

DICIONÁRIO CRÍTICO DE LAZER /CELAR /UFMG

TELEVISÃO

Giovani De Lorenzi Pires – Prof. Adj. DEF/CDS/UFSC

Sérgio Dorenski Dantas Ribeiro – Prof. DEF/UFS e Mestrando em Educação Física/CDS/UFSC

O conceito de televisão já existia meio século antes de se tornar realidade, a exemplo do "telescópio elétrico" de Paul Nipkow, um disco explorador perfurado que divide a imagem em linhas e que foi patenteado em 1884. Outra invenção alemã foi o tubo de raios catódicos, um tubo de vácuo de vidro contendo um eletrodo que, quando aquecido emite uma corrente de elétrons. Entre 1923 e 1931, o americano Vladimir Zworykin produziu o iconoscópio, a primeira câmara de televisão do mundo. Hoje, existe um conceito técnico que significa transmissão de imagens animadas por meio de ondas eletromagnéticas.

Com o passar dos anos, o conceito de Televisão ganhou uma dimensão para além deste aspecto linear. Para Bolaño (1988), a Televisão nos Estados Unidos passou a disputar com a Indústria do cinema, a hegemonia da Indústria Cultural, transformando-se no principal veículo publicitário em substituição ao rádio> Assim, acredita que o predomínio da Televisão, do vídeo, na Indústria Cultural é, na verdade, uma tendência mundial no capitalismo monopolista. A informação e cultura representam mercadorias na lógica capitalista, cuja produção passa a ser um ramo que atrai os grandes capitais e se estrutura na forma moderna de oligopólio. Com isso, a relação histórica entre a Indústria cultural e capitalismo monopolista encontra seu elo de conexão na publicidade. Assim, o sentido da relação que se estabelece entre o público e a Televisão é o de promover o consumo massivo, servindo a Indústria como elemento chave no processo de crescimento da grande empresa.

A Televisão é o fenômeno social e cultural mais impressionante da história da humanidade. É o maior instrumento de socialização que jamais existiu, pois nenhum outro meio de comunicação na história havia ocupado tantas horas da vida cotidiana dos cidadãos, fascinando-os e penetrando no seu imaginário social (Ferrés,1998). A Televisão consegue fazer uma síntese entre a magia da imagem, aquela advinda do cinema, e o imediatismo do rádio, por isso a existência de uma força simbólica ou, como diria Bourdieu, de um poder simbólico. Thompson (1998) explica que uma das conquistas técnicas da Televisão é sua capacidade de utilizar grande quantidade de “deixas” simbólicas, tanto do tipo auditivo quanto visual, diferentemente do rádio ou jornal, que restringem-se a fala ou a escrita.

Em crítica à Televisão comercial, Kellner (2001), explicita que esta é predominantemente regida pela estética do realismo representacional, de imagens e histórias que fabricam o real e tentam produzir um efeito de realidade. Neste aspecto, a Televisão comercial é constituído como um instrumento de entretenimento, pois seus produtores acreditam que o público se diverte mais com histórias, com narrativas que contenham personagens, argumentos, convenções e mensagens familiares e reconhecíveis, provocando assim, uma pobreza estética e afastando o público com outros gostos e valores estéticos. Mesmo assim, para Kellner (2001) a Televisão e outras formas de cultura da mídia, desempenham papel fundamental na reestruturação da identidade contemporânea e na conformação de pensamentos e comportamentos.

Ainda para Ferrés (1998), é um reducionismo pensar a Televisão tanto como causadora de todos os males individuais e sociais, quanto pensar ingenuamente que ela representa uma culminância histórica na democratização e socialização da cultura ou uma diversão gratuita e

ideologicamente neutra. Assim, entende que não só os discursos, a razão, a consciência são influenciados, quando na verdade influencia-se desde e respectivamente os relatos, as emoções e o inconsciente. A Televisão subliminar¹ diz que sua influência não provém tanto de sua incidência sobre a razão quanto por seu apelo à emotividade; de que não condiciona a liberdade mediante a coerção física, mas pela sedução.

Nesta perspectiva, a Televisão é um instrumento de alienação quando as emoções e sensações impedem à pessoa encontrar-se consigo mesma na reflexão e na consciência crítica. No entanto, a Televisão pode ser um instrumento libertador quando for uma experiência integradora, unir opostos, resolver a dualidade radical que é a pessoa, permitindo que racionalidade e emotividade interajam de maneira lúcida, que as mensagens *do* meio e as mensagens *ao* meio sejam vividas conscientemente. Quando unir matéria e espírito, consciente e inconsciente, conceito e sentimento, e a vivência emocional não impedir o exercício da racionalidade, nem vice-versa.

