localidade: "o mesmo tempo" exigia "o mesmo lugar". Com o advento da disjunção entre espaço e tempo trazida pela telecomunicação, a experiência de Simultaneidade separou-se de seu condicionamento espacial. Tomou-se possível experimentar eventos simultâneos, apesar de acontecerem em lugares completamente distintos. Em contraste com a concretude do aqui e agora, emergiu um sentido de "agora" não mais ligado a um determinado lugar. A Simultaneidade ganhou mais espaço e se tornou finalmente global em alcance.” (SODRÉ, 1996, p.136)

O conceito de contrato de leitura, proposto por Eliseo Verón (1978) em seus trabalhos com mídia impressa, considera não só os modos de dizer e/ou mostrar, mas também a recepção, que ele prefere chamar de "efeito de reconhecimento". Criar um efeito de reconhecimento seria a busca de uma cumplicidade cultural com o leitor/telespectador. Entendemos que o trabalho de leitura produz sentido e, como tal, é ideológico e produz poder.

Esta dissertação não traz como foco a problemática da recepção, mas pensamos que a recepção é construída pelo próprio processo discursivo, sendo ela a razão final de toda emissão discursiva. Sendo os estudos de recepção muito em voga nos dias de hoje,

podemos aqui citar os trabalhos de Jesús Martín-Barbero que, através do estudo das articulações entre as práticas de comunicação e os movimentos sociais, desloca o eixo da pesquisa que se estabelecia na produção para o âmbito do consumo, com a intenção de identificar os usos que os receptores fazem dos conteúdos massivos na relação com suas práticas cotidianas. Em outras palavras, ele estabelece que estes usos são, por assim dizer, inalienáveis da situação sociocultural dos receptores, “que reelaboram, ressignificam, ressemantizam os conteúdos massivos conforme sua experiência cultural, suporte das apropriações” (apud JACKS, 1998, p.103); enfim, os usos da memória configuram-se como criação quando o receptor se torna também produtor de sentidos.

Assim, consumir mídia significa absorver uma informação recortada a partir de uma intenção. Na seqüência, formam-se narrativas que validam idéias e, porque não, experiências. Foi assim que Walter Benjamin, partindo da análise da obra de Leskov como um narrador clássico, percebe na sua figura a faculdade de intercambiar experiências pela narrativa (BENJAMIN, 1985, p.198). Uma habilidade que, segundo Benjamin, há tempos já foi tão segura a todos nós e atualmente nos gera embaraços. Mas antes de se analisar porque as ações da experiência poderiam estar em baixa, é preciso situar a importância da narrativa para que se entenda porque ela foi considerada essencial para o desenvolvimento social das comunidades desde a antiguidade. Afinal, durante muitos séculos, homens sentaram-se ao redor de fogueiras para contar e ouvir histórias. Um narrador de histórias, em todo tempo e lugar, encontrou quem o escutasse. Essa atividade não possuía somente uma finalidade artística: tinha um caráter funcional decisivo, pois os narradores de histórias eram os que conservavam e passavam adiante a história e o conhecimento, as crenças, os mitos, os costumes e valores acumulados pelas gerações para serem continuamente preservados por suas comunidades.

Por longos períodos a cultura se manteve sem escrita, apenas na memória viva. A narrativa oral é um instrumento que a humanidade desenvolveu como veículo para transmitir informações através do tempo. Cada cultura tem o seu estoque de histórias que, originárias ou não daquela comunidade, objetivam fundamentalmente atingir as preocupações comuns inerentes aos seus membros.

O significado de escutar histórias de vida reside na possibilidade de descobrir o imenso mundo dos conflitos, das dificuldades, dos impasses e das soluções que todos atravessamos e vivemos, de um jeito ou de outro, através dos problemas que vão sendo vividos pelos personagens de cada história, cada um a seu modo, e assim encontrar um caminho possível para a resolução dos mesmos. A estrutura e os temas das histórias podem ser examinados como uma forma para compreender os padrões de pensamento e comportamento das sociedades.

Porém há um problema de denominação, pois no Brasil o termo "história de vida" é bastante utilizado por historiadores dentro do contexto das pesquisas em história oral e, em geral, pretende dar conta da biografia integral do indivíduo, que não é a perspectiva desta dissertação. No entanto, este campo necessita esclarecimentos. Marieta Ferreira diz que:

“É muito importante fazer uma distinção entre o que é Memória e o que é História. Durante um tempo houve uma mistura, depois houve uma oposição. Eu não vejo uma oposição, acho que elas são complementares e podem se auxiliar. Memória é um terreno privilegiado para a História e para os historiadores, mas são formas diferentes de acessar o passado. Também é importante distinguir História como experiência vivida e a História como um campo disciplinar, uma operação intelectual. Como em qualquer campo disciplinar, há regras de funcionamento e metodologias de trabalho. A memória não é uma coisa ingênua, é um instrumento também de ação política e construção de identidade. A maneira como lemos o passado está muito relacionada com a colocação das coisas no presente.” (FERREIRA, 2006).

Alice Lang, porém, propõe que diferentes categorias sejam utilizadas de acordo com o objetivo visado pelo pesquisador. Assim, "história oral de vida" pressupõe, segundo ela, o relato de um narrador sobre sua existência através do tempo; "relato oral de vida" prevê a abordagem de apenas determinados aspectos da vida deste e, finalmente, "depoimentos orais" são fontes orais utilizadas quando se busca dados factuais, pontuais (LANG, 1996).

Logo, podemos ver as narrativas orais, objeto deste estudo, como parte de uma situação comunicacional maior, pois simbolizam e representam a realidade, assim como

organizam e veiculam os saberes que constituem e são constituidores da cultura a qual pertencem. Quando as ações no cotidiano falham em fazer sentido, as narrativas podem refazer o sentido cultural (TURNER, 1992, p.87).

Entre as narrativas, vêm à tona atitudes, éticas, posturas, subjetividades, regras sociais. Colocadas em gestos e palavras, são postas à prova. Câmara Cascudo (1984) diz que as histórias contadas pelos narradores, que tiveram o seu auge na Europa romântica, em geral orbitavam em torno da idéia do acontecimento exemplar que emana sabedoria através da sua força alegórica, pois ali não cabiam explicações nem comentários, apenas o acontecimento narrado. Posteriormente abordarei como Benjamin entende a sabedoria do narrador na forma de conselhos (BENJAMIN, 1985, p.200).

O narrador incorpora à narração sua própria experiência, e ele assim pode fazê-lo quando compreende o cerne da história que conta. Desse modo, toda narrativa é outra: contar histórias é na verdade interpretá-las, e cada narrativa nunca será a mesma e idêntica história da qual se partiu. Narrar é um ato que faz parte de um mecanismo complexo de lembrar e esquecer que permite aos diversos sistemas culturais se organizarem semioticamente. O que se transmite não são apenas humildes histórias, mas a experiência, a visão de mundo, uma origem cultural que contamina a todos que dela participam. Desta maneira, o público se conecta a sua identidade pessoal e coletiva, transportando pessoas além do tempo e do espaço no qual se encontram aqui e agora.

As narrativas podem integrar o presente, o passado e o futuro, transcendendo a morte pela transmissão de um patrimônio comum ao grupo. Benjamin enaltece a morte como o momento onde a experiência do sujeito realmente ganha um caráter transmissível (BENJAMIN, 1985, p.207). A partir deste conceito, é interessante notar relatos comuns vistos em documentários ou lidos em revistas culturais: para algumas sociedades primitivas o homem não deixa de existir com a destruição do corpo físico, ele somente morre quando a sua memória se apaga, quando as histórias sobre ele deixam de ser contadas, quando as pessoas não se lembram mais de sua existência, ou seja, quando não é mais recordado no mundo dos vivos. Benjamin ressalta, no entanto, que cada vez mais a

morte desaparece dos espaços de convivência humanos. Quando antes era raro ter um cômodo numa casa onde já não tivesse havido uma morte, agora os homens são afastados de seus espaços de circulação para morrerem em hospitais e sanatórios. São claras as influências deste ato na diminuição de vivências nos lugares de circulação cotidiana. Sem convivência, perde-se experiência, esvai-se narrativa.

Para muitos pesquisadores, o trabalho com narrativas está sempre, e inevitavelmente, relacionado à problemática da experiência. Seguindo esta perspectiva, uma das principais maneiras que o ser humano tem de manifestar, comunicar e até mesmo compreender a experiência é colocá-la sob a forma de narrativa. Esta “forma”, entretanto, envolve tanto a colocação de palavras em estruturas inteligíveis de significado, quanto a organização de uma série de códigos e dispositivos culturais que permitem que a narrativa seja compreendida. Estes últimos informam mais a respeito da cultura em questão na medida em que estiverem sendo observados num “evento” onde seus significados são negociados e atualizados no mesmo ato de sua produção.

Ao contrário do que ocorre nas narrativas escritas, nas performances narrativas<sup>6</sup> o tempo e o espaço do contador encontram-se com o tempo e o espaço da audiência, propiciando uma interação, um diálogo e uma troca de experiências que estão neste “aqui e agora” compartilhado, mostrando a própria cultura em emergência.

A experiência não se dá apenas através de dados, da cognição ou da razão, mas também envolve sentimentos e expectativas. O antropólogo Edward Bruner diz que a experiência é a primeira percepção da realidade. Ela é exclusivamente individual, única e nunca poderá ser totalmente compartilhada. A chave para tentar transcender esta limitação seria interpretar as “expressões da experiência”. São as expressões da performance, narrativas, textos, entre outros suportes, que dão forma e significado às experiências no âmbito da subjetividade. Bruner ressalta que “é na relação, na tensão e nas inevitáveis lacunas entre a realidade (o que pode estar lá), experiência (como a realidade se apresenta à consciência) e expressões (como a experiência individual é enquadrada e articulada) que

---

<sup>6</sup> Analisaremos a questão da performance no capítulo 4.

está o foco da análise da experiência e a possibilidade para a interpretação dos seus significados. As narrativas surgirão não enquanto objetos fixos, mas como uma forma de expressão inserida no fluxo da ação social” (BRUNER, 1986, p.7).

Benjamin diz que a narrativa é usada para evidenciar a sabedoria do narrador como um homem que sabe dar conselhos (BENJAMIN, 1985, p.221). E que uma das razões para que esta ação seja considerada estranha nos dias atuais é que “as experiências estão deixando de ser comunicáveis”. Mas como se estabelece o comunicável da experiência? Qual é a estrutura que a baliza ao ser transformada em discurso?

Basta percebermos que uma narração não é feita apenas de frases, mas principalmente de enunciados, ou seja, segmentos cujos sentidos são produzidos por certas marcas formais como entonação e silêncios. Logo, sua interpretação é determinada tanto pela frase que se enuncia, como também pelo próprio ato de enunciar, composto, segundo Mikhail Bakhtin, de um “locutor que enuncia, um alocutário a quem ele se dirige, um tempo e lugar, um discurso que precede e que se segue; enfim, um contexto de enunciação” (BAKHTIN, 1982, p. 62). Foi Pierre Bourdieu quem firmou este conceito ao dizer:

“Primeiramente, o fato de que a vida constitui um todo, um conjunto coerente e orientado, que pode e deve ser apreendido como expressão unitária de uma "intenção" subjetiva e objetiva, de projeto: a noção sartriana de "projeto original" somente coloca de modo explícito o que está implícito nos "já", "desde então", "desde pequeno", etc., das biografias comuns ou nos "sempre" ("sempre gostei de música") das "histórias de vida". Essa vida organizada como uma história transcorre segundo uma ordem cronológica que também é uma ordem lógica, desde um começo, uma origem, no duplo sentido de ponto de partida, de início, mas também de princípio, de razão de ser, de causa primeira, até seu término, que também é um objetivo. O relato, seja ele biográfico ou autobiográfico, como o do investigado que "se entrega" a um investigador, propõe acontecimentos que, sem terem se desenrolado sempre em sua estrita sucessão cronológica (quem já coligiu histórias de vida sabe que os investigados perdem constantemente o fio da estrita sucessão do calendário), tendem ou pretendem organizar-se em seqüências ordenadas segundo relações inteligíveis. O sujeito e o objeto da biografia (o investigador e o investigado) têm de certa forma o mesmo interesse em aceitar o *postulado do sentido da existência narrada* (e, implicitamente de qualquer existência)” (BOURDIEU, 2002, p.184)

É neste sentido que as histórias de vida conduzem à construção de uma trajetória que, diferentemente das biografias comuns, descrevem uma série de posições ocupadas pelo mesmo agente, ou um mesmo grupo, em estados sucessivos no campo a que pertence. Tomando o conceito de campo social como um espaço de relações materiais e simbólicas onde se posicionam os sujeitos (BOURDIEU, 1996), a noção de biografia de Bourdieu opera com a idéia de que os indivíduos são atravessados por movimentos culturais e processos históricos involuntários. Assim, não está em foco uma recuperação de dados biográficos de cunho individualista e psicológico, mas sim a reconstrução, através dos relatos autobiográficos, da trajetória histórica e cultural de um determinado grupo, ou ainda, das forças que constituem um campo social. Nesse sentido, se poderia afirmar, com Canclini, que a “identidade é uma construção que se narra” (CANCLINI, 1997, p.149).

Ou seja, a análise de narrativas tem de, necessariamente, analisar o contexto sociocultural onde o discurso foi produzido e suas condições de produção. A linguagem, seja escrita ou falada, por se realizar na interação verbal entre locutores socialmente situados, não pode ser considerada sem se levar em conta a situação concreta na qual ela foi produzida. O lugar onde se dá a enunciação do narrador e a recepção pelos ouvintes também é palco de forças que dão sentido à narrativa, visto que é neste palco que há uma troca de experiências mútuas.

O tempo presente do narrador pode ser o tempo empregado pela oralidade na transmissão de experiência, assim como a transformação, pois a cada vez que a história é narrada, ela se altera, acumula a performance anterior e torna-se criação coletiva de todos aqueles que dela participam. Como bem diz o ditado popular, “quem conta um conto, aumenta um ponto”. Em tal tradição, a autoria é coletiva, feita da contribuição de cada um de seus integrantes, que desempenham o papel de participantes ativos da obra ao atualizarem a história quando recontada. Por isso mesmo, cada contador representa a muitos quando realiza uma performance, recupera a experiência de todos os contadores que o antecederam e a memória se apresenta como estrutura criativa, geradora de novos sentidos.

A força do narrador sobre sua platéia vem da capacidade que ele tem de mostrar, através de suas experiências, como é possível lidar com os revezes que a vida lhe apresenta, e mais, de transformá-los em narrativas interessantes. O narrador é aquele que superou as dificuldades, venceu obstáculos, ‘sobreviveu’ para contar a história – mesmo que no plano imaginário.

A representação dos personagens das histórias é uma das estratégias para manter o interesse do público. O jogo do narrador em seus personagens é um importante dado para a análise das performances narrativas, pois envolve questões como a aptidão daquele que narra para lidar com a alternância dos tempos narrativos e dos pronomes utilizados (o *eu* e o *ele*, ora se referindo ao próprio narrador ou aos personagens), além da demonstração de sua capacidade de modificação corporal e vocal. Além disso, cada narrador tem o seu repertório próprio. E nem sempre podem dizer de onde tiraram seus contos. Dizem que ouviram os antigos contarem. Também é preciso ter tempo para interiorizar os contos e de praticá-los, pois senão podem ser esquecidos.

Mas os ouvintes também têm controle sobre a performance do narrador, já que podem protestar se ele se engana ou esquece algumas partes essenciais à narrativa, mesmo que se permita improvisar em certa medida. O narrador, por sua vez, interpela seus ouvintes, que entram no jogo e respondem cada vez que o contador faz intervir um apontamento pessoal em sua narração. Aliás, a relação com o público por vezes é tão intensa que se torna impossível nomear apenas um narrador, pois todos os membros presentes podem contribuir com comentários, alternando-se no contar de pequenas histórias paralelas. Quando isto acontece, constitui-se então uma troca de narrativas. Isso demonstra fortemente uma das idéias de Benjamin sobre a relação entre platéia e narrador, em que o papel principal de ambos está em conservar o que foi narrado (BENJAMIN, 1985, p.210).

Mas a narrativa é vista por Benjamin em processo de decadência (BENJAMIN, 1985, p.201). O surgimento do romance é posto por ele como uma das causas para do seu



desaparecimento. Isso porque o romance está intrinsecamente ligado ao surgimento da imprensa e do formato livresco. Ele não pertence à tradição oral. Como já vimos, o orador compartilha a sua experiência com a relatada e a dos ouvintes. A narrativa permite que o ouvinte interprete a história como quiser, fazendo com que ela ganhe uma amplitude única. Já o romance não. O romancista está isolado e orienta o leitor nas suas interpretações. Não há trocas.

O romance surge numa atmosfera em que uma série de transformações sociais, políticas e econômicas, ocorridas na Europa, fazem com que as massas populares se sintam num processo ininterrupto de mudanças com conseqüências diretas no cotidiano dos indivíduos. Benjamin atribui o advento do romance ao capitalismo, pela necessidade que o sujeito isolado pelo capital tem de encontrar respostas para o sentido da vida (BENJAMIN, 1985, p.201).

Desta forma, Benjamin diz que o que lemos e ouvimos hoje já vem acompanhado de explicações (BENJAMIN, 1985, p.203). Nada está a serviço da narrativa, mas a serviço das informações. Assim, uma série de meios surgiu para oferecer estas explicações a um único público: o indivíduo independente do grupo. Atualmente, um jornal, impresso ou televisivo, por exemplo, organiza a leitura (escrita ou de imagens), produzindo uma cronologia e uma ordem para a informação, num esforço de gerar cumplicidade com o leitor / espectador. Assim a leitura é dirigida, é ritualizada. O leitor é guiado pelas regras impostas pelo veículo, pela editoração (no meio impresso), pelas chamadas, pela seleção de imagens e a disposição das notícias. A repetição da organização temática e da apresentação gráfica também é muito utilizada pela imprensa com a intenção de criar um vínculo de conforto para o seu espectador. Portanto, a narrativa jornalística contemporânea, por se constituir num tempo simultâneo, incorpora o jornalista à ação que ele está descrevendo.

Desta forma Benjamin diz que a narrativa, na atualidade, perde seu lugar para o jornalismo. O jornalista opera com a informação, já que no centro de seu discurso não está a sua própria experiência, mas a do outro. Benjamin mostra que informação e

narração são incompatíveis: “O saber, que vinha de longe - do longe espacial das terras estranhas, ou do longe temporal contido na tradição, dispunha de uma autoridade que era válida mesmo que não fosse controlável pela experiência” (BENJAMIN, 1985, p.202). Mas a informação aspira a uma verificação imediata, precisa ser compreensível "em si e para si". É tão exata quanto eram os relatos antigos, mas, enquanto esses relatos recorriam freqüentemente ao miraculoso, é indispensável que a informação seja plausível. E é nisso que ela é incompatível, aos olhos de Benjamin, com o espírito da narrativa. Logo, a difusão da informação é responsável, de maneira decisiva, pelo declínio da narrativa.

Importante denotar que aqui nos permitimos discordar de Benjamin ao definirmos jornalismo como sendo um processo de mediação cultural que se elabora como um discurso sobre a realidade, cujo fundamento é o conceito de objetividade jornalística - parte-se do pressuposto de que aquilo relatado pelo jornalista é verdadeiro. O público, embora não possa averiguar a veracidade do relato, confia no que lhe é dito. Neste conceito, a atividade jornalística organiza e seleciona os acontecimentos que serão transformados em notícia, ou seja, seleciona o que deve, pode e interessa ser visto pela sociedade, segundo algumas regras de seleção que levam em conta sua relevância para se tornarem notícia. Neste contexto, pesam categorias muito variáveis, muito discutíveis na definição do que e ou deve ser notícia. A própria escolha do repórter por uma determinada fonte, por um caminho a seguir na busca da "realidade" dos fatos, já é, por si só, uma interferência à imparcialidade da atividade. A "verdade" vem filtrada para o público - pois passa por influência de toda uma equipe de profissionais antes de chegar ao espectador -, passando a ser apenas uma versão da verdade. Segundo Jean Baudrillard, “há muito tempo que a informação ultrapassou a barreira da verdade para evoluir no hiperespaço do nem verdadeiro nem falso, pois que aí tudo repousa sobre a credibilidade instantânea” (BAUDRILLARD, 1995, p.95).

O gênero documentário, assim como o jornalismo, depende da credibilidade de sua matéria, depende de o observador acreditar no que lhe é dito. Norman Fairclough, no livro *Media Discourse* (1995), afirma que o documentário, desde seu início, precisa

estabelecer com a audiência uma relação de autenticidade. Ou seja, precisa convencer seu público de que o que está relatando é o real, a verdade.

Em determinado trecho do ensaio, Benjamin se refere à memória como a mais épica das faculdades (BENJAMIN, 1985, p.210). E que ela é, por excelência, seletiva. A história de determinado grupo é o conjunto de narrativas que este mesmo grupo filtrou e registrou. A forma como cada grupo narra a sua história também é importante, pois se pode estudar como este grupo entende o seu papel nas relações sociais. As narrativas orais são, por isso, fontes inesgotáveis de informações.

Benjamin também alerta para a crise da memória e da narração, pois “a arte de narrar está definindo porque a sabedoria — o lado épico da verdade — está em extinção” (BENJAMIN, 1985, p.200). Para ele, é preciso resgatar as narrativas orais, pois “contar histórias sempre foi a arte de contá-las de novo, e ela se perde quando as histórias não são mais conservadas. Ela se perde porque ninguém mais fia ou tece enquanto ouve a história. Quanto mais o ouvinte se esquece de si mesmo, mais profundamente se grava nele o que é ouvido”.

A memória se modifica e se rearticula principalmente pela linguagem. É por meio dela que se fazem as trocas entre os membros de um grupo. Lembrar e narrar se constituem a partir da linguagem. Como afirma Ecléa Bosi, a “linguagem é o instrumento socializador da memória, pois reduz, unifica e aproxima no mesmo espaço histórico e cultural vivências tão diversas como o sonho as lembranças e as experiências recentes”. (BOSI, 1994, p.32)

É nesta troca de práticas culturais que se dá pela linguagem onde se assegura a transmissão da herança cultural de uma geração à outra. Bourdieu (1982) lançou um modelo de análise que reúne conceitos econômicos, sociológicos e psicológicos, que são articulados para conseguir compreender como um capital cultural se transmite por meio de aparelhos culturais, ou seja, as instituições que administram, transmitem e renovam o capital cultural: família, escola e também os Meios de Comunicação de Massa, as formas

de organização do espaço e do tempo, além de todas aquelas instituições e estruturas materiais através das quais circula o sentido social.

Entretanto, os bens culturais acumulados na história de cada sociedade não pertencem realmente a todos, mesmo que formalmente sejam a eles oferecidos, mas aqueles que dispõem dos meios para apropriar-se deles. Para compreender um texto científico ou desfrutar uma obra musical, diz Bourdieu, é necessária a posse dos códigos, um certo treinamento intelectual capaz de permitir a sua decodificação.

Para Canclini (1983), a ação dos aparelhos culturais deve ser internalizada pelos membros da sociedade, posto que a organização objetiva da cultura necessita permanentemente informar cada subjetividade. A interiorização das estruturas significativas gera hábitos, sistemas de disposições, esquemas básicos de percepção, compreensão e ação. Os hábitos são organizados pelas condições sociais e pela posição de classe e geram práticas e esquemas de recepção. Os aparelhos culturais, portanto, como salienta Bourdieu, produzem hábitos estéticos, estruturas de apreciação diferentes que levarão os cidadãos às diversas modalidades de conhecimento presentes nas sociedades.

As práticas sociais surgem, então, geradas a partir dos hábitos porque os sujeitos que as internalizam encontram-se situados no interior da estrutura de classes, em posições que permitem que tais hábitos se mantenham. Existe, assim, uma correspondência entre as possibilidades de apropriação do capital econômico e do capital cultural. Para Bourdieu, condições socioeconômicas semelhantes propiciam o acesso a níveis educacionais e à instituições culturais parecidos, onde são adquiridos estilos de pensamento, modos de fazer (DE CERTEAU, 1998) e de experimentar sensibilidades, que por sua vez engendram práticas culturais particulares.

Falamos de como entendemos práticas culturais face aos aparelhos culturais que as engendram. Cabem agora algumas colocações no âmbito do entendimento da sociedade de massa, historiando, a partir de estudos desenvolvidos por Martín-Barbero, sobre "o

lugar das multidões" na sociedade, alimentado nos dias de hoje, por instituições como redes de televisão, rádio, grande imprensa, cinema, etc. Interessa-nos saber, portanto, como se estabelecem as relações entre práticas culturais populares diante da sociedade de massa.

Segundo Martín-Barbero é urgente pensarmos na chamada nova sociedade que só é pensável a partir da compreensão de novas revoluções, a da sociedade de consumo. Para ele, o que está mudando não se situa só no âmbito da política, mas também no da cultura, aqui não entendida de forma aristocrática, mas como código de conduta de um grupo ou de um povo. E nesse sentido que diz:

“É todo o processo de socialização o que está se transformando pela raiz ao trocar o lugar onde se mudam os estilos de vida. Hoje essa função mediadora e realizada pelos meios de comunicação de massa. Nem a família, nem a escola - velhos redutos de ideologia - são já o espaço chave da socialização, os mentores da nova conduta são os filmes, a televisão, a publicidade, que começam transformando os modos de vestir e terminam provocando uma metamorfose dos aspectos morais mais profundos. O que implica que a verdadeira crítica social tem mudado também de lugar: já não é a crítica política, mas a crítica cultural. Aquela que é capaz de propor uma análise que vá mais além das classes sociais, pois os verdadeiros problemas se situam agora nos desníveis culturais como indicadores da organização e circulação da nova riqueza, isto é, da variedade das experiências culturais.” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.58)

É importante reconhecer que o fenômeno de Comunicação de Massa e, particularmente da TV, está inscrito em um contexto social: não se pode ignorar um complexo terreno de condições sociais que determinam a produção e circulação de mensagens televisivas. Se a TV permite a socialização em massa de informações, também é necessário considerar quem a produz, quem seleciona o repertório transmitido, quem formata as mensagens veiculadas e em que tempo e espaço esse processo acontece. A atividade simbólica e condição fundamental para que a vida social aconteça. Se a TV funciona como grande produtora e difusora de bens simbólicos, há que se identificar, por outro lado, como acontece os processos de apropriação de seus conteúdos por seus receptores.

Importante ressaltar que o termo Comunicação de Massa para John Thompson (1995) se refere estritamente a produção institucionalizada e a difusão generalizada de bens simbólicos, assim como pela fixação e transmissão desses bens. Thompson considera que o uso deste termo deve se referir a fenômenos comunicativos que se inscrevem em um determinado momento histórico. A comunicação de massa predominantemente envolve a exploração comercial e inovação tecnológica. Admite também possíveis quebras entre produção de formas simbólicas e sua recepção. O contexto de produção não necessariamente é igual ao contexto de recepção da informação e vice-versa. Processos de produção e recepção de bens simbólicos são caracterizados por uma espécie de indeterminação: receptores podem se apropriar de uma mensagem de forma parcial ou não enquanto que o produtor pode emití-las sem conhecer efetivamente as possibilidades de entendimento destas informações. A circulação pública de informações é modificada pelas formas de recepção do público. Esta última característica difere a comunicação de massa da comunicação. Na primeira, há menos possibilidade de prever o uso que a informação terá, enquanto que na segunda a informação é orientada e reformulada logo após o “feedback”, que acontece de forma mais rápida e precisa.

De Certeau (1998) enfatiza a cultura comum e cotidiana como apropriação (ou reapropriação do entorno social) e define o consumo ou recepção como também uma maneira de praticar a experiência de cidadão. Insiste na necessidade de se elaborarem modelos de análise que correspondam a essas trajetórias. Concordamos com De Certeau quando este se refere à existência de mecanismos de resistência por parte daqueles que consomem bens culturais. Embora a apropriação das mensagens televisivas aconteça de forma constante, não estamos aqui entendendo nessa apreensão somente um exercício de mera retenção de idéias, de imagens e de condutas. Há que se insistir no fato de que a apropriação se dá num tempo e num lugar, a partir de pessoas com histórias de vida definidoras da maneira como organizam seu cotidiano.

Ser cidadão é mais do que ter os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais: é ver reconhecidas em si e a partir de si as práticas sociais e culturais que dão sentido ao pertencimento (CANCLINI, 1997, p. 22).

E nesse sentido que consideramos importante que repensemos a noção de cidadania como “estratégia política”, para que possamos entender o papel das subjetividades na renovação da sociedade, compreender o lugar relativo dessas práticas dentro da ordem democrática, para que possamos dar lugar às práticas populares emergentes não consagradas pela ordem jurídica e para que também procuremos novas formas de legitimidade político-social estruturadas de maneira duradoura.

Propomos, assim, o reconhecimento nos processos de consumo e de processos de escolha, de reelaboração, de reinvenção do sentido social daquilo que é absorvido. No momento da apropriação de bens e signos estão presentes as formas mais ativas de participação. A pergunta proposta por Canclini é provocadora: estamos, ao consumir, reinventando nossa própria maneira de ser cidadãos?

Afinal, conviver em sociedade significa, antes de tudo, aceitar e participar do conjunto de regras e convenções que a regula, por mais que o sujeito pareça ter autonomia de falar o que quiser. E desde sempre aceitar os limites impostos; e navegar continuamente na articulação entre a liberdade e o fixado.

Foucault entende que a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada e redistribuída na sociedade, por um "certo número de procedimentos", que tem por função dominar "seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade". A sociedade organiza o discurso pelo jogo da identidade, que teria a forma da repetição e do mesmo. Outra forma de organização do discurso seriam as chamadas disciplinas — a disciplina se define por um domínio de objetos, um conjunto de métodos. A disciplina é uma forma de controle da produção do discurso. Foucault ainda apresenta uma terceira forma de coerção do discurso, a que seleciona os sujeitos que falam. Consiste em determinar as condições de funcionamento do discurso, impondo um certo número de regras, limitando, assim, a quantidade de sujeitos que falam. Todas essas formas de restrição do discurso, Foucault chama de ritual, que define quais indivíduos podem falar, define os gestos, o comportamento, enfim, “fixa (...) a eficácia suposta ou imposta das

palavras, seu efeito sobre aqueles aos quais se dirigem, os limites de seu valor de coerção” (FOUCAULT, 2004, p.8).

Foucault cita os exemplos dos discursos religiosos e judiciários que não podem ser dissociados dessa prática de ritual que determina os papéis preestabelecidos aos sujeitos que falam. Da mesma maneira ritualizado é o sistema de ensino, no qual existe uma predeterminação dos papéis para os sujeitos que falam, onde ocorre uma distribuição do discurso com seus poderes e seus saberes.

Todas estas formas de restrição do discurso, todo este ritual, significam a disputa de poder que existe em qualquer processo comunicacional. Eliseo Verón (1978) estabelece uma relação entre a disputa de poder nos discursos ao seu reconhecimento, isto é, o poder de um discurso pode ser medido pelos efeitos desse mesmo discurso nas relações sociais.

Norman Fairclough (1996) apresenta três tipos de restrição impostos aos participantes "menos poderosos" do discurso: restrições ao conteúdo, às relações e aos sujeitos. A restrição ao conteúdo, seria a exercida sobre o que é dito ou feito e teria efeito "estrutural", a longo prazo — como um poder por trás do discurso que contribui para a reprodução de estrutura sociais —, sobre o conhecimento e as crenças; a restrição sobre as reações sociais das pessoas que ingressam no discurso, teria efeito estrutural nos relacionamentos sociais; a restrição sobre os sujeitos, ou as posições subjetivas que as pessoas podem ocupar, teria efeito estrutural nas identidades sociais.

Contudo, não se pode inferir estes efeitos estruturais diretamente da superfície textual. A relação entre texto e estruturas sociais é indireta e mediada. A primeira mediação é o discurso, do qual o texto faz parte — isso porque os valores do texto só se tornam real e socialmente operativos caso sejam embebidos na interação social, onde os textos são produzidos e interpretados contra um background de senso comum. Esse senso comum é que dá ao texto seus valores. (FAIRCLOUGH, 1996, P.140)



A segunda mediação é feita pelo contexto social do discurso, porque os discursos só se tornam real e socialmente operativos como parte de um processo institucional e social de luta. E também, ainda segundo Fairclough, porque o senso comum incorpora ideologias que estão vinculadas a algum tipo de relação de poder.

A disputa de poder é intrínseca ao processo comunicacional, mas não é facilmente identificável. Em nenhum momento esta interação, esta disputa, este embate, é obvio para os participantes. "Sabemos que cada palavra se apresenta como uma arena em miniatura onde se entrecruzam e lutam os valores sociais de orientação contraditória". (BAKHTIN, 1999, p.66)

O ideológico e o poder não ficam restritos à esfera da produção e/ou recepção. E um movimento continue, onde um só se realiza em contato com o outro no interior do mesmo discurso:

“(...) na produção o enunciador, consciente ou inconscientemente embute a voz do enunciatário, se no ato da leitura, do reconhecimento o leitor está produzindo discurso e porque este movimento dialético de posição, negação, negação da negação, se efetiva no interior mesmo do discurso. Se é assim, *ideológico e poder* participam também deste movimento atomizado, trocando de posição no conflito, que se realiza no corpo discursivo, tornando-se difícil ou mesmo impossível localizá-los nesta ou naquela esfera.” (MAGALHÃES, 1998, p.51)

No âmbito dos estudos que aproximam comunicação e cultura na contemporaneidade, Martín-Barbero e Canclini são indicativos, entre outros, da oportunidade atribuída ao sentimento de pertencimento em uma pluralidade de significações: ele se liga ora a questões da identidade ou do consumo, ora a expressão na esfera simbólica da necessidade do estar junto, ou ainda a dimensão política presente nas questões da cidadania.

