Introdução

Desterritorializado, descontextualizado, o público tem na televisão sua principal fonte de entretenimento, informação e, até mesmo, atribuição de sentido aos fatos do cotidiano. Isso, em uma sociedade complexa, para não dizer caótica, em que família, igreja e escola deixam de ser parâmetros, ou, nas palavras de Jameson, numa época em que a "cultura se tornou material, (...) que é hoje uma questão de *mídia* (os meios) (...) quando esta evoca três signos relativamente distintos: os de uma modalidade estética, o da tecnologia e o de uma instituição social",[1] significa entender que os efeitos da televisão no nível do indivíduo se estendem ao comportamento político, aos processos cognitivos e ao funcionamento emocional.

Pesquisas realizadas no campo da comunicação não dão conta das variáveis envolvidas no processo de recepção, que adquire importância na medida em que desvenda esse lado da comunicação, antes considerado passivo, mas que hoje é reconhecido como parte integrante da própria mensagem. Ao mesmo tempo, é comum ouvir as pessoas dizerem que "a televisão está cada dia pior", que "não tem nada que preste na televisão". Entretanto, se os índices de audiência apresentam variações, não é porque estão assistindo menos à televisão, mas sim, muito provavelmente, porque estão mudando mais de canal, graças ao controle remoto.

Diante desse quadro, realizamos um estudo para entender essa recepção, buscar os sentidos dados aos conteúdos, procurando cobrir carências apontadas por White[2] que comenta a falta de pesquisa de audiência para testar a apropriação que o público faz da TV, em termos míticos ou como uma forma ritual, partindo do conceito central de que a linguagem é "mediadora privilegiada entre o homem e a

---

[1] JAMESON, **Pós-modernismo** - a lógica do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1997, pp. 91-92.

realidade" e dessa característica resulta sua condição de "influenciar o nível de abstração e o nível de generalização do pensamento humano".[3] Tendo em vista os comentários sobre a má qualidade da programação, definimos como foco do estudo a violência, ou seja, a exploração de situações cotidianas de uma grande cidade caracterizadas pela violência, o apelo ao inusitado, na linha de pesquisa aberta por Gerbner que se preocupava com os possíveis "impactos da violência na televisão sobre as atitudes sociais e representações sobre a realidade social partilhadas pelos telespectadores".[4]

Reconhecendo as limitações de comparação com alguns dos estudos já realizados sobre o mesmo tema, o foco aqui é a atribuição de sentido na construção da representação do mundo, entendendo o fenômeno como um fato social e não como algo determinado pelas condições psicológicas do indivíduo, com base na afirmação de que "uma explicação puramente psicológica dos fatos sociais deixaria escapar tudo o que estes têm de específico, isto é, de social",[5] pois as causas dos fenômenos que afetam a sociedade devem ser aí procuradas.[6] A representação televisiva dos fatos cotidianos das grandes cidades na TV é abordada a partir do seu caráter simbólico, na linha do que sugere Gledhill, tendo como fundamento dois pressupostos: "(1) que a audiência é sempre ativa, e (2) que o conteúdo dos meios é 'polissêmico', aberto a diferentes interpretações".[7]

---

[2] WHITE, Robert. (editor). Televisão como mito e ritual. *Comunicação & Educação*, São Paulo: CCA-ECA-USP/Moderna, nos. 1 e 2, 1994 e 1995.
[3] BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e linguagem** – discurso e ciência. São Paulo: Moderna, 1998, p. 68.
[4] Avaliação da violência na televisão portuguesa. Disponível em http://www.aacs.pt/violencia_tv/indice.htm . Acesso em 6 de abril de 2002.
[5] DURKHEIM apud BOURDIEU, Pierre. **A profissão de sociólogo**: preliminares epistemológicas. Petrópolis(RJ): Vozes, 1999, pp. 151-154.
[6] RODRIGUES, José Albertino. **Emile Durkheim**. São Paulo: Ática, 1988.
[7] apud MORLEY, David. **Televisión, audiencias y estudios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1996, p. 37.