Preocupado com o efeito de transmissão, pois ela contribui para divulgar ideologias e dirigir a consciência dos espectadores, Adorno (2000) sugere existirem dois conceitos de formação cultural associados à Televisão: *Televisão educativa* - a serviço da formação cultural; e *Televisão deformativa* - em relação à consciência das pessoas, devido a enorme quantidade de espectadores e de tempo gasto em sua assistência. Adorno entende que o que é moderno na televisão é a técnica de transmissão, longe no entanto, de compreender que seu conteúdo seja moderno. Entende que o conceito de informação é mais apropriado à Televisão do que o de formação. Acredita que se deve ensinar - desenvolver aptidões críticas - como assistir Televisão sem ser iludido pela ideologia, pois Televisão como ideologia significa promover uma falsa consciência e um ocultamento da realidade, submetendo as pessoas a um conjunto de valores, como se fossem dogmaticamente positivos.

Neste sentido, John Condry (1995), sugere que a Televisão rouba o tempo das crianças conhecerem o mundo e a si mesmas, devido ao fato de passarem demasiado tempo frente a ela. Segundo este autor, a Televisão mente às crianças, apresentando-se como uma fonte confiável de informações sobre o mundo, além de veicular um grande número de coisas falsas e deformadas. Seu conteúdo é centrado na violência, que até os desenhos animados a reforçam. Além disso, a Televisão influencia as convicções, os valores e as condutas dos telespectadores. Apesar disso, Condry pondera que o nível de instrução do telespectador, seu ambiente social, o contexto familiar, são fatores que podem intervir na influência exercida pela Televisão. Assim, entende que se a Televisão exerce influência sobre os jovens, é precisamente porque as outras instituições que se ocupam com as crianças, funcionam mal. Em muitas famílias, a Televisão substituiu os contos de histórias, pois o tempo passado frente a ver Televisão desvia as crianças da leitura. Considerando improvável que a Televisão venha a se constituir num ambiente favorável à socialização das crianças, sugere que se tente melhorar a qualidade dos programas que oferecemos aos nossos filhos, por entender que a Televisão não é uma fonte de informação sobre o mundo e, portanto, não é capaz de ensinar às crianças aquilo de que necessitam para se tornarem cidadãos esclarecidos. A Televisão pode ser uma diversão e o fato de nos divertirmos não é mau em si. Pode ter também um papel de informação e isso, igualmente, é bom. Contudo, conclui Condry, não consegue ser um instrumento de

¹ FERRÉS (1998, p.14) considera subliminar qualquer estímulo que não é percebido de maneira consciente, pelo motivo que seja: porque foi mascarado ou camuflado pelo emissor, porque é captado desde uma atitude de grande excitação emotiva por parte do receptor, por desconhecimento dos códigos expressivos por parte do próprio receptor, porque se produz uma saturação de informações ou porque as comunicações são indiretas e aceitas de uma maneira inadvertida. É neste sentido, que compreende Televisão Subliminar.

socialização confiável e é isso que se deve reconhecer. A escola e a família devem desempenhar um papel essencial no sentido de reduzir a influência da Televisão sobre as crianças.

Relativizando essas teorias *hipodérmicas*², que atribuem efeitos imediatos e diretos da televisão sobre os telespectadores, destacam-se os chamados estudos de recepção, que deslocam o foco das análises para o campo da audiência, a fim de examinar como o receptor constrói suas estruturas de percepção e torna-se sujeito da atribuição de sentidos/significados próprios à mensagem televisiva. Neste sentido, destacam-se os estudos socioculturais latino-americanos de comunicação, notadamente na figura de Jésus Martin-Barbero, introdutor do conceito de *mediação*, que, segundo Jacks

pode ser entendida (...) como um conjunto de elementos que intervêm na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade. As mediações produzem e reproduzem os significados sociais, sendo o “espaço” que possibilita compreender as interações entre a produção e a recepção” (1999:48-49, grifo no original).

Simplificadamente, Lopes (1996) define as mediações como múltiplos filtros subjetivos e sociais, constituídos pela interação entre a cotidianidade e a formação cultural, por onde passam e são ressignificados quaisquer tipos de comunicação.

Martin-Barbero, todavia, alerta que esta importância atribuída ao receptor não deve levar ao falso entendimento de que emissor, mensagem e meio não têm mais relevância. Deslocar o pólo para a recepção não deve, ingenuamente, desconsiderar os sentidos primários da mensagem, nem os interesses que a perpassam e envolvem, mas sim que é possível propor uma nova interação entre emissor e receptor, em que ambos tenham participação ativa e esclarecida de suas necessidades e desejos de comunicação, isto é, um processo mais simétrico de negociação dos seus significados (Martin-Barbero, 1995).

