

## Vou te Contar: Sobre a Televisão Como Suporte de Memória

Leonardo Moraes Menezes  
Leila Queiroz

### Resumo

Sob a ameaça da amnésia digital e do deslocamento do território para o espaço virtual, os meios de comunicação cada vez mais exploram o “boom” da memória característico da contemporaneidade e criam alternativas de registro e exibição de histórias de vida, cultura popular, conversações cotidianas e outras trocas culturais e informacionais. Esta comunicação discute a contribuição das mídias para a preservação das memórias sociais e audiovisuais do Brasil. O programa “Vou Te Contar” produzido pelo Canal Futura em parceria com o Museu da Pessoa é analisada, visando-se discutir as estratégias encontradas para o registro das histórias de vida musealizadas pela televisão em confronto com o formato utilizado na web. Através do programa, pretende-se evidenciar de que maneira a televisão pode se constituir como um patrimônio cultural brasileiro em si.

### Palavras-chave

Patrimônio Audiovisual; Memória Social; Arquivo de Imagens; Televisão; Narrativas televisivas.

### Abstract

Under the threat of the digital amnesia and the displacement of the territory by the virtual space, the medias explore the boom of the memory, a characteristic of our time, which creates alternatives of register and exhibition of life histories, popular culture, daily conversations and other cultural and informational exchanges. This communication debates the contribution of the medias for the preservation of the social and audiovisuais memories of Brazil. The TV show “I Will Tell You”, produced by Canal Futura in partnership with the Museum of the Person is analyzed, aiming to argue the strategies found for the register of life histories turned into museum artifacts by television in confrontation with the format used in the world wide web. Through this TV show, it is intended to evidence how the television can consist as a Brazilian cultural patrimony in itself.

### Key-words

Audiovisual heritage; Social memory; Image Archives; Television; Television narratives.

### Resumen

Bajo la amenaza de la amnesia digital y dislocación del territorio para el espacio virtual, los medios de comunicación cada vez más exploran el “boom” de la memoria característica de la contemporaneidad y crean alternativas del registro y de la exposición de las historias de vida, de la cultura popular, de las conversaciones diarias y de otros intercambios culturales y informacionales. Esta comunicación discute la contribución de los medios para la preservación de las memorias sociales y de los audiovisuais del Brasil. El programa de TV “Voy a Narrarte”, producido por el Canal Futura con el Museo de la Persona, analiza, teniendo como objetivo discutir las estrategias encontradas para el registro de historias de vida musealizadas por la televisión en la confrontación con el formato usado en tela. Con el programa, se piensa evidenciar cómo la televisión puede consistirse en patrimonio cultural brasileño en sí mismo.

### Palabras-clave

Patrimonio Áudio-visual; Memoria Social; Archivo de Imágenes; Televisión; Narrativas televisivas.

### Televisão, Mídia e Memória

O Censo 2000 do IBGE mostra que existem cerca de 40 milhões de domicílios com televisores no país recebendo a programação de sete canais de TV aberta, mais de 100 canais de TV por assinatura. O aparelho de TV está em 87% dos lares. Tais dados permitem-nos dizer que a televisão é a produção cultural mais nacionalizada que há no Brasil. Se você quer falar para o país inteiro, é pela TV que a sua mensagem chegará aos mais remotos rincões do território nacional. As pessoas vão assistindo a 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, reforçando as culturas locais ou impondo outros modos de cultura.

As indústrias culturais, pilares da economia atual, embora possam fazer perigar tradições culturais, também podem se constituir como ferramentas poderosas na implementação de um desenvolvimento cultural sustentado. Dentro da lógica de patrimônio cultural, supomos que o acervo televisivo possa ser considerado uma forma de representação legítima 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 ressignificadas não só pelos grupos locais mas, no caso brasileiro, por toda a sociedade. Deste modo, pode-se dizer que a TV contribui para a preservação e valorização de tradições culturais caras à identidade do povo brasileiro.

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” (SIMONSEN, 1987, p.7). 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.

Sugerimos a hipótese de que a televisão possa ser vista como uma possibilidade de apoio à questão do 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, 1982, 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.

Tal hipótese pode ser formulada a partir da análise da memória como uma construção simbólica baseada em percepções adquiridas através de experiências, influências socioculturais, relatos históricos. As representações produzidas por esse processo são totalmente pessoais e se reconstróem a todo momento, inexistindo a possibilidade de se admiti-las como fontes de exatidão 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 os quais nos identificamos. Trata-se de uma construção coletiva, um arquivo comum que consultamos conforme vamos vivendo.