A noção de pertencimento através da mídia na busca de uma identidade acaba sendo a configuração dada por Martín-Barbero ao termo, numa conotação mais para o social do que para o político. Embora essa noção de identidade exija ser melhor detalhada, observe-se que sua dimensão política, caminho através do qual se introduz a temática da

cidadania, é chave nos estudos de Canclini, já pela análise cultural do significado do consumo na vida contemporânea. É o que se observa quando ele diz:

“ser cidadão não tem a ver com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido ao pertencimento e fazem com que se sintam diferentes os que possuem uma mesma língua, formas semelhantes de organização e satisfação de suas necessidades” (CANCLINI, 1997, p. 22).

Num país como o Brasil, onde o consumo de TV e Internet figuram como 2º e 1º lugar no ranking mundial (CASTRO, 2005; MARTHE, 2006), se fazem prementes estudos sobre como estas mídias processam os arranjos sociais de realização do pertencimento na esfera pública das representações criadas sobre o indivíduo e a sociedade.

### 3 HISTÓRIAS DE VIDA EM DUAS MÍDIAS

“O HOMEM DA RUA  
COM SEU TAMBORIM CALADO  
JÁ PODE ESPERAR SENTADO  
SUA ESCOLA NÃO VEM NÃO  
A SUA GENTE  
ESTÁ APRENDENDO HUMILDEMENTE  
UM BATUQUE DIFERENTE  
QUE VEM LÁ DA TELEVISÃO”

*Chico Buarque em “A Televisão”.*



*Zeca Baleiro, apresentador do “Vou Te Contar” – Maranhão*

### 3.1 MUSEU DA PESSOA – ONDE VOCÊ FAZ PARTE DA HISTÓRIA

“Vocês já gravaram tudo? Minhas palavras, minhas mãos, meus olhos?  
Então vocês fotografaram a minha alma.”

*Olga Cordoní<sup>7</sup>, dona de casa, entrevistada pelo Museu da Pessoa em 1992.*

Um site que se propõe a preservar a memória de gente comum nas páginas da internet. Este é o Museu da Pessoa, que desde 1992 tem se dedicado a tecer um mosaico de memórias digitais. Lembranças a partir das quais talvez se possa traçar simultaneamente o panorama de uma época, ou em outras palavras, a memória coletiva de um tempo e a memória individual de cada consciência que o integra. O acervo do Museu da Pessoa é composto por biografias e histórias contadas por aqueles que as vivenciaram, testemunharam ou se lembram de terem sido narradas por pessoas de seu convívio. Muitos desses depoimentos são histórias de família ou narrativas que pretendem representar uma comunidade, recordações de infância e crônicas da vizinhança a memórias de imigrantes e lembranças de trabalhadores. As narrativas poderiam se organizar em conjuntos temáticos como pais e filhos, alunos e professores, escolas, bairros e municípios, empresas, idosos, comércio e indústria. Entre os depoimentos, estão presentes também muitos namoros, casamentos de véu e grinalda e emocionadas despedidas.

Para apresentar esse painel de histórias ao público, além das narrativas escritas, o acervo do Museu da Pessoa conta com fotografias, depoimentos sonoros e audiovisuais, encaminhados pelo público através de cadastro no próprio site, via e-mail, ou coletados por entrevistadores. Toda a coleção tem origem em relatos orais diretos ou mediados, mas o público em geral só pode fazer pesquisas no ciberespaço. Além disso, o museu também organiza eventos em parceria com outras instituições com o objetivo de preservar a memória de locais ou comunidades específicos, seja um bairro, uma empresa ou qualquer outro agrupamento social. Por exemplo, uma cabine de captação de

---

<sup>7</sup> Os depoimentos aqui reunidos foram indicados pela equipe do Museu da Pessoa para esta pesquisa ou estão acessíveis através do site [www.museudapessoa.net](http://www.museudapessoa.net)

depoimentos é montada e moradores do local são convidados a participar, contando a sua história de vida. Este acervo é então organizado em coleções no site, como os exemplos a seguir: em 22 de outubro de 2002, o Núcleo Português do Museu da Pessoa, em parceria com a Universidade do Minho de Portugal, montou uma cabine de captação e um estúdio fotográfico na Estação São Bento do Metro, na cidade de São Paulo, para coletar depoimentos e imagens de portugueses e seus descendentes no Brasil. No dia 22 de novembro do mesmo ano, outra cabine de captação foi montada na cidade do Porto, em Portugal, na estação ferroviária mais importante da cidade, também chamada Estação São Bento, para captar histórias de portugueses em seu próprio país. Depois, os depoimentos coletados em ambos os lugares foram disponibilizados na internet.

Qualquer pessoa que entrar *on line* pode escrever a própria história ou a de algum conhecido e enviá-la ao Museu da Pessoa, onde muitas vezes a biografia publicada já na web torna-se uma homenagem para outrem, ação incentivada pelo museu em datas comemorativas como o Dia das Mães ou o Dia dos Pais, quando é sugerido aos internautas que enviem as histórias de seus ascendentes. Nesse caso, existem áreas específicas para disponibilizar tais narrativas. O público pode acessar os *links* “Histórias de Mães” ou “Histórias de Pais” e consultá-las, como o exemplo abaixo:

"Mamãe, mineira, falava que não gostaria que as filhas casassem com mineiro. Mineiro quando era bom, era bom, mas quando não, era melhor jogar fora. Passou o tempo, a primeira que casou fui eu. E com um mineiro."

*Bemvinda Motta Nogueira Santos, secretária aposentada, nascida em 1927, São Paulo, Capital.*

Segundo Michele Simonsen (1987, p.89), histórias de pais e mães remetem às genealogias recitadas pelos jograis da Idade Média e pelos *griot* africanos, que cantam a linhagem de sangue e poder, a ordem dinástica e hierárquica a qual pertence dado rei ou imperador, cantadores que declamam em alta e boa voz as origens de importantes personalidades do reino. Quando recitadas, as linhagens pouco guardam da diagramação quadro a quadro e dos esquemas detalhados das árvores genealógicas dos dias de hoje, que mais lembram organogramas empresariais do que relações de parentesco. A cantoria

acrescenta o epíteto, torna a genealogia uma homenagem ao celebrar a grandiosidade de feitos notáveis realizados pelo personagem.

Nesse sentido, as histórias de pais e mães do Museu da Pessoa atualizam a tradição oral. Os pais e as mães apresentados pelos narradores surgem como autores de grandes feitos. Ações como trabalhar com afinco, sustentar a família, dar uma boa educação aos filhos, ultrapassar obstáculos do pegar a condução no início do dia a precárias condições de saúde ganham nova dimensão e são tidas como façanhas do porte de atos de bravura de afamados heróis do passado:

"Teve uma pneumonia, que de repente lhe afetou o cerebelo e, do dia para a noite o transformou em uma pessoa sem condição alguma de falar nem se mexer com coordenação. [...] Depois dos seis meses na cama, resolveu que não abdicaria do curso que tinha escolhido. Continuou indo para a faculdade, onde chegava e saía carregado pelos amigos, fez todas as provas oralmente, pois não tinha a coordenação suficiente para escrever. Finalmente se formou, foi homenageado em sua colação de grau, e hoje é advogado."

*Carlos Henrique Martins Júnior, homenageado por seu filho Lucas de Freitas Martins.*

Outros bons exemplos de narrativas do museu são as contadas por imigrantes das mais diversas nacionalidades, de italianos e portugueses a turcos e judeus. Os relatos de viagens, a experiência do deslocamento entre o país de origem e o Brasil, os contratempos passados pelos imigrantes neste trajeto, muitas vezes tão extenso que se mede em milhares de quilômetros, são narrados aliados às experiências vividas na nova terra, da qual grande parte desconhece até mesmo as palavras mais simples do idioma, preenchendo a tela do computador. Relatos de aventuras que cruzam o Atlântico:

"Ao dia que embarcamos o mar estava bravo... Naquele dia foi um absurdo. Eu era moleque e naquela época não tinha medo. E aí, depois, o mar começou a amansar, e ficou mansinho. Na hora que embarcamos já estava lento o mar. Mas até aquela altura, estava bravo. Na beira do mar não passava nem carros. O mar jogava pedra pra dentro, um quilômetro pra dentro. Que o mar da Madeira ali é bravo mesmo. A Madeira é no meio do oceano."

*Manoel Fernando Rodrigues, nascido em 1934, Ribeira Brava, Ilha da Madeira, Portugal.*

Relatos de viagens que se tecem no trajeto entre o cais e a primeira refeição na nova terra, trajetos que se transformam em aventuras tão grandes quanto a travessia de todo um oceano:

"Cheguei em Santos. Em cima do navio, todo mundo olhando pra baixo. Cumprimentando os de cima, os de baixo, uns contentes. E eu de cima do navio, não via o primo, não via ninguém. Não me estavam esperando, não tinha ninguém. Aí todo mundo a descer. A namorada minha do navio desceu e chegou em baixo o marido dela estava esperando, abraçando e beijando... Eu continuei lá em cima do navio pra ver se aparecia o primo. Chegou a hora que os guinchos começaram a tirar as malas do porão e aí dão ordens pra os últimos passageiros descerem. Eu descí, cheguei em baixo, cadê o primo? Não tem primo. E agora aqui no Brasil, não tem primo, não tem conhecidos. [...] Só que quando puseram as malas na calçada de fora, estava escuro já. Aí eu comecei a chorar. Chegar ao Brasil, a uma terra estranha, não tinha família, não tinha dinheiro do país e agora de noite. [...] Andamos e andamos. [...] Dei o endereço, que eu tinha em Portugal, e cheguei à padaria. O meu primo estava a dormir, no segundo andar. - padaria em baixo. Os sócios fizeram-me lanche de pernil, gostoso pernil, oh diacho..., tomei um guaraná. A primeira vez. Não conhecia o guaraná. Só conhecia o vinho de Portugal."

*Manoel dos Santos Paiva, dono de padaria, nascido em 1929, Gildinho, região do Porto, Portugal.*

Surge a figura do herói de si mesmo quando a história é contada por aqueles que a vivenciaram ou pelo herói de seus conhecidos e familiares, muitas vezes filhos que também recordam das lembranças a eles repassadas por seus ascendentes. A história é passada de pai para filho, que por sua vez a repassa ainda à outra geração, à descendência dos netos, isso quando estes não a ouvem diretamente de avôs e avós.

As histórias de idosos são numerosas, originaram 89% do acervo e constituem episódios pessoais ou coletivos:

"Eu assisti à Revolução de 32. Até hoje não consigo entender aquele entusiasmo de crianças e mulheres fazendo roupas e capacetes para os soldados. Os escoteiros entregavam telegramas. As crianças tocavam na rua, na Av. Paulista, levavam o Getúlio dentro de uma gaiola. São Paulo lutou contra vinte e um Estados. No fim, São Paulo estava perdendo. Eles bombardeavam, o negócio foi feito aqui. A revolução durou quatro meses. Queriam mesmo derrubar o Getúlio."

*Antônio Serafim de Oliveira, laboratorista, nascido em 1921, São Paulo, Capital.*

Em julho de 2002, o Museu da Pessoa também se transformou num programa de rádio: “O Museu da Pessoa: A Memória do Cidadão”<sup>8</sup>. Muito mais uma vinheta do que um extenso programa de rádio, “A Memória do Cidadão” apresenta recortes, pequenos extratos de depoimentos gravados pelos entrevistadores do museu, flashes de memórias, filetes de lembranças de pessoas comuns, em sua maioria, idosos que preenchem as ondas do rádio com sua voz por tantas vezes enrouquecida pelos anos.

As vozes transmitidas pela “A Memória do Cidadão” trazem consigo a sensação da presença do narrador proporcionada pelo som. É a sonoridade que circunda o ouvinte, reverbera ao seu redor, invade o seu corpo e nele ecoa em ressonância direta com o sentido do tato, com o sentido do paladar, é a vibração que constrói o corpo do outro através da imersão pelo som que mais o poderia caracterizar, a própria voz. A vocalidade de tal corpo propicia a experiência da alteridade porque inexitem vozes idênticas, as vozes se comportam como impressões digitais sonoras, edificando-se a partir de intensidade, altura, timbre e entonação.

É interessante notar que os criadores do museu também apontam um objetivo específico para a existência do site logo na mensagem de abertura: "possibilitar a todo e qualquer indivíduo ter a sua história de vida registrada e preservada." Ou seja, é proposto que o Museu da Pessoa seja um veículo de expressão para qualquer pessoa que se disponha a contar a sua história de vida e, desta forma, apesar da possibilidade, algumas vezes materializada, de disponibilizarem-se histórias de vida de pessoas pouco comuns. É fato que as celebridades possuem maior acesso aos meios de comunicação do que os anônimos e parecem possuir, portanto, maiores chances de divulgarem as suas histórias de vida se assim o desejarem em quaisquer outros meios. Sendo assim, a mensagem de abertura do museu, na qual ele se prontifica a veicular a história de vida de todos os

---

<sup>8</sup> Em uma parceria inédita com a emissora Cultura AM (1200 KHz), histórias do acervo do Museu da Pessoa.Net são veiculadas diariamente no rádio, sob a voz dos próprios personagens. Com duração média de três minutos, o programa *Memória do Cidadão* traz moradores anônimos da cidade de São Paulo, relatando episódios de sua infância e juventude, falando do dia-a-dia, trabalho e suas paixões, como o futebol.



interessados em fazê-lo, parece falar mais diretamente aos anônimos, aqueles que não dispõem dos meios para eternizar sua história com tanta facilidade quanto os famosos.

Porém, existe um outro aspecto a ser considerado no jogo entre o celebre e o anônimo que se desenrola, na verdade, como o público e o privado, uma questão muito cara ao jornalismo. Afinal, diz o ditado que todo mundo tem alguns minutos de fama e, no diálogo que se trava entre o jornalismo e a internet no interior do Museu da Pessoa, a pessoa comum, o anônimo se alça à categoria de celebridade, o cotidiano se transforma num instante de eternidade, congelado no tempo para ser encontrado e reencontrado muitas e muitas vezes em cada acesso de cada internauta que adentra ao museu.

E a visibilidade muitas vezes conferida ao comum, ao trivial pelo jornal, pelo rádio, pela televisão e, mais recentemente, pela internet podem transformar o ser humano anônimo em estrela, ainda que por alguns momentos, ainda que num pequeno espaço cedido por um site no ciberespaço ou alguns instantes num programa de rádio como o Museu da Pessoa, a “Memória do Cidadão”. Em alguns momentos, é possível entrever em certos depoimentos como tais instantes de visibilidade se incorporam a própria história de vida do entrevistado, sejam os momentos nos quais se é entrevistado pelo museu, sejam os momentos nos quais se obtém destaque em quaisquer outros sistemas de comunicação. Este é o caso de Josepha Theotonia de Brito, uma moça que frequentava a Biblioteca Nacional e que se lembra de ter posado para a capa da revista “A Noite Ilustrada”:

"Eu vivia enfiada na Biblioteca Nacional, aquela coisa linda que tem no Rio de Janeiro. Um pouco eu lia livros, então pegava Machado de Assis, lia, lia, lia; depois parava de ler livros e ia ler revistas antigas porque ali tem de tudo. Isso era final de anos 40, quase 50. Eu ficava fascinada: lia, lia, lia e depois voltava a ler. Li Humberto de Campos, li Eça de Queiroz, li muita coisa, porque condições para comprar eu não tinha. Tinha uma revista sobre o mundo artístico carioca, tinha a *Vamos Ler*, que era sobre literatura; tinha *A Noite Ilustrada*. Uma vez me convidaram para tirar uma foto para sair na capa de *A Noite Ilustrada*. Eu posei para o fotógrafo fazer aquela reportagem. Ainda tenho isso guardado."  
*Josepha Theotonia de Brito, trabalhadora da indústria fonográfica, nascida em 1933, Rio de Janeiro, Capital.*

Mas assim como Josepha Theotonia pode se tornar celebre durante alguns instantes na capa de “A Noite Ilustrada” ou nas páginas do Museu da Pessoa, o celebre também pode dividir, de certa forma, o pódio com o anônimo, pois muitas vezes na mesma lista de nomes, sobrenomes, idades e ocupações ambos surgem lado a lado, sem qualquer ícone ou recurso de diferenciação. É claro que tais considerações não dizem respeito apenas a mídia digital, no entanto, é interessante notar como um museu virtual como o Museu da Pessoa, com um acervo composto por histórias de pessoas comuns, pode retomar tal discussão entre o anonimato e a visibilidade, entre a esfera íntima, particular e a esfera pública, mesmo que neste trabalho o debate seja apenas delineado.

Outro ponto importante a ser considerado são as implicações da revitalização do formato do museu na internet e do possível uso desta atualização pelos museus físicos. Sendo assim, é de grande importância distinguir, ainda que de modo extremamente rudimentar, a existência de três tipos de museus virtuais na internet: os museus de acervo físico que utilizam a *web* apenas para divulgação, os museus de acervo exclusivamente virtual e os museus que utilizam uma forma híbrida, ou seja, os que possuem acervo físico, mas também permitem ao público conhecer parte desse acervo, ou a sua representação, de forma interativa em certa *homepage*. Ou, no caso do Museu da Pessoa, num programa de rádio.

Os museus que possuem páginas na internet com o objetivo estrito de divulgar as suas atividades, processadas a partir de seu acervo principal, expõem tal coleção em algum espaço físico, concreto, seja um prédio especialmente construído para abrigar o museu, seja uma casa de valor histórico. Tal acervo só pode ser conhecido integralmente pelo público durante uma visita às instalações físicas do museu, com data e hora indicadas por seus administradores. Já os museus com acervo exclusivamente virtual, que só podem ser visitados por meios digitais, utilizam a mediação eletrônica entre o público e o acervo. Nesse aspecto, é importante pesquisar os recursos utilizados por tais museus de forma a preservar a fruição do acervo pelo indivíduo que o acessa, o que evitaria que o museu virtual se transformasse em um simples site de busca. No primeiro caso, a página na internet se apresenta como extensão do acervo principal do museu, um folder que

convida o leitor a conhecer esse acervo principal, enquanto que, no segundo caso, o acervo do museu é a própria página.

O Museu da Pessoa não dispõe do espaço tradicional como o de outros museus para a exibição de seu acervo. O público o aprecia na internet, nas ondas do rádio ou em espaços físicos móveis como as cabines montadas eventualmente. A utilização de espaços físicos móveis pode ser considerada um efeito da lógica da cultura digital no museu, especialmente quando se discutem *o wireless* e a existência da rede além da *web*:

“No mundo contemporâneo, vemos como crescente o fenômeno de uma comunicação horizontal, comunicação em rede, onde em tese, todos podem ser emissores e receptores. Nenhuma sociedade pode incluir mais do que esta. Isto não significa que estejamos no ápice da democracia. Se Mary Douglas está correta em sua análise, seremos sempre manipulados pela forma como querem que pensemos. Mas quem quer quem? As instituições? Na pós-modernidade o controle que elas exerciam extravasaram seus muros. As instituições ainda detêm um poder, mas não são as depositárias exclusivas deste. Não há grades, nem alarmes que separam o indivíduo do acervo do museu numa exposição virtual na sociedade em rede. O visitante de uma instituição virtual pode a seu bel prazer ‘manipular’ este acervo, visitar as galerias virtuais de acordo com sua própria lógica de interesse. Entretanto, há filtros de informação, há controle na forma como o visitante, ou neste caso, o usuário, pode dispor destas mesmas informações, e o principal, não podemos esquecer, é que quem seleciona o acervo ainda é a instituição, operando com seu poder de decidir, ainda que este esteja agora pulverizado numa rede que não é mais a dos museus, mas sim uma rede mundial de computadores” (DODEBEI; GOUVEIA, 2006).

O museu, seja ele artístico, científico, paleontológico ou de qualquer outro tipo, sempre há de zelar por suas coleções, uma vez que a preservação do acervo justifica a própria existência do museu. Entendendo patrimônio imaterial como uma atribuição de conteúdos simbólicos a determinadas práticas socioculturais, José Cláudio Alves de Oliveira, pesquisador de cibermuseus da Universidade Federal da Bahia, pontua como a questão do patrimônio foi adquirindo novos significados para os museus:

“Eco-museus, Museum Bus e museus comunitários surgiram como formas museísticas mais dinâmicas para aproximar os acervos a comunidades de todos os tipos. A demanda de diferentes grupos pela comunicação e preservação de testemunhos de sua história traz a questão

de como o museu pode incorporar essa tendência à expansão do patrimônio, sem no entanto, concorrer para a banalização da memória social, ecologia, história natural, tecnologia, arte e de todas as categorias de acervo e dados que o museu conserva, processa, comunica e divulga” (OLIVEIRA, 2006).

No caso do Museu da Pessoa, a princípio e num rápido olhar, o acervo parece colecionar apenas histórias de pessoas comuns. No entanto, o que nos dizem exatamente tais relatos? Os narradores falam a respeito de suas vidas, do seu cotidiano passado e presente, constituindo fonte de identidade e de tradições em patrimônio, em conformidade com a definição de Patrimônio Cultural Imaterial da Unesco:

“É amplamente reconhecida a importância de promover e proteger a memória e as manifestações culturais representadas, em todo o mundo, por monumentos, sítios históricos e paisagens culturais. Mas não só de aspectos físicos se constitui a cultura de um povo. Há muito mais, contido nas tradições, no folclore, nos saberes, nas línguas, nas festas e em diversos outros aspectos e manifestações, transmitidos oral ou gestualmente, recriados coletivamente e modificados ao longo do tempo. A essa porção intangível da herança cultural dos povos, dá-se o nome de patrimônio cultural imaterial. [...] A filosofia, os valores e formas de pensar refletidos nas línguas, tradições orais e diversas manifestações culturais constituem o fundamento da vida comunitária. Num mundo de crescentes interações globais, a revitalização de culturas tradicionais e populares assegura a sobrevivência da diversidade de culturas dentro de cada comunidade, contribuindo para o alcance de um mundo plural” (UNESCO, 2006).

Mas do que as pessoas em geral costumam se lembrar? Os ícones do museu tateiam nessa busca, na página inicial do *site* do Museu da Pessoa as histórias da coleção são subdivididas em tipos, numa tentativa de organizar o material coletado. Os tipos encontrados são representados por ícones, nos quais se inserem as histórias: acervo, fotografia, almanaque, instituições, projetos, educação, áudios, vídeos, eventos, núcleos, calendário interativo, frase do dia e foto do dia.

Em acervo, há uma outra subdivisão: histórias recebidas pela internet e depoimentos do acervo. Dentro desses dois ícones e de diversos outros do Museu da Pessoa, a vida de pessoas comuns é acessada no formato de listas, ordenando nomes, profissões e datas de nascimento. Algumas destas listagens também contêm as datas de falecimento e o

pseudônimo do biografado, sendo que, em alguns casos, só se disponibiliza o primeiro nome da pessoa. Seguem alguns exemplos: Adair Emanuel Caon Pieruccini (músico - nascido em 1977, falecido em 1999), Amélia Nogueira Antunes (professora - nascida em 1911 e falecida em 1998), Ana Bonfim Matos, Ana Luíza (estudante - nascida em 1988). Ainda que grande parte das histórias pertença a pessoas que ainda se encontrem vivas, os dados relacionados nas listagens repetem o estilo dos encontrados em obituários e poderiam funcionar como lápides funerárias assentadas em túmulos se não fosse o processo de atualização que também se poderia chamar de um “renascimento cibernético” (SHNEIDERMAN, 2006).

Seria cabível acreditar que o Museu da Pessoa, à semelhança de outros museus, coleciona apenas o que já se foi, que ele busca e expõe o passado pelo uso informativo de um acervo? Porém, será que este museu convive apenas com o tempo passado? Duas associações entre o Museu da Pessoa e a cultura escrita se fazem possíveis neste momento. Segundo Walter Ong, a primeira se refere à ligação entre a escrita e a morte, mas que estranhamente não significa a extinção, mas o renascimento: “Um dos mais notáveis paradoxos inerentes à escrita é sua associação íntima com a morte. [...] O paradoxo está no fato de que a mortalidade do texto, seu afastamento do mundo da vida cotidiana, sua rígida fixidez visual, garante sua durabilidade e seu potencial para ser ressuscitado em contextos vivos ilimitados por um número potencialmente infinito de leitores vivos” (ONG, 1992, p.96).

O “renascimento” dos relatos que compõem o Museu da Pessoa ocorre quando o internauta navega pela página do museu e realiza a leitura das histórias, pois, nesse ato, o navegante não revive apenas a cultura escrita, mas a tradição oral, uma vez que para diversos povos da oralidade, uma pessoa só morre realmente quando a sua memória é esquecida, quando as suas histórias deixam de ser contadas. O renascimento é possível no museu porque seus leitores ativam pelo clique do mouse as histórias que se encontram à disposição na rede, que flutuam em estado de latência até que sejam acessadas e pouco importa, nesse sentido, se tais relatos pertencem a pessoas que ainda estejam fisicamente vivas ou não, pois nesse aspecto do renascer, a vida só é de fato considerada pelo ato de

recordar, de relembrar, pela atualização das memórias. Biologicamente vivos ou não, os personagens do Museu da Pessoa se atualizam no universo da *web* quando encontrados por aqueles que abrem as páginas deste site e desenrolam diante de si seqüências de *links*, rolos de papiros, códices atualizados numa cognição não linear.

Aqui, a tradição oral encontra a cultura digital, o corpo biológico, que atua pela presença física de carne e sangue na cultura oral, encontra o corpo biocibernético que se move pela rede, o corpo leve e sem peso do qual nos fala Diana Domingues e é esse corpo, tanto biológico quanto cibernético, que torna possível a construção da presença, elemento tão caro à tradição oral que se desloca para o tempo e o espaço digitais. "Com as tecnologias numéricas surge o espaço das redes, o não-lugar, o espaço da realidade virtual, os espaços de ambientes interativos onde o corpo sem peso nem matéria se desloca entre as informações. Não existem geografias, raças, cidades, lugares. O corpo cresce na dimensão do planeta, nos deslocamos entre pontos mínimos de informação de espaços virtuais interativos, (o corpo) circula entre informações (DOMINGUES, 2006).

Cada personalidade biografada no Museu da Pessoa produz seu próprio corpo biocibernético, em parte pela introdução de fotografias, áudios e vídeos, cujos ícones se colocam ao lado do nome de cada pessoa, numa tabela de materiais disponíveis, além do texto escrito, para acesso do navegante. Cada depoimento, cada foto, cada áudio e cada vídeo concorrem individual e coletivamente para a formação de uma personalidade que transita no interior do museu à espera da descoberta dos internautas. Nessa aventura do descobrimento de personalidades pelo museu, estão envolvidos dois corpos: o primeiro, o corpo do internauta, aquele que busca, que navega pelas páginas do museu e que, por isso, imerge em sua *homepage* e gera um corpo na rede que se adapta ao meio ambiente digital. O segundo, o corpo do biografado, daquele que disponibiliza a sua história de vida, direta ou indiretamente por ação própria ou de outra pessoa, para a leitura coletiva do público que transita pela *web*.

Na verdade, cada história de vida em si mesmo pode ser lida dentro do Museu da Pessoa como um tecido urdido, costurado, alinhavado pelas mãos de seu próprio dono, um

criador que gera a própria biografia dia após dia no cotidiano passado e presente de suas angústias, dúvidas, esperanças, lutas e vitórias. A história pessoal de cada um se traduz na tipologia dos acontecimentos da vida: nascimento, estudos, trabalho, casamento, saúde e doença, novos nascimentos de filhos e netos, a perda de entes queridos, a própria morte é, quando a memória é atualizada, a homenagem prestada por outros.

No interior destes textos chamados de histórias de vidas, seres humanos interagem com outros seres humanos, ou melhor, textos dialogam com textos e geram o fenômeno do texto dentro do texto. Se o museu é um amplo texto de cultura a ser analisado e cada história de vida, um outro texto, assim como cada corpo biocibernético, por sua vez, mais um texto, a análise do museu se insurge como o estudo das relações textuais que ele permite.

Ao contar a própria história, a pessoa se coloca no centro do universo tanto quanto o público numa platéia que ouve um repentista se põe no espaço sonoro e é inundado pelo som que apreende de qualquer direção, de todos os lados, pelo som que o circunda e faz da sua posição, seja ela qual for, um novo centro. Mas o repentista também é um centro do qual emanam vibrações sonoras para todos os lados, tal qual na tradição oral, quando aquele que fala torna-se o centro das atenções, o biografado se torna o ponto central do mundo construído nas páginas do Museu da Pessoa quando a sua história é lida. Ainda que outras janelas se abram no *desktop*, apenas uma pode ser lida por vez, daí a tornar-se única em dado instante, mas simultaneamente existe o movimento que integra em conjunto todas as janelas possíveis de serem abertas, pois se uma história é aberta e fica à espera de ser lida, enquanto outra recebe esta atenção, ela de certa forma também se torna parceira da primeira, uma seqüência provável, uma seqüência aberta de narrativas.

Nota-se aqui a convergência da narrativa com a informação mencionada por Benjamin e exemplificada por Dodebei quando da característica das coleções de possuírem duas ordens de leitura:

“Poder-se-ia considerar os arquivos uma narrativa? Quem assumiria a figura do Narrador? Quais as fronteiras entre narrativa, informação e

memória? Entre várias possibilidades de respostas e a partir de uma abordagem informacional da memória social, os arquivos (tomando-se o conceito de arquivo permanente) podem ser representados por duas ordens de leitura. A primeira, de cunho arqueológico, significa a totalidade dos objetos de diversas naturezas no curso de sua acumulação, representando o *fundo documental*. Os objetos *conversam* entre si, isto é, seu valor documental é medido por uma relação orgânica entre os itens, a qual é estabelecida pela ordem adotada ao longo do processo de acumulação. Os arquivos podem ser vistos como uma narrativa, cujo narrador é o próprio acumulador, seja ele uma instituição pública ou uma instituição privada, de natureza física ou jurídica. A segunda leitura possível diz respeito aos objetos isoladamente, às características próprias de cada peça que compõe o arquivo, emprestando ao conjunto um valor informacional, característico dos bancos de dados. Considerando as duas possibilidades, os arquivos podem ser, ao mesmo tempo, uma história de vida quando vistos na sua unicidade (organicidade) e fonte de informação para alimentar novas narrativas, se considerarmos o isolamento de suas peças” (DODEBEI, 2003).

Desta forma, a descoberta de uma história no Museu da Pessoa também é um encontro entre o biografado e o internauta, entre escritor e público, no qual ambos se colocam no mesmo patamar criativo, uma vez que o primeiro redige a própria história para o museu, o segundo escolhe o próprio itinerário, desenha uma cartografia única que talvez mesmo este novo criador, depois de desligar o computador, seja incapaz de refazê-la.

Em 2004, como homenagem às comemorações dos 450 anos da cidade de São Paulo, o Museu da Pessoa iniciou a exploração de um novo suporte para a disseminação da sua coleção de depoimentos. Personagens do acervo audiovisual do Museu da Pessoa participaram da programação do Canal Futura de janeiro a abril de 2004. Nesta parceria inédita entre o Instituto Museu da Pessoa e o Canal Futura, o projeto “São Paulo, Meu!” homenageou a capital paulista com a exibição de histórias de moradores anônimos da cidade.

Foram escolhidos 10 personagens e cada um tornou-se protagonista de um interprograma veiculado diariamente nos intervalos da programação do Futura, sempre contando episódios marcantes da sua história acontecidas na cidade de São Paulo. Com edição, produção e finalização realizada pela equipe do Canal Futura, os interprogramas têm duração de 60 segundos.



As histórias, também disponibilizadas no site do Museu da Pessoa, foram contadas pelos seguintes personagens: o ex-jogador de futebol da seleção brasileira José Carlos Bauer, o comerciante Álvaro Lopes, o sapateiro italiano Consolato Laganá, a dona-de-casa croata nacionalizada brasileira Katarina K. Vidmar, a cantora Fabiana Cozza dos Santos, o jornalista Marcelo Ferraz de Abreu, o chef Pedro Mullón Mataró, o músico Carlos Lopes Lucinda Telhada e a empregada doméstica Nair Souza e Silva. A série visava mostrar a diversidade de perfis das pessoas que fizeram de São Paulo a sua residência.

Neste interprograma, os depoimentos foram aproveitados do acervo já captado do museu. Mas diferente dos vídeos disponibilizados pela *web*, as performances presentes aqui foram editadas, organizadas por um roteirista, intercaladas com computação gráfica que montavam, de acordo com o período ao qual o relato se remetia, imagens antigas e informações históricas sobre a cidade de São Paulo. Desta forma, o recurso audiovisual configura-se como um suporte imprescindível para a apreensão de determinadas expressões culturais, sendo que o próprio registro torna-se objeto de análise, em que retratos do passado e do presente podem ser examinados como formas representativas de uma época e de uma cultura. Propostas estéticas e posturas sociais são referidas com o contexto sociocultural tanto dos produtores do programa quanto nos espaços de recepção.

Segundo Karen Workman<sup>9</sup>, fundadora do Museu da Pessoa: “A TV tem um papel muito importante pois ela cria uma sacralização deste tempo moderno pela magia da imagem. Na hora que você bota no ar um trecho de um depoimento, o que a gente chama de micro-história, a TV cumpre um papel de devolver pro público o poder da sua própria participação. Você incentiva outras pessoas e dá um retorno para aquelas que participaram. Assim, você dissemina um pouco a idéia de que todos nós somos de fato parte da história. Que todas as nossas memórias juntas têm uma grande importância para a constituição de uma memória social”.

---

<sup>9</sup> As entrevistas com a equipe do “Vou Te Contar”, sejam do Canal Futura ou do Museu da Pessoa, foram concedidas ao autor ao longo do ano de 2006. Fundadora e diretora do Museu da Pessoa, a historiadora Karen Workman nasceu em 9 de janeiro de 1962, na cidade do Rio de Janeiro. Formou-se pela Universidade Federal Fluminense, onde fez pós-graduação em Lingüística. Desde 1999, é *fellow* da Ashoka Empreendedores Sociais por sua atuação inovadora e de grande impacto social.