Para avaliar o conceito de violência junto aos telespectadores e como esse assunto é visto em relação à programação dos canais abertos, utilizamos uma abordagem que nos permita aproximar o máximo possível das "condições nas quais se formam, se sustentam e se modificam as opiniões reais", trabalhando "dados qualitativos por meio de um processo de quantificação graças ao qual (possamos) discernir as configurações demográficas das respostas dos telespectadores"[8], para o que utilizamos a entrevista focalizada e grupos focais para coletar as informações. Como apoio a essa análise, verificamos também a grade de programação, "que é símbolo da televisão de massa (...) o intérprete pelo qual passamos para nos abrir ao mundo",[9] produto de uma lógica de produção que visa à audiência máxima, que em tempo de fragmentação significa atender a grupos cada vez mais específicos.

A proposta deste estudo é analisar a recepção feita de uma programação que teve seu público ampliado após o Plano Real,[10] para o qual a TV de sinal aberto é a única opção de lazer/informação. Tendo como foco de interesse a construção (ou melhor, reconstrução) pelo telespectador da realidade social e seus significados, a partir dos conteúdos dos meios, a recepção, como elemento do processo de comunicação, é abordada em três fases, que não chamamos de etapas por não serem seqüenciais, que serão analisadas transversalmente.

Entendendo que a recepção se dá no cotidiano das pessoas; para conhecer o que é este cotidiano, coletamos os hábitos de consumo dos meios em uma abordagem quantitativa e verificamos aspectos a partir dos quais uma situação é definida como violenta, para podermos, então, analisar o que consideramos ser a *pièce de*

---

[8] SCHRODER apud MORLEY. **Televisión, audiencias y estudios culturales** ... op. cit, p. 55.
[9] WOLTON Dominique. **Elogio do Grande Público** - uma teoria crítica da TV. São Paulo: Ática, 1990, p. 131.

résistance, ou seja, as opiniões, as impressões e as percepções dos receptores sobre os conteúdos dos programas de televisão, coletadas por meio de entrevistas focalizadas e grupos focais junto ao público de interesse. Para avaliar "o que o público efetivamente recebe, seja dos programas que lhe agradam seja daqueles que rejeita"[11] abordamos aspectos relacionados à interpretação que as pessoas fazem do mundo representado na televisão; de sua interação com a mídia e a sociedade; da atribuição de significados aos conteúdos de uma programação que apresenta recortes de notícias, ficção, anúncios, música, tudo numa só seqüência, buscando "informar", divertir e "instruir" o telespectador. Além disso, o conteúdo lingüístico de três programas de televisão,[12] representativos do aspecto da "exploração" da violência, foi analisado em sua construção discursiva, tendo em vista a perspectiva de comparação entre emissão e leitura.

Com essa avaliação objetivamos "dar conta da produção e leitura buscando as motivações, as intencionalidades, os interesses, as necessidades e, sobretudo, os condicionantes sociais presentes (no) segmento econômico do qual fazem parte os interlocutores".[13] A centralidade do estudo no receptor tem como base a perspectiva desse como ator social, não como decisor incondicional, na linha das novas abordagens mercadológicas que o vêem como "rei e senhor", cujos desejos e vontades devem ser satisfeitos, mas como parte de um sistema de troca, em que "verdades, valores e comportamentos dos indivíduos/sujeitos de ambos os pólos da

---

[10] "Com o sucesso do Plano Real, as camadas mais pobres da população aumentaram o poder aquisitivo, podendo adquirir inúmeros televisores." MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil**: 50 anos de história (1950-2000). Salvador:PÁS-Ianamá, 2000, p. 167.
[11] ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1993, p. 366.
[12] Neste estudo trabalharemos apenas com produção nacional.
[13] BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e linguagem** – discurso e ciência. São Paulo: Moderna, 1998, p.17.