Esta incorporação de diferentes elementos socioculturais pode se dar pela mídia. Com o declínio das formas tradicionais de transmissão oral nos espaços público e privado, a mídia, principalmente a televisiva,

ocupou uma lacuna de fonte na constante necessidade de moldagem das nossas percepções sobre a memória. É através desta mídia que absorvemos, em grande parte, 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 interagirmos com os conteúdos midiáticos estamos alimentando nossa memória virtual. Podemos até dizer 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, etc. Esta retroalimentação torna emissor e receptor cúmplices na construção de um passado compartilhado quer nas omissões e versões dos fatos, quer nas mensagens apresentadas. São os contextos válidos para cada período que irão ditar 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. O processo que valida o pacto comunicacional entre emissores e receptores 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 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 da memória social. E portanto, pode-se dizer que a memória também é consumida através de exemplos de comportamento social presentes na teledramaturgia, conceitos morais

disseminados pelos *talk-shows*, ideologias em ascensão ou decadência pelos telejornais, etc.

[...] 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)

A televisão transforma os ambientes culturais, artísticos, informativos, lúdicos. O mundo passa a ser virtual, os espaços e temporalidades são suprimidos. Como disse Jesus Martín-Barbero (2001, 2003), 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*. Na televisão encontramos a equivalência de todos os discursos: tudo passa pela mídia, tudo é igual, tem o mesmo peso, os mesmos valores; enfim, política, finanças, drama, publicidade, ciência, tudo faz parte do espetáculo.

A análise midiática permite compreender os modos recorrentes de referir 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). Também faz-se útil a discussão acerca do conceito de modos de endereçamento. Provindo dos estudos de cinema e desenvolvido pela autora americana Elizabeth Ellsworth (2001), este conceito diz respeito, principalmente, à pergunta: quem neste filme - ou, no nosso caso, num 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 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.

Para Walter Benjamin, a narrativa está sempre, e inevitavelmente, relacionada à 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. A experiência não se dá apenas através de dados, da cognição ou da razão, mas também envolve sentimentos e expectativas. A narrativa é usada para evidenciar a sabedoria do narrador como um homem que sabe dar conselhos (BENJAMIN, 1985, p.221). É 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? Será que o mesmo pode se enquadrar nas narrativas televisivas?

Basta percebermos que uma narrativa é feita principalmente de enunciados, ou seja, segmentos cujos sentidos são produzidos por certas marcas formais como entonação e silêncios para as falas, uso de cortes e ausência de imagem para o vídeo. Logo, sua interpretação é determinada pelo próprio ato de enunciar, composto 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, 1992). A análise de narrativas tem de, necessariamente, estudar o contexto sociocultural onde o discurso foi produzido e suas condições de produção. A linguagem, seja escrita, falada ou visual, não

pode ser considerada sem se levar em conta a situação concreta na qual ela foi produzida.

No caso da televisão, a mensagem do narrador não acaba quando ela é veiculada. Ela impacta o espectador e segue influenciando a percepção de experiências já acontecidas ou por vir. Mas a narrativa é vista por Benjamin em processo de decadência. O surgimento do romance é posto por ele como uma das causas para o seu desaparecimento. Isso porque o romance está intrinsecamente ligado ao surgimento da imprensa e do formato livresco. Ele não pertence à tradição oral. Nas performances orais, 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. Neste sentido, por impossibilitar o retorno imediato do público sobre a condução da mensagem do narrador, o romance pode ser igualado à narrativa televisiva. Principalmente quando Benjamin diz que a narrativa se contaminou por adotar explicações estando a serviço das informações, uma série de meios surgiram para oferecer explicações a um único público: o indivíduo isolado. (BENJAMIN, 1985, p.201-3).

Atualmente, um jornal, impresso ou televisivo, por exemplo, organiza a leitura (escrita ou audiovisual), produzindo uma cronologia e uma ordem para a informação, num esforço de gerar cumplicidade com o espectador. Assim a leitura é dirigida, é ritualizada. O leitor é guiado pelas regras impostas pelo veículo, pelas chamadas ou manchetes, 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.

A narrativa televisiva, seja nos programas ficção ou não-ficção, utiliza-se principalmente da estrutura jornalística. Sempre há uma história que deve ser explicada. 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. Narrativa/informação é o desafio que o programa "Vou te contar" nos coloca.

#### **"Vou te Contar", O Canal Futura e o Museu da Pessoa**

Um exemplo recente de 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 interprograma "Vou Te Contar", uma parceria do Canal Futura e do Museu da Pessoa. Em seis episódios de 5 minutos são mostrados os costumes e histórias locais a partir da narrativa de seis moradores de diferentes cidades do mesmo estado. Mas de que forma este programa atende aos interesses de ambos os parceiros envolvidos na sua produção?