Nessa perspectiva, Pierre Bourdieu (1997) afirma que os profissionais que lidam com a imagem devem lutar para que esse instrumento democrático não se torne um instrumento de opressão simbólica, justamente pela capacidade que tem a Televisão de atingir todo mundo, configurando-se como um monopólio de informação e nela, perpassar uma grande demanda de interesses, políticos e econômicos.

O campo das manifestações da cultura de movimento, especialmente o das práticas esportivas espetacularizadas, tornou-se um grande conteúdo cultural para a televisão, que dedica a ele largas faixas de sua programação, tanto jornalística quanto de entretenimento e publicitária. Se por um lado, através da televisão, o esporte ganha visibilidade e, com isso, possibilidades de financiamento para a melhoria do espetáculo esportivo, por outro, perde em autonomia, pois passa a depender cada vez mais da venda dos direitos de televisionamento, o que garante à TV a ampliação dos seus espaços de decisão sobre o esporte, como a imposição das fórmulas dos campeonatos e dos horários dos jogos, por exemplo.

Para Betti (1998, p.151), a Televisão pode se tornar uma ferramenta pedagógica que a Educação Física mobiliza para a intervenção na vida: "a nossa janela de vidro, de simples abertura que emoldura a contemplação de um mundo apresentado pelas câmeras da Tv, torna-se uma janela que se atravessa para nele intervir". Neste aspecto, diante de uma realidade onde crianças e adolescentes dedicam muito tempo às mídias, trocando inclusive a "bola", pela

² Cfe. Teorias da Comunicação, de Wolf (2001).

assistência da televisão ou os jogos eletrônicos, torna-se fundamental que os profissionais de Educação Física, no intuito de contribuir para a formação de um espectador crítico, inteligente e sensível, possam compreender sua dinâmica cultural e ressignificar esse instrumento tecnológico.

Pesquisadores como Feres Neto (2001) expressam certo entusiasmo com as possibilidades de ampliação do entendimento sobre as práticas corporais a partir da expansão do acesso às modernas tecnologias comunicacionais. Na sua opinião, novas vivências de esporte e lazer são oportunizadas pelos meios técnicos, ampliando as condições de percepção e elevando o nível de informação sobre este campo, através da categoria da *teleludicidade*, isto é, uma nova forma de experimentar e compreender os fenômenos corporais, que vem se somar às manifestações esportivas tradicionais. Mesmo reconhecendo as possibilidades de novos sentidos para a cultura de movimento que são abertos a partir da televisão, não é demais alertar para as consequências que essa mediação tecnológica pode significar para o lazer se se configurar, enquanto indústria do entretenimento, como substituição da experiência cultural lúdica, sensorial e estética (Pires, 2002).

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. **Educação e emancipação**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- BETTI, Mauro. **A janela de vidro**: esporte, televisão e educação física. Campinas-SP, 1998.
- BOLAÑO, César R. S. **Mercado brasileiro de televisão**. Aracaju: UFS, 1988.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CONDY, John. **Televisão**: um perigo para a democracia. Lisboa: Gradiva, 1995.
- FERES NETO, Alfredo. Virtualização do esporte e suas novas vivências eletrônicas: implicações para a Educação Física. Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 12, **Anais...** Caxambú: 21 a 25/10/2001 (CD Rom)
- FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar**: socializando através de comunicação despercebidas. Porto Alegre: Artmed, 1998.
- JACKS, Nilda. **Querência**: cultura regional como mediação simbólica – *um estudo de recepção*. Porto Alegre: Ed Universidade/UFRGS, 1999.
- LOPES, Maria Immacolata V. Pesquisas de recepção e educação para os meios. **Comunicação & Educação**, ano II, n. 6:35-40, maio-ago., 1996.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru-SP: EDUSC, 2001.
- MARTIN-BARBERO, Jesús.. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: ECA/USP, Brasiliense, 1995.
- PIRES, Giovanni De Lorenzi. A mediação tecnológica do esporte como substituição da experiência formativa. **Corpoconsciência**, n.9:23-39, maio/2002.
- THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**: Uma teoria social da mídia. Petrópolis/RJ: Vozes, 1998

Autores:

Giovani De Lorenzi Pires

Licenciado e Mestre em Educação Física pela UFSM e
Doutor em Educação Física/Ciências do Esporte pela UNICAMP.
Professor Adjunto do Departamento de Educação Física da UFSC
e Coordenador do Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva/
NEPEF/UFSC.

Sérgio Dorenski Dantas Ribeiro

Licenciado em Educação Física pela UFS. Professor do Departamento
de Educação Física da UFS e aluno do Curso de Mestrado em
Educação Física do Centro de Desportos/UFSC. Membro do Grupo
de Estudos Observatório da Mídia Esportiva - NEPEF/UFSC