emissão e da recepção (...), formando a consciência social, ideológica e estética, vão atualizar as manifestações dos produtos da indústria cultural, em leituras diversas".[14]

A centralidade da violência neste estudo de recepção justifica-se pelas características da sociedade complexa em que estamos inseridos, que apresenta "um universo ideológico diferenciado", no qual coexistem modelos holísticos e individualistas de construção da realidade, em constante tensão, fazendo com que a "violência seja uma possibilidade sempre presente".[15] E também porque, conforme Jameson, "toda era é dominada por um gênero, ou forma privilegiada, cuja estrutura parece ser a forma mais adequada para exprimir suas verdades secretas"[16] e gêneros podem, entre outras tantas interpretações, ser entendidos como "'construções ideológicas', possíveis indutoras de uma 'pré-leitura' que, por sua vez, restringem a possibilidade de livre atribuição de significados por parte da 'comunidade interpretante' (...) e, no limite (...) como mais um mecanismo - entre outros utilizados pela indústria cultural -, no processo de reprodução da ideologia dominante".[17]

Assumimos que as pessoas constroem os significados a partir da percepção de suas próprias experiências, percepção esta realimentada com os conteúdos dos meios. Nossa hipótese principal é que o público assiste a conteúdos que apelam para a exploração da violência não tanto porque goste deles, mas sim porque lhes são oferecidos em uma "bandeja de prata", criando um consumo televisual de entretenimento, com atribuição de significados justificados não mais pelo pressuposto básico do paradigma das gratificações, mas pela aquisição de um hábito,

---

[14] BACCEGA, Maria Aparecida. Crítica de televisão: aproximações. In: MARTINS, Maria Helena (org.). **Outras leituras**. São Paulo: SENAC/Itaú Cultural, 2000, p. 40.
[15] VELHO, Gilberto, ALVITO, Marcos (org.). **Cidadania e violência**. Rio de Janeiro: UFRJ/FGV, 2000, p. 15.
[16] JAMESON. **Pós-modernismo** ... op. cit. p. 91.
[17] BORELLI, Silvia Helena Simões. Gêneros ficcionais: materialidade, cotidiano, imaginário. In: SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA- USP/Brasiliense, 1995, pp. 74-75.

condicionado social e circunstancialmente, ou seja, as pessoas assistem ao que assistem porque isso faz parte da cultura contemporânea, e ao fazer isso são integrados nessa cultura. Ao longo dos mais de 50 anos de história da televisão, os produtores buscam estratégicas para conquistar o público, por meio da utilização do simbólico, do mito, estratégia esta facilitada pelo desenvolvimento tecnológico (edição, cor, efeitos gráficos, 'interatividade'), não sendo exatamente verdade que o público tenha curiosidade pela informação em todos os meios sociais, visto que a curiosidade pelo mundo aumenta na proporção em que aumenta o nível de instrução.

O estudo proposto tem como fundamentação teórica aspectos relacionados ao campo da comunicação, como um processo mediado de construção de sentido, por meio do uso da linguagem e aos estudos de recepção em comunicação social, considerando as mediações feitas pelo receptor. Ou seja, buscamos fazer uma análise crítica da programação televisiva no sentido de desvendar, se possível, as bases hegemônicas que a estabelecem como natural, porém sem esquecer as interações sociais que constituem este processo.

Nesta análise, lembramos ainda a dimensão da exclusão cultural, segundo a qual o consumo dos receptores populares é desqualificado e deslegitimado em função do mau gosto ou da ausência de gosto. Martín-Barbero[18] analisa essa dimensão a partir de três aspectos: da desqualificação do gosto das classes populares; da deslegitimação da cultura do autor pela cultura de gêneros e da deslegitimação dos modos populares de recepção.