O Canal Futura é um canal educativo no ar 24 horas por dia. De natureza privada e caráter público, o Futura tem como seu público-alvo crianças, estudantes e professores do ensino fundamental e médio, donas-de-casa e trabalhadores. Seus princípios são baseados no espírito comunitário e empreendedor, na ética e no pluralismo cultural. Por conta do compromisso do Futura em iluminar histórias de vida de pessoas comuns, mostrando aspectos interessantes de seus cotidianos que possam servir de inspiração para outros, seja no campo das relações sociais ou do trabalho, 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 aos temas referentes à historiografia, narrativas 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* (MUSEU DA PESSOA, 2006). 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. Trata-se de elevar a história pessoal, colocando-a no mesmo patamar da história oficial contada nos livros, aquela com grandes acontecimentos e mártires. Neste sentido, a linha preconizada pelo Museu da Pessoa se relaciona com a história tal qual descrita nos livros didáticos apenas na medida em que seus acontecimentos se relacionam com a história de vida de uma determinada pessoa.

Na primeira temporada do programa, produzida em 2004, o estado escolhido foi o Rio Grande do Sul. A escolha deste estado se deveu ao fato de que ele era estratégico para os dois co-produtores da série, que detêm importantes parcerias neste território. No programa, o recurso do "causo" serve como chave para entender as referências que constituem a cultura local, e por consequência daquele estado, sendo um caminho rico tanto para a estrutura narrativa do programa quanto como inspiração para o uso criativo dos recursos audiovisuais. Para os moradores do sul rio-grandense, os "causos" retratam o regionalismo e os aspectos culturais da formação do gaúcho. No "causo" está impressa a visão de mundo primordial do pensamento mágico e fantástico, em que as dificuldades, o caráter e o conflito humano são evidenciados.

Mas a história do povo gaúcho vai além do "causo", sendo eles mesmos fontes inspiradoras de cantigas, expressões regionais, danças e trovas, constituindo 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 e 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, o termo perde o tom pejorativo e passa 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.

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. Nesse exemplo pode-se ver a união da narrativa com a informação.

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. 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 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 “causo” que revela um pouco mais sobre o seu modo de vida. É a partir deste 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. Após a narração do “causo” pelo entrevistado, Werner também dá sua visão pessoal do “causo”. Ele aborda o “causo” de uma forma mais generalizada, utilizando, sempre que possível, algumas estratégias narrativas próprias dos gaúchos, como as frases comparativas e adágios, recheando seu depoimento com expressões regionais.

Werner comenta a história contada pelo anônimo e fala de aspectos diferentes da versão 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. Essa interlocução se aproxima da idéia de narrativa de Benjamin, embora deixe de fora os espectadores que (ainda que tendo Werner como representante da recepção) têm, paradoxalmente, a mídia televisiva como barreira à interlocução direta. Na realidade, se a televisão proporciona o contato com inúmeros telespectadores (reprodutibilidade técnica), ela

também impede a participação desses na história por conta da distância do virtual (até que seja socializada a televisão interativa).

O programa “Vou Te Contar”, constituído a partir da ampla tradição oral brasileira, corrobora para o entendimento do poder da mídia televisiva na comunicação da memória coletiva enquanto parte de um sistema de objetos culturais em perigo (GONÇALVES, 1995, 1996, 2003), mas não dá conta da dinâmica da memória enquanto processo criativo. Ainda que esses anônimos – conhecidos regionalmente mas desconhecidos em âmbito nacional - expressem 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, não há chance para a intervenção do telespectador na narrativa, embora o objetivo informacional esteja garantido.

### Um Museu na Televisão

O conjunto de seis depoimentos da série “Vou Te Contar” no Rio Grande do Sul forma uma coleção e podemos dizer que se trata de um acervo com vários elementos passíveis de patrimonialização: as histórias pessoais, sua relação com o ambiente, o significado de suas vestimentas, as expressões regionais, os “causos” que traduzem suas culturas e crenças. Todos são patrimônios intangíveis à medida que encontram o seu sentido nas relações sociais e simbólicas destes personagens.

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 tentativa de identificação com o espectador que as narrativas registradas em vídeo podem se tornar monumentos, como disse Márcia Sant’Anna (2003): *mobilizar a memória coletiva por meio da emoção e da afetividade, fazendo vibrar um passado selecionado, com vistas a preservar a identidade de uma comunidade.*

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

O poder da mídia sobre a memória não pode ser subestimado. Paula Hamilton (1996) 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.

Numa transposição para a análise da TV no Brasil, basta levarmos em conta que tempos atrás as novelas brasileiras traziam majoritariamente a realidade de São Paulo e Rio de Janeiro, e 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”: em outras palavras, propositalmente esquecidas. 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 (2004) 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.

Walter Benjamin já previa, na década de 1930, a ascensão da indústria cultural ao analisar o cinema como uma obra de arte reproduzível tecnicamente. 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.173,192)

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 descontinuidades, 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, 2003, p.105)

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 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.

