

Programas televisivos

Suzana Kilpp*

COSTUMA-SE ANALISAR a televisão tomando os programas por referência - e em especial, o conteúdo dos mesmos - estendendo a crítica das representações de um programa, para a programação, para as emissoras e para a TV como um todo. Nessa perspectiva, os programas têm sido tratados como os produtos que as emissoras de TV oferecem aos espectadores, num cardápio chamado de grade de programação.

Há, no entanto, práticas enunciativas que transcendem aquilo que habitualmente chamamos de conteúdo e que fazem os programas de TV serem programas propriamente televisivos. Programas e programação estabelecem entre si, na verdade, relações tensas, e é na tensão dessas forças em campo que se encontram interessantes representações de programa, programação, emissoras de TV e televisão em geral.

Programas televisivos e programação

O conjunto das imagens televisivas, mais ou menos organizado numa certa estrutura horizontal e vertical de programas, é, em geral, tido como a programação de TV. Ele é gestado a partir de uma grade imaginada pelas emissoras usuárias dos canais, e é atualizado de tempos em tempos e de certos modos por cada emissora, não apenas no sentido da renovação das grades, mas também no sentido da evolução dos virtuais aos atuais.¹

A programação televisiva é, portanto, uma ethicidade contraditória, que contém o virtual e sua atualidade, atualidade que é perceptível não nas grades, mas nos fluxos, nos quais também estão presentes imagens das demais unidades autônomas (que não têm existência nas grades). De fato, a programação não é nem o cardápio de programas que aparece nas grades, nem a mera soma de programas e outras unidades televisivas interpostas no fluxo, mas um produto dessa macromontagem.

É em grande parte por causa da macromontagem, que constitui e se dá a ver no fluxo, que é preciso moldurar² os programas e as demais unidades autônomas que são editadas em seqüência, sugerindo uma pretensa di-

ferença ética³ entre elas. Junto com as peças publicitárias, eles são, portanto, *unidades televisivas autônomas*, as que, ainda que só existam na tevê, têm existência própria. Isto é, elas podem ser transportadas de uma posição para outra dentro da programação de um mesmo canal, ou de outro, e até mesmo para outras mídias tecnologicamente similares, devidamente molduradas, sem perder sua identidade e seus nomes próprios (os títulos).

As peças publicitárias têm, efetivamente, uma visível autonomia, que lhes permite facilmente tal migração, e os anúncios circulam, os mesmos, em qualquer horário e canal, em espaços escolhidos e pagos pelo anunciante. Os programas, porém, ainda que sejam concebidos com a mesma autonomia, acabam sendo duplamente capturados: primeiro, pela grade de programação, sobre a qual não têm ingerência; depois, no fluxo, pela assinatura da emissora que lhes é sobreposta na forma das logomarcas.

O fato de a televisão estruturar expressamente as imagens que veicula em programas e anúncios publicitários, contrapõe-se ao fato delas serem montadas e colocadas no ar em fluxo, em blocos, o que a “obriga” a criar certas convenções audiovisuais, também sólidas e em fluxo, que delimitam - e dão seqüência, ao mesmo tempo - as imagens de uma coisa e de outra que têm nome próprio e duração própria, que vão ao ar de uma só vez ou em partes. A inserção no fluxo de certas durações, mais ou menos sólidas, funcionam também, portanto, como molduras dos programas.

Assim, a moldura programa, situada em confins do programa e da programação (em fluxo), é um território em que ocorre uma importante disputa por sentidos éticos:

os sentidos do programa e os da programação. Mas é um território no qual o programa disputa sentidos também com a emissora (enunciados na logomarca e nos promos da emissora) e com a publicidade (enunciados nos anúncios). Os promos do programa, veiculados durante a programação, mas especialmente quando estão na abertura e no fechamento de um programa, são, portanto, uma moldura mais geral, e um privilegiado território para a enunciação dos sentidos identitários do programa, inclusive os do gênero de programa.

Programas televisivos e gênero dos programas

Já é muito conhecida a discussão sobre os gêneros na televisão, especialmente aquela que coloca na origem dos relatos de gênero⁴ - dos quais a TV é signatária -, o folhetim oitocentista. Antes de dar seguimento a ela, gostaria de indicar outra perspectiva de lidar com o gênero, nos termos propostos por Arlindo Machado, a partir, principalmente, de Mikhail Bakhtin. Machado (2000) diz que a televisão abrange um conjunto bastante amplo de eventos audiovisuais, cada um dos quais os semioticistas chamariam de um enunciado. Cada enunciado concreto, ainda que singular, teria sido produzido dentro de uma certa esfera de intencionalidades, sob a égide de uma certa economia, com vistas a abarcar um certo campo de acontecimentos, atingir um certo segmento de telespectadores e assim por diante.