Foi a ação de “São Paulo, Meu!” que abriu para o Museu e para o Futura a possibilidade de se começar a pensar em um programa que fosse uma co-produção original, com personagens gravados exclusivamente para a mídia televisiva, que contaria “histórias de vida pelas imagens”. No mesmo ano, surgiu o “Vou te Contar”.



### 3.2 FUTURA – O CANAL QUE VOCÊ LEVA PRA VIDA

O Canal Futura foi ao ar pela primeira vez em setembro de 1997, mas a Fundação Roberto Marinho, sua idealizadora, já tinha experiência com produtos de teleducação e telecursos, como os projetos Globo Ecologia e Globo Ciência, projeto Vídeo-Escola e Tele-Escola, os Telecursos Ensino Fundamental e Médio. A Fundação Roberto Marinho atua também na captação de recursos, privados e públicos, para projetos na área de patrimônio, educação e ecologia. Nesse contexto, o Futura se insere como o pólo convergente das três áreas acima citadas, levando ao ar as iniciativas e os projetos encampados pela Fundação Roberto Marinho. Mas o Futura vem mudando o seu perfil de canal educativo para um projeto social de comunicação. Para entender o contexto em que o canal se insere e dissemina sua imagem, se faz necessário revisitar a evolução da televisão como meio de disseminação de conteúdos que visam, no seu intuito institucional, o aprimoramento sociopedagógico do brasileiro.

Ao longo dos anos, os meios de comunicação no Brasil seguiram o caminho, mesmo que tortuoso, da popularização no controle dos conteúdos veiculados. O advento das redes comunitárias de jornais, tevês e rádios, além da experiência radical dos blogs e sites públicos, mostram que se as mais diversas mensagens podem “ganhar o mundo” pelo alcance dos veículos de comunicação, não é de se estranhar que a palavra EDUCAR conste como missão nos estatutos de muitos jornais, canais de TV, emissoras de rádio e, recentemente, até de sites.

Se é para “fazer vista” de idôneos ou não, há tempos, diversos produtos atribuem aos meios de comunicação o poder de levar aos mais longínquos territórios do país uma educação que seja de qualidade (pelo menos para os parâmetros das classes mais abastadas, mesmo que a maioria dos projetos não sejam direcionados a esta classe social), regiões historicamente sem uma estrutura escolar que permita a população se desenvolver de forma bem-sucedida cognitiva e economicamente. Para tanto, levantaremos algumas questões acerca do conceito de educação a distância.

Educação a distância é uma modalidade educacional que tem por objetivo atender a grandes contingentes de alunos de forma efetiva, mas obedecendo, em última análise, a uma separação física entre professor e aluno. Contudo, pode haver (e quase sempre há) alguma porção de contatos presenciais. Isto significa que no ensino a distância o contato entre esses dois personagens é mediado. Isto é, o ensino e aprendizagem ocorre por outros recursos que não a exposição oral de um professor. Essa mediação pode ser realizada por intermédio de várias técnicas e/ou meios. No nosso caso, interessa a educação a distância que utiliza a televisão como meio.

Existe uma regulamentação federal a respeito desta atividade: está prevista na Lei 9.394, de dezembro de 1996, conhecida como LDB - Lei de Diretrizes e Bases da Educação). E seu desenvolvimento encontra-se a pleno vapor, no Brasil e no mundo. Mas, a primeira referência à educação a distância só apareceu, na legislação, com a Lei de Diretrizes e Bases, em 1961.

Pode-se dizer que, no Brasil, tudo começou em 1923, quando Roquete Pinto e Henrique Moritze fundaram a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que nascia com a missão de promover a educação e a cultura através das ondas do rádio. Era uma época em que as rádios ainda não se sustentavam financeiramente. Também era uma época marcada pelo amadorismo e pelo idealismo.

Nas décadas seguintes, seguindo a mesma linha de experiência de formação educacional a distância, destacam-se o Instituto Rádio-Monitor, fundado em 1939, e, em 1941, o Instituto Universal Brasileiro, que resiste até os dias de hoje. Ambos atuavam nas áreas de formação técnica, com cursos na área de montagem e reparos de circuitos eletrônicos, mecânica de automóveis, corte e costura, desenho e projeto gráfico, etc. Atualmente existem algumas iniciativas, reconhecidas pelo MEC, que seguem a mesma linha do Instituto Universal Brasileiro, como os cursos de treinamento e aperfeiçoamento ministrados pelo Centro de Ensino Tecnológico de Brasília (CETEB), vinculado à Fundação Brasileira de Educação (FUBRAE), baseados no tráfego postal de apostilas e

testes, sendo validados por prefeituras, como a de Florianópolis, para progressão funcional de professores do ensino básico.

Outra experiência de destaque foi o Movimento de Educação de Base, o MEB, que buscava alfabetizar jovens e adultos através das "escolas radiofônicas", principalmente nas regiões Norte e Nordeste do país. Mas o golpe de 1964 interrompeu o projeto inicial de educação popular de massa. As experiências brasileiras - governamentais, não-governamentais e privadas - são muitas e representaram, nas últimas décadas, a mobilização de grandes contingentes de técnicos e recursos financeiros nada desprezíveis. Contudo, os resultados não foram ainda suficientes para gerar um processo de irreversibilidade na aceitação governamental e social da modalidade de educação a distância no Brasil. Os principais motivos disto são a descontinuidade de projetos, a falta de memória administrativa pública brasileira e certo receio em adotar procedimentos rigorosos e científicos de avaliação dos programas e projetos.

Contudo, ensinar a distância é perfeitamente possível e pode ser uma atividade muito mais simples e cotidiana como, por exemplo, quando aprendemos através de um livro que foi escrito para nos ensinar alguma coisa; ou quando assistimos a um filme, programa de televisão ou vídeo que foram feitos com a intenção de ensinar algum conteúdo específico. É educação a distância porque quem está ensinando — o "ensinante" — está "espacialmente distante" (e também distante no tempo) de quem está aprendendo — o "aprendente". Ressalto aqui que o termo "distância" foi originalmente cunhado para se referir a uma categoria espacial, mas pode igualmente ser aproveitado para se referir ao tempo.

O uso da tecnologia na promoção da educação existe justamente para reduzir essa distância visto que a educação e a aprendizagem, embora aconteçam dentro do indivíduo, devem ser mediadas pelos contatos do indivíduo com o mundo que o cerca, em especial, por meio de seu contato com outras pessoas, seja esse contato "cara a cara", seja remoto ou virtual, no sentido de que não envolve a contigüidade espaço-temporal das pessoas envolvidas.

Mas qual pode e deve ser o papel da televisão na educação? A televisão educativa no Brasil sempre foi associada — não sem motivo — a uma programação maçante, pouco atraente e muito formal. O que a princípio poderia explicar a baixa audiência das emissoras educativas que, não dispendo de vastas fontes de arrecadação de recursos tal como as comerciais, não podem oferecer uma programação atraente. Mas não é apenas isso. A televisão no Brasil nunca foi vista como potencialmente educativa, sendo sempre relacionada a um aspecto jornalístico e de entretenimento. Planejar estratégias didáticas e comunicacionais, selecionar conteúdos e organizá-los de maneira lógica e planejada é o ponto diferencial entre a televisão que pretende educar e a televisão que pretende simplesmente vender.

A televisão cria uma miscelânea audiovisual que fascina. O mundo nela passa a ser virtual, os espaços e temporalidades são suprimidos. Como disse Jesus Martín-Barbero, é "a desterritorialização da atividade social dos contextos de presença, liberando-a das restrições que impunham os mapas mentais, os hábitos e as práticas locais" (MARTÍN-BARBERO, s.d.). Seja nos canais de distribuição aberta ou paga, tudo faz parte do espetáculo. Nela existe a tendência a dar-se o mesmo peso a discursos distintos: política, finanças, drama, publicidade, ciência, enfim.

A televisão tem o poder de (re)criar a realidade, onde o fato ganha uma edição. Explicando melhor: a televisão hoje constitui o principal meio de lazer de boa parte da população brasileira. Mais que isso, é a sua fonte de lazer e também de informação. Apesar de aparentar objetividade, a imagem televisual exhibe uma realidade criada, ou recriada, partindo de artifícios técnicos e metodológicos. Só existe o que a televisão mostra. Só é real se aparecer na tela; trata-se da construção do primado da imagem sobre o conteúdo e, conseqüentemente, do processo ou movimento da opinião sobre o real. A imagem torna-se mais real que a que a própria realidade. Esse jogo psicanalítico entre telespectador e televisão, entre desejo e projeção, em que a televisão incorpora a representação de nossas ambições, projeções do que desejamos é o que explica a relação de dependência. A TV nos dá o sonho, o desejo, a fantasia. Mas tudo dentro de um certo

padrão, de um esquema, de uma estrutura. Ela não subverte, ao contrário, reafirma a ordem e os esquemas sociais ritualizados.

Mas como a educação pode acompanhar esse ritmo frenético? A televisão, como afirma Jesus Martín-Barbero, desordena as seqüências do aprendizado e, conseqüentemente, a estrutura familiar:

“Os filhos agora sabem muito, sabem tanto quanto seus pais ou até mais. Os mais jovens têm, sabidamente, mais capacidade de absorver as novas tecnologias e de acompanhar o ritmo frenético do fluxo de informações circulantes no mundo atual. Não é raro o pai pedir ajuda ao filho para fazer funcionar o videocassete ou para utilizar o computador” (MARTÍN-BARBERO, s.d.).

É óbvio que nesse processo a televisão não opera por seu próprio poder, mas que catalisa e radicaliza movimentos que estavam na sociedade previamente. A televisão — e também qualquer nova tecnologia — é vista pela escola tradicional como a antítese da produção de conhecimento, sendo tratada apenas como espaço de diversão e espetáculo.

E ao ser acusada pela escola de todos os males e vícios que cercam a juventude, a televisão revela seu trunfo: desde o deslocamento das fronteiras entre razão e imaginação, entre saber e informação, natureza e artifício, arte e ciência, a conexão das novas condições de saber com as novas formas de sentir e as novas figuras da sociedade. Ou seja, a televisão promove a emergência de uma nova subjetividade e de um novo projeto de saber que questiona o caráter monolítico e transmissível do conhecimento, que revaloriza as práticas e as experiências, que busca um “saber mosaico”.

A imagem e as novas tecnologias podem e devem ser utilizadas no campo da educação como um eficiente dispositivo de produção de conhecimento, servindo ora como campo mediador de toda a fluidez informativa, ora como provedor de conhecimento. A televisão pode ser usada como importante meio de socialização e, por exemplo, pode ser importante auxiliar no aprendizado infantil, por exemplo. A criança aprende pela experimentação, observação e por imitação. Se o que ela estiver vendo na televisão lhe



for interessante e atraente, este veículo torna-se um eficiente instrumento de penetração cultural, ao potencializar o aprendizado de conhecimentos e comportamentos.

Para isso, há que se planejar uma programação diferenciada, privilegiando estratégias didáticas e comunicacionais, selecionando conteúdos e organizando-os de maneira lógica. Afinal, os gêneros, a linguagem e as estratégias dos programas educativos devem necessariamente seduzir, atrair, divertir e emocionar como qualquer outra programação que se utiliza da vocação inata do próprio meio.

O caráter algo maçante do termo "educativo" que por anos acompanhou algumas redes de televisão e rádio brasileiras tem sido alvo de profunda revisão desde o final do século passado. O termo foi reinterpretado, principalmente pela TV, e o que pertencia até os anos 90 sob as emissoras de domínio estatal (federal, estadual ou municipal), do ponto de vista de conceito, migrou para o público, principalmente através do exercício de um jornalismo que trabalha a serviço do espectador, consolidando a construção da cidadania, fugindo do rótulo de pedante.

Faz-se importante dizer que quando falamos em TV pública não se trata somente daquelas que pertencem ao domínio estatal, mas todas as que tenham como quadro conceitual principal o interesse público pela promoção do desenvolvimento cognitivo e profissional da população.

Ao contrário do que ocorreu em outros países, notadamente na Europa, a TV no Brasil nasceu comercial. A percepção estratégica, enquanto finalidade cultural, educativa e informativa, só surgiu após a consolidação do teor mercantilista das chamadas grandes redes de televisão.

Contrapor-se a isso exigiu anos de aprendizagem e experimentações. E continua a exigir, já que se trata de um processo em curso. As emissoras rotuladas de "educativas" eram conhecidas por não possuírem o apelo visual e criativo exigido por um veículo como a televisão. Mas o caráter das TV's educativas vem mudando. Procurando fugir do



convencional, atualmente elas buscam alternativas para atrair audiência e ganhar prêmios, sem deixar de cumprirem com o seu cerne fundador. Os núcleos jornalísticos das emissoras, presente na maioria dos canais, são os que mais encampam estas mudanças.

Omar Rincon, professor colombiano, ativo membro do INPUT (International Public Television Screening Conferences), que trabalha na defesa de uma televisão pública cidadã, estabeleceu, num manifesto, os princípios que hoje são seguidos por muita gente que faz televisão mundo afora. Segundo Rincon:

"A televisão pública interpela o cidadão, enquanto que a televisão comercial fala ao consumidor; a TV pública deve promover o universal, que não passa pelo comercial; a TV pública deve deixar de se programar como uma seqüência linear e curricular da escola, para ganhar processo e fluxo próprios das narrativas audiovisuais" (RINCON, 2000).

Ao tratar o cidadão como consumidor, a TV comercial amordaça o jornalismo e o nivela à propaganda. As matérias são curtas, os temas fugazes, a edição "clipada", pois dedicar muito tempo a um assunto pode cansar o espectador-consumidor.

Já a TV de caráter público estabelece outros parâmetros. A busca é por temas que digam respeito à qualidade de vida (meio-ambiente, ciência e tecnologia), à promoção da cidadania (prestação de serviços, direito do cidadão, iniciativas populares), aos processos públicos (políticas públicas, decisões do poder público) e na ênfase à cultura e às tradições. O objetivo é indagar, levar à reflexão. Assim as reportagens podem ser mais longas, a edição mais pausada, as sonoras (entrevistas que aparecem dentro das matérias) com maior tempo de duração.

No Brasil, já existiram vários projetos - de kits de vídeo à emissoras de alcance nacional - que assumiram esta missão de levar um misto de informação, entretenimento e educação a distância pela televisão. Uma das primeiras foi a Fundação Padre Landell de Moura (FEPLAN), criada em 1967 no Rio Grande do Sul com o objetivo de difundir a educação (com bases nos conteúdos pedagógicos curriculares) por vários meios de comunicação. Na época, o departamento pedagógico da FEPLAN assessorava seus setores na fundamentação educacional, planejamento e análise de recursos educativos pelo rádio e

televisão, supervisionando a adequação dos roteiros e confecção do material que acompanhava os cursos. Aos poucos sua rede de recepção foi aumentando e sua rede de supervisão foi diversificando os veículos de comunicação utilizados.

A Fundação Padre Anchieta também foi criada em 1967, pelo Governo do Estado de São Paulo, com a ambiciosa missão de levar os espectadores de suas emissoras de rádio e TV a refletir sobre as principais questões políticas e sociais do país. Formou-se um corpo de funcionários especializado em realizar pesquisas com o fim de adaptar textos de conteúdo educativo para as linguagens televisivas e radiofônicas, incluindo aí, produção e gravação de programas que não visavam fins lucrativos. Assim surgiu a TV Cultura, que desenvolveu uma programação mais voltada para os conteúdos escolares com o objetivo de suprir as deficiências e carências educacionais do espaço escolar. Um segundo passo em sua trajetória foi incorporar o binômio educação e cultura; porém, sem querer deixar de lado o entretenimento. Essa nova postura, baseada em conceitos mais recentes no entendimento de educação, permitiu abrir o leque de possibilidades e de interesses dos programas produzidos e exibidos, como também ampliar a sua faixa de espectadores, concentrados nas classes A e B conforme pesquisas do canal.

Hoje, o maior trunfo da TV Cultura está na programação infanto-juvenil, que tomou grande impulso e transformou-se, nos últimos anos, no núcleo mais premiado e de maior audiência da emissora. A programação da TV Cultura voltada para a infância e para a juventude livrou-se de dois desvios habituais do segmento: o excesso de didatismo e a vertente de consumo mercadológico com forte apelo à crianças e jovens em formação. Tal é o sucesso da fórmula que a Fundação Padre Anchieta decidiu criar um novo canal exclusivo para o público infantil, a TV Rá-Tim-Bum, exclusivo para consumidores de TV a cabo.

No âmbito governamental federal, o Projeto Minerva, criado em 1970, veio atender aos anseios do governo militar brasileiro que, desde 1964, propunha mudança radical no processo educativo com a utilização do rádio e da televisão. Na concepção governamental, os meios de comunicação eletrônicos solucionariam rapidamente os

problemas educacionais existentes. Cogitou-se, então, a implantação de uma cadeia de rádio e televisão voltadas para a educação de massa por meios de métodos e instrumentos não-convencionais de ensino. Além de usar o rádio e a TV como meios de comunicação de massa para fins de divulgação e orientação educacional, pedagógica e profissional, o Projeto Minerva visava dar ênfase à promoção da cultura popular. Seus programas se concentraram nas áreas do ensino supletivo e de educação de base.

Em 1996, o Ministério da Educação implementou seu projeto de educação a distância com a criação da TV Escola, que tem por objetivo principal formar, capacitar e valorizar os professores nos níveis fundamental e médio, na tentativa de aprimorar a qualidade de ensino nas escolas públicas. Comandada pela Secretaria de Educação a Distância do MEC, a programação da TV Escola é em grande parte composta de programas oriundos de várias partes do mundo, com alguns programas originalmente produzidos. A programação é transmitida para todo o país através do satélite Brasilsat e é captada por uma antena parabólica, que deve ser instalada nas escolas, para melhorar a recepção das imagens e do som. De acordo com a orientação do MEC, os programas da TV Escola devem ser gravados em fitas de vídeo para estarem disponíveis aos educadores e, posteriormente, serem utilizados em sala de aula por professores de diferentes disciplinas.

Um dos princípios que orienta o trabalho da Secretaria de Educação a Distância do MEC é que a integração de diferentes mídias enriquece o processo de ensino-aprendizagem e aumenta o potencial de utilização de um programa. Assim, a TV Escola é complementada por materiais impressos: revistas, cadernos, guias para orientar os usuários quanto aos programas, cartazes e grade de programação. A TV Escola transmite quatorze horas de programação diária, com repetições, de forma a permitir às escolas diversas opções de horário para gravar os vídeos.

Voltando à década de 1970, a união da iniciativa privada e estatal levou a Fundação Padre Anchieta e a Fundação Roberto Marinho, com o apoio da Federação Nacional das Indústrias, a criarem o Telecurso, um projeto de educação que oferece a milhões de trabalhadores a oportunidade de retornarem aos espaços escolares e concluírem o ensino

fundamental e médio, além de também poderem fazer cursos profissionalizantes. Hoje, o Telecurso é voltado para qualquer pessoa que esteja em defasagem idade/série escolar. O programa funciona usando cenas cotidianas como base para as aulas, e com uma linguagem mais coloquial. O material didático, que associa livros com aulas em vídeo, permite que se faça o curso em casa, assistindo às aulas em uma das 10 emissoras de TV que transmitem o Telecurso ou em uma das milhares de tele-salas existentes no Brasil. Nas tele-salas, os alunos têm à disposição um equipamento de vídeo para assistir às aulas, um orientador de aprendizagem devidamente capacitado no uso da metodologia e nos conteúdos programáticos que serão estudados, além dos livros e de material pedagógico complementar.

Foi neste contexto que surgiu o Canal Futura, o primeiro canal de educação da televisão brasileira totalmente regido e financiado por 12 grandes empresas e entidades que vêem o Futura como parte de suas ações de responsabilidade social. O Futura fica no ar 24 horas por dia. Seu público-alvo são crianças, estudantes e professores do ensino fundamental e médio, donas-de-casa e trabalhadores. O Futura vai ao ar através de transmissão via cabo e antenas parabólicas, para todo o país. Por cabo, pelo sistema NET/ Multicanal; miniparabólicas, através de Tecnologia DBS Digital, transmitido pela SKY NET; e parabólicas convencionais, por meio de tecnologia DBS Analógica. Em alguns Estados, o Futura já está disponível em rede aberta de UHF através de afiliadas locais ligadas a TV's universitárias. O sinal é gratuito e está disponível para qualquer entidade pública ou comunitária que solicitar. Atualmente, parte da programação do Futura está sendo transmitida no espaço desocupado — que corresponde aos intervalos comerciais — das transmissões da Rede Globo por parabólica, em todo país e no exterior — o projeto FADE. Além disso, alguns programas do Futura são retransmitidos pela Globo Internacional.

O Futura é financiado pelo setor privado através dos seus parceiros mantenedores: Rede Globo de Televisão, Fundação Bradesco, CNN-Turner Broadcasting System, Fundação Itaú Social, Grupo Votorantim, CNI, FIESP, FIRJAN, Fundação Vale do Rio Doce, CNT, SEBRAE e Schering.

A programação do Futura é dividida por temas: jornalismo, formação de educadores, educação infantil, ensino fundamental e médio, educação para jovens e adultos, educação profissional, trabalho, ciência e tecnologia, ecologia, saúde, terceira idade, livros e cidadania. Os programas têm em média de 15 a 20 minutos de duração, e a exibição varia entre diária e semanal. Além destes, existem os Interprogramas que, como foi dito, são peças, geralmente educativas ou de serviços, que ficam entre os programas, variando entre 30 segundos a 05 minutos.

A programação do canal é muito diversificada, principalmente porque o Futura entende como seu público-alvo diferentes camadas da sociedade e diferentes faixas etárias. Explicando melhor: o Futura busca, com sua programação, falar para o público infantil, estudantes de todas as faixas, donas de casa, profissionais em busca de atualização, adultos em processo de alfabetização e professores. Ou seja, são pessoas de universos bem diferentes. E sem contar as diferenças regionais, sociais, culturais e econômicas encontradas nestes públicos.

Para levar ao ar 24 horas de transmissão ininterruptas, o Canal Futura possui em seus quadros cerca de 150 funcionários (contando com prestadores de serviços e estagiários), de diferentes formações acadêmicas. O Canal, organizacionalmente, está dividido em núcleos, que estão subordinados à gerência do Canal. Esses núcleos, encabeçados por um coordenador, são os responsáveis por criar, conceber e veicular a programação do Futura. São eles: Núcleo de Jornalismo, Núcleos de Programas, Núcleo de Interprograma, Núcleo de Arquivo de Imagem, Núcleo de Programação, Núcleo de Operações, Núcleo de Produção, Núcleo de Conteúdo, Núcleo de Captação e Aquisição e Núcleo de Mobilização. Existem outras áreas responsáveis pelo suporte aos núcleos, como a Informática, Comunicação e Marketing e o Administrativo/Financeiro.

A Mobilização Comunitária é o diferencial do Canal; trata-se de uma equipe treinada para criar uma recepção organizada da programação do Futura. Baseado nos princípios do espírito comunitário e empreendedor, da ética, e do pluralismo cultural, o Futura é o

único canal a desenvolver um trabalho presencial por meio da Audiência Dirigida, uma rede formada por mais de 11 mil instituições que utilizam seus programas como ferramentas de educação. Escolas, presídios, fábricas, empresas, hospitais, centros comunitários e outras entidades recebem, gratuitamente, o sinal, disponível em todo o país em sistemas de TV a cabo e através de antenas parabólicas. Para atender a toda essa rede, o canal conta com uma equipe de Mobilização Comunitária, que orienta as instituições a utilizar seus programas da forma mais adequada, de acordo com a necessidade local. A organização da audiência se dá através de ações diretas junto a diversos públicos, realizando, ao mesmo tempo, um trabalho de pesquisa, capacitação de orientadores e avaliação de resultados.

Pesquisa feita em parceria com o Instituto Datafolha em dezembro de 2003<sup>10</sup>, revelou a percepção do público acerca dos objetivos do Futura, conforme a tabela abaixo:

Projetos educativos em geral	93%
Projetos educativos em escolas	91%
Programas de TV	80%
Trabalhos comunitários	77%
Projetos educativos em creches	76%
Assistência social	73%
Projetos educativos em empresas	71%
Projetos educativos em ass. de bairro	69%

Tais dados revelam como o Futura é visto pelo público primeiramente pelos projetos educativos que empreende, sendo posteriormente enxergado como produtor de programas de TV. O projeto do Futura, assim como a maioria das iniciativas mencionadas, independentemente dos resultados obtidos, revela uma disposição, seja do governo ou da sociedade civil, em demonstrar, efetivamente, que os meios de comunicação podem exercer um papel importante no processo de educação formal e informal.

<sup>10</sup> Pesquisa estimulada e múltipla do Instituto Datafolha em dezembro de 2003 em todos os Estados, num universo de 4 mil entrevistas, acima 16 anos.

Paulo Freire previa que, se o professor assistisse a um programa em determinada hora, em determinado lugar com seus alunos, a práxis pedagógica seria muito ampla se logo depois os alunos discutissem o assunto. Não apenas o conteúdo que estivesse sendo e que foi vivido, mas também a compreensão da importância da televisão enquanto instrumento para além da comunicação. O aluno teria assim seu primeiro contato com o pensamento científico crítico:

“A televisão é uma coisa fantástica, mas é preciso que as pessoas se ponham diante dela, como diante de tudo, criticamente. Não se deve esquecer que muito se diz a respeito desses instrumentos serem usados de maneira a confundir o ouvinte com mensagens pré-fabricadas, reduzindo a ação desses meios junto àqueles que querem aprender, fazendo com que os alunos sejam os depositários de idéias pré-fabricadas e pré-estabelecidas. Isso limita o aluno à simples tarefa do consumo” (FREIRE, 1991, p.75).

O educador francês Edgar Morin analisa e alerta sobre a importância do vídeo em sala de aula:

“O vídeo com temas geradores de discussão, é um poderoso instrumento de dinamização e enriquecimento da aula, tanto do ponto de vista de conteúdo como da dinâmica participativa e interesse”. Morin também analisa que todos os meios de comunicação "podem ser utilizados também como instrução, informação, formas de passar conteúdos organizados, claros e seqüenciados. Principalmente o vídeo instrucional, educativo, é útil para o professor, porque lhe dá chance de completar as informações, reforçar os dados passados pelo vídeo. Eles não eliminam o papel do professor. Antes ajudam-no a desenvolver sua tarefa principal que é a de educar para uma visão mais crítica da sociedade” (MORIN, 2003, p.33).

Atualmente o canal modificou o slogan de “O Canal do Conhecimento” para “O Canal que você leva pra vida”. Para disseminar esta nova fase do canal, que quer expandir seu público para todas as classes sociais, foi criada uma campanha de marketing envolvendo comerciais audiovisuais, anúncios impressos e *spots* de rádio<sup>11</sup>. A campanha mescla cenas de crianças, jovens e adultos que interagem entre si num cotidiano de trocas de

---

<sup>11</sup> As ações da campanha podem ser acessadas no site do Futura na seção Campanha Publicitária, disponível em [www.futura.org.br](http://www.futura.org.br)



informações e aprendizagem não-formal. As situações representam o conteúdo de alguns programas exibidos pela emissora e ressaltam que a grade exibida faz parte da vida das pessoas. Com este objetivo, o canal indiretamente evidencia que as histórias de vida veiculadas pelos seus programas (tema principal do interprograma “Vou te Contar”) são um dos seus pilares temáticos mais fortes junto ao público. Em consonância com os dizeres de Sandra Bittencourt: “Planejar estratégias didáticas e comunicacionais, selecionar conteúdos e organizá-los de maneira lógica e planejada é o ponto diferencial entre a televisão que pretende educar e a televisão que pretende simplesmente vender. Os gêneros, a linguagem e as estratégias dos programas educativos devem necessariamente seduzir, atrair, divertir e emocionar como qualquer outra programação que se utiliza da vocação inata do próprio meio” (BITTENCOURT, 1997, p.3).

As análises sobre o “Vou te Contar” são desenvolvidas no próximo capítulo.





## 4 "VOU TE CONTAR"

“MEUS AMORES DA TELEVISÃO  
FANTASIAS DO MEU CORAÇÃO  
MINHA MENTE SAI DA REALIDADE  
EU POSSO TER  
EM CADA MEIA HORA  
UM SONHO A CORES PRA VIVER”

*Roberto Carlos em “Meus Amores da Televisão”.*



*TEREZINHA JANSEN, de São Luís/MA, conta o caso “Boi de Catirina”*

#### 4.1 O PROGRAMA

**A** TV, hoje, é um dos principais meios pelos quais os brasileiros tomam conhecimento acerca da pluralidade cultural do seu próprio país. E os produtores de TV também sabem que levar ao ar imagens de manifestações culturais tradicionais, entendendo tradição como “um meio de lidar com o tempo e o espaço que insere cada atividade ou experiência particulares na continuidade do passado, presente e futuro, sendo estes estruturados por práticas sociais recorrentes” (GIDDENS, 1991, p. 126), permite que elas sejam resignificadas não só pelos seus praticantes mas, no caso brasileiro, por toda a sociedade.

“É da tecnologia, em sua *logo-tecnia*, que provém um dos mais poderosos e impulsos para a homogeneização da vida, e é a partir da diferença, da pluralidade cultural, que tal processo está sendo desmascarado. [...] Em nome da memória eletrônica nossos povos estão sendo pressionados a renunciar a ter e desenvolver sua própria memória. Porque a função dessa memória na vida de uma coletividade não é falar do passado, e sim dar continuidade ao processo de construção permanente da memória coletiva” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.267).

Deste modo, seria passível dizer que a TV pode contribuir para a preservação e integração de tradições inerentes à cultura do povo brasileiro que se perpetuam na experiência das gerações conseqüentes? Uma tentativa de responder a esta questão vem de uma recente produção televisiva que usa a contação de causos como mote para que o espectador descubra mais sobre a diversidade cultural dos Estados brasileiros é o “Vou Te Contar”, uma parceria do Canal Futura e do Museu da Pessoa. Em seis interprogramas<sup>12</sup>, é possível conhecermos os costumes e histórias locais a partir da narrativa de seis moradores do mesmo Estado. Mas de que forma este programa atende aos interesses de ambos os parceiros envolvidos na sua produção?

Em sua missão, o Futura sustenta suas ações com base nos princípios do espírito comunitário e empreendedor, na ética e no pluralismo cultural. Neste sentido, o “Vou Te Contar” atende a demandas internas de conteúdo do Canal ao valorizar a constituição da

<sup>12</sup> Interprogramas no Canal Futura são programetes veiculados nos intervalos que variam entre 1 e 5 minutos de duração. O programa “Vou Te Contar” tem média de 5 minutos.

noção de identidade. Por conta do compromisso do Futura em iluminar histórias de vida de pessoas comuns, mostrando aspectos interessantes que possam servir de inspiração para outros, além de tratar de temas que possam despertar interesse geral pela narração simples e legítima daqueles que viveram importantes períodos de nossa história, a programação do Futura orienta seus produtores a darem forte ênfase em suas produções aos temas referentes à historiografia, narratologia e memória social. O Museu da Pessoa também se apóia na valorização do indivíduo comum na linha segundo a qual a história cotidiana de cada sujeito é “fundamental para a formação de uma nova memória social” (<[www.museudapessoa.net](http://www.museudapessoa.net)>). Neste contexto, a tradição oral e as memórias individuais são elementos chave para se compreender a história dos grupos, das comunidades e até mesmo da sociedade de um modo geral. Por isso, o “Vou Te Contar” procura localizar e ouvir a história de vida de grupos de pessoas ligadas por traços comuns.

Lúcia Araújo<sup>13</sup>, gerente-geral do Canal Futura, relembra o início da produção: “O Museu da Pessoa foi apresentado pra nós como um banco de imagens de histórias de vida do arquivo deles, tanto em material audiovisual quanto em transcrição. Fizemos o projeto ‘São Paulo Meu’, contando trechos das histórias da vida de paulistanos para homenagear os 450 anos de São Paulo. A idéia deu certo. Então, quando surgiu a possibilidade de gravarmos causos pelo Brasil, trouxemos o Museu da Pessoa com este know-how de trazer pessoas em locais que tivessem uma maior riqueza cultural”.

No programa, o recurso ficcional do causo serve como chave para entender as referências que constituem as lembranças reais de cada um (HALBWACHS, 2004, p.32), e por conseqüência da cultura local do seu Estado, sendo um caminho rico tanto para a estrutura narrativa do programa quanto como inspiração para o uso criativo dos recursos audiovisuais. “Ao se contar causos que são compartilhados com outros espectadores, se cria uma identidade em comum. Pra quem não conhece pode ser uma descoberta, mas para quem é de lá, ouvir e ver na TV um causo conhecido deve causar um senso de pertencimento muito grande pra cultura local. E além disso, tem o jeito de se vestir, tem as paisagens. A TV mostra tanta coisa que pode gerar discussão. Diferentes das outras

---

<sup>13</sup> Lúcia Araújo é jornalista e gerente-geral do Canal Futura desde 2000.

mídias, a TV tem o poder de transcender fronteiras e fazer você vivenciar os vários brasis através da emoção”, disse Karen Workman sobre o “Vou te Contar”.

Na primeira temporada do programa, produzida em 2004, o Estado brasileiro escolhido foi o Rio Grande do Sul. A escolha deste Estado se deveu ao fato de ser estratégico para os dois co-produtores da série, que detêm várias parcerias neste território.

Para os moradores do sul rio-grandense, os causos retratam o regionalismo e os aspectos culturais da formação do gaúcho. Mas a história do povo gaúcho vai além do causo, sendo eles mesmos fontes inspiradoras de cantigas, expressões regionais, danças e trovas. Fazem-se parte indivisível do patrimônio imaterial brasileiro.