Seria parcial e superficial de nossa parte expor o poder influente da TV somente como um fator de desagregação social. Afinal, não podemos dizer que o mundo vivia num paraíso antes da institucionalização em larga escala dos meios de comunicação. Antes de tudo é preciso entender que o acesso à informação também vem permitindo que diversos grupos, que em tempos passados não detinham força política ou agiam de forma descentralizada, pudessem manter-se coesos e com possibilidades reais de expansão de sua ação graças aos jornais, locais, revistas, sites e programas. Isso serve para todos os grupos sociais, 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 dos vários grupos humanos, principalmente das minorias. Esta questão foi abordada pela UNESCO ao adotar, em 2001, a Declaração Universal da Diversidade Cultural, onde se definem estratégias para defender a diversidade dos povos e preservar determinadas expressões culturais que se encontram em risco de desaparecer. Indústrias culturais, pilares das economias domésticas e internacionais, embora possam fazer perigar a diversidade cultural, quando devidamente utilizadas, também podem se constituir como ferramentas poderosas na implementação de um desenvolvimento cultural sustentado.

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 “Salvaguardando o Nosso Patrimônio Audiovisual: Um Desafio Mundial”, a UNESCO elegeu quais premissas conduzirão os seus grupos de trabalho:

- Seleção: por que e como avaliar o valor de nossos arquivos?
- A memória a perigo: o que permanecerá de nosso patrimônio audiovisual em 2020?
- Migração para formatos digitais: como projetar uma estratégia da migração, e quais são as opções técnicas?
- Futuro digital: qual impacto os arquivos digitais terão em nossas atividades, o que podemos esperar das novas tecnologias?

Em consonância com esta declaração, o Ministério da Cultura brasileiro definiu, através do lançamento do seu programa de Patrimônio em dezembro de 2004, que a valorização e a preservação do patrimônio cultural brasileiro é um dos dispositivos prioritários de inclusão social e cidadania. Por sua vez, a União Européia reafirmou em novembro de 2003 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 *Sobre o depósito de obras cinematográficas na União Européia* 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.*

Mas não são somente organizações públicas e políticas as únicas a elaborarem 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.

Que os acervos televisivos são patrimônio cultural não resta a menor dúvida. E todos os esforços devem ser empreendidos para que os programas sejam preservados nas diversas mídias que a tecnologia nos apresenta e nos apresentará no futuro para salvaguardar nossa memória. A alternativa à preservação de forma acumulativa dos acervos textuais, sonoros e imagéticos é considerar a memória social como uma massa processual em que seu estado constante não é existir mas, ao contrário, insistir de modo virtual para que a memória possa ser permanentemente atualizada. Nesse caso, falta ainda desenvolver os meios tecnológicos e metodológicos que garantam a interatividade do público com as narrativas veiculadas na tela.

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. 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, e, portanto os usos desses recursos

culturais, mesmo que industrialmente produzidos.

#### Referências bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BENJAMIN, Walter. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: \_\_\_\_\_. Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre a literatura e história da cultura. 2a ed. São Paulo: Brasiliense, 1985. (Obras Escolhidas, Volume 1). p.197-221.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BOURDIEU, Pierre. O Mercado de Bens Simbólicos. In: A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 1982.

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

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.

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

FOUCAULT, Michel. A Ordem do discurso. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. 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, 1995.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. 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.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. A Retórica da Perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil. Rio de Janeiro: Editora UFRJ / Ministério da Cultura - IPHAN, 1996.

HAMILTON, Paula. Os debates sobre memória e história. In: AMADO, Janaína, FERREIRA, Marieta de Moraes (Orgs.) Usos & abusos da História Oral. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

INPUT – Internacional Public Television. Disponível em: <http://input-tv.org>. Acesso em 18 fev. 2006.

LE GOFF, Jacques. História e Memória. São Paulo: Unicamp, 1990.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Os Exercícios do Ver: Hegemonia Audiovisual e Ficção Televisiva. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Nuevos Regímenes de Visualidad y Descentramientos Culturales. Rio de Janeiro: CO/UFRJ, s.d.

MUSEU DA PESSOA. <http://www.museudapessoa.net>.

SANT'ANNA, Marcia. A Face Imaterial do Patrimônio Cultural. In: Abreu, Regina e Chagas, Mário (orgs.) Memória e Patrimônio: Ensaios Contemporâneos. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

SIMONSEN, Michele. O Conto Popular. São Paulo: Martins Fontes, 1987.

SODRE, Muniz. O Monopólio da Fala. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

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

UNIÃO EUROPÉIA. Disponível em:  
[http://europa.eu.int/eurlex/lex/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32003G1205\(03\):PT:HTML](http://europa.eu.int/eurlex/lex/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32003G1205(03):PT:HTML). Acesso em 23 de abr. 2006