Cada enunciado corresponderia a uma determinada possibilidade de utilização dos recursos expressivos da televisão, um certo conceito de televisão, que se expressaria nos conteúdos verbais, figurativos, narrativos e temáticos, e também no modo de manejar os elementos dos códigos televisuais. A relativa estabilidade de algumas modalidades na organização desses elementos estaria relacionada à existência de esferas de intenção mais ou menos bem definidas, no interior das quais os enunciados podem ser codificados e decodificados de forma relativamente estável por uma comunidade de produtores e espectadores até certo ponto definida.

É justamente a essas esferas de acontecimentos (nos termos de Mikhail Bakhtin), ou a esses modos de trabalhar a matéria televisual (nos termos preferidos por Machado), que o autor chama de gêneros, os quais, existindo numa quantidade e diversidade muito grande, tornariam muitas vezes complicado estudá-los como categorias.

Na obra em pauta, o autor analisa alguns dos modos de trabalhar a “matéria televisual”, categorizadas por ele nos seguintes termos: as formas fundadas no diálogo; as narrativas seriadas; o telejornal; as transmissões ao vivo;

a poesia televisual; o videoclipe e outras formas musicais.

Sejam como estratégias de comunicação (Martín-Barbero), sejam como modos de trabalhar a matéria televisual (Machado), tais noções de gênero levam a intrincadas, diversas e complexas categorias que, ainda assim, aplicadas ao estudo de um ou outro programa em particular, são bastante produtivas. Mais do que isso, no que interessa a este artigo, a intervenção dos gêneros televisivos é fundamental na enunciação das ethicidades televisivas, particularmente à ethicidade programa, porquanto - é da natureza do discurso televisivo uma retórica de verossimilhança, que só pode ser entendida dentro dos gêneros; - há que se levar em conta a razoabilidade e a insensatez dos comportamentos para perceber os sentidos implicados, o que também se faz dentro do quadro dos gêneros.

Entretanto, habitualmente, a TV que se faz no Brasil não explicita os modos como classifica os programas que produz e veicula, até porque a televisão tem produzido gêneros híbridos de programas. Há apenas uma reiterada defesa da “realidade” da imagem informativa que, para muitos pesquisadores, já foi superada, mas que alguns homens de televisão insistem em defender expressamente.

Machado (1990), ainda que não esteja aí referindo-se expressamente aos gêneros, sugere que seria possível distinguir duas modalidades de programação inconfundíveis:

1) a que se refere aos programas de informação, em que a tevê forneceria enunciados a respeito de eventos que ocorrem independentemente dela. Em relação a eles, o público, de forma geral, esperaria que se dissesse a verdade, que se ativesse aos fatos, mesmo que todo mundo soubesse que, de alguma forma, todo fato é sempre manipulado ou interpretado na abordagem televisual;

2) a que se refere aos programas de fantasia, em que cada espectador aceitaria suspender temporariamente os seus critérios de credibilidade, estabelecendo um pacto de ficção com o espetáculo, atribuindo verossimilhança ao que reconhecidamente é fantasia.

Entretanto, nos termos de Canevacci (2001), toda a comunicação visual estaria assentada numa relação extremamente lábil entre metáfora e verdade, cujo limite teria de ser sempre desafiado e superado pela mídia para que obtivesse sucesso. Todo o sistema da mídia seria levado a buscar aquelas linguagens inovadoras que têm que fazer parecer sempre mais real o que é metáfora.⁵

Então, ainda que seja produtivo para a análise adotar a princípio essas duas grandes modalidades - a documental e a ficcional -, com vistas à razoabilidade dos sentidos enunciados nos programas de um gênero e outro, os programas de TV (especialmente em fluxo) tendem a estruturar-se mais como um gênero propriamente televisivo. No interior e na perspectiva desse gênero, ficção e realidade se hibridizam tecnicamente, engendrando uma realidade televisiva - simétrica e equivalente a uma ficcionalidade televisiva -: o televisivo, que engendra um mundo *sui generis* e em relação com outros mundos.

Programa televisivo: o que é, então?