A designação “gaúcho” (COSTA, 2004, p.10) começou a ser usada em meados de 1800, até então os nascidos na região eram chamados de “continentinos” ou “rio-grandenses”. Fruto da miscigenação entre o índio, o espanhol e o português (que de fato promoveu a ocupação sistematizada da região, a partir de 1750), o gaúcho representava o homem livre dos pampas e pradarias do sul. Essa relação com o campo tornou o “homem” um hábil cavaleiro, manejador do laço e da boleadeira. Sem patrão e nem lei o gaúcho era visto como um elemento negativo - sinônimo de malandro e perturbador. As mudanças econômicas da região, o surgimento das estâncias e fazendas de gado transformaram o gaúcho em experiente trabalhador. Integrado à sociedade rural que vai se firmando na trajetória histórica do Rio Grande do Sul, faz com que o termo perca o tom pejorativo e passe a designar o homem valente e desbravador, agente de transformação. Amplia-se assim a ascendência gaúcha, como resultado da integração de novas culturas aos índios, espanhóis e portugueses; e posteriormente de alemães e italianos também.

Assim, cada episódio do programa “Vou Te Contar – Rio Grande do Sul” se vale da fala e das histórias de dois gaúchos. Um deles é o ator Werner Schünemann, que apresenta esta série. O outro é um gaúcho anônimo. Eles estão em ambientes diferentes, mas ambos têm uma mesma missão: contar um causo do Rio Grande do Sul. A idéia é valorizar a diversidade de pontos de vista que duas pessoas podem ter de um mesmo fato, seja ele

histórico ou lendário. Outra característica fundamental do programa é valorizar o regionalismo no discurso dos depoentes. Contudo, sempre que algum termo regional precisa de “tradução” para os telespectadores de outras regiões brasileiras, usa-se um videografismo que ilustra a palavra desconhecida na tela da TV com um termo mais comumente conhecido.

Os episódios de “Vou Te Contar – Rio Grande do Sul” foram gravados nas cidades de Porto Alegre, Caçapava do Sul, Alegrete, Uruguaiana, Santiago e São Miguel das Missões. A série apresenta uma variedade de personagens com distintos perfis sociais que contam “De que forma as tradições gaúchas permeiam seu cotidiano e como os causos fazem parte dessas tradições?”<sup>14</sup>. Assim, além de apresentar a cultura do Estado na primeira pessoa, o programa também registra e documenta os causos gaúchos - histórias pitorescas inspiradas em acontecimentos reais, que costumam animar as conversas, principalmente no interior da região.

Todo episódio se inicia com Werner apresentando o entrevistado, que logo o corta na edição dizendo seu nome, sua cidade, seu perfil e fatos que ele mesmo considera referentes para a constituição de sua identidade. Werner volta e diz que o tal entrevistado conhece um caso que revela um pouco mais sobre o seu modo de vida. É neste momento que reside o mote do programa. Causos falam da vida do homem sertanejo, suas fantasias e sonhos, da sabedoria empírica e de seu grau de observação da natureza, tornando-o mais humano e próximo do telespectador. Posteriormente, veremos como no caso está impresso a visão de mundo primordial, do pensamento mágico e fantástico, onde as dificuldades, o caráter e o conflito humano são evidenciados. Após a narração do caso pelo entrevistado, Werner também dá sua visão pessoal do caso. Ele aborda o caso de uma forma mais generalizada, utilizando – sempre que possível – algumas estratégias narrativas próprias dos gaúchos, como as frases comparativas e adágios, recheando de expressões regionais seu depoimento.

Werner comenta a história contada pelo anônimo e fala de aspectos diferentes da versão

---

<sup>14</sup> Pergunta fixa no roteiro de todos os episódios do “Vou te Contar” Rio Grande do Sul e Maranhão.

que conhece para a versão que o outro contou. O entrevistado volta para dizer como conheceu a história: se foi a mãe quem contou, a professora que disse, todo mundo na cidade comenta, etc. Fala que foi assim que ouviu contar e que é assim que acredita que seja. Werner contemporiza as diferenças e ressalta as semelhanças das versões. Dá destaque especial à conclusão da história, uma espécie de moral de fábula, só que bem humorada e caprichada no regionalismo. E se despede do público espectador no estilo típico do gaúcho. Esta estrutura de performances caracteriza um diálogo entre o apresentador e o protagonista, cujo tema são as tradições orais que são apresentadas estrategicamente ao telespectador. Desta forma, os dois se configuram como atores que seguem as falas de uma narrativa que se desenvolve num tempo e ocasião típicos das contações de histórias. Tal idéia se sustenta no pensamento de Maria Eugenia Contursi e Fabiola Ferro:

“Uma historia es una fábula presentada de cierta manera. Una fábula es una serie de acontecimientos lógica y cronológicamente relacionados que unos actores causan o experimentan. Podemos sostener, al menos a modo de hipótesis, que, si la narración se define como discurso construído sobre una línea temporal, no resulta extraño que la noción de actor sea necesaria” (CONTURSI; FERRO, 2004, p.12).

O programa “Vou te Contar” é produzido pela equipe do Núcleo de Interprogramas do Canal Futura, com direção de André Luís Loureiro. A série do Rio Grande do Sul estreou numa terça-feira, 28 de dezembro de 2004, às 17h50m, com reprises aos domingos, às 19h25.

O episódio de estréia do “Vou Te Contar – Rio Grande do Sul” se chama "A casa do Gomercindo" e retrata, em Porto Alegre, o cartunista Santiago, que desenha os freqüentadores de um bolicho gaúcho de interior (uma espécie de armazém) e cria o personagem principal do seu causo, o seu Gomercindo. "Um cavalo para Bento Gonçalves" foi gravado em Caçapava do Sul, segunda capital Farroupilha, onde a equipe do programa ouviu do historiador Zeno Dias um causo cujo personagem principal é o líder da Revolução Farroupilha, o general Bento Gonçalves. Em "A mulher chorosa" as vestimentas do gaúcho Waldemar Calovi, diretamente de Alegrete, revelaram o que foi a revolução federalista gaúcha. "O homem na lua", com Colmar Duarte, um poeta de

Uruguaiana, explica a diferença de causo para lenda e conta a lenda do Negrinho do Pastoreio. Em "Lotação esgotada" o contador de causo deste episódio é o restaurador do Iphan Emílio Corrêa, descendente de italianos com Guaranis, que trabalha nas ruínas de São Miguel das Missões, onde os jesuítas e os Mbya Guaranis construíram uma das sete missões jesuíticas existentes no Brasil. Encerrando a série gaúcha, em "Relógio perdido" Werner Schunemann e "seu Taurino", um contador de causos de 92 anos e que vive na cidade de Santiago, contam histórias sobre a guerra do Paraguai.

A segunda temporada do programa, que iniciou sua produção em outubro de 2005, retratou seis personagens no Estado do Maranhão, numa parceria que inclui a Fundação Vale do Rio Doce, parceiro mantenedor do Canal Futura que atua no Estado. Os episódios de "Vou te Contar – Maranhão" foram gravados nas cidades de São Luís, Santa Inês, São José de Ribamar, Pindaré-Mirim e Açailândia. As gravações foram feitas em dezembro de 2005 e o programa estreou no dia 12 de maio de 2006, às 21h50, com a apresentação do cantor maranhense Zeca Baleiro.

Os personagens maranhenses com os seus respectivos causos são: Terezinha Jansen com "Boi de Catirina"; Chico Coimbra com "A lenda de Ana Jansen"; Antônio Miranda com "A imagem e a igreja de São José de Ribamar"; Inês de Maria com "O bicho que virou gente"; Joacy Fernandes com "A Onça do Canadá"; e Evangelista Mota com "A espiga que matou o veado".

"Em muitas comunidades por esse Brasil afora, as histórias contadas oralmente são a principal maneira de se perpetuar valores, lendas e até a própria história daquela região. A série 'Vou Te Contar' acaba criando um espaço para o cidadão comum contar uma história que representa algo na vida dele e de sua família, bairro, cidade ou região. E é exibindo esses fragmentos de histórias pessoais e coletivas que o Futura tem a oportunidade de mostrar a grande e bela colcha de retalhos que é a cultura brasileira", conta Flávia Lima<sup>15</sup>, coordenadora do projeto "Vou te Contar". Atualmente, o programa é

---

<sup>15</sup> Flávia Lima, jornalista, foi coordenadora de criação do Canal Futura entre 2002 e 2006, tendo o "Vou te Contar" sob sua gestão neste período.

exibido às 21h50 de sexta-feira, com mais quatro horários alternativos de reprise ao longo da semana.

A pré-produção do programa é feita o Rio de Janeiro com um pesquisador contratado pelo Museu da Pessoa em São Paulo. “Na primeira temporada, com os causos gaúchos, entrei em contato por telefone com pessoas que soubessem contar causos e que morassem em diferentes regiões do Rio Grande do Sul. Achei os personagens e também fui responsável por fazer a logística para que a equipe chegasse nas cidades escolhidas”, explicou Cláudia Leonor<sup>16</sup>, pesquisadora do Museu da Pessoa responsável pelo projeto “Vou te Contar”. O Museu da Pessoa descobria a cidade, a peculiaridade daquela região e o caso que seria contado. Mas tudo tinha que ser aprovado conjuntamente entre o Museu e o Canal. Segundo André Loureiro<sup>17</sup>, diretor do “Vou te Contar”: “Havia premissas da minha direção, como gravar em Porto Alegre, gravar na região das Missões, e até situar os temas dos causos: urbanos, histórias fantásticas, alegóricas, de terror, baseados em fatos históricos, de famílias, entre outros. Eu acho que desta maneira poderíamos traçar os costumes locais, seja no conteúdo e na forma de falar. As palavras da fronteira, dos descendentes indígenas e europeus. E até como o gaúcho vê temas que são universais, como a traição. O Emílio, que mora na região das Missões, foi achado através de um contato da equipe com o IPHAN, já que ele era funcionário de lá. Ele era um personagem muito interessante por ser descendente de italianos com guarani e nasceu na região. Ele também trabalhou na restauração das ruínas e está em contato com as aldeias indígenas remanescentes no local”.

Para achar os personagens, o pesquisador do Museu da Pessoa entrou em contato com prefeituras, ONG's e instituições que representassem aquela localidade e pediu indicações de pessoas e causos curiosos. Era necessário também que os personagens soubessem contar causos com início, meio e fim. “Isto foi uma dificuldade para o museu, pois esta era uma variável nova para eles. Nem todas as pessoas sugeridas pelo Museu foram gravadas, já que no início da entrevista percebíamos a deficiência desta

---

<sup>16</sup> Cláudia Leonor é historiadora e atualmente é coordenadora de projetos no Museu da Pessoa, tendo trabalhado como pesquisadora de lá por mais de cinco anos.

<sup>17</sup> André Loureiro é jornalista e foi diretor de mais de 10 projetos de programas de TV, entres eles as duas temporadas do “Vou te Contar”.



característica. No caso do Emílio, ele era super inibido mas a gente conseguiu transformar a história dele num caso pois ele representava um lado importante para nós. Assim, do lado da direção, precisei articular bem a edição, mas sem interferir muito no momento da gravação”, explicou André. A equipe também procurava ter várias versões de casos conhecidos. Mas nem sempre se conseguia, pois algumas histórias eram muito pessoais. “Creio que os episódios onde conseguimos realizar este intuito foi o Negrinho do Pastoreio no Rio Grande do Sul e da Ana Jansen no Maranhão, onde conseguimos entrevistar até uma parenta distante dela”.

Sobre o tempo de produção do programa, o Museu da Pessoa leva em torno de um mês de pesquisa. Neste tempo, o Canal inicia a pré-produção e é feito o acompanhamento de conteúdo e produção pelo coordenador de criação do programa e pelo analista de conteúdo do canal. Depois, mais um mês de produção e gravação, e outro de edição e finalização. A equipe de gravação é composta por 4 membros: o pesquisador do Museu, pelo diretor, pelo câmera e o motorista da van de gravação. Após as gravações, adicionam-se à equipe o roteirista para escrever as falas do apresentador, um editor de imagens, um compositor de trilhas sonoras, um editor de som e um videografista.

A escolha dos Estados e dos apresentadores estava conectada desde o início do projeto. Werner já havia sido indicado pela direção do canal antes da série surgir por ter entrado em contato com o Futura se oferecendo para protagonizar alguma produção. Assim, quando o “Vou te Contar” foi criado, decidiu-se que ele seria um bom apresentador para o programa e optou-se por começar pelo Rio Grande do Sul. Já no Maranhão, a temporada foi uma co-produção com a Fundação Vale do Rio Doce. Logo, a maioria das cidades escolhidas ficavam ao longo da linha do trem da Vale. “O Werner, na temporada gaúcha, tinha uma grande interferência na narrativa pois ele interrompia a maioria dos entrevistados para adicionar novas informações. Já no Maranhão, nós nos preocupamos em fazer com que o Zeca Baleiro contasse a história junto com o personagem. O Zeca dizia coisas que foram originalmente ditas pelo personagem, mas no vídeo final, um entremeava o outro. O Zeca acabou virando um contador de histórias também”, destacou André Loureiro.

Os elementos audiovisuais aqui descritos objetivam gerar sentidos, por vezes premeditados, no público espectador. Em todas as etapas de produção, da concepção do programa à veiculação, a opção por determinados padrões de enquadramento, estrutura do roteiro, escolha de personagem, entre outros, evidencia quais são as intenções do Canal Futura e do Museu da Pessoa em produzirem o “Vou te Contar”. Afinal, analisar um filme (ou no nosso caso um programa de TV), segundo Francis Vanoye e Anne Goliot-Leté, é decompô-lo em seus elementos constitutivos. É despedaçar e denominar materiais que não se percebem isoladamente “a olho nu”, pois se é tomado pela totalidade. Parte-se do texto fílmico para desconstruí-lo e obter um conjunto de elementos distintos do próprio filme. Nesse momento, o analista adquire um certo distanciamento do filme. Segundo eles, isso se dá em duas fases consecutivas. Numa primeira fase:

“analisar um filme ou um fragmento é, antes de mais nada, no sentido científico do termo, assim como se analisa, por exemplo, a composição química da água, decompô-lo em seus elementos constitutivos. É despedaçar, descosturar, desunir, extrair, separar, destacar e denominar materiais que não se percebem isoladamente ‘a olho nu’, pois se é tomado pela totalidade. Parte-se, portanto, do texto fílmico para ‘desconstruí-lo’ e obter um conjunto de elementos distintos do próprio filme. Através dessa etapa, o analista adquire um certo distanciamento do filme. Essa desconstrução pode naturalmente ser mais ou menos aprofundada, mais ou menos seletiva segundo os desígnios da análise” (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 1994, p. 15).

Numa segunda fase, o trabalho consiste em:

“estabelecer elos entre esses elementos isolados, em compreender como eles se associam e se tornam cúmplices para fazer surgir um todo significativo: reconstruir o filme ou o fragmento. É evidente que essa reconstrução não apresenta qualquer ponto em comum com a realização concreta do filme. É uma ‘criação’ totalmente assumida pelo analista, é uma espécie de ficção, enquanto a realização continua sendo uma realidade. O analista traz algo ao filme; por sua atividade, à sua maneira, faz com que o filme exista” (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 1994, p. 15).

Neste capítulo analisaremos apenas um episódio da temporada gaúcha do “Vou te Contar”. Isso porque não pretendemos aqui descrever todos os doze vídeos, já que estes devem fazer sentido dentro de suas próprias linguagens e que devem ser apuradas e analisadas, tanto em sua unicidade quanto como parte de conjunto de obra, pela banca examinadora. Assim, restringiremos nossa avaliação ao episódio “Um Cavalo para Bento Gonçalves”, que condensa uma ampla pluralidade de representações narrativas

intrínsecas ao processo comunicacional televisivo. Dissecá-las, vê-las em perspectiva de detrimento a outros modelos de representação, torna nosso estudo mais claro e objetivo. Como disse Rosa Inês de Novaes Cordeiro em seu texto sobre a imagem como uma experiência informativa e estética:

“[...] uma análise da informação-estética poderá observar, por exemplo, movimentos corporais, rostos, gestos, cores, cenários sociais e culturais, espaços, sons de naturezas diversas. [...] nossa tentativa é fomentar idéias que façam diferentes conexões entre sujeitos, artefatos e dispositivos de ação e pensamento, ou seja, a tentativa de se pesquisar essas cadeias de conexões entre o inteligível e o sensível” (CORDEIRO, 2005, p.8).

A abertura do programa apresenta, em computação gráfica, uma seqüência de personagens fictícios que denotam o caráter fantasioso atribuído aos causos: numa cena de pesca, um peixinho de repente se agiganta como nos contos de pescadores; uma árvore faz brotar de seus galhos secos notas de R\$1 em abundância; um celeiro abandonado é habitado por um fantasma. Figuras presentes na contação de histórias apoiadas no imaginário popular, atribuídos a relatos de mentirosos ou pessoas de imaginação fértil, estes elementos também se conectam a um estilo de vida comum às pequenas cidades ou aos subúrbios. Nestes ambientes, o espaço público ainda se caracteriza como local de encontros e debate da vida social, fazendo com que a contação de história permaneça mais enraizada no cotidiano dos seus moradores, os mesmos que são retratados como protagonistas do “Vou te Contar”. Esta idéia também é representada no logotipo do programa, onde a letra O da expressão “Vou te Contar” aparece transformada em um balão de falas típico das histórias em quadrinhos. Mais um índice da aproximação do programa com as formas populares de comunicação.

O ator e professor de história Werner Schünemann é o apresentador da temporada gaúcha do programa. Escolhido por ser um ator conhecido do grande público, Werner faz com que sua presença nacionalize o programa, apresentando a cultura riograndense como parte dos costumes brasileiros. Mesmo que ele tenha os ofícios de ator e professor, nenhuma destas facetas compõem o seu papel no “Vou te Contar”. No programa, sentado numa cadeira como se também estivesse a contar uma história, ele representa o gaúcho que, diferente dos protagonistas anônimos, já possui inserção nacional. No entanto o

roteiro que intercala as falas de Werner e dos protagonistas, faz com que eles se aproximem, simulando um diálogo, mesmo facilmente se percebe que eles foram gravados em locais e dias distintos. Werner funciona como uma ponte que amplia o âmbito de atuação dos protagonistas para além de suas comunidades. Em um dos diálogos do episódio referido, um ar de curiosidade e denotando o sotaque, Werner conceitua o que é causo e pede que Seu Zeno logo o conte. Num corte seco de edição, ele é prontamente atendido pelo protagonista. Pronto, a ilusão da aproximação foi feita.

Anônimos e *descelebrizados*, os protagonistas do programa retratam o homem simples, que vive seguindo as tradições do seu grupo social. Em muito se assemelham com o público que o Futura e o Museu da Pessoa têm como alvo, ou seja, aquele que nunca se viu inserido nos meios de comunicação como produtor de suas próprias narrativas. Assim, o programa promove também uma atitude onde estas pessoas se assumem como porta-vozes de suas comunidades. E, desta maneira, podem interagir com ambas as instituições de formas que serão explicitadas nos próximos capítulos. Segundo Victor Vich e Virginia Zavala, “o testemunho é uma forma de transcender as memórias locais e poder participar melhor da esfera pública” (VICH; ZAVALA, 2004, p.111). Em resumo, eles se tornam protagonistas entre os membros de seus grupos e também do programa. Estas ações estão retratadas na fala de Jesus Martín-Barbero quando este analisa o papel dos narradores como parte da “leitura oral e coletiva” das comunidades analfabetas comuns até o século XIX:

“Trata-se de uma leitura oral ou auditiva, muito distinta da leitura silenciosa do letrado, tanto como dos modos de difusão e aquisição do que se lê. Porque ler para os habitantes da cultura oral é escutar, mas essa escuta é sonora. Leitura, enfim, na qual o ritmo não marca o texto, mas o grupo, e na qual o lido funciona não como ponto de chegada e fechamento do sentido, mas, ao contrário, como ponto de partida, de reconhecimento e colocação em marcha da memória coletiva, uma memória que acaba refazendo o texto em função do contexto, reescrevendo-o ao utilizá-lo para falar do que o grupo vive” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.160).

Seu Zeno Dias é apresentado como morador da cidade de Caçapava do Sul, historiador e conselheiro do Movimento Tradicionalista Gaúcho. Tais funções sociais fazem com que a

escolha por ter Seu Zeno como protagonista neste episódio denote a opção dos produtores do programa por aqueles que possuam uma visão de mundo em clara contraposição com a concepção preeminente.

“O valor do popular não reside em sua autenticidade ou em sua beleza, mas sim em sua representatividade sociocultural, em sua capacidade de materializar e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais filtram, reorganizam o que vem da cultura hegemônica e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.117).

Assumindo o seu papel de historiador e caçapavano, Seu Zeno diz que a palavra Caçapava vem da língua tupi, que quer dizer “clareira da mata”. Tal declaração mostra como sua cidade respira não só a cultura gaúcha como também possui o berço multicultural comum à maioria das localidades brasileiras. Esta fala é oportuna para trazer um pensamento de Pierre Bourdieu sobre a importância da seleção de depoimentos que irão ao ar: “O testemunho é um ideólogo que decidiu selecionar e relacionar determinados acontecimentos de sua própria vida em função de uma vontade de organizar um relato e construir um significado que o situe em algum lugar específico” (BOURDIEU, 1997, p.33). Neste episódio de “Vou te Contar”, o local escolhido é a cidade de Caçapava do Sul, porta de entrada da região do pampa. Situada a sudoeste do Estado do Rio Grande do Sul, Caçapava do Sul é a principal via geográfica de acesso ao pampa gaúcho e argentino. Além de abrir os caminhos pampeanos, Caçapava do Sul traz marcas da época farroupilha, tendo sido, de 9 de janeiro de 1839 a 30 de maio de 1840, a 2º capital da República Riograndense, mantendo viva, na memória dos seus habitantes, a história e a tradição dos guerreiros farrapos. A imagem da estátua com o rosto do líder farrapo Bento Gonçalves evidencia sua popularidade no imaginário da cidade.

Imagens mostram a entrada da cidade onde há a placa “2º Capital Farroupilha”. Sob ela, há os dizeres: “No sangue dos caçapavanos corre uma veia histórica e repleta de lutas. Localizada num ponto chave entre as batalhas que sucederam no Rio Grande do Sul, Caçapava do Sul notabilizou-se na luta por seus ideais de liberdade e justiça. Pela bravura dos seus habitantes conquistou o título de 2º Capital Farroupilha”.

É neste cenário que Seu Zeno se situa. Victor Vich e Virginia Zavala disseram que “o testemunho não é um texto consciente de si mesmo, sendo produzidos a partir do ponto do qual o narrador se sente visto pela comunidade” (VICH; ZAVALA, 2004, p.114). Ele foi gravado andando nos campos abertos do pampa e na praça da cidade, local onde oferece seus depoimentos. Jesus Martín-Barbero analisa a produção cultural no espaço público quando descreve este exemplo:

“O bairro de Tepito, na Cidade do México, é um bom exemplo da capacidade popular de produção cultural hoje no espaço urbano, bem como do papel que o bairro pode desempenhar como lugar de instalação dessa criatividade. Em certo sentido, a criatividade e a originalidade de Tepito vêm de sua localização: um bairro popular situado no centro antigo da cidade, a apenas oito ruas do Zócalo, e há anos sob a ameaça de demolição trazida por sucessivos planos de ‘saneamento’ do centro. Seus habitantes fariam da cultura, da explicitação do fato cultural que é o bairro, sua melhor arma para defendê-lo e sobreviver como comunidade” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.287).

A escolha pela praça como local de emissão da mensagem não foi aleatória. É, segundo Jesus Martín-Barbero, o resgate do espaço público como o espaço próprio do povo, um clima de liberdade:

“A praça é o espaço não segmentado, aberto á cotidianidade e ao teatro, mas um teatro sem distinção de atores e espectadores. Caracteriza a praça sobretudo uma linguagem; ou melhor: a praça é uma linguagem, um tipo particular de comunicação, configurado a partir da ausência das construções que especializam as linguagens oficiais, seja a da Igreja, a da Corte ou a dos tribunais” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.105).

Os planos da direção do programa privilegiam a indumentária típica gaúcha vestida por Seu Zeno. Seu Zeno Dias representa o gaúcho das grandes fazendas do pampa. As bombachas, as botas, o poncho, o lenço no pescoço e o chapéu vestem o gaúcho de representações para o imaginário brasileiro. Cada um destes elementos tem um significado histórico e político para aqueles que o usam<sup>18</sup>. Seu Zeno fala sobre seu chapéu, baseado na tecnologia do tropeiro, cavalgadores experientes que cuidam dos rebanhos. Esta palavra, entre outras típicas do vocabulário gaúcho, são traduzidas através de computação gráfica na tela, escritas dentro do balão de fala que remete a logo do programa. Logo depois, imagens dos tropeiros complementam a explicação. Cenas do

---

<sup>18</sup> O episódio “A mulher chorosa” traz as explicações a respeito da indumentária típica do gaúcho.

gado e de alguns tropeiros fazendo rodeio são apresentadas enquanto uma locução do Werner identificando-o churrasco de chão como um dos espaços preferidos para a contação de causos ao pé do fogo.

A edição do programa utiliza estas imagens de apoio no sentido de “tradução” dos elementos da cultura gaúcha que possam não ser tão familiarizados para o restante do Brasil. Com exceção do apresentador e do personagem protagonista, que são mostrados numa alternância entre planos que vão do corpo inteiro ao close, todas as outras imagens foram captadas com lente grande angular e em movimentos panorâmicos, evidenciando um sentido de descoberta e imponência. Estes momentos ganham um sentido ainda mais emotivo com a adição da trilha sonora, baseada em milongas e fados gaúchos, tornando evidente que o programa quer fazer uma homenagem à cultura que está representando. Mais do que mostrá-la ao brasileiros, ela é entendida como parte da nossa identidade e deve se fazer visível socialmente, de modo que concebamos nosso país às imagens que dele são apresentadas (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.244). Afinal, as representações pessoais precisam da memória de outras pessoas para confirmar suas próprias recordações e para lhes dar resistência (SANTOS, 2003, p.43).

Após a apresentação do Seu Zeno como personagem protagonista, ele se assume como historiador e fala da diferença entre História e Causo. Suas explicações sobre a necessidade de fontes fidedignas que comprovem os fatos históricos funciona como um didatismo que visa trazer ao público espectador a distinção entre o que é verídico e os exageros implícitos no causo. Esta distinção fica evidente quando Seu Zeno se baseia na cultura local para dizer que irá contar um causo sobre a Revolução Farroupilha, não um fato histórico. Mas no “Vou te Contar”, em nenhum momento o causo está posto em detrimento à história oficial. Eles convivem e fazem parte das narrativas nacionais, sempre contadas e recontadas, concebidas como parte do cotidiano (GONÇALVES, 2002, p.21). Esta idéia é notada na computação gráfica que inicia o momento da contação do causo: com a imagem de uma página de álbum de fotografias, aparecem as fotos da cidade e do protagonista. Acima delas, o título do causo, que é o mesmo que intitula o episódio do programa. Este recurso representa o causo como uma memória que circula

num âmbito mais íntimo de nossas vidas. Ele é público, como fotos feitas para serem vistas, mas particulares, pois são baseados em elementos que carregam um pouco da nossa personalidade. Daí vem o aspecto único e pessoal do causo, moldado de acordo com o contador que o constrói. Como disse Jesus Martín-Barbero: “Da narração, o drama na televisão conserva uma forte ligação com a cultura dos contos e das lendas, a literatura de cordel brasileira, as crônicas cantadas nas baladas” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.319).

No causo “Um cavalo para Bento Gonçalves”, o líder da Revolução Farroupilha é abordado pela forte popularidade que tinha entre os guerreiros farrapos. A história é passada durante a fase final da Revolução na metade do século XIX e conta que um dia um cavaleiro foi em direção a uma estância perto de Caçapava onde morava uma senhora. Seu cavalo se encontrava cansado e ele pediu por comida e um cavalo emprestado àquela senhora, dizendo que fazia parte do conflito e precisava encontrar a sua tropa a alguns quilômetros dali. A senhora disse que aquela não era a primeira vez que ela já havia apoiado a revolução entregando seus cavalos à causa farroupilha. Porém, agora nada restava a ela além de um único cavalo da qual ela não queria se desfazer<sup>19</sup>. O homem insistiu falando que seus homens estavam esperando por ele. A senhora então disse que a única pessoa para quem ela daria o seu único cavalo seria o general Bento Gonçalves. Foi quando o homem tirou do bolso a sua identificação e revelou-se como o próprio Bento Gonçalves. E assim, ganhou o cavalo e suprimentos para encontrar seus guerreiros e saírem vitoriosos da batalha que aconteceu próxima dali.

Imagens de apoio em preto e branco ilustram o causo para dá-lo um caráter televisivo. O causo se encerra com uma animação em computação gráfica que num tom satírico mostra uma senhora de rosto de ascendência italiana frente a uma estância segurando uma carteira de identidade atual. Na foto da carteira, está o rosto da estátua de Bento Gonçalves mostrada no início do episódio. Atrás dela, um cavalo entra em quadro montado por um homem com o rosto também idêntico à imagem de Bento Gonçalves.

---

<sup>19</sup> Aqui podemos identificar elementos típicos da narração de contos, como o suspense, o reconhecimento do grupo com os personagens através da comparação, a alusão à violência existente entre grupos e a esperança de revanche (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.194 a 197).



Mostrado em traços de baixa resolução, este recurso não se esmera na qualidade da computação, pois quer se assemelhar a trabalhos não-profissionais. Similar a uma foto-montagem, fica mais ao alcance de ser reproduzida pelo público, evocando no espectador a idéia de que ele mesmo poderia ter feito aquela animação. E, num certo sentido, o faz. Segundo André, diretor do programa: “Um elemento importante é a animação gráfica que há durante o caso. Acredito que este momento representa a imaginação do telespectador, que cria imagens na cabeça quando escuta uma história. O programa traz imagens do campo da representação. Há uma textura fantasiosa, ruídos ambientes de uma trilha incidental que incitam a imaginação. De certa forma, considero este recurso uma homenagem à forma clássica de participar de uma roda de causos, onde a história é compartilhada e imaginada por muitos”.

Por ter tantos sinais de aproximação com o público, fica claro que há o objetivo político no programa quando Seu Zeno diz que se sente na obrigação de passar a tradição dos costumes gaúchos para as novas gerações. A contação de causos, no programa, representa o passado como continuidade às ações do futuro. Um pensamento compartilhado por Anthony Giddens: “Nas sociedades tradicionais, qualquer atividade pode ser encaixada na linha do tempo *passado-presente-futuro*, remetendo a práticas sociais recorrentes. A tradição não é inteiramente estática, pois ela deve ser reinventada a cada nova geração para incorporar a precedente” (GIDDENS, 1991, p.31).

## 4.2 UM MUSEU NA TELEVISÃO

O conjunto de doze episódios da série “Vou Te Contar” no Rio Grande do Sul e no Maranhão forma uma coleção de histórias de vida que se utiliza do causo como um elemento fantasioso que traduz a história da cultura local por meio de alegorias. Citando Icléia Thiesen:

“A história molda mas também subverte a memória coletiva. Certos segmentos tem a tendência de propor representações do passado. A memória é da atualidade e é uma reconstrução psíquica, individual e seletiva do passado de um indivíduo inserido num contexto familiar, social, nacional. É um elemento essencial de identidade, de percepção de si e do outro” (THIESEN, 2005).

Podemos dizer que o programa compõe um acervo de depoimentos, onde há elementos passíveis de patrimonialização: as histórias pessoais, sua relação com o ambiente, o significado de suas vestimentas, as expressões regionais, os causos que traduzem sua cultura e crenças. Todos são patrimônios intangíveis, à medida que encontram o seu sentido nas relações sociais e simbólicas destes personagens com a sua historicidade, ou seja, na “utilização do passado para ajudar a configurar o presente. [...] A historicidade orienta-se, de fato, e em primeiro lugar para o futuro. O futuro é visto como essencialmente aberto e, contudo, como contrafactualmente condicional relativamente aos rumos de ação empreendidos com possibilidades futuras em mente” (GIDDENS, 1991, p. 126).

Pela narrativa do programa, podemos perceber que é dado às pessoas retratadas o domínio subjetivo sobre tudo o que aparece na tela. É por esta apropriação que geram identificação com o espectador e se tornam, como disse Márcia Sant’Anna, um monumento que “mobiliza a memória coletiva por meio da emoção e da afetividade, fazendo vibrar um passado selecionado, com vistas a preservar a identidade de uma comunidade” (SANT’ANNA, 2003, p. 46). Isto porque eles assumem claramente seus papéis sociais tal como entidades que agem conforme padrões de conduta titulados aos seus respectivos campos de poder social: “entendo por campo de poder as relações de força entre as posições sociais que garantem a seus ocupantes um *quantum* suficiente de

força social, ou de capital, de modo a que estes tenham a possibilidade de encontrar nas lutas pelo monopólio de poder, entre as quais possuem uma dimensão capital, as que têm por finalidade a definição de uma forma legítima de poder” (BOURDIEU, 1989, p. 315). Nosso entendimento de poder passa pelo conceito definido por Motta: “por poder entendo a posse de recursos que permite direcionar o comportamento do outro ou dos outros em determinada direção almejada por quem a detém” (MOTTA, 2003, p. 369). Tal poder e posição social são produzidas pelo próprio indivíduo ou por determinação de outros que o elegem como detentor de um processo social que anda em comunhão com o projeto de comunidade (VELHO, 1999) pensado pelo grupo nas disputas pelo poder em questão, onde o processo social constitui-se na relação que cada homem trava com os outros e consigo mesmo através da história, através da alteração contínua das suas condições de existência e, conseqüentemente, da alteração contínua das relações sociais (MARTINS, 1986, p. 224).