Na busca dos sentidos atribuídos ao conteúdo da programação televisiva, procuramos entender, pensar a recepção como sintoma dos processos de significação

---

[18] MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA- USP/Brasiliense, 1995, p. 52.

que constituem o imaginário das pessoas em relação à sociedade; entender como essa sociedade (se) significa para as pessoas considerando os conteúdos da televisão, da mesma forma que Orlandi pensou a definição de brasileiro, um discurso que o define "como um 'sintoma'; como um discurso que é constitutivo dos processos de significação que constituem o imaginário pelo qual se rege a nossa sociedade, ou seja, como ela nos significa".[19]

Para interpretação dos significados da violência junto aos telespectadores, trabalhamos afirmações de Michaud, a partir de estudos conclusivos de que a "violência é muito mais difundida e considerada muito mais normal do que se pensa. Tais estudos mostram ainda que a realidade cotidiana da violência difere sensivelmente das representações que fazemos dela e dos discursos ideológicos ou míticos que sustentamos sobre ela".[20] Com nosso estudo, verificamos se essa idéia de "normalidade" se relaciona, de alguma forma, às representações da violência cotidiana apresentadas nos conteúdos da mídia, em especial, da televisão.

Os conceitos-guia de nosso trabalho são cultura, ideologia, hegemonia e violência, entendendo que parte da confusão entre violência e seus correlatos é causada pelo fato de os conteúdos dos produtos televisivos não fazerem distinção, principalmente, entre poder e violência.

O estudo da recepção, a partir de uma classificação dos receptores em grupos, utilizando o Critério Brasil, viabiliza a verificação da ocorrência de uma leitura preferencial determinada pela organização dos programas em torno de uma mensagem central, em um contexto hegemônico, além das perspectivas de "poder

---

[19] ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Terra à vista** - discurso do confronto: velho e novo mundo. São Paulo: Cortez/Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1990, p. 47.
[20] MICHAUD, Yves. **A violência**. São Paulo: Ática, 1989, p. 98.

ideológico da mídia", porém entendendo que estes receptores são mais do que indivíduos psicológicos.[21]

Este estudo tem como objetivo central verificar a leitura da programação de TV, caracterizada por conteúdos que apelam para a violência, realizado a partir da avaliação da grade de programação da TV aberta em relação à diversidade de gêneros nela presente, verificação da audiência dessa programação, verificação do modo de recepção dessa programação, o processo de construção de sentidos e as mediações feitas no processo de leitura.

A TV brasileira é essencialmente comercial. Como empresa privada, sua programação deve atender às necessidades dos patrocinadores, seu primeiro público, para então atrair seu público principal, o telespectador.[22] Uma programação que informa e diverte, mas que, acima de tudo, tem no sensacional sua maior força de atração, segue uma diretriz típica adotada sempre que o objetivo é um público mais numeroso. Como resposta ao questionamento *por que as pessoas assistem ao que assistem?,* lembramos White para quem a televisão seria lugar de realização do mito, servindo como ponto de integração entre o senso comum, o conhecimento especializado e "aquela área da experiência que é tão além dos limites da aceitabilidade cultural que é tachada de falsa, irracional e sem sentido".[23]

Estudar a recepção não significa exatamente que ao final do trabalho estamos aptos a entendê-la. Pelo contrário, é com esta atitude que iniciamos nossa pesquisa.

---

[21] Aqui fazemos referências às abordagens dos Usos e Gratificações e às análises ideológicas de Morley e Brunsdon dos efeitos da mídia, conforme WHITE, Robert. Recepção: a abordagem dos estudos culturais. *Comunicação & Educação*, São Paulo: CCA-ECA-USP/Moderna, no. 12, ano IV, maio/ago., 1998, p. 65.

[22]SCALAMANDRÉ, Ricardo. O Negócio da Televisão. In MACEDO, Cláudio e colab. (orgs.). **TV ao Vivo.** São Paulo: Brasiliense, 1988, p. 239.

[23] SILVERSTONE apud WHITE. Televisão como mito e ritual ... op. cit., p. 51.