Já vimos que os programas são uma espécie de unidade televisiva autônoma. Eles são também estratégias das emissoras para chegar a certos públicos e capturar os anunciantes interessados nesse público. Os sentidos identitários dos programas, no entanto, devem ser buscados nas técnicas e estéticas (as molduras e as moldurações) usadas pelas emissoras para torná-los certos quadros de experiência e significação, práticas essas das quais a estratégia enunciativa do gênero toma parte. Especialmente os promos de abertura, e a inserção, mais ou menos tensa - tanto dos programas quanto de suas vinhetas - na programação, sempre associados aos anúncios dos anunciantes, que são veiculados no seu entorno e em seu interior, são as mais importantes enunciações éticas dos programas.

Mas os programas são também molduras de outras ethicidades, e os sentidos identitários de um programa intervêm diretamente no agenciamento dos sentidos identitários dessas durações, *personas*, objetos, fatos e acontecimentos que se dão a ver nos seus panoramas: por certo, o mesmo acontecimento tem sentidos diferentes em dois programas que são ethicamente diferentes.

A título de exemplificação, vou sugerir o que, a meu ver, são importantes sentidos identitários de ethicidades televisivas, presentes na programação e nos panoramas de certos tipos de programa. Por aí dão-se a ver também alguns quadros de experiência que a tevê oferece à nossa percepção, mais ou menos treinada, da contemporaneidade.

Os filmes e enlatados em geral

Há uma curiosa molduração de programas que merece ser comentada por suas peculiaridades: a dos filmes. Na semana que escolhi para analisar a programação das grades publicadas nos jornais, encontrei, nelas,

perto de quarenta títulos de programas afins:

- Campeões de audiência, Cine Band premium, Cine Brasil, Cine espetacular, Cine maior, Cine privé, Cine Record especial, Cine sinistro, Cinema em casa, Cinema especial, Corujão, Curta Brasil, Curtas gaúchos, Domingo maior, Dose dupla, Estação cinema, Festival de filmes 1, Festival de filmes 2, Filme do mês, Intercine, Matinée dois, Movix, Quarta total, Sala de cinema, Sessão Animax, Sessão da tarde, Sessão de domingo I, Sessão de domingo II, Sessão de gala, Sessão de sábado, Sessão dois, Sessão especial, Sessão especial II, Sessão premiada, Supercine, Supertela, Tela de sucessos, Tela quente, Telefilme.

Em todos os casos, a TV está enunciando, com essa prática, que não é mera veiculadora de filmes, sejam filmes de cinema, sejam filmes de televisão⁶, sendo que ela não faz sequer distinção entre um tipo e outro de produção fílmica. Mais que isso, nos termos praticados, o que a tevê faz é enunciar que *Ladrões de sabonete*, por exemplo, é o conteúdo do verdadeiro programa: *Estação cinema*, por exemplo.

Assim, para além desse ou de outro filme qualquer, a tevê segmenta os programas cujo conteúdo é um filme em, por exemplo, cinema e cinema brasileiro, reservando ao último, espaços bastante mais reduzidos, o que pode ser explicado por uma menor produção de filmes nacionais. O fato de privilegiar curtas-metragens brasileiros e gaúchos, porém, se de um lado seria uma forma de compensação, de outro lado, ao ignorar uma vasta produção estrangeira de curtas, parece mais sinalizar uma molduração especial: “cinema brasileiro”, desde o lugar de onde assisto tevê (Porto Alegre - RS), é pluralizado ethicamente como “curta” e “longa-metragem”, e como “nacional” e “regional”.

Já “cinema”, no genérico, é “espetacular”, “premiado”, “campeão”...etc., isto é, há aí uma preferência por filmes *best-seller* e/ou de alguma forma oscarizados, de cujo espectro o cinema brasileiro fica excluído. Dentre esses, os de ação, aventura e suspense têm condição ainda mais privilegiada (são “quentes” e “sinistros”). “Especialmente”, na “sala de cinema”, “privadamente”, “em casa”, “na madrugada”...etc. podem ser veiculados filmes menos comerciais. Há também cinemas moldurados singularmente pelas emissoras (“Bandeirantes”, “Record” e “Guaíba”). Há cinemas para certos dias da semana (quartas, sábados e domingos - antigamente, os “dias de namorar”, sendo que ir ao cinema era justamente uma das práticas mais comuns dos casais). Talvez por falta de inspiração para inventar mais títulos de fachada, há ainda as reprises televisivas - parte I, parte II... -, que têm, entretanto, como conteúdo, filmes diferentes.

Como todos os programas de TV, também os de filmes engendram em seu interior os comerciais e, em geral, devem “caber” no tempo que lhes é concedido pela programação, o que implica, muitas vezes, a realização de cortes - mais ou menos arbitrários, não importa -, uma compressão. Além disso, a prática generalizada na TV aberta é a de dublagem - mais ou menos bem realizada, também não importa.