Neste processo de dominação social através das representações coletivas, ou seja, “as maneiras de agir, pensar e sentir exteriores ao indivíduo e dotadas de um poder coercitivo em virtude do qual se lhes impõe” (DURKHEIM, 1978, p. 156), percebemos a questão da identidade coletiva como primordial para o entendimento deste sistema de ação que funciona a partir da interação e negociação comunicacional entre os indivíduos é a efetiva inserção das identidades individuais nos contextos sociais de outras pessoas (WAGNER, 1996, p. 29). Mas o que significa esta identidade mencionada na época atual? Como ela constrói e altera a cultura de uma comunidade? O sociólogo Zygmunt Bauman faz uma reflexão sobre a identidade numa condição que ele denomina de “incerteza pós-moderna”:

“Em vez de construir sua identidade, gradual e pacientemente, como se constrói uma casa – mediante a adição de tetos, soalhos, aposentos, ou de corredores – uma série de ‘novos começos’, que se experimentam com formas instantaneamente agrupadas mas facilmente demolidas, pintadas umas sobre as outras: uma identidade de palimpsesto. [...] Essa é a identidade que se ajusta ao mundo em que a arte de esquecer é um bem não menos, se não mais, importante do que a arte de memorizar, em que esquecer, mais do que aprender, é a condição de contínua adaptação, em que sempre novas coisas e pessoas entram e saem sem muita ou qualquer finalidade do campo de visão da inalterada câmara da atenção, e em que a própria memória é como uma fita de vídeo, sempre pronta a ser

apagada a fim de receber novas imagens, e alardeando uma garantia para toda a vida exclusivamente graças a essa admirável perícia de uma incessante auto-obliteração. Essas são algumas dimensões, certamente não todas, da incerteza pós-moderna. Viver sob condições de esmagadora e autoeternizante incerteza é uma experiência inteiramente distinta da de uma vida subordinada à tarefa de construir a identidade, e vivida num mundo voltado para a constituição da ordem” (BAUMAN, 1998, p. 36).

Este processo de construção da identidade não é comandado apenas por uma vontade consciente de se parecer com o outro. Isto porque a partir do momento em que a comunicação está presente mediando este processo, representações inconscientes do outro também fazem parte do pacote. Como descreve Marx ao indicar a importância do outro para a construção da identidade:

“O homem se vê e se reconhece primeiro em seu semelhante, a não ser que já venha ao mundo com um espelho na mão ou como um filósofo *fichtiano* para quem basta o ‘eu sou eu’. Através da relação com o homem Paulo, na condição de seu semelhante, toma o homem Pedro consciência de si mesmo como homem. Passa, então, a considerar Paulo – com pele, cabelos, em sua materialidade paulina – a forma em que se manifesta o gênero homem” (MARX, 2003, p. 74).

A relação mencionada por Marx é composta de diversas camadas que, sobrepostas tal qual numa cebola, formam as diferentes dimensões da cultura. Sobre ela, George Yúdice postulou que:

“A cultura deve considerar-se como o conjunto de traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social, e que inclui também as artes e as letras, os modos de vida, as maneiras de convivência, os sistemas de valores, as tradições e as crenças. A cultura está no centro dos debates sobre a identidade, a coesão e o desenvolvimento de uma economia baseada no conhecimento.” (YÚDICE, 2006).

Os componentes fundamentais de uma cultura, que são responsáveis pela integração e continuidade, podem, segundo José Reginaldo Santos Gonçalves, perderem-se no processo tecnológico da comunicação industrial e audiovisual. Ele acredita que há, no âmbito da comunicação de massa um processo de homogeneização cultural e da perda de identidade afeta a cultura popular pela incorporação de elementos estranhos à cultura brasileira (GONÇALVES, 2002, p.96). Gonçalves expressou este discurso ao se referir à política de Aloísio Magalhães quando diretor do Instituto do Patrimônio Histórico e

Artístico Nacional, no final dos anos 1970. De fato, pode-se dizer que os meios de comunicação por décadas ignoram as complexidades da diversidade cultural brasileira. Mas também é preciso entender que o próprio processo político brasileiro, principalmente nas décadas de 1960 a 1980, pouco permitiu a democratização dos meios de produção de mensagens, centralizando os emissores nacionais nos pólos industriais do Sudeste, cujas representações coletivas tornaram-se padrão nos meios de comunicação de massa. Como disse Jesus Martín-Barbero sobre o trabalho de Le Goff: “A contribuição de Le Goff sustenta-se em ter conseguido resgatar a dinâmica própria do processo cultural. A cultura popular fazendo-se em uma dialética de permanência e mudança, de resistência e intercâmbio” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.105). Podemos dizer que esta resistência encontra abrigo nos mecanismos da memória, operando tanto no plano psicológico quanto no apego social ao território com o qual o sentimento de identificação está ligado: “a memória perdura-se em lugares, como a história em acontecimentos” (NORA, 1993, p.25).

A memória não é ativada por determinados conteúdos ou códigos, mas sim pelos matrizes culturais (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.323) que, é claro, não são estáticos. São atualizados constantemente, a cada experiência vivida e compartilhada. Tal pensamento se baseia na idéia primordial de Maurice Halbwachs, que dedicou grande parte da sua obra a mostrar que as memórias de outras pessoas influenciam e reordenam as nossas (HALBWACHS, 2004). De acordo com Vera Dodebei:

“Os acontecimentos por serem circunstanciais quando evocados, revocados ou atualizados tornam-se singulares e coletivos concomitantemente. Singulares porque emergem de um processo de construção de subjetividades e coletivos por que pertencem aos espaços de troca dessas subjetividades. Esse é um dos sentidos de memória social que considera o movimento e a circunstância na constituição do conceito de bem cultural, de coleção e de patrimônio como categorias de pensamento, e do espaço como lugar de memória” (DODEBEI, 2005, p. 44).

Retomando o papel da televisão na disseminação de representações culturais, Peter Burke conceitua o poder das imagens:

“Como Marshall McLuhan costumava dizer, a palavra escrita é algo que alguém pode ler de maneira calma, mas a televisão é uma mídia quente,

que mobiliza o público com imagens arrebatadoras de crianças famintas, prédios explodindo, fazendo você se sentir como se estivesse lá, no local, observando os eventos enquanto estão acontecendo (mesmo quando reencenações são feitas para satisfazer as câmeras). O lado bom deste impacto no observador é a pressa de mandar dinheiro para as vítimas do Tsunami e assim por diante. Mas duvido que as imagens da televisão não encorajem matanças por vingança, por exemplo” (BURKE, 2006, p.50).

Burke aqui cita como o jornalismo televisivo vem se apoiando em imagens que visam nos impressionar, nos comover ou nos agredir. Estas imagens, absorvidas e reprocessadas pela nossa memória, fazem parte de um mercado cada vez mais rentável que vende o passado como produto que fazem sentidos no presente. No caso da televisão, já existem diversos programas e até canais que se dedicam a conteúdos históricos, como o americano The History Channel, que se define como:

“um canal em que os fatos mais importantes e os seus protagonistas marcam encontro consigo todos os dias. No The History Channel você encontrará uma programação exclusiva totalmente dedicada à História. Com estréias de grandes superproduções e conteúdos originais criados especialmente para você. The History Channel oferece-lhe a oportunidade de resolver mistérios, liderar batalhas e investigar enigmas sem sair do sofá. Desfrute de um canal de televisão único concebido para si e abra uma verdadeira janela para a História, atrativa, rigorosa e de entretenimento”<sup>20</sup>.

Andreas Huyssen disse que a cultura da memória se tornou um produto a ser comercializado e que, ao chegar até os canais de TV, consolidou o que ele chama de mídia da memória: “Acredito que a receptividade do mercado à memória tem a ver com uma lenta mas palpável transformação da temporalidade em nossas vidas, suscitada principalmente pelas interseções complexas entre mudanças tecnológicas, mídia e novos padrões de consumo, trabalho e mobilidade global” (HUYSSSEN, 2000, p.69).

Não é novidade que nós colecionamos a nós mesmos (GONÇALVES, 1999a, p.26). No entanto, a massificação da memória, que sedimenta as visões dos grupos em disputa, também acirra as resistências daqueles que negam o esquecimento muitas vezes imposto pelos meios. Não há espaço para todas as memórias nos canais de TV. Não há concessões ou espectro radiofônico ou investimentos que permitam a totalização da emissão de

<sup>20</sup> Texto institucional disponível no site <<http://www.thc.tv>>

mensagens audiovisuais pelos distintos grupos que participamos no nosso cotidiano. Se todos produzem, quem assiste? Nesta febre de conservação dos comportamentos sociais frente ao multiculturalismo, todos os signos de distinção cultural estão destinados a ser reconhecidos e conservados. O aspecto cultural, como outra fonte inesgotável das identidades, serve de válvula de segurança para a gestão do social. Atribui-se a essa singularidade cultural um valor estético positivo, uma vez que se pode encená-la e mostrá-la em público. O mesmo acontece com a restituição das histórias individuais em vídeo, em fotografia, relatos de trajetórias de vida que oferecem a certeza de conservação de uma identidade cultural (JEUDY, 2005, p.68). Michael Pollak também acompanha este pensamento:

“A despeito de variações importantes, encontra-se um núcleo resistente, um fio condutor, uma espécie de *leit-motiva* em cada história de vida. Essas características de todas as histórias de vida sugerem que estas últimas devem ser consideradas como instrumentos de reconstrução da identidade, e não apenas como relatos factuais. Por definição reconstrução a posteriori, a história de vida ordena acontecimentos que balizaram uma existência. Além disso, ao contarmos nossa vida, em geral tentamos estabelecer certa coerência por meio de laços lógicos entre acontecimentos-chaves (que aparecem então de uma forma cada vez mais solidificada e estereotipada), e de uma continuidade, resultante da ordenação cronológica. Através desse trabalho de reconstrução de si mesmo o indivíduo tende a definir seu lugar social e suas relações com os outros” (POLLAK, 1989, p.11).

Se pensarmos na veiculação destes depoimentos roteirizados e embalados para a exposição em radiodifusão pela TV, podemos entender os episódios do “Vou Te Contar” como uma coleção de ‘objetos’ que só tem sentido quando exibidos. Krzysztof Pomian dissertou sobre o poder das imagens numa coleção ao analisar a força das esculturas de deuses e santos: “A ligação entre o modelo e a sua imagem pode aliás ser concebida como muito mais forte do que a simples semelhança. Assim, às imagens é atribuído um certo poder que as faz participar diretamente do sagrado, pelo que representam não só os traços de uma pessoa, mas também a sua força ativa” (POMIAN, 2000, p.64). A comparação das imagens em vídeo com figuras de deuses não é descabida se pensarmos que a interação entre o público e a audiência se dá através de uma mediação imaginada que demarca o domínio subjetivo do discurso em contraste com um outro. José Reginaldo Santos Gonçalves registrou seus pensamentos sobre as coleções e a experiência do olhar

ao dizer que o “ponto de partida é o reconhecimento de que o olhar desses espectadores (dos museus) não é absolutamente uma experiência codificada segundo regras variáveis cultural e historicamente” (GONÇALVES, 1999a, p.27). Desta forma, podemos entender as coleções expostas ao olhar cuja vocação, como disse Gonçalves, é “significar”:

“O caráter universal da coleção deriva do papel mediador que ela desempenha entre os espectadores e o mundo ‘invisível’ do qual falam os mitos, as narrativas e as histórias. Essa mediação, cabe sublinhar, é realizada especificamente através dos objetos da coleção, uma vez que eles existem para serem expostos ao olhar. Realizam assim uma mediação entre os dois termos de uma oposição igualmente universal: o visível e o invisível” (GONÇALVES, 1999a, p.24).

Esta cisão simbólica responde a um ímpeto de afirmação da identidade e enunciação da diferença que traduzem desejos de diferentes grupos sociais para garantir poder, configurando uma cultura política: “o conjunto de significados e valores com o que se constrói o sentido da comunidade política, da tomada de decisões para o ‘bem’ de todos, através de conflitos inerentes a coexistência e convivência humana. [...] Para que este conjunto de significados e valores opere, requer-se que a comunidade se aproprie deles, como um desígnio, com a vontade política de ir a algum lugar” (MORFIN, 1994, p. 582). O que separa um grupo de outro é a imposição de uma relação social que resvala em hierarquias e definições de lembranças a serem cultuadas e esquecimentos forçados. De acordo com Tomaz Tadeu da Silva:

“Não se trata, entretanto, apenas do fato de que a definição da identidade e da diferença seja objeto de disputa entre grupos sociais assimetricamente situados relativamente ao poder. Na disputa pela identidade está envolvida uma disputa mais ampla por outros recursos simbólicos e materiais da sociedade. [...] A identidade e a diferença estão, pois, em estreita conexão com relações de poder. O poder de definir a identidade e de marcar a diferença não pode ser separado das relações mais amplas de poder. A identidade e a diferença não são, nunca, inocentes. Podemos dizer que onde existe diferenciação - ou seja, identidade e diferença — aí está presente o poder. A diferenciação é o processo central pelo qual a identidade e a diferença são produzidas.” (SILVA, 2000, p.81).

Todas estas delimitações criadas para os grupos sociais podem ser encontradas, segundo James Clifford, nas coleções, já que estas também são determinadas e dispostas levando-se em conta hierarquias de valor, exclusões e territórios governados por regras do eu:



“Uma história da antropologia e da arte moderna deve ver no colecionar tanto uma forma de subjetividade ocidental quanto um conjunto em mutação de práticas institucionais poderosas. A história das coleções (não limitada aos museus) é fundamental para uma compreensão da maneira como os grupos sociais que inventaram a antropologia e a arte moderna apropriaram-se das coisas exóticas, dos fatos e significados. É importante analisar a maneira como as discriminações poderosas feitas em momentos específicos constituem o sistema geral de objetos no qual os artefatos valorizados circulam e fazem sentido. [...] A história crítica do colecionar diz respeito ao que os grupos específicos e indivíduos decidem preservar, valorizar e trocar dentre o que há no mundo material” (CLIFFORD, 1993, p.73).

Se entendermos o patrimônio como uma atividade de colecionamento que demarca o domínio subjetivo em contraste com o outro (GONÇALVES, 2003, p.22), no “Vou te Contar” os personagens estão imersos em um universo social de inter-relacionamento subjetivo entre os outros membros da comunidade que os vêem como guardiões de histórias que traduzem práticas sociais categorizadas como tradicionais. Ou seja, que em si têm um valor que ultrapassa o entretenimento promovido pela contação de histórias. Nos registros e vestígios destas contações, principalmente quando apresentadas na televisão, há a intenção de perduração de símbolos sociais caros àquela sociedade frente à sempre presente possibilidade de perda, num conflito onde a maior visibilidade garante força política (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.180). Nos sotaques, no figurino, no gestual, no local de discurso, entre outros elementos presentes nos depoimentos do “Vou te Contar”, configura-se a continuidade das memórias pessoais como marcas de posições e relações sociais que ficam gravadas na mente dos indivíduos (VIANNA; LISSOVSKY, 1968, p.63), sendo transformadas em memória pública, fazendo com que os protagonistas do programa atinjam o status definido por Pierre Nora como homens-memória:

“A coerção da memória pesa definitivamente sobre o indivíduo e somente sobre o indivíduo, como sua revitalização possível repousa sobre a sua relação pessoal com o seu próprio passado. A atomização de uma memória geral em memória privada dá à lei da lembrança um intenso poder de coerção interior. Ela obriga cada um a se lembrar e a reencontrar o pertencimento, princípio e segredo da identidade. Esse pertencimento, em troca, o engaja inteiramente. Quando a memória não está mais em todo o lugar, ela não estaria em lugar nenhum se uma consciência individual, numa decisão solitária, não decidisse dela se encarregar. Menos a memória é vivida coletivamente, mais ela tem necessidade de homens particulares que fazem de si mesmos homens-memória” (NORA, 1993, p.18).

A memória tem indubitavelmente alguma coisa a ver não apenas com o passado, mas também com a identidade e, em seguida, com a própria persistência no futuro (ROSSI, 1991, p.8). Neste sentido, o conjunto simbólico representado pelos protagonistas do “Vou te Contar” utilizaria uma representação do passado para a manutenção política de papéis sociais estratégicos que intencionam configurar o futuro das comunidades onde estão inseridos. Esta idéia veio com Gilberto Velho (1999), ao articular memória (visão retrospectiva) e projeto (visão prospectiva). A intenção é fazer com que o indivíduo reconheça suas motivações e o significado de suas ações, podendo, desta maneira, projetar o que se pretende como projeto de vida e trabalhar para que a sua trajetória siga neste objetivo. A possibilidade de formulação e condução de projetos dependeria, segundo Velho, da consciência e da valorização de uma individualidade baseada em uma memória capaz de dar consistência à biografia. Para Velho, a biografia se constrói a partir de uma memória fragmentada, onde o sentido de identidade do indivíduo depende da organização desses fragmentos. O projeto seria um instrumento básico de organização desses fragmentos e de negociação da realidade com outros atores sociais, individuais ou coletivos. O projeto é dinâmico e está sendo elaborado permanentemente, reorganizando a memória do indivíduo, dando-lhe novos sentidos e significados, o que repercute em sua identidade. Assim como Michael Pollak disse, se referindo ao trabalho de organização da memória do Partido Comunista, que a ordenação da memória coletiva passa a fortalecer a identidade dos membros do grupo e a ter influência nas decisões futuras (POLLAK, 1992, p.7), a idéia de que a memória é constantemente reconstruída pode ser explicada, segundo Velho, porque: “Projeto e memória associados dão significação à vida e à formação da identidade, em constante *des e re* construção” (VELHO, 1999, p.101).

Porém, de que forma estas proposições de cunho político se relacionam com as instituições culturais presentes no cotidiano das comunidades? Martín-Barbero nota que a percepção da cultura atravessa o poder de produção da verdade:

“Como é possível que o que vale para a minha vida cotidiana valha tão pouco para a história se a história só adquire verdadeira importância na medida em que organiza a cotidianidade? E a crítica indicará a ‘sociedade do espetáculo’ que, ao levar a relação mercantil até a cotidianidade, até o sexo e a intimidade, acaba politizando-os, isto é,

convertendo-os em espaços de luta contra o poder. E aí a reflexão dos situacionistas convergirá com o abalo teórico-político mais formidável dos últimos anos: a nova concepção de poder elaborada por Michel Foucault. Embora essa concepção extrapole os limites desse debate, é sumamente pertinente, contudo, o modo pelo qual Foucault leva a cabo a releitura das relações entre cultura e política: a colocação em crise da teoria do Estado e seus aparatos como origem e forma de realização do poder. [...] E embora o Estado permaneça no centro, o poder flui, porque não é uma propriedade, mas algo que se exerce, e de uma forma especialíssima, a partir disso que o Ocidente tem chamado cultura. Nunca se tinha revelado tão problemática a concepção da cultura enquanto superestrutura como à luz dessa concepção do poder como produção de verdade, de inteligibilidade, de legitimidade.” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.96)

Esta busca por uma legitimidade política passa pela análise das instituições que, de acordo com as vontades dos grupos em disputa, decidem o que deve ou não ser conservado. O lugar de excelência nesta missão é conferido aos museus, que, como conferiu Pierre Bourdieu, “têm a seu cargo a conservação do capital de bens simbólicos legados pelos produtores do passado e consagrados pelo fato de sua conservação” (BOURDIEU, 1982, p. 116). Os museus, junto com o sistema de ensino, têm a função social de assegurar a reprodução do sistema de ação e expressão social. Ou seja, garantem não apenas a produção de receptores dispostos e aptos a receber a cultura produzida, como também atuam na formação de agentes capazes de reproduzi-la e renová-la. Na concepção de Maria Esther Valente, o caráter público dos museus evoluiu para manter-se em sintonia com a contemporaneidade:

“O museu se abre à interdisciplinaridade, demonstrando a interdependência entre diferentes áreas do saber, articulando meio natural e patrimônio cultural. Os debates que propõem definições levantam, entre outros aspectos, a diversidade cultural como princípio a ser considerado e respeitado em todas ações promovidas pelo museu: conservação, pesquisa, difusão.” (VALENTE, 2001, p. 42).

Hoje, é necessário que a linguagem usada correlacione o passado com o momento presente e apresente o ‘invisível’ dos objetos expostos corresponda à variedade de aparatos de comunicação existentes, como a internet e o vídeo, para a que o fluxo de informação permaneça mesmo após a visita. Além do que precisam estar em coesão com as demandas da comunidade onde se situam. Hoje em dia, as instituições culturais precisam envolver às comunidades que servem. Mas freqüentemente nem servem esses

grupos demográficos. Muitas vezes procuram esses públicos porque os precisam para sua sobrevivência ou para mostrar que satisfazem requerimentos de diversidade. Segundo as formulações do novo museu, esse envolvimento das comunidades em todos os aspectos do museu (programação, tomada de decisões, seleção do patrimônio a ser valorizado, etc.) é o princípio da sustentabilidade:

“Segundo o estudo ‘O Museu Sustentável’, da Georgina De Carli, convidar as comunidades a trabalharem com especialistas para determinar os patrimônios e como exibi-los é a maneira de resolver o problema do ‘público’. Mas isso implica que a comunidade deve ter gestores capacitados. Isso se vê, por exemplo, na criação no Museu de Hip Hop no Smithsonian Institution em Washigton. No entanto, na maioria das comunidades não existem gestores profissionais. Como fazer para assegurar a sustentabilidade da relação entre instituição e comunidade?” (YÚDICE, 2006).

A resposta para a questão proposta por Yúdice, talvez se encontre no novo sentido que os meios de comunicação adquiriram sobre as práticas sociais. O patrimônio, como mencionado ao longo deste estudo, pressupõe que os sujeitos estejam agindo, individual ou coletivamente, em relação a ele como se fosse uma propriedade, tentando restabelecer a integridade e a continuidade de valores supostamente ameaçados (GONÇALVES, 2002, p.63). As demandas atuais fizeram com que os museus tivessem que se adequar:

“A associação clássica do termo museu, com as musas e contemplação, juntos com uma forte tendência de coletar, preservar e exibir somente alta cultura e o exótico, em vez de um conjunto representativo de nossas heranças, teve uma influência marcante na preservação do museu pelo público e seu papel na sociedade. Entretanto, o museu hoje não está no sentido mantido pela tradição clássica do passado. Mas, num nível geral, ele parece ser o reflexo de uma propensão inerente ao público dirigido ao questionamento e aquisição, combinando o desejo de se comunicar com os outros ele também atenta para responder às necessidades sociais de hoje” (Geffrey, 1992, p. 7).

Esta intercomunicação entre objetos patrimonializados e público espectador está presente quando os protagonistas do “Vou Te Contar”, anônimos e célebres ao mesmo tempo, ao fornecerem o seu depoimento, seguem para além do ‘eternizamento’ de uma história de vida: atualizam valores que supostamente estão em processo de desaparecimento. Neste discurso a perda não é algo exterior, mas parte das próprias estratégias de apropriação de suas cultura através da performance.

Um dos aspectos da narrativa que as comunidades partilham são os códigos de fala que permitem que os eventos narrados possam ser compreendidos por todo o grupo. Ou seja, é porque pertencem também a uma mesma “comunidade de fala” que os membros desta comunidade narrativa conseguem se comunicar. Além dos códigos de fala, entretanto, o grupo também partilha outros códigos comportamentais que envolvem maneiras de se expressar integralmente, através da performance. Estes códigos de fala e de comportamento, porém, representam apenas um dos eixos que ligam esta comunidade narrativa, pois fornecem somente a sua forma comum de transmissão. São os conteúdos partilhados pela comunidade que compõe o outro eixo que a conecta. E na combinação destes dois eixos que se pode compreender os significados das narrativas produzidas e transmitidas por esta comunidade. A idéia de que a experiência cultural é corporificada contribui para a compreensão do valor da imagem do corpo enquanto representação primeira do indivíduo frente ao grupo. Sua trajetória, inscrita no corpo, é o que o caracteriza como sujeito. Sua performance, que organiza e transmite sua experiência através do corpo, é o que o caracteriza como contador.

Cada experiência de performance, porque efêmera, é única. E é este fator que move o interesse de toda a comunidade em relação a esta forma de divertimento e prazer, sendo também o que dificulta sua apreensão. O contexto dos eventos narrativos nas comunidades retratadas se mostrou bastante maleável, o que forneceu um indicativo de que as manifestações orais, bem como suas performances, se constroem também com um pressuposto de flexibilidade e adaptabilidade às transformações, o que, sem dúvida, contribui para a manutenção de suas práticas.

Considerando, em Stanley Keleman, as performances narrativas como uma via de acesso à cultura das comunidades, pode-se analisar como as habilidades físicas, gestos, marcas corporais e posturas caracterizam os narradores como artífices nas histórias que contam. Desta forma, o narrador assume corporalmente a responsabilidade pelo que está contando e deve, para isso, demonstrar competência comunicativa. Esta demonstração requer o envolvimento integral de seu corpo e de sua voz no ato de narrar, o acontecer de uma performance.

Ainda sobre a forma como as pessoas narram suas histórias, é importante lembrar que as narrativas não se dão apenas através da fala, mas também dos gestos, do nosso corpo. Benjamin aborda esta questão ao dizer que o gestual da mão e as nuances do olhar são apoios para as palavras de um orador (BENJAMIN, 1985, p.221). Assim como as marcas impressas no corpo individualizam o sujeito, o compartilhar de seu significado só se dá em sociedade. Marcel Mauss nos oferece a noção de que o corpo é o lugar da personalidade social e da individualidade, e que tanto o indivíduo quanto a sua cultura podem ser identificados a partir das “técnicas corporais” que utilizam (MAUSS, 1974).

Keleman faz uma interessante relação entre experiência, corpo e narrativa que situa bem esta análise: “Contar uma história funciona como um organizador que ajuda a corporificar a sua experiência. Não somente o ajuda a organizar o sentido, mas também faz o significado nascer de dentro, mesmo, do seu *self* corporal. O ato de contar histórias organiza as respostas numa forma narrativa que você pode usar para dar sentido e direção a sua experiência” (KELEMAN, 2001, p. 54).

A performance também nos permite visualizar os processos de constituição das identidades em suas múltiplas negociações frente ao poder, legitimando com a comunidade um circuito de trocas de informações sobre as práticas sociais:

“La teoría crítica contemporánea afirma que tanto las relaciones sociales como las identidades de los sujetos son socialmente construidas, tienen un carácter inestable y cambian constantemente. En ese sentido, la performance se entiende como el espacio encargado de dramatizar tales características y de revelar las posibilidades de agencia de los sujetos en la constitución del mundo social” (VICH; ZAVALA, 2004, p.13).

Não só o espaço mas também a linguagem popular, principalmente através da poesia literária e dos cantos populares, é uma possibilidade de intervenção criativa nas atividades de produção de sentidos (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.39). Sendo assim, basta pensar na performatividade do discurso dos personagens do “Vou te Contar” para lembrar como alguns elementos em comum entre a contação de causos e a poesia popular, como a citação constante ao espaço de onde é proferido o discurso e onde os personagens pertencem, a temática baseada no ofício, a presença da família na narrativa,

a complicação a ser resolvida, entre outros. Tais enunciações, pela circularidade de onde emanam e para onde intentam interferir, influenciam o social, já que, segundo Tomaz Tadeu da Silva:

“só podem ser consideradas performativas aquelas proposições cuja enunciação é absolutamente necessária para a consecução do resultado que enunciam. [...] A eficácia produtiva dos enunciados performativos ligados à identidade depende de sua incessante repetição. E é de sua repetição e, sobretudo, da *possibilidade* de sua repetição, que vem a força que um ato lingüístico desse tipo tem no processo de produção da identidade” (SILVA, 2000, p.93).

É através deste discurso que, na sua própria estrutura, já contém desde a sua criação o objetivo de interpretação do passado com vista a negociar o senso de realidade do presente na busca por novas possibilidades sociais, que, conforme Victor Vich e Virginia Zavala: “algumas performances orales funcionan como rituales que escenifican las experiencias vividas y aspiran a intervenir en las políticas de la memoria” (VICH; ZAVALA, 2004, p.18). O discurso não é um instrumento passivo na construção de sentidos nos processos sociopolíticos (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.33). É no testemunho que o discurso ganha o objetivo de estabelecer alianças e diferenças, pois ele converte o narrador do testemunho em um observador que está sempre analisando seu próprio papel para poder, enfim, construir um relato dirigido ao outro. E é por isso que, como afirmam Maria Eugenia Contursi e Fabiola Ferro:

“Los testimonios muestran, con desgarro, las imágenes de un sujeto fragmentado en su cuerpo y en su historia. El testimonio es una especie de ‘épica de la cotidianidad’ y, como tal, su sistema narrativo no permite abstracciones. Por tanto, su política consiste en mostrar cómo lo privado se vuelve público y cómo se convierte en un imprescindible lugar para observar el asentamiento del poder. Para los grupos subalternos, el testimonio ha sido una forma de trascender las memorias locales y poder participar mejor de la esfera pública” (CONTURSI; FERRO, 2000, p.53).

No “Vou te Contar”, a questão da performance é essencial pois, numa gravação audiovisual, espera-se que o personagem sempre consiga transmitir a mensagem de forma clara. Isso porque algumas pessoas podem até possuir grandes histórias, mas às vezes não conseguem transmiti-las tão bem quanto outras que possuem relatos mais corriqueiros, mais simples ou até mesmo menos interessantes num primeiro olhar. Porém, estas últimas



podem ganhar em intensidade e prender a atenção do público muito mais do que as primeiras devido ao modo como são contadas, já que em todo relato transparece a habilidade do contador de histórias. Contudo, até que ponto se pode falar em performance num relato, num depoimento ou, como os profissionais de TV gostam de falar, numa entrevista?

“É preciso deixar o outro (o entrevistado) à vontade, se sentir bem para dar o seu espetáculo”, afirma o documentarista Eduardo Coutinho<sup>21</sup> sobre a realização de entrevistas. Note-se que curiosamente ele usa a palavra espetáculo para designar o comportamento do entrevistado ao fornecer o seu depoimento e Coutinho, diga-se de passagem, possui experiência de sobra para elaborar um parecer sobre o ofício da entrevista. Em um dos seus últimos documentários, “Edifício Master”, ele e sua equipe passaram mais de um mês num prédio de Copacabana, que terminou por fornecer o título do filme, escolhendo quais moradores seriam entrevistados para, posteriormente gravar o cotidiano deles em sete dias. A um quarteirão da praia, o edifício Master conta com 12 andares, 23 apartamentos por andar, num total de 276 apartamentos conjugados com quase 500 moradores. Nos 110 minutos do documentário, as histórias de vida de 37 moradores do prédio desfilam diante da câmera. Histórias contadas por Henrique, o homem que canta “My Way” de Frank Sinatra até tossir e se emocionar; relatos da jovem mãe Alessandra que fala abertamente sobre a profissão de prostituta e do homem que achou um bebe no corredor; e a fala do síndico Sérgio que transformou o Master, segundo ele, num edifício “de família”.

Já no “Vou te Contar”, segundo André Loureiro, o processo de entrevistas foi diferente: “Como diretor, me preocupei mais em como retratar aquela história de vida em planos, movimentos de câmera, em imagens de apoio. As entrevistas eram principalmente

---

<sup>21</sup> Coutinho é diretor e roteirista de cinema, especializado em documentários. Dirigiu, entre outros os premiados “Cabra Marcado Para Morrer” (concluído em 1984, dezessete anos após ter sido interrompido pela censura), “Santa Maria: Duas Semanas no Morro” (1987), “O Fio da Memória” (1991), “Boca do Lixo” (1992), “Os Romeiros do Padre Cícero” (1994), “Santo Forte” (1999) e “Babilônia 2000” (2000). Como roteirista, trabalhou, entre outros, no filme “Dora Flor e Seus Dois Maridos”, dirigido por Bruno Barreto (1976). Também foi diretor, roteirista e editor do programa “Globo Repórter”. Declaração de Eduardo Coutinho durante o painel de 14/8/2003 apresentado no seminário Internacional Memória, rede e mudança social, promovido pelo Museu da Pessoa e Sesc-SP, quando do lançamento do Instituto Museu da Pessoa.Net, portal [www.museudapessoa.net](http://www.museudapessoa.net).



conduzidas pelo pesquisador do Museu. Quando eu queria repetir algum momento da história ou passar alguma mensagem ao protagonista, era pelo pesquisador que eu chegava no entrevistado. Acho que esta estrutura ficava mais cômoda e tranqüila para o andamento das gravações. Isso foi importante para mim pois me deu a possibilidade de olhar o set como um todo, com mais flexibilidade”. O termo entrevista, um termo tão presente no jornalismo, também é empregado pelo Museu da Pessoa e pela equipe do “Vou te Contar” para designar a gravação de depoimentos de vida. Mas enquanto linguagem, em que medida a entrevista jornalística e a entrevista do Museu se encontram ou se diferenciam?

Em geral, para a entrevista do programa é montado o set de gravação com uma parafernália de câmeras, microfones, luzes e profissionais. Além da única obrigatoriedade da contação do caso por parte do protagonista, o entrevistador do Museu da Pessoa pode dispor de um roteiro básico para perguntas, que funciona apenas como uma referência, uma vez que o entrevistado pode falar a respeito de qualquer uma de suas lembranças, memórias pessoais na ordem em que desejar. Nesse sentido, o relato se assemelha ao rizoma, pois pode se iniciar em qualquer ponto e reconstituir o todo. A memória, a partir de si mesma, poderia ser o princípio de ruptura proposto por Deleuze e Guattari: “Um rizoma pode ser rompido, quebrado em um lugar qualquer, e também retoma segundo uma ou outra de suas linhas e segundo suas linhas” (DELEUZE; GUATTARI, 2001, p. 23).

De acordo com a metodologia do Museu, seguida durante a gravação do programa, é recomendado ao pesquisador não interromper o entrevistado. A idéia é proporcionar um espaço no qual a pessoa possa se expressar sem cortes ou interrupções, minimizando as possibilidades de paralisação do fluxo da memória ou, ainda, evitar qualquer indução nas respostas. Em geral, as perguntas do pesquisador devem esclarecer algum ponto obscuro na declaração ou procurar direcionar a fala para o relato de vida, se o entrevistado dele se afastar em demasia.

Durante a gravação do causo, aí sim o diretor assume o *set* e a narrativa ganha ares ficcionais. “Primeiro eu escuto o causo e analiso como ele pode ser contato de uma forma mais concisa, sempre pensando na edição, que no produto final não terá mais do que três minutos. Normalmente gravo os depoimentos num plano estático para facilitar o corte. Mas em alguns episódios do Maranhão resolvemos gravar os depoentes em movimento, seja circundando uma praça ou navegando de canoa pelo rio que margeava a cidade. Isso faz com que eu tenha que repetir a contação entre duas a quatro vezes para garantir bons *takes* para edição final”, esclareceu André Loureiro.

Mas será que se poderia realmente utilizar o termo entrevista para a gravação das histórias de vida pelo programa? Em seu trabalho, Coutinho prefere substituir as palavras entrevista ou depoimento por conversa ou diálogo, porque não conta com pauta ou roteiro prévio do que será falado com o entrevistado: “Prefiro chamar de conversas, porque entrevista, depoimento, pressupõe uma formalização que destrói o clima de dialogo espontâneo que e importante” (COUTINHO, 1997, p.166). E para manter essa conversa espontânea, ele usa estratégias, por exemplo, procurando se manter próximo da pessoa fisicamente:

“Há entrevistas feitas com teleobjetiva em que o diretor fica a dez metros do personagem, o que torna absolutamente impossível um dialogo. Eu não conheço nenhuma pessoa no mundo que converse com outra a dez metros de distancia, porque ou a pessoa grita, ou então quando você faz isso, esta falando para a história, fica ruim, fica falso, e o personagem torna-se rígido, formal e ma is falso ainda do que deveria ser. Por isso, não filmo nunca a cinco, dez metros; prefiro aparecer no quadro, tornar a câmera mais pobre, tendo que filmar em close, mas estou sempre próximo do personagem, a meio metro, um metro” (COUTINHO, 1997, p.168).

Logo, se a idéia do “Vou te Contar” é criar no *set* um ambiente informal - como a sua metodologia parece sugerir, que facilite o fluxo da memória e, assim, se possa captar depoimentos mais ricos do ponto de vista pessoal, que contem com histórias de vida e performances interessantes - o termo entrevista pode soar um tanto formal nos termos colocados por Coutinho. O historiador britânico Paul Thompson, cuja metodologia de trabalho parece ter influenciado decisivamente os criadores do Museu da Pessoa, de fato utiliza a palavra entrevista para denominar a captação de depoimentos orais. No entanto,

ele também estabelece que “há muitos estilos diferentes de entrevista, que vão desde a que se faz sob a forma de conversa amigável e informal até o estilo mais formal e controlado de perguntar” (THOMPSON, 1992, p.254). E chega a afirmar, em contraponto ao pensamento de Coutinho, que “uma entrevista não é um diálogo, ou uma conversa. Tudo o que interessa é fazer o informante falar. Você deve manter-se o mais possível em segundo plano” (THOMPSON, 1992, p.271).

Sendo assim, a entrevista do “Vou te Contar” pode ser considerada um tipo de entrevista, dentre muitos, um tipo que dispõe de pauta, ainda que o entrevistador não esteja a ela limitado, ou seja, obrigado a cumpri-la integralmente. Uma entrevista na qual aquele que a conduz é orientado metodologicamente a estimular a fala do outro, mas sem interrompê-lo, pois “se você interrompe uma história por considerá-la irrelevante, estará interrompendo não apenas essa, mas toda uma série de ofertas posteriores de informações que serão relevantes” (THOMPSON, 1992, p.263). Neste sentido, as entrevistas do “Vou te Contar” podem se afastar das entrevistas comumente realizadas pelos jornalistas para os telejornais todos os dias, uma vez que, em grande parte, e devido ao tempo exíguo para o fechamento da edição, leva a interrupções nos relatos dos entrevistados. Seja como for, o bom senso de Paul Thompson ao afirmar a existência de vários tipos de entrevistas deve ser considerado já que o “Vou te Contar” parece dispor de uma forma de entrevista própria, na qual coexistem elementos do jornalismo, componentes da metodologia da História Oral e contribuições do documentário.

As histórias narradas pelos personagens do “Vou te Contar” sobre uma situação histórica no tempo presente, na qual existe um forte sentimento de perda, transitoriedade, representa ao mesmo tempo um desejo permanente destes indivíduos pelo resgate de um passado histórico ou mítico. Algo que José Reginaldo Santos Gonçalves descreveu ao denotar como o “discurso dos objetos” pode trazer a noção de *longing*: “A linguagem é pensada como a presença – o significante – de uma ausência – o significado. E a relação entre significante e significado, como uma relação estruturalmente mediada por um permanente e insaciável desejo. [...] Desse modo, objetos e coleções são pensados como linguagem ou símbolos, como significantes. É a distância espacial ou temporal em

relação àquilo que eles significam – que pode ser o passado, o popular, o primitivo, o exótico, o autêntico – que os faz desejáveis e, conseqüentemente, alvo de práticas de apropriação, restauração e preservação” (GONÇALVES, 2002, p.25). Ele também diz que esta “estrutura do desejo” está presente nas narrativas nacionais sobre patrimônios culturais, que por sua vez, podem estar associadas a uma forma de representação que use recursos dramáticos, performáticos, literários ou pictóricos, constituindo-se como uma alegoria. Tais recursos são usuais na reconstituição de memórias pessoais:

“A memória é, em suma, o que permite a um ser vivo remontar no tempo, relacionar-se, sempre mantendo-se no presente, com o passado: conforme os casos, exclusivamente com o seu passado, com o da espécie, com o dos outros indivíduos. [...] É sempre imperfeita, porque o passado não pode, em circunstância alguma, ser simplesmente restituído na íntegra, e toda a reconstrução é sempre marcada pela dúvida. Isto verifica-se por maioria de razão quando a memória recorre a recordações pessoais, que parecem tão vividas e frescas, e que contudo percebemos conterem uma grande parte de fantasia. E, por maioria de razão, é assim quando a reconstrução do passado se funda em vestígios, imagens ou relíquias que são os suportes da memória coletiva ou transgeracional” (POMIAN, 2000, p.508).

Nossa memória é constantemente bombardeada por lembranças que não foram vivenciadas por nós mesmos, mas pertencem aos grupos com os quais nos relacionamos. É o que Gilberto Velho chamou de “a persistência das unidades englobantes” (VELHO, 1999, p.99), que são constituídas pela família, partido, ofício, igreja entre outros círculos sociais onde o indivíduo se sentem representado e que permanentemente invadem e reconstroem nossas memórias através de mitos e narrativas que reforçam nosso pertencimento àquelas sociedades:

“o imaginário é uma criação incessante e essencialmente indeterminada [social-histórica e psíquica] de figuras / formas / imagens a partir das quais somente é possível falar-se de ‘alguma’ coisa. Uma criação imaginárias na prática e no fazer da sociedade considerada como sentido organizador do comportamento humano e das relações sociais independentemente de sua existência para a consciência desta sociedade” (CASTORIADIS, 1982 p. 88).

O caso contado no “Vou te Contar” é uma maneira clássica, segundo Michele Simonsen, transmissão cultural entre grupos a partir do conto popular, simbolizando as crenças de uma comunidade. Aqui, os acontecimentos fabulosos são narrados como uma possibilidade de realidade, constituída a partir de um conteúdo “cosmogônico”

(SIMONSEN, 1987, p. 29). Maria Eugenia Contursi e Fabiola Ferro vêem nas narrativas fantásticas um pacto ficcional entre o narrador e os espectadores e analisam a função do mito como desordem da experiência social:

“Los mundos narrativos son parásitos del mundo real. El lector tiene que saber que lo que se le cuenta es una historia imaginaria, pero debe ser sobrentendido como correspondiente a las leyes y a la situación del mundo real. Esta función de la narrativa es terapéutica, además de ser el motivo por el cual se cuentan historias desde los orígenes de la humanidad. Esto explicaría también la función de los mitos en tanto dan forma al desorden de la experiencia. En este orden de cosas, poco importa si una narración es artificial o natural” (CONTURSI; FERRO, 2000, p.38).

Desta maneira, o caso contado no “Vou te Contar” apresenta os fatores que o configuram como uma narrativa popular. Ao basear-se em referências históricas e práticas sociais existentes no tempo presente, passa a funcionar como um discurso fundador para os comportamentos contidos na história e que visa-se perpetuar. A adição fica por conta do conflito entre os personagens do caso, um elemento que faz parte da estrutura dos contos populares:

“La complicación y la resolución constituyen el centro del texto narrativo, denominado como *suceso*. Cada suceso tiene lugar en una situación determinada en tiempo y circunstancia, a la que llama *marco*. La complicación puede ser un suceso en el que no intervienen personas, como un terremoto, pero debe involucrarlas sus acciones frente al suceso son el núcleo de toda narración. Un texto narrativo debe poseer como referente un suceso o una acción que cumplan con el criterio de suscitar el interés” (CONTURSI; FERRO, 2000, p.30).

Por ter que sempre se adequar às respostas de interesse da platéia, o conto popular torna-se, como definiu Câmara Cascudo, um documento vivo: “O conto popular revela informação histórica, etnográfica, sociológica, jurídica social. É um documento vivo, denunciando costumes, idéias, mentalidades, decisões, julgamentos. Para todos nós é o primeiro leite intelectual.” (CASCUDO, 1984, p. 236). Os casos do “Vou te Contar” apresentam todas estas facetas, havia porém mais um critério de seleção: “Por não veicular violência física explícita, o Futura nos pediu que deixássemos de fora os casos que tivessem muita briga e luta. O importante era, no caso, contar um pouco da história e da cultura dos locais que visitamos”, comenta Cláudia, pesquisadora do Museu da Pessoa.

Depois da abordagem desta primeira fase de reconhecimento, busca, pré-seleção, que corresponde a uma parte do processo de edição, passemos então à questão do registro propriamente dito. Como já introduzimos acima, consideramos esta etapa a mais delicada e a que mais fortemente influenciará as leituras e interpretações do produto final. Isto porque ainda que na etapa anterior possa ter havido entrosamento entre o grupo de entrevistados e a equipe e tenham sido observadas questões interessantes sobre o papel social dos retratados, se estes elementos não constarem do registro, haverá muito pouco a ser recuperado no momento da edição e menos ainda a ser mostrado para o espectador. Neste sentido é que ressaltamos a importância da preparação técnica por parte da equipe de gravação, que devem trocar informações sobre as intenções do produto final antes de se ir a campo. André Loureiro, como diretor do programa, explicitou aqui suas orientações para o efeito desejado com o produto final: “Eu creio que o programa eleva a auto-estima das pessoas que o protagonizaram. Afinal, fomos até suas cidades para ouvi-las e disseminar suas histórias pelo Brasil. Percebi durante as gravações que várias pessoas da cidade vinham acompanhar o que estávamos fazendo e, quase sempre, elogiavam a escolha do protagonista como representante da comunidade. Acredito que muitos dos personagens já tinham uma posição de destaque em suas localidades e que suas atuações influenciaram a sua comunidade de forma que nós, estrangeiros, não podemos perceber”.

Além do preparo técnico para a gravação, que influencia a quantidade de equipamentos que será levada e qualidade estética de captação de imagens e sons, cremos que outro fator importante seja a manutenção de um controle, dentro do possível, ainda em campo, do que já foi registrado. A checagem integral do material audiovisual registrado evita que se volte para casa com uma bela história mostrada em imagens fora de foco, com falhas no som, etc.

Consideremos finalmente o processo de edição, e com ele as múltiplas possibilidades de disposição dos elementos num produto audiovisual. É no momento da edição que a questão de como construir uma narrativa com imagens torna-se mais premente. Que

instrumentos utilizar na criação de um discurso coerente e atraente, que visa um determinado (ou amplo) público, que permita a tornar visível e compreensível o universo das diversas narrativas registradas e, através destas, as ações políticas colocadas para aquela sociedade em questão. Para Carvalho da Rocha:

“No momento da construção da edição e da montagem, imerso numa rede de significados e significantes, o etnógrafo está, ao final, operando com os traços temporais que lhe permitem configurar, enfim, o espaço das narrativas. Trata-se de um momento crucial no processo a produção de um filme etnográfico, com o antropólogo orientando-se na busca das propriedades específicas dos registros visuais captados em campo (inclusive condições técnicas), ao mesmo tempo que explora seus recursos simbólicos disponíveis na ilha de edição” (ROCHA, 2000, p.46).

Assim como uma idéia do que se quer contar norteia a realização dos registros, também é necessário que no momento de organização das imagens e sons captados, seja explicitado o roteiro que vai se formando desde a pré-produção. Neste momento, o roteirista dará, com base nas intenções do diretor do programa, o argumento que dê o fio condutor para a organização deste material bruto. É neste processo de “colagem”, estruturação das imagens, que o conjunto do que se quer transmitir da realidade fará ou não sentido.

Sobretudo durante a edição do programa, se faz necessário retomarmos a idéia que já vem sendo discutida neste trabalho, que é de “como contar histórias através de imagens”. Na realização de um produto audiovisual, seja ele ficcional, documentário ou etnográfico, vem sempre implícita a idéia de que uma história deve ser contada numa narrativa que permita, através de sua estrutura, a compreensão de determinados conceitos, hábitos, valores, técnicas, comportamentos, modos de ser e de pensar de uma cultura específica. Enquanto na linguagem escrita esta narrativa toma forma basicamente através da escolha de palavras, da combinação entre elas e da pontuação utilizada, que confere ritmo ao texto, na linguagem audiovisual a narrativa é construída não apenas com palavras, escritas e faladas, mas também com sons, cores, enquadramentos, velocidades de imagem e, mais importante, através da combinação de todos estes elementos em seqüências de imagens que vão sendo colocados lado a lado. A multiplicidade de elementos presentes - e possíveis - neste processo é que confere a edição uma função de extrema importância

quando se quer contar uma história através de imagens. Considerando que os processos de edição e montagem são bastante semelhantes, recorro a Jacques Aumont:

“A função principal da montagem [...] é a sua função narrativa. Dessa forma, todas as descrições clássicas da montagem consideram, mais ou menos explicitamente, essa função como a função normal da montagem; desse ponto de vista, a montagem é, portanto, o que garante o encadeamento dos elementos da ação segundo uma relação que, globalmente, é uma relação de causalidade e/ou temporalidade diegéticas: trata-se sempre, dessa perspectiva, de fazer com que o 'drama' seja mais bem percebido e compreendido pelo espectador” (AUMONT, 1995, p.73).

A montagem/edição é o que dá forma ao que se deseja contar, através de uma construção narrativa, visando aquele que vai ver, escutar, e a idéia guardar. A ênfase neste aspecto narrativo da edição, no entanto, não é unanimidade. Claudine de France, por exemplo, distingue a descrição e a narração fílmicas, que estariam “permanentemente disputando a apresentação do real sem jamais uma poder eliminar a outra” (DE FRANCE, 2000, p.34). Segundo ela, o elemento narrativo se relacionaria à dinâmica temporal envolvida na seqüência de ações montadas, enquanto a descrição representaria no desdobramento destas ações no espaço focado. Na narração, o ser humano estaria sendo priorizado, já que justamente é sua ação o elemento mais importante a ser focado; na descrição, o foco seria a natureza como um todo, na qual o homem representa apenas uma parte. A autora ainda considera, explicitando sua crítica, que ao privilegiar procedimentos narrativos, o autor do vídeo estaria escolhendo “a solução mais confortável para o espectador” (2000, p.35). Ao optar por uma via mais descritiva, novas possibilidades de linguagem estariam sendo buscadas, oferecendo ao espectador uma opção de transformação de seu olhar. De France demonstra claramente sua inclinação em direção à dominante descritiva: não são os sujeitos filmados que são visados, mas a descrição profunda de determinadas técnicas, na qual não há realmente preocupação com a construção de uma narrativa “atraente” para o espectador. No “Vou te Contar”, ao contrário, a atenção, a compreensão e mesmo o entretenimento do telespectador é sempre dado através de uma narrativa - ou de uma idéia desta - que já é quase que totalmente construída antes mesmo dos registros se iniciarem, como pudemos ver na descrição sobre o processo de pré-produção do programa.



Em relação ao que estamos considerando como uma forma de edição anterior ao registro, quando a realidade já está sendo pensada de outra forma, acrescentamos a idéia análoga de Rosenfeld (2000), de “observação fílmica prévia ao registro”, chamada também de “profilmica”, termo que o autor utiliza citando Etienne Souriau. Para Rosenfeld, há que se ter consciência de dois tipos de observação: a observação direta, aquela que é feita pelo olho cotidianamente, e a observação fílmica, aquela que é feita pelo olho através da câmera. Não só estas duas formas de observação dispõem de suportes diferentes (a primeira dispõe apenas do suporte fugaz da memória para realizar todo e qualquer registro, enquanto a segunda conta com suportes permanentes e duradouros como horas de fitas gravadas) como também percebem a realidade de maneiras distintas. Pensar a realidade já com esta “intenção” fílmica seria para o autor um procedimento fundamental para a boa realização dos registros fílmicos propriamente ditos:

“A observação profilmica delimita, do real, o sensível reproduzível que poderá se deixar ver e ouvir através do filme, isto é, o *mostrável fílmico*. A observação profilmica tem por finalidade preparar a observação fílmica: suas orientações e procedimentos metodológicos, bem como suas estratégias de *mise en scène* (delimitações, ocultações, camuflagem, sublinhamentos, esfumamentos no espaço e no tempo)” (ROSENFELD, 2000, p.50).

De certa forma, esta preparação do olho para a realidade do produto audiovisual foi realizada durante a fase de pré-produção do “Vou te Contar”. O pesquisador do Museu da Pessoa, o diretor do programa, o coordenador de criação e o analista de conteúdo influenciaram e direcionaram a escolha de personagens a partir da lista montada pelo Museu, separando as pessoas escolhidas em perfis distintos de modo a oferecer um panorama social diverso ao telespectador. É o que chamamos de “edição” anterior, um momento onde a observação da realidade começa a gerar os primeiros estímulos, as primeiras idéias da “história” que será contada na tela da TV. Saber lidar com as nuances existentes entre o “manter-se dentro da proposta inicial” e o “deixar-se conduzir pelas dinâmicas locais” é o que constitui, neste caso, a intenção do produto final, seja nos telespectadores ou nos personagens retratados. Mas é inegável que idéias pré-concebidas conduzem o olhar em direção ao que se deseja ver. Como escreve Piault: “O processo imagético é por essência uma disposição do olhar para um certo conhecimento da mesma

maneira que todo trabalho de escrita passa por uma elaboração ficcional” (PIAULT, 2001, p.151).

Os recursos atuais de uma ilha de edição digital são praticamente inesgotáveis, e é importante que se tenha claro, considerando todo espaço de abertura possível para a criação, como se quer contar determinada narrativa com imagens e sons. A decisão de quais recursos utilizar e de como estruturar o material disponível implica em escolhas. Estas escolhas devem ser estimuladas não apenas pelo que se idealiza em termos de produto audiovisual, mas também por reflexões, olhares, interpretações, proposições do programa a respeito da cultura pesquisada e do seu contato com os sujeitos envolvidos na pesquisa. Assim, optar por uma fusão ou um *slow motion* neste programa representa muito mais do que uma simples escolha de linguagem, representa um modo de ver e de representar uma cultura.

Esse é o fio condutor a partir do qual se articula o espaço aberto pelos suportes audiovisuais como uma construção narrativa. O que deve ser privilegiado não é o realismo apreendido pela câmera, mas sim a realidade construída por ela quando suas imagens são captadas como um discurso pessoal e, por que não, histórico, tornando-se construções na medida em que toda leitura de uma imagem depende da identificação do telespectador.

A representação da realidade nesse sentido é também um projeto de intervenção no qual o ponto de vista do personagem imprime subjetividade à representação do real. Tal conceito encontra ressonância no discurso de José Reginaldo Santos Gonçalves quando este aborda a questão dos semióforos: “os significados atribuídos a esses termos e modalidades de relação entre eles (o visível e o invisível) vão, evidentemente, variar cultural e historicamente” (GONÇALVES, 1999a, p.28). O seu caráter simbólico está necessariamente relacionado ao fato destes relatos só fazerem sentido quando “expostos ao olhar” do espectador, criando um elo de identificação. O que os faz cumprir o seu objetivo enquanto representações do patrimônio cultural brasileiro através das histórias, reais e alegóricas, de sua gente.

### 4.3 TELEVISÃO, PATRIMÔNIO E USO

**P**ensar a televisão no Brasil significa entendê-la como um veículo que tem sua programação produzida por grupos urbanos das camadas médias e altas, de cor branca e que consome referências culturais vindos dos países europeus e dos EUA. Mas sua abrangência atinge todo o país, quando não exportada. Os grupos que recebem a programação vão assistindo novos hábitos, formas de vestir, de falar e de agir que, na maioria das vezes, não tem relação com a cultura de vida das comunidades rurais, por exemplo. Mas a TV está ali, todos os dias. E por ser valorizada e considerada fonte privilegiada de informação, vira fonte para novas referências em estilo de vida, podendo até contrapor-se ao que estava posto, anulando a memória social de um grupo, sua identidade e sua tradição.

A percepção de novas experiências de vida adquiridas através da reflexão em cima de conteúdos inseridos em narrativas televisionadas pode ser muito proveitosa. A questão está na distância entre o quadro recente de referências culturais apreendidas e as necessidades do grupo ao qual se pertence. Ao absorver e praticar modelos que vão de encontro aos tradicionais, o grupo pode acelerar de forma extenuante as mudanças em sua identidade original, de maneira que as reflexões sobre novas práticas sociais ficam superficializadas. Isso porque sua ação sobre o mundo, nas suas negociações de identificação, não corresponde às referências recém-adquiridas. Fentress e Wickham postularam: “Halbwachs tinha por certo razão ao afirmar que os grupos sociais constroem as suas próprias imagens do mundo estabelecendo uma versão acordada do passado e ao sublinhar que estas versões se estabelecem graças à comunicação, não por via das recordações pessoais” (FENTRESS; WICKHAM, 1992, p.8).

O poder da mídia sobre a memória não pode ser subestimado. Paula Hamilton descreve uma experiência interessante que traz à luz este tipo de influência: “Um professor recentemente me confidenciou, em tom lacônico, que sempre pensara que a I Guerra Mundial acontecera em preto-e-branco. Esta me pareceu uma boa descrição do produto final imaginado por aqueles que temem a colonização da memória pelos meios de

comunicação de massa: até nossas memórias obedeceriam às convenções da representação cinematográfica do passado. Tem havido muita preocupação com a penetração da cultura popular no processo de rememoração, com a possibilidade de as pessoas passarem a relatar as experiências que viram na televisão, por exemplo, como se fossem suas, substituírem suas experiências de testemunhas oculares ou participantes” (HAMILTON, 2002, p. 89).

Basta levarmos em conta que tempos atrás as novelas brasileiras só traziam a realidade de São Paulo e Rio de Janeiro, os sotaques nordestinos só tinham espaço de forma estereotipada. Se tomarmos a riqueza e o tamanho da diversidade brasileira, vamos ver que ainda temos muito da diversidade de estilos de vida no Brasil ficando “fora do ar”. As forças de poder em torno do que será visionado e do que simplesmente não “entra no quadro” são constantes. Mesmo quando as expressões culturais das minorias conseguem sensibilizar os produtores de TV e entram na pauta das equipes de gravação são consideradas “exóticas”, fora do comum. Muniz Sodré ressalta que:

“No Brasil, a cultura industrial impõe-se em conjunção com o fator de inovação tecnológica (que tem colocado o país em relação de dependência com centros externos) e no quadro mais amplo de um crescimento descontrolado da produção monopolística. O sistema televisivo se investe, como qualquer outro setor acionado pelo avanço tecnológico, de caráter monopolístico, com suas inevitáveis conseqüências: escala de produção elevada e, na luta pelo domínio do mercado cultural, destruição ou assimilação das culturas concorrenciais” (SODRÉ, 2004, p. 125).

Visões como estas não são recentes. Walter Benjamin já previa, na década de 1930, a ascensão da indústria cultural ao analisar o cinema como uma obra de arte reproduzível tecnicamente (BENJAMIN, 1985, p.178). Numa época em que se iniciavam as primeiras transmissões de televisão na Europa, Benjamin refletiu sobre o crescente processo de comercialização da arte e a utilização de trabalhos artísticos como instrumentos de manipulação de massas, de modo que nos ajudou a moldar a forma como encaramos a indústria do entretenimento até hoje. Tal idéia fica clara neste trecho:

“À medida que as obras de arte se emancipam do seu uso ritual, aumentam as ocasiões para que elas sejam expostas. Compare-se a tela em que se projeta o filme com a tela em que se encontra o quadro. Na primeira, a imagem se move, mas na segunda, não. Esta convida o

espectador à contemplação; diante dela, ele pode abandonar-se às suas associações. Diante do filme, isso não é mais possível. Mas o espectador percebe uma imagem, ela não é mais a mesma. Ela não pode ser fixada, nem como um quadro nem como algo de real. A associação de idéias do espectador é interrompida imediatamente, com a mudança da imagem.” (BENJAMIN, 1985, p.192)

A globalização cultural que acompanhou a expansão da indústria cultural criou um padrão único, que tem como referência básica o estilo de vida americano e europeu, contribuiu para que hoje assistamos a mundos culturais que, caso despreparados, acabam por se desfazer. Não sendo abandonadas tradições culturais, termos estrangeiros vão sendo absorvidos e a língua pátria vai se modificando. Mudanças não são sempre boas. Aqui, as alterações são impostas e em países quentes, tropicais passamos a ter que comer comida de inverno no Natal, jogar algodão na árvore para parecer neve e inventar algum lugar para o Papai Noel entrar, pois não temos chaminés. As roupas de trabalho vão sendo copiadas de modo a nos cobrirmos todos com ternos e gravatas sob 42 graus de temperatura. Brincadeiras vão sendo abandonadas; festejos vão sendo esquecidos e o Dia das Bruxas, um festejo já importado, passou a ser chamado de *Halloween*.

Na memória, vão sendo colocados novos registros e o grupo vai modificando sua identidade. Não há como estar alheio a esta influência direta como espectador ou indireta pela vivência nos grupos. Como disse Paolo Rossi “nos lugares de vida cotidiana, inumeráveis imagens nos convidam aos comportamentos, nos sugerem algo nos chamam aos deveres, nos convidam a fazer, nos impõem vetos, nos solicitam variadamente” (ROSSI, 1991, p.7). Em seus estudos, Martín-Barbero disse que:

“O processo que hoje vivemos não só é distinto, como, em boa medida, inverso: as mídias de massa, cooptadas pela televisão, se converteram em poderosos agentes de uma cultura-mundo que se configura atualmente da maneira mais explícita na percepção dos jovens e na emergência de culturas sem memória territorial, ligadas à expansão do mercado da televisão, do disco ou do vídeo. Culturas que se acham ligadas a sensibilidades e identidades novas: de temporalidades menos ‘longas’, mais precárias, dotadas de uma plasticidade para amalgamar ingredientes que procedem de mundos culturais muito diversos e, portanto, atravessadas por discontinuidades, nas quais convivem gestos atávicos, resíduos modernistas e vazios pós-modernos. Essas novas sensibilidades se conectam com os movimentos da globalização tecnológica, que estão diminuindo a importância do territorial e dos referenciais tradicionais da identidade” (MARTÍN-BARBERO, s.d.).

Neste contexto, o advento da televisão, mais do que uma simples distração, lançou as bases de uma nova cultura, de uma nova sociedade. Efetivamente, a uniformidade de culturas e comportamentos não constitui uma consequência inevitável. Podemos analisar esta questão referindo-nos a uma certa homogeneização dos mecanismos de apropriação simbólica. Ou seja, todos recebemos de forma idêntica os objetos e representações que circulam em escala global. Os meios que comunicam e mediam representações no sistema global e garantem a recepção de tudo quanto é produzido e transportado, criam igualmente sujeitos à escala global que interpretam essas representações de forma semelhante.

Para Bourdieu (1997), a televisão detém o monopólio de fato sobre a formação da lógica de pensamento de grande parte da população, pois ao enveredar, no caso do jornalismo, pelo sensacionalismo, ela afasta o cidadão das informações que este deveria ter, de modo a exercer seus direitos democráticos. Como saída, ele propõe que o jornalismo televisivo volte a pensar sociologicamente sobre as imagens e sons e suas relações com a recepção do espectador. Só assim a imagem na televisão poderá se tornar um instrumento de democracia direta e não de opressão simbólica.

Neste sentido, a TV passa a ser também uma mediação, “como instituição social produtora de significados que ganham ou não legitimidade frente a sua audiência” (JACKS, 2005). E é, ao mesmo tempo, um meio tecnológico de reprodução e de produção da realidade, provocando reações racionais e emocionais nos receptores. Por sua vez, estudos atuais sobre a teoria da recepção levam em conta que também o receptor realiza mediações.

“A *Cognoscitiva* é um conjunto de fatores que influem na percepção, processamento e apropriação de elementos/acontecimentos que estão diretamente relacionados com a aquisição de conhecimento (informações, valores, crenças, emoções). A *Estrutural* é constituída pela idade, sexo, religião, escolaridade, estrato socioeconômico, etnia. São elementos identitários que servem de referência ao receptor, conformando sua maneira de pensar e agir, ou seja, são fatores que também entram no processo de construção do conhecimento e de produção de sentido. Atua no momento da recepção, ainda, a mediação

*Situacional*, cujo estudo pode demonstrar a forma e o sentido deste ato. Ela pode identificar como a emissão televisiva encontra o receptor: sozinho ou acompanhado, com atenção exclusiva ou disperso, trocando considerações com outros telespectadores ou não, no espaço social ou íntimo da casa” (JACKS, 1994).

Martín-Barbero dirá, a respeito do papel de mediador popular experimentado por alguns meios de comunicação, entre eles, é claro, a televisão: “que o operário, o cidadão pobre encontra na TV uma orientação para a existência nas cidades. O migrante, por sua vez, encontra modos de se manter ligado à terra natal e a dona de casa, um acesso às emoções que de outro modo lhe são vedadas. Isso tudo porque a TV ‘fala’ o idioma dessas pessoas. Ao falar o idioma, comunica. Ao comunicar, concorre para a construção de conhecimentos e identidades” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 143).

Esta questão foi abordada pela UNESCO ao adotar, em 2001, a Declaração Universal da Diversidade Cultural. O artigo 1º da declaração postula que a “diversidade cultural é tão necessária para a humanidade, quanto a biodiversidade é para a natureza.” Na mesma declaração, no artigo 7º enuncia que “o processo criativo se inspira nas raízes das tradições culturais, mas se desenvolve em contato com outras culturas. Por esta razão, o patrimônio em todas as suas formas deve ser preservado, aprimorado e entregue a futuras gerações como um registro da experiência humana e suas aspirações, de forma a promover a criatividade em toda a sua diversidade e inspirar um diálogo genuíno entre as culturas.”

No documento de 2004, intitulado “Safeguarding Our Audiovisual Heritage: A World Challenge” (UNESCO, 2004), a UNESCO elegeu quais premissas conduzirão os seus grupos de trabalho:

- Selection: why and how to assess the value of our archives?
- A memory in danger: what will remain of our audiovisual and sound heritage by 2020?
- Migration towards digital formats: how to design a migration strategy, which technical options?
- Digital future: what impact will digital archives have on our activities, what can we expect from new technologies?

Em consonância com esta declaração, o Ministério da Cultura brasileiro definiu que a valorização e a preservação do patrimônio cultural brasileiro é um dos dispositivos prioritários de inclusão social e cidadania. Por sua vez, o Conselho da União Européia reafirmou num documento de 2002 que as obras cinematográficas européias são uma manifestação essencial da riqueza e da diversidade das culturas européias e constituem um patrimônio que tem de ser conservado e salvaguardado para as gerações futuras. Do mesmo modo, o texto realça o fato de que as obras cinematográficas que fazem parte do patrimônio audiovisual dos Estados-Membros deverão ser sistematicamente depositadas em arquivos nacionais, regionais ou outros, a fim de assegurar a respectiva preservação e “a possibilidade de utilização, para fins educativos, culturais, de investigação ou outros fins não-comerciais de natureza análoga, das obras cinematográficas depositadas, no respeito dos direitos de autor e direitos conexos” (EU, 2002).

Mas não são somente organizações públicas e políticas as únicas a se organizarem com propostas para a preservação do patrimônio audiovisual. Criada em 1977 em Roma e voltada para a preservação do acervo televisivo, com representantes privados de mais de 70 países, a FIAT/IFTA (Federação Internacional de Arquivos de Televisão) é uma entidade composta por radiodifusores públicos e comerciais, arquivos audiovisuais nacionais e empresas técnicas que servem à indústria televisiva. Ela foi estabelecida para fornecer meios à cooperação entre arquivos audiovisuais preocupados com a manutenção de suas coleções.

Todas estas iniciativas nos levam a questionar o quê motivou o surgimento desta série de organizações nos setores público, governamental e privado. Dentro da lógica de patrimônio cultural, de que maneira uma indústria cultural como a televisão pôde ter o seu acervo considerado uma forma de representação legítima que não deveria ser perdida? Aqui é importante ressaltar que uso o conceito de “perda” de José Reginaldo Santos Gonçalves no sentido da preservação de um patrimônio passível de desaparecer. Um trecho de Maria Cecília Londres Fonseca pode nos orientar de forma eficaz neste sentido:

“É necessário pensar na produção de patrimônios culturais não apenas como a seleção de edificações, sítios e obras de arte que passam a ter



proteção especial do Estado, mas, conforme propõe José Reginaldo Santos Gonçalves, como ‘narrativas’, ou, como sugere Mariza Veloso Motta Santos, tomando de empréstimo a formulação de Michel Foucault, como uma ‘formação discursiva’, que permite ‘mapear’ conteúdos simbólicos, visando a descrever a ‘formação da nação’; constituir uma ‘identidade cultural brasileira’. Em verdade, as políticas de patrimônio, tal como estão estruturadas atualmente, com certeza estão longe de cumprir esses objetivos, ainda mais numa sociedade que se queira democrática” (FONSECA, 2003, p.64).

De certa forma, podemos pensar que as estratégias de preservação de materiais audiovisuais seguem a mesma lógica que decide o que poderá ser criado. Para Pierre Bourdieu, a indústria cultural é criadora de uma “arte média” que produz conforme o que consegue disseminar com base no lucro:

“O sistema de indústria cultural, cuja submissão a uma demanda externa se caracteriza, no próprio interior do campo de produção, pela posição subordinada dos produtores culturais em relação aos detentores dos instrumentos de produção e difusão, obedece, fundamentalmente, aos imperativos da concorrência pela conquista do mercado, ao passo que a estrutura do produto decorre das condições econômicas e sociais de sua produção. [...] Com efeito, tal arte resulta da conjunção de vários processos. De um lado, constitui o produto de um sistema de produção dominado pela procura da rentabilidade dos investimentos e, em consequência, da extensão máxima do público” (BOURDIEU, 1982, p.136).

Luiz Costa Pereira Junior, tendo tido acesso aos acervos e arquivos de diferentes canais de TV, percebe como a mentalidade dos produtores mudou na última década:

“Hoje, canais como a Globo e a Band mantêm arquivos amplos, climatizados e informatizados. Todo esse movimento tem um porquê: o mercado da conservação de imagens começa a ser visto como lucrativo. Além da reexibição e da venda de programas para o exterior, as emissoras chegam a cobrar U\$400 por segundo de produtoras de documentários e filmes” (JUNIOR, 2002, p. 231).

No caso da TV Globo especificamente, há uma gerência só para o projeto Memória Globo, que produz entrevistas sobre a memória das produções televisivas com diferentes cargos de funcionários (atores, diretores, jornalistas, produtores, roteiristas, entre outros) e também cuida da digitalização do acervo. Cerca de 70% de toda a programação que é produzida hoje na Globo já está em formato digital (JUNIOR, 2002, p. 236). Por isso, quando inserimos a questão do patrimônio nesta lógica, ele também fica a cargo do

consumo, conforme nos revela Françoise Choay:

“Em determinado momento, os problemas suscitados pela difusão da ‘cultura’ precipitam uma mudança semântica. Os museus consagraram essa mudança, antes do monumentos. A cultura perde seu caráter de realização pessoal, torna-se empresa e logo indústria” (CHOAY, 2000, p.210).

Determinar o que será preservado com base em demanda de mercado é uma estratégia, pensamos, que exclui parâmetros importante no complexo enredo das produções culturais de massa. Vários programas que ainda nem sequer foram produzidos mas que com certeza serão singulares nas suas contribuições criativas, informativas ou estéticas poderão ser deixados de fora dos processos de preservação caso não alcancem a audiência esperada. O consumo não simboliza mais uma faceta das práticas sociais, mas também atua como produtor de sentidos:

“O espaço da reflexão sobre o consumo é o espaço das práticas cotidianas como *lugar de interiorização muda da desigualdade social*, desde a relação com o próprio corpo até o uso do tempo, o hábitat e a consciência do possível para cada vida, do alcançável e do inatingível. Mas também como lugar da impugnação desses limites e expressão dos desejos, subversão de códigos e movimentos da pulsão e do gozo. O consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos *USOS* que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.302).

Podemos perceber como a noção de patrimônio cultural não pode ser desvencilhada da indústria cultural ao notarmos que “a mundialização dos valores e das referências ocidentais contribuiu para a expansão ecumênica das práticas patrimoniais. [...] Por sua vez, os monumentos e o patrimônio histórico adquirem dupla função – obras que propiciam saber e prazer, postas à disposição de todos; mas também produtos culturais, fabricados, empacotados e distribuídos para serem consumidos” (CHOAY, 2000, p.207). Mesmo que aqui Choay se refira ao “patrimônio de pedra e cal” inserido no processo de comercialização do turismo, não podemos deixar de destacar que a lógica do consumo também impera no campo do patrimônio cultural: um sítio arqueológico necessita que seja visitado por um determinado número de pessoas para que sua preservação esteja

assegurada. Como um produto cultural, a ele é atribuída a função de catalisar multidões que o assumam como sua referência cultural identitária.

Não podemos entender esta estratégia somente como uma dominação cultural que atribui um poder absoluto aos meios de comunicação, falhando em reconhecer o poder da audiência desses meios. É preciso que coloquemos o interesse não somente no processo de produção, mas também no processo de recepção no qual os indivíduos recebem as mensagens transmitidas pela mídia. Afinal, “só quando se articulam a um conteúdo os componentes expressivos do filme adquirem uma razão de existir” (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 1994, p. 40).

Ao invés de perguntarmos como é que a indústria cultural transforma as pessoas em 'commodities' que servem a seus interesses, a pergunta deveria ser: como é que as pessoas assimilam os produtos da mídia em sua cultura popular e como os usam em seus interesses? O que precisamos investigar é o uso sistemático e diário destas táticas, assim como os usos desses recursos culturais, mesmo que industrialmente produzidos. De Certeau nos mostra um caminho ao dizer que essa fabricação/produção qualificada de consumo é “astuciosa, dispersa, mas ao mesmo tempo se insinua, silenciosa e quase invisível, pois não se faz notar nos produtos próprios, mas nas maneiras de empregar os produtos impostos por uma ordem econômica dominante” (DE CERTEAU, 1998, p. 39).

O foco na problemática, para a realização deste estudo, encontra sustentação em reflexões como, por exemplo, a de Marcondes Filho:

“a imagem é uma das formas mais bem sucedidas que o homem criou para superar o fato angustiante de que depois do dia de hoje virá o dia de amanhã, o seguinte, e que a sua vida caminha para um fim inevitável. A imagem, assim como a música, a escultura, a arquitetura, são obras humanas concebidas para congelar e cristalizar o presente, eternizar um momento agradável ou importante que está sendo vivido e assim, negar a degeneração do corpo e da vida” (Marcondes Filho, 1988, p.9).

De que forma a tecnologia audiovisual pode servir como ferramenta na manutenção da aliança político-cultural entre os membros de uma mesma comunidade, ou frente à outras? Guillermo Orozco Gómez observa que, de um lado se identifica grande peso às

transmissões, e conseqüentemente se dá primazia “à tecnologia como motor principal das transformações que estamos presenciando” (GÓMEZ, 1992, p. 23), ou seja, o império da perspectiva tecnocêntrica, por outro, ocupa lugar a perspectiva que privilegia uma compreensão da comunicação e da produção de conhecimentos a partir das re-produções que realizam os atores sociais com base nos referentes informativos com os quais interagem.

Dessa forma, a imagem televisiva atua como um ponto de ligação entre a comunidade e o seu imaginário através da mediação simbólica, paralelamente ao plano da realidade, que transcorre de maneira regular e repetitiva no dia-a-dia. O limite entre esses dois mundos é tênue, sendo praticamente impossível entender um de forma dissociada do outro. Além de realizar as obrigações necessárias à sua sobrevivência no mundo real de forma lógica e racional, o homem necessita sonhar, idealizar, divagar por um mundo mágico, interno, sendo que, no mundo contemporâneo, a televisão, além do rádio e do cinema, é o principal veículo que liga esses dois mundos.

E tudo leva a acreditar que o telespectador toma o conteúdo apresentado pela mídia como se correspondesse fielmente ao conhecimento de grande parte da realidade. Isso fica bastante evidente quando se verifica que a proposta, o formato e a linguagem do programa pesquisado está claramente organizado para transmitir valores e atitudes que funcionam como modelos de identificação, considerados como espelhos para comportamentos sociais.

Segundo Umberto Eco, ao comentar Marshall McLuhan, a mensagem, principalmente a televisionada, ganhou status e poder, uma vez que: “A informação não é mais um instrumento para produzir bens econômicos, mas tornou-se ela própria o principal dos bens” (ECO, 1984, p. 166). Com isso, a comunicação passou a ser indústria pesada. Uma vez que o poder econômico sai de quem domina os meios de produção para quem detém os meios de informação. Essa troca de poder pode determinar o controle dos meios de produção e, conseqüentemente, o problema da alienação muda de significado, mas continuaria a dominar quem não faz uma análise crítica do processo. Eco acredita que:

“Mesmo se os meios de comunicação, enquanto meios de produção, mudassem de dono, a situação de sujeição não mudaria” (ECO, 1984, p.166). É lícito suspeitar que os meios de comunicação seriam meios alienantes ainda que pertencessem à comunidade. Para Eco, o que ele define como “apocalíptico”, críticos da cultura de massa afirmam: os meios de massa não veiculam ideologias justamente porque eles são a própria ideologia.

Eco responde o desafio de McLuhan dizendo que a mídia transmite aquelas ideologias às quais o destinatário recorre como códigos que nascem da situação social em que vive, da educação recebida, das disposições psicológicas do momento. Eco garante que: “(...) nós não temos como controlar as comunicações de massa. Elas não são controláveis nem pela vontade privada nem tão pouco pela sociedade” (ECO, 1984, p. 170). O controle da comunicação não deve começar pela fonte, mas onde ela chega, no Canal, o telespectador. Na visão de Eco: “Não estou propondo uma nova e mais terrível forma de controle da opinião pública. Estou propondo uma ação para impelir o público a controlar a mensagem e suas múltiplas possibilidades de interpretação” (ECO, 1984, p.172). Tal controle também foi usado para “preparar o terreno” quando da aproximação das massas com a imagem:

“A relação das classes populares com a imagem é muito distinta da sua relação com os textos escritos. Mas a ‘proximidade’ do povo às imagens é paradoxal: o mundo que representa a iconografia é muito mais estranho, exterior e distante do mundo popular que o que recolhem e difundem os relatos escritos. Precisamente porque nas imagens se produzia um discurso mais acessível às massas, a seleção do dizível e difundível será muito mais cuidadosa e censurada. A popularidade das imagens não virá tanto dos temas ou das formas, mas dos *USOS*: ao aferrarem-se a determinadas imagens as classes populares produziram nelas um efeito de arcaísmo próximo ao dos contos populares, e ao usá-las como amuletos as reinscreviam no funcionamento de sua própria cultura” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.164).

Ao descrever as razões para a popularidade das imagens na sua relação com os contos e devido aos seus modos de agir, devemos perceber o fio invisível que liga a produção de sentidos encadeada pelos símbolos usados nas narrativas visuais e a influência que as mesmas conseguem imprimir na constituição de práticas sociais. Muitas sociedades possuem esta relação intrínseca entre o social e o imagético, mais evidente ao analisar situações ritualísticas:

“os seres humanos usam seus símbolos sobretudo para agir, e não somente para se comunicar. O patrimônio é usado não apenas para simbolizar, representar ou comunicar: é bom para agir. Essa categoria faz a mediação sensível entre seres humanos e divindades, entre mortos e vivos, entre passado e presente, entre o céu e a terra e entre outras oposições. Não existe apenas para representar idéias e valores abstratos e para ser contemplado. O patrimônio, de certo modo, constrói, forma as pessoas” (GONÇALVES, 2003, p.27).

A compreensão do poder que a relação entre os indivíduos e as imagens pode conferir explode quando a televisão invade os espaços privados - e, como consequência, públicos - e passa a determinar novos modos de agir, radicalizando o entendimento de como é construída uma cultura que se proclama nacionalizada através da TV. Hoje, as ingerências políticas cotidianas reclamam respaldo no espelho da mídia televisiva formada pelas redes subjetivas, entre elas os espectadores. Até no âmbito da política federal formal ela está presente: é pela TV que os presidentes se dirigem à nação! A mediação televisiva, para Jesus Martín-Barbero, passou a constituir o discurso e a ação política através do “eixo do olhar”:

“Se a televisão exige da política negociar as formas de sua medição, é porque, como nenhum outro, esse meio lhe dá acesso ao *eixo do olhar*, a partir do qual a política pode não só invadir o espaço doméstico como também reintroduzir em seu discurso a corporeidade, a gestualidade, isto é, a materialidade significativa de que se constitui a interação social cotidiana. Se falar de *cultura política* significa levar em conta as formas de intervenção das linguagens e culturas na constituição dos atores e do sistema político, pensar a política a partir da comunicação significa pôr em primeiro plano os ingredientes simbólicos e imaginários presentes nos processos de formação do poder” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.14).

O Brasil, seguramente, é um país que vive a sociedade midiática, porque milhões de pessoas assistem, cotidianamente, às telenovelas, aos telejornais, aos reality-shows e a uma variedade de programas que transmitem novas informações e conhecimentos que ganham novos significados nos distintos contextos da audiência, espalhada pelos quatro cantos desse imenso país. É inegável que a presença da televisão nos grandes centros urbanos, ou nas pequenas cidades, interfere, vincula-se, está presente nos modos de agir, de pensar e cria novas estratégias e táticas de convivência cotidiana, na casa ou na rua. No Brasil, a televisão está em quase todos os lugares públicos e privados, sendo um sistema complexo de divulgação de uma infinidade de produtos culturais usados e

consumidos em todas as suas regiões, em lugares urbano ou rural, bastando haver pessoas juntas para falar de televisão, usar e consumi-la.

A maioria da população dos pequenos municípios usa, diariamente, a televisão, para se informar, para adquirir novos conhecimentos e para seu entretenimento. É a mídia que mais oferece novas visões do mundo externo de outros lugares. A televisão não inventa moda, não impõe estilo de vida, não condiciona sozinha o cotidiano dessas cidades; ela é um dos instrumentos capazes de regular, de determinar alguns dos novos hábitos e costumes diários. Mas, entre dizer que ela faz o que deseja com os sujeitos da audiência e que tudo chega através da tela é aceito passivamente, há uma grande diferença (BUCCI, 2000). A televisão não é o único dispositivo responsável pela produção e circulação do produto cultural na sociedade de consumo de massa. São co-responsáveis os rádios, os cinemas, os jornais e as revistas, ou seja, nenhuma mídia está totalmente excluída. A sociedade moderna debate com mais intensidade os prós e os contras das mensagens televisivas, por ser a mídia de maior impacto, por estar ao alcance da maioria dos brasileiros pobres ou ricos, alfabetizados ou não. Ela está na agenda diária da escola, dos bares, dos sindicatos, das praças, dos estádios de futebol, das reuniões políticas e religiosas; é tema nos vários encontros de que todos nós participamos cotidianamente, de dia, de noite e nas varadas das madrugadas. A televisão tem que ser levada a sério, e não pode ser responsabilizada por tudo o que acontece de mal na sociedade; por tudo que o mundo tem de ruim. Ela não tem que pagar essa conta sozinha e ser a culpada da mercantilização globalizada da cultura (MACHADO, 2000).

Quem faz a televisão é a sociedade, pois a sua sobrevivência não seria possível sem a resposta da audiência. É essa relação de dinamicidade entre produção-criação-distribuição e mercado que viabiliza sua sustentação. São as diferentes interpretações e interpelações da sociedade com relação à televisão (tem ou não tem qualidade, deixa ou não deixa de ser importante na nossa vida, educa ou não educa?) que vão construindo o seu conceito e pondo em prática o seu uso na vida cotidiana dos brasileiros em quase todos os lugares.

Os constituintes da audiência tanto podem ficar fascinados com a televisão como também ser capazes de rejeitar e arquivar a programação e dela se desapossar, temporariamente. Ninguém obedece a ninguém cegamente, e as experiências de quem pretendia manipular a audiência da televisão não foram totalmente bem sucedidas. Mesmo nos pequenos grupos sociais de baixo poder aquisitivo e de alfabetização, a audiência da televisão não é um procedimento passivo, mas uma atividade multidimensional de significação e de sentido. Esses grupos possuem alternativas próprias para a elaboração dos seus produtos culturais: emitem opiniões, fazem críticas, tomam posição e se apropriam de interesses que vão além dos planejados pela produção e emissão da mídia hegemônica. Portanto, neste estudo, o interesse é compreender e interpretar as diferentes formas visíveis e dissimuladas que cada constituinte da audiência faz com a programação da televisão no interior da casa, em família, na rua, na praça, com os amigos, nos vários espaços e tempo dos movimentos socioculturais nas comunidades. Os produtos midiáticos ofertados pela televisão só vão ter sucesso no contexto local, quando infiltrados nas intrincadas redes de comunicação cotidianas alimentadoras das manifestações culturais populares que se incorporam ao conjunto da sociedade.

Evidentemente toda audiência é ativa, mas é necessário questionar: que tipo de audiência é exercida, se cada membro de um grupo de audiência tem diferentes necessidades de apropriação e uso dos sentidos midiáticos? Ver televisão implica uma tomada de decisão, uma ação, nunca constituindo uma prática passiva. É estar ao alcance da oferta de diferentes produtos, diferentes experiências que são interpretadas e interpeladas por diferentes constituintes da sua audiência. Ou seja, todos os constituintes da audiência da televisão são ativos, embora nem todos sejam ativistas. A noção de mediador ativista está relacionada com a situação das diferenças operacionais na apropriação dos bens televisivos que cada sujeito tem na constituição de uma audiência. O mediador ativista é um agente transformativo que pode ser conservador ou progressista, que necessita de algumas formas de organizações formais ou informais para operar as disseminações de suas idéias nas redes de comunicação popular, na mídia, nas instituições sociais (família, religiões, artes, sindicatos, partidos políticos, escolas), assim como de meios como a



sedução, a cooptação, o suborno, a coerção, a agitação cultural e outros não-convencionais (SHINAR, 1999).

A sociedade contemporânea é a sociedade da comunicação, cuja especificidade são as tecnologias de produção do mundo como imagem. É uma sociedade onde os processos comunicacionais são produtores de sentido e o mercado valora os vínculos entre os sujeitos através de práticas de consumo:

“A novidade fica por conta da análise do *meio* televisão como *mediação* ‘tecnológica’ e cultural, pela qual a televisão é tratada através das hibridações entre *tecnicidade* e *visualidade*. Nos marcos dessas duas categorias a televisão torna-se experiência comunicativa e cultural nos processos de *desconstrução* e *reconstrução* das identidades coletivas, lugar onde se trava a estratégica batalha cultural do nosso tempo” (LOPES, 2001, p.10).

O mercado não pode sedimentar tradições pois tudo o que produz, segundo Martín-Barbero, “desmancha no ar devido à sua tendência a uma obsolescência acelerada e generalizada” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.15). O mercado não pode “engendrar inovação social” pois esta pressupõe diferenças e identidades, enquanto a lógica do mercado é movida pela rentabilidade. A força da audiência enquanto formada por “sujeitos ativos”, como conceituado por Olga Guedes, mostram que “resistência” e “subversão” são categorias usadas pelo público na interpretação e produção de novos significados (GUEDES, 1998, p.114). Quem promove a *inovação social* é o público através de novas demandas sociais como, por exemplo, organizações ecológicas ou de direitos humanos, os movimentos étnicos ou de gênero, ou seja, promovem novos usos sociais dos meios. São estes grupos que vêm constituindo meios próprios de disseminação de *suas imagens*, criando emissoras de TV comunitárias ou sem fins lucrativos que surgem como uma possibilidade de atualização de memórias destas organizações.

Karen Workman, fundadora do Museu da Pessoa, percebe no “Vou te Contar” esta possibilidade da audiência se assumir detentora de matrizes culturais que se engendram na lógica cultural como uma força política: “Um dos grandes trunfos da TV é a imagem: você vê a cara, o jeito da pessoa, tem uma percepção muito maior. Já a web tem um papel

diferenciado pois nós entendemos que o portal é o nosso museu. A idéia que não um museu físico, mas sim uma rede de memórias que funciona como um depositário de depoimentos. Ela não é entendida como uma mídia de disseminação. Ela é sobretudo um lugar onde você pode disponibilizar o acervo e assim permitir uma maior interatividade. A imagem em movimento tem uma força muito grande quando você trabalha com a história oral, a história de vida, pois você está trabalhando com um elemento da emoção. Daí pode rolar ou não a empatia, que é um outro elemento. Contar histórias é um ato muito antigo e muito poderoso. Quando você transforma este discurso oral para uma mídia escrita, se altera a percepção daquela mensagem, tornando-se mais analítica e racional. E também poderosa. Mas eu acho que a imagem em movimento tem uma outra intenção, com a sua própria linguagem sem ser um vídeo clipe. O trabalho do Vou te Contar e do São Paulo Meu foi excelente pois significou para a gente uma nova função de um material que inicialmente não foi gravado para o uso televisivo. Ele devolve o poder do sagrado à qualquer pessoa, algo que não se vê mais comumente pela televisão”.

Para José Reginaldo Santos Gonçalves, esta sacralização oferecida pela imagem produz um “efeito de realidade” – expressão usada por Roland Barthes (BARTHES, 1988, p. 141) - e sendo entendido como uma alegoria visual:

“Enquanto objetos ou práticas sociais objetificadas, são todos apropriados com o propósito de serem exibidos e contemplados. Esses objetos e práticas objetificadas autenticam o ‘real’ produzido por essas narrativas do patrimônio cultural. O que dizem é: ‘Nós somos reais, tanto quanto a realidade que representamos’. [...] O patrimônio cultural pode ser entendido como uma alegoria visual em dois sentidos: pelo uso de meio visuais; mas também porque, como alegoria, ele ilustra e reproduz o princípio epistemológico do conhecimento como um produto do olho” (GONÇALVES, 2002, p.80).

Mas outros autores, como Henri-Pierre Jeudy, entendem que a melhor forma de garantir que os patrimônios mantenham seus sentidos atualizados para as sociedades que os sacralizaram se dá através da sua inserção nos trabalhos conduzidos pelos museus: “Sendo tudo virtualmente um patrimônio futuro ou imediato não há outra alternativa para obter a consagração cultural. [...] Entrar na ordem patrimonial é o melhor meio de ligar o passado ao futuro, ou seja, de assegurar sua inserção na lógica de uma continuidade histórica”. (JEUDY, 2005, p.69).

Mas como a TV pode ser entendida dentro desta ordem patrimonial? Visitando o sentido tradicional do conceito de museu, ele tem que ter um acervo, dar um sentido aquele acervo, ou seja, fazer exposições. Ele é na verdade um recorte de um patrimônio material e imaterial. Assim, os programas de TV do Museu da Pessoa são uma estratégia de disseminação mais do conceito de rede de memórias do que do acervo. Como o Museu da Pessoa não precisamos de uma acervo físico para compor as nossas exposições, a TV pode ser entendida como uma interface desta rede de memórias do Museu. “A televisão não é um canal ainda de interatividade onde a pessoa pode manipular o modo como ela quer que a sua história seja exibida. Mas isso tende a mudar com o avanço das tecnologias e dos acessos” disse Karen Workman, sobre a atuação do Museu no espaço televisivo.

Os usos da tecnologia para a disseminação de patrimônios constituem uma ação que vai além das ações de marketing dos museus. Para José Cláudio Alves Oliveira: “O recinto museu ganhou diversas formas através dos tempos. E os museólogos passaram a acompanhar as novas tecnologias, avançando por essa via a sua comunicação com o público, seja através de exposições dinâmicas – procurando um público ativo e não passivo -, seja através da internet, de debates ou através de CD-Roms” (OLIVEIRA, 2006). Tais artifícios trazem uma deslinearização na forma de se organizar as exposições de um acervo, ao mesmo tempo em que a ampliação do uso dos meios midiáticos eletrônicos deverá acompanhar a criação de ferramentas de busca que “personalizem” os encaminhamentos que cada usuário do sistema museológico quiser fazer. Algo que, como disse Karen Workman, a TV ainda não faz, mas no futuro novas formas de interação com as mídias possibilitarão que se crie narrativas personalizadas nos usos do patrimônio pela população. Afinal, as comunidades futuras continuarão recorrendo ao “sistema de objetos” que congregam o patrimônio cultural na “formação de identidade de grupos e categorias sócias nas modernas sociedades ocidentais (GONÇALVES, 2002, p.22).

O papel da TV na identificação e reordenação das narrativas sobre o patrimônio cultural é essencial para a discussão de políticas culturais que normalmente desconsideram a tensão

mais evidente neste campo: a contradição existente na TV entre a desativação das diferenças sociais e a presença de uma matriz cultural que, segundo Jesus Martín-Barbero, não interessa às elites:

“A televisão não seria assunto de cultura, só de comunicação. E, como prova, argumentam: onde estão as *obras-primas* produzidas pela televisão? Seriam por acaso as versões inglesas de clássicos da literatura, ou os melodramas pseudo-históricos norte-americanos? Mais uma vez, como afirmou Benjamin a propósito da fotografia, os mandarins da Cultura continuarão a se perguntar se a televisão pode ser considerada como cultura enquanto – gostemos ou não, para bem ou para mal – é a própria noção de cultura, sua significação social, o que está sendo transformado pelo que a televisão produz e em seu modo de reprodução” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p.310).

Os meios de comunicação são fatores indispensáveis, tanto na criação, transmissão e mudanças sociais. Mas para a maioria das pessoas, ainda pertencem a grandes grupos de comunicação. Contrapondo-se a esta posição, Cecilia Peruzzo afirma que para alguns dos ideólogos do movimento pela democratização dos meios de comunicação, participantes do universo acadêmico, diante da situação encontrada e da crise ocorrida diante do vigor do processo de globalização “não fazia mais sentido falar de comunicação popular e comunitária”, posição da qual discorda. Peruzzo coloca que a comunicação comunitária se “revela revigorada e em múltiplas feições”, tendo em vista os complexos processos das relações sociais, que perpassam os interesses globais de pessoas e instituições, dirigindo-se àquilo que lhe está próximo: a vida da vila, do bairro, da cidade onde moram ou estão situadas. A autora coloca que ocorre porém que:

“A comunicação comunitária acaba por se revelar um fenômeno complexo, pois não tem a visibilidade amplificada como é a da grande mídia, além de poder ser compreendida de diferentes maneiras. Em suma, diferentes manifestações de comunicação que ocorrem em nível local são colocadas indiscriminadamente sob o rótulo de comunitárias, o que acaba por gerar distorções na compreensão do fenômeno” (PERUZZO, 2003, p. 245).

Peruzzo, partindo do pressuposto de que comunidade se constitui de grupos cujos membros tenham uma proximidade, geográfica ou não, marcada pelo sentimento de pertença, identidade e interesses comuns, conceitua que a “comunicação comunitária diz respeito a um processo comunicativo que requer o envolvimento das pessoas de uma ‘comunidade’, não apenas como receptoras de mensagens, mas como protagonistas dos

conteúdos e da gestão dos meios de comunicação” (PERUZZO, 2003, p. 246). A própria autora ressalta que este não é o único conceito e nem a única forma de fazer comunicação comunitária. Tendo em vista as mudanças sociais e a ocorrência de uma comunicação diferenciada em nível da sociedade civil, especialmente nos movimentos gerados a partir do envolvimento no seio das camadas subalternas da população ou a ela ligados de modo orgânico, vem ocorrendo uma prática cotidiana voltada para os interesses e as necessidades dos próprios grupos de pertencimento ou de participação de movimentos sociais mais amplos que contribuem para a elaboração das culturas populares e a formação para a cidadania.

A comunicação popular e comunitária se vinculam em geral aos movimentos e manifestações em prol da justiça social, um movimento que nasceu “nas democracias mais avançadas, o cidadão depois de ter conquistado o direito de participação política, percebeu que esta se insere num âmbito mais amplo, o da sociedade em seu conjunto” (PERUZZO, 1999, p. 64). Bergher, corroborando com Peruzzo, afirma que:

“O estudo da comunicação popular redefiniu os marcos da problemática da comunicação: durante muito tempo, falar de comunicação significou falar de meios, canais, mensagens. Agora falar de comunicação popular implica falar de cultura, de relação. E necessita para tanto, da interdisciplinaridade em seu sentido mais profundo [...] A redefinição do popular permitiu pensar a diversidade e a pluralidade e revalorizar a relação entre comunicação de massa e comunicação popular” (BERGHER, 1989, p. 19).

Aqui, no entanto, aparece em função dos meios de comunicação de massa, a padronização de bens, serviços e da própria cultura, em forma de mensagens padronizadas e em série. Bordenave, citando Ramos (2001, p. 31) afirma que a personalidade dos indivíduos é um produto social, gerado pela interação com as demais pessoas, onde ocorre a utilização de símbolos significativos presentes em sua cultura, que permitem apropriações mútuas das atitudes, que ocorre por meio da comunicação e na comunicação. Essa afirmação encontra reforço em Barros, que coloca:

“Torna-se cada vez mais aceita a noção de que a formação cultural dos seres humanos nas sociedades contemporâneas passa muito pelas intermediações do cotidiano marcadas por um contexto de complexidade. Intermediações que ocorrem através da comunicação interpessoal, grupal

e massiva e que se ampliam com a incrementação de novas tecnologias” (BARROS, 1997, p. 30).

Aqui se faz necessário explicitar o entendimento de cada um desses elementos no processo de socialização, que é o processo de internalização e apropriação do mundo social, com suas normas, valores, modos de representar os objetos e situações que compõem a realidade objetiva; é o processo de constituição de uma realidade subjetiva, que se forma a partir das primeiras relações do indivíduo com o meio social, quando o indivíduo torna-se membro de um determinado conjunto social, aprendendo seus códigos, suas normas e regras básicas de relacionamento, apropriando-se do conjunto de conhecimentos já sistematizados e acumulados pelo grupo que o compõe. Clarificando então as questões relativas ao que é comunicação, estendendo esse entendimento para a comunicação comunitária e percebendo sua influência na cultura e na construção da identidade dos seres humanos, podemos falar de sua importância e de seu valor social. Fica clara a necessidade de inserção das pessoas num processo de comunicação como fator preponderante de integração ética e social e, sobretudo, como processo de transformação da própria sociedade. Esta posição é reforçada por Neumann quando aborda a perspectiva de atuação de nas comunidades, pensando a comunicação comunitária e o desenvolvimento de instrumentos de comunicação alternativos que se opõe aos meios de comunicação de massa e ao modelo vertical de comunicação e diz que “são veículos feitos pela comunidade e para a comunidade, com função de informar e resgatar o verdadeiro espírito comunitário de solidariedade, ajuda mútua, organização, participação e luta por objetivos comuns.” (NEUMANN, 1991, p. 14).

Este processo de organização popular traduz-se num elemento importante na construção de uma sociedade em que as atividades desenvolvidas facilitam a valorização das identidades e raízes culturais, abrindo espaço para a interação com os patrimônios culturais intervenham com os meios de comunicação na disseminação de manifestações dos saberes e da cultura da população, numa perspectiva de comunicação horizontal e participativa, em que cada participante seja agente dos diferentes processos do resgate da cidadania, Peruzzo afirma que:

“Os meios de comunicação comunitários / populares – nem todos obviamente – têm assim o potencial de ser, ao mesmo tempo, parte de um processo de organização popular e canais carregados de conteúdos informacionais e culturais, além de possibilitarem a prática da participação direta nos mecanismos de planejamento, produção e gestão. Contribuem, portanto, duplamente para a construção da cidadania” (Peruzzo, 2003, p.247).

A comunicação trabalha a memória coletiva, assim como os museus também o fazem. Mas em diferentes sentidos. Enquanto as instituições museológicas seguem a lógica do armazenamento e os meios de comunicação a da interação social (mesmo que à distância, todos os leitores/espectadores dos meios de massa sabem que não o fazem sozinhos), ambos visam preservar atitudes, fatos fundadores e valores através de uma constante atualização de sentidos sociais. Dada a velocidade de informações e a fome do mercado comunicacional por novidades, a tecnologia digital permitiu que surgisse uma recente febre acerca dos patrimônios audiovisuais. O exemplo mais forte na atualidade é o site You Tube, que permite ao usuário postar (ou seja, inserir arquivos) e assistir a filmes. O site se tomou um celeiro de verdadeiros tesouros audiovisuais como cenas de novelas da década de 1970, reportagens e comerciais antigos, assim como, devido a sua popularidade, plataforma de lançamento de vídeos e campanhas publicitárias, de empresas como Nike e chocolates Twix, que chegam primeiro ao You Tube para somente depois serem lançadas em meios mais tradicionais como a TV. O You Tube representa 42,2% do mercado de vídeo on-line, ganhando do My Space (26,1%) e do Yahoo Vídeo (7,6%) (CESAR, 2006).

O fenômeno do vídeo on-line, que já atingiu a marca de mais de 100 milhões de vídeos exibidos por dia e onde a cada 24 horas os internautas colocam no ar 65 mil novos vídeos, configuram um novo padrão social de comunicação (FORTES, 2006). A linguagem audiovisual, de códigos muito similares em todo mundo, está se configurando como uma nova forma de representação comunicacional mundial. Para milhões de usuários que já utilizam e-mail, programas de troca *real-time* de mensagens como o Messenger, que postam em blogs e visitam páginas personalizadas no Orkut, a popularidade de sites de vídeos on-line, onde um em cada quatro usuários acessa a

internet para assistir a vídeos (FORTES, 2006), parecem demonstrar que a nova geração de audiovisual está longe de ser conduzida por profissionais do cinema e da TV.

Os brasileiros, que são líderes mundiais em número de horas mensais de uso da rede com 20 horas e 39 minutos (CESAR, 2006), já representam, segundo a pesquisa Ibope/NetRatings, 1,4 milhões de usuários que visitaram no mês de maio/2006 o You Tube, o que equivale a 9% dos usuários no país. Entre os países pesquisados, essa porcentagem só é maior na Espanha, onde chega a 17% (FORTES, 2006). Considerando a tendência de crescimento, pode-se estimar que o número de visitantes domésticos brasileiros já esteja perto de 2 milhões. E esses números não incluem aqueles que navegam no trabalho, na escola ou numa LAN house.

No lugar do tradicional produto *blockbuster*, a rede possibilita o surgimento de milhares de pequenos *hits*. Vídeos brasileiros também não faltam na rede. No dia 24 de outubro de 2006, uma pesquisa no You Tube com a palavra “Brasil” levou a 23.648 clipes. Esse interesse dos brasileiros pelo compartilhamento de vídeo vai além do visionamento dos clipes no You Tube: os usuários podem deixar mensagens na página do vídeo, podem recomendá-lo, adicioná-lo a sua lista de favoritos, denunciá-lo aos gestores do site caso contenha pornografia ou outro conteúdo considerado ofensivo, e, em nossa opinião uma das facetas mais interessantes, copiá-lo para os seus blogs. Desta maneira, é bem possível que inovações como o vídeo on-line irão mudar a forma como as pessoas se relacionam com a televisão e outros suportes audiovisuais, que poderão ganhar características auráticas não por sua reprodução, mas como expressão única de usuários que criam ou disponibilizam seus acervos audiovisuais pessoais, imprimindo nos vídeos o dispositivo da personalidade devido a sua segmentação por opção. É só imaginar que a banda larga irá ser o próximo padrão em alguns anos, que a popularização das câmeras de vídeo e computadores pessoais pelo barateamento dos custos – é só lembrar que os aparelhos de rádio e de TV seguiram caminho parecido – e que, devido à nossa cultura televisiva, cada vez mais usuários quererão assistir ou disponibilizar imagens em movimento na rede, sejam as que foram capturadas da própria TV ou dos velhos filmes super-8 guardados no porão ou em arquivos públicos e museus. Seja para a nostalgia ou para *avant-premières*,



casos como o de Adriano Silva, que desde os anos 80 grava os melhores momentos de suas atrações televisivas em sua coleção de 200 fitas VHS e hoje os disponibiliza na rede serão mais comuns: “Muita gente também gosta, mas era carente dessas informações. Hoje, ficou bem mais fácil”, comenta Adriano (MARTHE, 2006).

A tecnologia vêm dotando os indivíduos da capacidade de se relacionarem através do audiovisual quando e como quiserem. É claro que isto não representará a falência da TV como negócio pois sua ordem de padronização é necessária para a manutenção das formas de comercialização capitalista. Aliás, o vídeo on-line representa mais uma possibilidade de negócio para a mídia tradicional (através de utilização de vídeos ou reportagens gravados pelos espectadores em câmeras de celular, por exemplo) e uma alternativa de interação dos usuários que, através de vídeos curtos (atualidade) ou longos (no futuro), poderão ampliar as formas de entrar em contato com usuários de culturas diferentes ou, é claro, como forma de reforçar o pertencimento a grupos onde já se encontra inserido. Aparelhos de visionamento de vídeos pessoal, como os Ipods e celulares, contribuirão para que este acesso seja cada vez mais personalizado e eficaz na sua disseminação. O telespectador do futuro terá com os vídeos uma relação mais íntima, por ele representar suas ideais e preferências, sem excluir a possibilidade de recebimentos de conteúdos criados e direcionados a públicos de outros grupos sociais. Com o controle individual sobre o que assistir, sua participação nos meios de comunicação será supervisionada e compartilhada por empresas e outros usuários, fazendo tudo o que se assista, de publicidade a filmes comerciais ou caseiros criados por ele próprio por comunidades afins, compactue com sua vida social dentro e fora da mídia. Jesus Martín-Barbero considera que a significação social da mídia está mudando e “junto com sua capacidade de representar o social e construir a atualidade, persiste sua função socializadora e de formação das culturas políticas” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 73).

A relação com os patrimônios audiovisuais se tornará parte do cotidiano, vistos que nossa interação e uso dos mesmos no dia-a-dia será ampliado. Incorporados às nossas vivências, servirão, tal como postulado por José Reginaldo Santos Gonçalves, como suporte de identidades e coesão social nos grupos onde circulamos. Frances Cairncross

dissertou sobre a crescente interação com as mídias no cotidiano futuro: “É bem possível que a satisfação do contato humano ocupe parte do tempo que as pessoas hoje gastam com entretenimento eletrônico pré-fabricado. A vida social, portanto, será enriquecida, e não empobrecida” (CAIRNCROSS, 2000, p.55). Concluindo, tais colocações permitem que concordemos com Martín-Barbero quando ele diz que:

“As transformações *tecnoperceptivas* possibilitam às massas urbanas apropriar-se da modernidade sem deixar sua cultura oral. Pois só então será possível uma crítica capaz de diferenciar a indispensável denúncia da cumplicidade da televisão com as manipulações do poder, e os mais sórdidos interesses mercantis, do lugar estratégico que a televisão ocupa nas dinâmicas da cultura cotidiana das majorias, na transformação das sensibilidades, nos modos de construir imaginários e identidades” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 73).

## 5 CONCLUSÕES

“EU VOU REZAR, LIGAR O RÁDIO, FICAR INVISÍVEL  
POIS NADA VAI TE ATRAPALHAR  
PRA ME SEDUZIR, QUERO TE ENCONTRAR  
DEUS, POR FAVOR  
APAREÇA NA TELEVISÃO”

*Kid Abelha em “Deus (Apareça na Televisão)”.*



*SEU TAURINO, de Santiago/RS, conta o caso “Relógio Perdido” para a equipe do “Vou te Contar”*

Como procuramos argumentar ao longo desta pesquisa, as narrativas são uma das principais maneiras que os indivíduos encontram para organizar e transmitir suas experiências. Num certo sentido, a narrativa constitui um modo de pensar. Foi partindo deste pressuposto, que resolvemos estudar como a narrativa é construída pela televisão no sentido de organizar a vida sociopolítica de determinadas comunidades que têm a oportunidade de protagonizarem seus próprios discursos na TV.

O sistema de televisão no Brasil foi implantado a partir da década de 50 do século XX, através de concessão pública autorizada pelo Governo Federal, e seguiu o padrão e modelo de programação televisiva dos Estados Unidos. Apesar de ter sido considerada um instrumento educativo, a televisão tem como prioridade a divulgação da publicidade. Dessa forma, e num ritmo alucinante, a televisão fala e mostra cenas que impossibilitam ao telespectador se deter em alguma coisa específica. Tal conteúdo mostra uma possibilidade de estudo que não foi abordada por este trabalho.

Este trabalho deixará muitas questões para serem respondidas, principalmente no âmbito dos estudos de recepção, resultando-se na seguinte pergunta: como se realiza a interação entre TV e audiência? Isso significa assumir a audiência como sujeito e implica vê-la em constituição por processos variados, resultante da interação entre receptor, TV e mediações.

É possível notar que a TV representa para estas pessoas é um misto de entretenimento e educação sociopolítica. Esta constatação nos remete novamente à hipótese que levantamos no início deste trabalho, quando nos referíamos à função da TV. Dizíamos que os meios de comunicação põem em evidência uma reestruturação da vida urbana, remodelando o consumo e a vida cotidiana das grandes cidades justamente em torno da idéia de mesclagem entre entretenimento e informação numa recepção que revela a atitude criativa dos sujeitos através de indícios de não-passividade.

Ao longo desta pesquisa, entendemos o patrimônio cultural como algo que se constrói, se fundamenta e se recria no cotidiano. Os conteúdos de representações sociais

patrimonializadas disseminadas pela televisão que apresentamos nessa dissertação constituem práticas e saberes desenvolvidos no cotidiano das relações sociais, que integram aspectos afetivos, simbólicos, cognitivos e políticos. A análise das imagens difundidas pela televisão e dos tempos passados diante do aparelho devem sempre ser completadas pelo estudo daquilo que o consumidor cultural “fabrica” durante essas horas e com outras imagens. Nessa produção/fabricação/criação cotidiana que é o consumo dos bens culturais, das mensagens televisivas, do entorno social, é que se constroem as representações sociais, que são também possibilidades de construção de conhecimentos dos sujeitos coletivos.

Ao codificar e resignificar as mensagens televisivas, os indivíduos afirmam sua posição ativa de constituidores de sentidos daquilo que os rodeia, decretando em conjunto com os membros de suas comunidades o que deve ser culturalmente mantido num processo de patrimonialização. Desta maneira, configuram-se audiências que estão longe da pura passividade, da pura resistência. Nos movimentos de quererem protagonizar na TV, na explicitação de suas ancoragens sociais, revelam também seus anseios por uma sociedade mais coesa frente à crescente enxurrada de informações em circulação. Por tratar-se de processo multifacetado e dinâmico, parece-nos, portanto, que estamos diante de determinados dados de realidade em torno dos quais há ainda muito que se investigar.

Nossa sugestão para novos estudos se dá naqueles caminhos pouco explorados por esta investigação, os processos de construção das representações regionais versus nacionais sobre a TV e as representações sociais dos próprios produtores de TV. Investigar os vários espaços constituidores da subjetividade como a casa, o bairro, a comunidade, em muito pode contribuir para o entendimento das representações locais contra as nacionais exibidas pela televisão. Um exemplo interessante é a série “O Bom Jeitinho Brasileiro”, que retrata pessoas de renda média a baixa que lutam de forma ética para se sustentarem com pouco dinheiro, extrapolando o regionalismo em direção a uma abordagem que se baseia no discurso fundador, logo patrimonializado, da formação moral do povo brasileiro. Quanto aos produtores dos meios de comunicação de massa, seria interessante perceber como as escolhas sobre o que será representado pelos protagonistas no momento

de *casting* de um programa de fato os representam, num exercício dialético de constituição de sentidos tanto para o objeto TV quanto para os sujeitos emissores e receptores.

No momento de finalização deste trabalho, faz-se imprescindível anunciar que a direção do canal autorizou para 2007 a produção de mais duas temporadas do “Vou te Contar”, sendo o Paraná e o Rio Grande do Norte os Estados escolhidos. A diferença nestas temporadas será a incorporação da equipe de mobilização do Canal Futura no processo de pré-produção, onde os mobilizadores do canal farão a pesquisa de personagens e causos. O pesquisador do Museu da Pessoa capacitará os mobilizadores, que moram nos Estados citados, para encontrarem os possíveis novos protagonistas da série. A equipe de gravação permanecerá sendo composta somente pelo pesquisador do Museu, pelo diretor, pelo operador de câmera e o motorista da *van* de gravação. A escolha dos Estados se deu pela experiência dos mobilizadores em trabalhar os conteúdos do canal, funcionários a quase dez anos. Tal estrutura visa aproximar as áreas de produção e mobilização do Futura, gerando um novo modo de produção de programas que estreite a relação entre os produtores e o público.

Por fim, José Reginaldo Santos Gonçalves sempre nos arrebatou: “Apropriar-se é sinônimo de preservação e definição de uma identidade, o que significa dizer, no plano das narrativas nacionais, que uma nação torna-se o que ela é na medida em que se apropria do seu patrimônio” (GONÇALVES, 2002, p.24).

## REFERÊNCIAS

- ABREU, Regina. *Chiclete eu misturo com bananas? Acerca da relação entre teoria e pesquisa em memória social*. In: *O que é memória sócia?* Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2005.
- \_\_\_\_\_; CHAGAS, Mário (orgs.). *Memória e Patrimônio: Ensaio Contemporâneo*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- AUMONT, Jacques. *A Estética do Filme*. Campinas: Papyrus, 1995.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- \_\_\_\_\_. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1999.
- BALL-ROKEACH, Sandra; DeFLEUR, Melvin L. *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- BARROS, Laan Mendes de. *Comunicação e educação numa perspectiva plural e dialética*. In: *Nexos – Revista de Estudos de Educação e Comunicação*. São Paulo: Univ. Anhembi-Morumbi, 1997.
- BARTHES, Roland. *O Efeito do Real*. In: *O Rumor da Língua*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- BAUMAN, Zygmunt. *O Mal-Estar da Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- BELTRÁN, Luis R. *Adeus a Aristóteles: Comunicação Horizontal*. Rio de Janeiro: Vozes, 1986.
- BENJAMIN, Walter. *O Narrador: Considerações Sobre a Obra de Nicolai Leskov*. In: *Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- \_\_\_\_\_. *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica*. In: *Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BENVENISTE, Émile. *Problemas de Linguística Geral*. Campinas: Pontes, 1995.
- BERGER, Christa. *A comunicação emergente: popular e / ou alternativa no Brasil*. São Paulo: Summus, 1989.
- BERGSON, Henri. *Introdução à Metafísica*. In: *Cartas, conferências e outros escritos*. São Paulo: Perspectiva, 1982.
- BITTENCOURT, Sandra. *O Currículo Invisível da Televisão Educativa e a Construção de Estratégias Educativas*. In: *Revista Famecos*, n.7. Porto Alegre: PUC/RS, 1997.

- BORDENAVE, Juan Enrique Dias. *O que é comunicação?* São Paulo: Brasiliense, 1982.  
\_\_\_\_\_. *Além dos meios e mensagens*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- BOSI, Ecléa. *Memória e Sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.  
\_\_\_\_\_. *Razões práticas sobre a teoria da ação*. Campinas: Papyrus, 1996.  
\_\_\_\_\_. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.  
\_\_\_\_\_. *O Mercado de Bens Simbólicos*. In: *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1982.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma História Social da Mídia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BRUNER, Edward. *Ethnography as narrative*. In: TURNER, V.; BRUNER, E. (org). *The anthropology of experience*. Chicago: Illinois University Press, 1986.
- BUCCI, Eugênio. *Brasil em Tempo de TV*. São Paulo: Bomtempo Editorial, 2000.
- BURKE, Peter. *O que é História Cultural?* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- CAIRNCROSS, Frances. *O Fim das Distâncias*. São Paulo: Nobel, 2000.
- CANCLINI, Nestor García. *As Culturas Populares no Capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1983.  
\_\_\_\_\_. *Consumidores e Cidadãos – Conflitos Multiculturais da Globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.  
\_\_\_\_\_. *O patrimônio cultural e a construção imaginária do nacional*. In: *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*. Rio de Janeiro, v.23, p.94-115, 1994.
- CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da Comunicação Visual*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício de. *Comunicação e Televisão: Desafios da Pós-globalização*. São Paulo: Hacker, 2004.
- CARRAVETTA, Luíza. *TV: Linguagem, Produção Cultural e o Resgate da Oralidade*. IN: *Revista Famecos*, nº 6. Porto Alegre: PUC/RS, 1997.
- CASCUDO, Luis da Câmara. *Literatura Oral no Brasil*. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia, 1984.
- CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.



CASTORIADIS, Cornelius. *A Instituição Imaginária da Sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

CASTRO, Daniel. *Brasileiro consome quase 5 h diárias de TV*. Folha de São Paulo, Caderno Folha Ilustrada, São Paulo, n. 27677, 11 jan. 2005.

CESAR, Ricardo. *Geração Digital*. In: *Revista Exame*. Ed. 875. São Paulo: Abril, 2006.

CHOAY, Françoise. *A Alegoria do Patrimônio*. São Paulo: UNESP Editora, 2000.

CLIFFORD, James. *Colecionando Arte e Cultura*. In: *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge, 1993

COELHO, Maria Cláudia. *Nasce uma Estrela: A Indústria Cultural e os Discursos Contemporâneos*. In: *Cadernos de Antropologia e Imagem nº 5*. Rio de Janeiro: UERJ, 1995.

Conselho Europeu de Educação, Juventude e Cultura. *Futuro das Políticas Audiovisuais*. Disponível em:  
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=PRES/03/325&format=HTML&aged=1&language=PT&guiLanguage=en>. Acesso em 17 set. 2006

CONTURSI, Maria Eugenia; FERRO, Fabiola. *La Narración: Usos y teorías*. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2000.

CORDEIRO, Rosa Inês Novais. *A Imagem Como uma experiência Informativa e Estética*. Limoeiro do Norte/CE: I Encontro Mestres do Mundo, palestra, 2005.

COSTA, Cristina. *Educação, Imagem e Mídias*. São Paulo: Cortez, 2005.

COSTA, Elmar Bones. *História Ilustrada do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: RBS, 2004.

COUTINHO, Eduardo. *O Cinema Documentário e a Escuta Sensível da Alteridade*. São Paulo: Ed. Puc-SP, 1997.

DE CERTEAU, Michel. *Invenção do Cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1998.

DE FRANCE, Claudine. *Cinema e Antropologia*. Campinas: Ed. Unicamp, 1998.  
\_\_\_\_\_. *Do Filme Etnográfico à Antropologia Fílmica*. Campinas: Ed. Unicamp, 2000.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Introdução: Rizoma*. In: *Mil Platôs: Capitalismo e Esquizofrênia*, vol. 1. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2001.

DODEBEL, Vera. *Arquivo Vera Janacópulos: narrativa, mito e informação*. In: *Memória e espaço: trilhas do contemporâneo*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2003. p. 67-73.

\_\_\_\_\_. *A construção da memória social: objetos, coleções, categorias*. In: *O que é memória social?* Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2005.

\_\_\_\_\_. *Construindo o conceito de documento*. In: *Memória e construções de identidades*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2001. p. 59-66.

\_\_\_\_\_. *Patrimônio digital, memória social e teoria da informação: configurações e conceituações*. Rio de Janeiro: UNIRIO, 2005. 39 f. (Projeto de pesquisa)

\_\_\_\_\_; GONDAR, Jô. *O que é Memória Social?* Rio de Janeiro: Contracapa, 2005.

\_\_\_\_\_; GOUVEIA, Inês. *Instituições de Memória e Processo de Criação de Novos Patrimônios no Espaço Virtual: Uma Reflexão Sobre o Museu e os Espaços de Poder*. No prelo, 2006.

DOMINGUES, Diana. Disponível em: <http://artecho.ucs.br/textfronteiras.htm>. Acesso em 25 jun. 2006.

DUARTE, Elizabeth Bastos. *Televisão: Ensaios Metodológicos*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

DURKHEIM, Émile. *As Regras do Método Sociológico*. São Paulo: Abril, 1978.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo, Perspectiva, 1993.

ELLSWORTH, Elizabeth. *Modo de Endereçamento: Uma Coisa de Cinema, Uma Coisa de Educação Também*. In: SILVA, Tomaz Tadeu. *Nunca Fomos Humanos: Nos Rastros do Sujeito*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

EPCOM, 2002. Disponível em: [http://www.epcom.inf.br/unico2.asp?cod\\_texto=19210](http://www.epcom.inf.br/unico2.asp?cod_texto=19210). Acesso em 19 fev. 2006.

FAIRCLOUGH, Norman. *Language and Power*. Harlow: Longman, 1996.

\_\_\_\_\_. *Media Discourse*. Harlow: Longman, 1995.

FENTRESS, James; WICKHAM, Chris. *Memória social: novas perspectivas sobre o passado*. Lisboa: Teorema, 1992.

FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaína. *Usos & Abusos da História Oral*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

\_\_\_\_\_. *Fórum TV e Universidade – Cultura Brasileira e Memória*. São Paulo: Centro de Memória da Educação/USP, 2006.

FIAT. Disponível em: <http://www.fiatifta.org/aboutfiat/policy/petition/index.php>. Acesso em 18 fev. 2006.

FONSECA, Maria Cecília Londres. *Para Além da Pedra e Cal*. In: *Memória e Patrimônio: Ensaios Contemporâneos*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

- FORTES, Débora. *You Tube – Oportunidades em Vídeo*. In: *Revista Info. Ed. 245*. São Paulo: Abril, 2006.
- FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- FREIRE, Paulo. *Revista Nova Escola – ed. 71 – jan/1991 – São Paulo: Editora Abril*.
- FREUD, Sigmund. *Projeto de uma Psicologia*. Rio de Janeiro: Imago, 1995.
- GIDDENS, Anthony. *As Conseqüências da Modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991.
- GOLIOT-LETE, Anne; VANOYE, Francis. *Ensaio Sobre a Análise Fílmica*. Campinas: Papirus, 2002.
- GÓMEZ, Guillermo Orozco. *Família, Televisión y Educación en México: La Teoría Educativa de la Madre Como Mediación en la Recepción Televisiva de los Niños*. México: Universidad Iberoamericana, 1992.
- GONÇALVES, José Reginaldo Santos. *Autenticidade, memória e ideologias nacionais: o problema dos patrimônios culturais*. In: *Estudos históricos*. Rio de Janeiro, n.2, 1988.
- \_\_\_\_\_. *Coleções, museus e teorias antropológicas: reflexões sobre conhecimento etnográfico e visualidade*. In: *Cadernos de Antropologia e Imagem*. Rio de Janeiro: UERJ, NAI, v.8, p.21-33, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Cotidiano, corpo e experiência*. In: *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional* n.28. IPHAN, 1999.
- \_\_\_\_\_. *A Retórica da Perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ / Ministério da Cultura - IPHAN, 2002.
- \_\_\_\_\_. "O patrimônio como categoria de pensamento" e "Os museus e a cidade". In: ABREU, Regina e CHAGAS, Mário (orgs.). *Memória e Patrimônio: ensaios contemporâneos*. Rio de Janeiro: DP&A, p.21-29 e p.175-189, 2003.
- GUEDES, Olga. *Os estudos da Recepção, Etnografia e Globalização*. In: *Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- HALBWACHS, Maurice. *A Memória Coletiva*. São Paulo: Centauro, 2004.
- HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- HAMILTON, Paula. *Os debates sobre memória e história*. In: *Usos e abusos da história Oral*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.
- HOHLFELD, Antônio. *Os Estudos Sobre a Hipótese de Agendamento*. In: *Revista Famecos*, n.7. Porto Alegre: PUC/RS, 1997.
- HUYSSSEN, Andreas. *Seduzidos pela Memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo 2000*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em 15 ago. 2006.
- INPUT – Internacional Public Television. Disponível em: <http://input-tv.org>. Acesso em 18 fev. 2006.
- JACKS, Nilda. *Tendências Latino-Americanas nos Estudos da Recepção*. 1994. Disponível em: [http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/5/nilda\\_jacks.pdf](http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/5/nilda_jacks.pdf). Acessado em 04 out. 2006.
- \_\_\_\_\_. *Comunicação e Recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- \_\_\_\_\_; TUFTE, Thomas. *Televisão, Identidade e Cotidiano*. In: *Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- JEUDY, Henri-Pierre. *Memórias do Social*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.
- \_\_\_\_\_. *Espelho das Cidades*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.
- JUNIOR, Luiz Costa Pereira. *A Vida com a TV: o Poder da Televisão no Cotidiano*. São Paulo: Editora Senac, 2002.
- KELEMAN, Stanley. *Mito & Corpo – uma conversa com Joseph Campbell*. São Paulo: Summus, 2001.
- KOSELLECK, Reinhart. *Futuro Pasado: Para una Semântica de los Tiempos Históricos*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1993.
- LALANDE, André. *Vocabulário Técnico e Crítico da Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- LANG, Alice Beatriz da Silva G. *História Oral: Muitas Dúvidas, Poucas Certezas e uma Proposta*. In: *(Re)Introduzindo a História Oral no Brasil*. São Paulo: Xamã, 1996.
- LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. São Paulo: Unicamp, 1990.
- LEWIS, Geoffrey. *Manual Curatorship*. Londres: Butterworth-Heinemann, 1992.
- LIMA, Nei Clara de. *Narrativas Orais: Uma Poética da Vida Social*. Brasília: Editora UnB, 2003.
- LINS, Consuelo. *O Documentário de Eduardo Coutinho: Televisão, Cinema e Vídeo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- LOPES, Luis Carlos. *O Culto às Mídias: Interpretação, Cultura e Contratos*. São Carlos: Edufscar, 2004.

- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Deslocamentos e Rupturas*. São Paulo: Editora SENAC, 2001.
- MACBRIDE, Sean. *Um mundo e muitas vozes*. Unesco. Rio de Janeiro: FGV, 1983.
- MACHADO, Arlindo. *Máquina e Imaginário: o Desafio das Poéticas Tecnológicas*. São Paulo: EDUSP, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Televisão Levada a Sério*. São Paulo: Senac, 2000.
- MACLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1993.
- MAGALHÃES, Francisco Laerte. *A Imagem e a Imagem nos Discursos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *A Linguagem da sedução*. São Paulo: Perspectiva, 1988.
- \_\_\_\_\_. *Televisão a vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988.
- \_\_\_\_\_. *Quem manipula quem?* Petrópolis: Vozes, 1991.
- MARTHE, Marcelo. *A Nova Era da Televisão*. In: *Revista Veja*. Ed. 1973. São Paulo: Abril, 2006.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Os Exercícios do Ver: Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva*. São Paulo: Editora SENAC, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Ofício de Cartógrafo: Travessias Latino-americanas da Comunicação na Cultura*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Nuevos Regímenes de Visualidad y Descentramientos Culturales*. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, s.d.
- MARTINS, José. *As Coisas no Lugar*. In: *Introdução Crítica à Sociologia Rural*. São Paulo: Hucitec, 1986.
- MARX, Karl. *O Capital – Livro 1, Volume 1*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- MAUSS, Marcel. *As Técnicas Corporais*. In: *Sociologia e Antropologia*. V.2. São Paulo: EPU, 1974.
- MELMAN, Charles. *O Homem sem Gravidade*. Rio de Janeiro: Cia. de Freud, 2003.
- MENEZES, Marilda Aparecida de. *História Oral: Uma Metodologia Para o Estudo da Memória*. In: *Revista Vivência*, n.28. Natal: Editora UFRN, 2005.

- MORFIN, Luis. *Educação e Cultura Política*. México: Universidad Autonoma de México, 1994.
- MORIN, Edgar. Revista Nova Escola – ed. 168 – dez/2003 – São Paulo: Editora Abril.
- MOTTA, Fernando. *Administração e Participação*. São Paulo: Educação e Pesquisa, v.29, n.2, 2003.
- NEUMANN, Laurício. *Educação e comunicação alternativa*. Petrópolis: Vozes, 1991.
- NORA, Pierre. *Entre memória e história: a problemática dos lugares*. São Paulo, *Projeto História - Revista do programa de estudos pós-graduados em História e do Departamento de História*. v. 10, 1993.
- OLIVEIRA, José Cláudio Alves. *O Museu e a Globalização*. Disponível em: [www.revistamuseu.com.br/artigos/art\\_.asp?id=1117](http://www.revistamuseu.com.br/artigos/art_.asp?id=1117). Acesso em 27 abr. 2006.
- \_\_\_\_\_. Disponível em: <http://www.revista.iphan.gov.br/materia.php?id=189>. Acesso em 17 set. 2006.
- ONG, Walter J.. *Oralidade e Cultura Escrita*. Campinas: Papirus, 1998.
- PERUZZO, Cecilia Krohling. *Comunicação nos Movimentos Populares*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Comunicação para a Cidadania*. São Paulo: Intercom, 2003.
- PIAULT, Marc Henri. *Real e Ficção*. Rio de Janeiro, Garamond, 2001.
- POLLAK, Michael. *Memória, Esquecimento, Silêncio*. In: Estudos Históricos 2. Rio de Janeiro: Editora Vértice, 1989.
- \_\_\_\_\_. *Memória e Identidade Social*. In: Estudos Históricos 10. Rio de Janeiro: Editora Vértice, 1992.
- POMIAN, Krzysztof. *Colecção*. In: Enciclopédia Einaudi v.1. Lisboa, Imprensa Nacional Casa da Moeda, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Memória*. In: Enciclopédia Einaudi v.42. Porto: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 2000.
- RESENDE, Paulo. *Vicissitudes da Democracia Planetária pela Via da Federação*. São Paulo: Educ, 1993.
- RIBEIRO, Renato Janine. *O Afeto Autoritário: Televisão, Ética e Democracia*. São Paulo: Ateliê, 2005.
- RINCON, Omar. *Dez propostas para o próximo milênio*. Disponível em: [www.fncc.org.br/arquivos/MidiaComDemocracia-n1.pdf](http://www.fncc.org.br/arquivos/MidiaComDemocracia-n1.pdf). Acesso em 15 ago. 2006

- ROCHA, Ana Luísa Carvalho da. *A interioridade da experiência temporal do antropólogo como condição da produção etnográfica*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2000.
- ROMANO, Maria Carmen Jacob. *Entreter-se é Preciso*. In: *Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- ROSENFELD, Jean-Marc. *Filmar, uma Reconversão do Olhar*. Campinas: Ed. Unicamp, 2000.
- ROSSI, Paolo. *Ricordare e Dimenticare* (tradução de Icléia Thiesen). In: *Il passato, la memória, l'oblio; sei saggi di storia delle idee*. Bologna: Il Mulino, 1991.
- ROUSSO, Henry. *O Arquivo ou o Indício de uma Falta*. In: *Revista Estudos Históricos*, nº 17. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1996.
- RUBIM, Antônio Albino; BENTZ, Ione Maria; PINTO, Milton José. *Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- RUBY, Jay. *Exposing Yourself: Reflexivity, Anthropology, and Film*. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
- SANT'ANNA, Marcia. *A Face Imaterial do Patrimônio Cultural*. In: *Memória e Patrimônio: Ensaios Contemporâneos*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- SANTOS, Marcela Martins. *Folha da Princesa: Cidadania é Sempre Manchete*. Pelotas: Universidade Católica de Pelotas, 2002.
- SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. *Memória Coletiva e Teoria Social*. São Paulo: Annablume, 2003.
- SHINAR, Dov. *Estratégias para o Estudo da Comunicação nas Mudanças Sociais e na Transformação de Identidades Coletivas*. In: *Comunicação e mudanças sociais*. Piracicaba: Intercom, 1999.
- SHNEIDERMAN, Ben. *O Laptop de Leonardo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.
- SILVA, Tomaz Tadeu da. *Identidade e diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- SIMONSEN, Michele. *O Conto Popular*. São Paulo: Martins Fontes, 1987.
- SODRE, Muniz. *O Monopólio da Fala*. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Claros e Escuros: Identidade, Povo e Mídia no Brasil*. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Reinventando a Cultura*. Petrópolis: Vozes, 1996.



SORJ, Bernardo. *Brasil@povo.com: A Luta Contra a Desigualdade na Sociedade da Informação*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

STROHSCHOEN, Ana Maria. *Mídia e Memórias Coletivas*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.

SUANO, Marlene. *O que é museu*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

TEIXEIRA, João Gabriel. *Patrimônio Imaterial, Performance Cultural e (Re) tradicionalização*. Brasília: ICS-UnB, 2004.

THIESEN, Icléia. *Aula Memória Social e Instituição*. Rio de Janeiro: Unirio, 2005.

THOMPSON, John B. *The Media and Modernity – A Social Theory of the Media*. Stanford: Stanford University Press, 1995.

THOMPSON, Paul. *A Voz do Passado: História Oral*. São Paulo, Paz e Terra, 1992.

TSIKOUNAS, Myriam. *A História Televisionada*. In: *Cadernos de Antropologia e Imagem n° 5*. Rio de Janeiro: UERJ, 1995.

TURNER, Ralph. *Role: Sociological Aspects*. New York: McMillan, 1968.

TURNER, Victor. *The Anthropology of Performance*. New York: PJA Publications, 1992.

UNESCO. *Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural*, 2001. Disponível em: [http://www.unesco.org.br/publicacoes/copy\\_of\\_pdf/decunivdiversidadecultural.doc](http://www.unesco.org.br/publicacoes/copy_of_pdf/decunivdiversidadecultural.doc). Acesso em 18 fev. 2006.

\_\_\_\_\_. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001349/134925por.pdf>. Acesso em 18 fev. 2006

\_\_\_\_\_. Disponível em:

[http://www.unesco.org.br/areas/cultura/areastematicas/patrimonio/patrimonioimaterial/index\\_html/mostra\\_documento](http://www.unesco.org.br/areas/cultura/areastematicas/patrimonio/patrimonioimaterial/index_html/mostra_documento). Acesso em Acesso em 17 set. 2006

\_\_\_\_\_. Disponível em: <http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php->

[URL\\_ID=17331&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=17331&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html). Acesso em 17 set. 2006

VALENTE, Maria Esther. *O Formal e o Não Formal na Dimensão Educativa do Museu*. Rio de Janeiro: Caderno do Museu da Vida, 2001.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LETÉ, Anne. *Ensaio Sobre a Análise Fílmica*. Campinas: Papirus, 1994.

VELHO, Gilberto. *Projeto e Metamorfose*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.



VERÓN, Eliseo. *Communications*. Stanford: Stanford University Press, 1978.

VIANNA, Aurélio, LISSOVISKY, Maurício, SÁ, Paulo Sérgio Moraes de. *A vontade de guardar: lógica de acumulação em arquivos privados*. In: *Arq. & Adm.* Rio de Janeiro, v.10-12, n. 2, jul./dez. 1968.

VICH, Victor; ZAVALA, Virginia. *Oralidad y Poder: Herramientas Metodológicas*. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2004.

VIRILIO, Paul. *O Espaço Crítico*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

VOLDMAN, Daniele. *Definições e Usos*. In: *Usos & Abusos da História Oral*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

WAGNER, Peter. *Crises da Modernidade*. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v.11, n.31, 1996.

WEY, Hebe. *O processo de Relações Públicas*. São Paulo: Summus, 1986.

WILLIS, Susan. *Cotidiano Para Começo de Conversa*. Rio de Janeiro: Graal, 1997.

WOLTON, Dominique. *Elogio do Grande Público: Uma Teoria Crítica da Televisão*. São Paulo: Editora Ática, 1996.

YÚDICE, George. *Diversidade Cultural em Tempos de Globalização*. Rio de Janeiro: SESC, 2006.

ŽIŽEK, Slavoj. *Bem-vindos ao deserto do real! Cinco ensaios sobre o 11 de setembro e datas relacionadas*. São Paulo: Boitempo, 2003.

ZUMTHOR, Paul. *Performance, Recepção, Leitura*. São Paulo: EDUC, 2000.