O que importa é que essas três intervenções já seriam suficientes para tornar os filmes veiculados pela TV em programas irremediavelmente televisivos - para o bem e para o mal -, o que é eticamente importante.

A molduração dos filmes como programas televisivos é fácil de ser percebida, e não é muito diferente da praticada com os enlatados em geral⁷. De formas muito similares, e nem sempre perceptíveis, porém, podem ser desconstruídas, para fins de análise das práticas televisivas, as moldurações daqueles programas que, ainda que não sejam vistos como enlatados, são produzidos fora do ambiente televisivo (eticidades não-televisivas) e em relação aos quais se costuma dizer que a TV apenas os veicula. São sempre, na verdade, em última análise, conteúdos de programas verdadeiramente televisivos.

Os telejornais

Enunciados genericamente como do gênero documental, há cerca de trinta títulos de telejornais na programação da TV aberta que estive examinando, sem contar os jornais segmentados (há cerca de vinte títulos de programas de esportes, por exemplo, dos quais muitos são noticiosos também). Novamente aparecem aí marcas de uma enunciação que se repete na televisão no Brasil:

a) a de sentidos que vinculam eticamente a “informação” às emissoras (apenas a TV Guaíba não tinha um telejornal com seu nome no título); ou seja, há expressamente uma molduração que “cola” a emissora às notícias, tenham elas sido captadas por agências próprias, sejam elas oriundas de agências externas;

b) a de sentidos aparentemente diferentes atribuídos à informação globalizada e à localizada, expressa principalmente como “nacional” e “regional”, e que podem ser atribuídos a uma acomodação à organização vigente em redes. Pois os programas veiculados nacionalmente são uma multiplicidade de janelas locais, tidas como nacionais e internacionais, que tendem a parecer outros locais. Já os programas veiculados regionalmente são também uma multiplicidade de janelas locais, só que, em geral,

tidas como regionais. Guardadas as proporções, são eticamente os mesmos outros que, aqui, parecem-se mais conosco⁸.

A meu ver, trata-se basicamente e, acima de tudo, dos modos como cada emissora marca seu território no negócio da informação. Digo isso, porque são adotadas molduras de mesma natureza e praticamente as mesmas moldurações, trate-se de uma emissora ou de outra, de uma rede ou de uma emissora local. Penso, como Bauman (2001), que o conteúdo moldurado pelos programas noticiosos é eticamente o mesmo. Para o autor, o noticiário, essa parte da informação eletrônica que tem maior chance de ser confundida com a verdadeira representação do mundo lá fora, e a maior pretensão ao papel de espelho da realidade (e a que comumente se dá o crédito de refletir essa realidade fielmente e sem distorção) está - na estimativa de Pierre Bourdieu - entre os mais precívalos dos bens em oferta.

De fato, ainda segundo Bauman, a vida útil dos noticiários é risivelmente curta se os compararmos às novelas, programas de entrevistas e programas cômicos. Mas a precibilidade dos noticiários, enquanto informação sobre o mundo real, é em si mesma uma importante informação: a transmissão das notícias seria a celebração constante e diariamente repetida da enorme velocidade da mudança, do acelerado envelhecimento e da perpetuidade dos novos começos.

Nessa perspectiva, talvez a diferença entre uma emissora e outra e entre o nacional e o local esteja na velocidade das mudanças a que os diferentes telejornais dão vistas: a dispersão de imagens fragmentadas montadas por programa, num caso e noutro, é assimétrica, devido à distância que separa umas das outras geograficamente, implicando diferentes tempos suprimidos para percorrê-las. Assim, a realidade à nossa volta parece mais conhecida, palpável e sólida do que a realidade mais distante.

Enquanto que os sólidos suprimem o tempo em sua duradoura permanência como eles mesmos, para os líquidos, ao contrário, e paradoxalmente, o tempo é o que importa, pois o tempo requerido para percorrer o espaço reduziu-se à instantaneidade. Então, se, aparentemente, a instantaneidade se refere a um movimento muito rápido e a um tempo muito curto, de fato denotaria a ausência do tempo como fator do evento e, por isso mesmo, como elemento no cálculo do valor.

São essas as questões (ou conteúdos) de que tratam os telejornais, que poderiam ser resumidas na liquidação das modernas e sólidas eticidades: tempo e espaço, lugares e identidades. Em seu lugar, coloca-se a reiterada imagem visual da ancoragem televisiva, na *per-*

sona do(s) âncora(s), para a qual a câmera sempre se volta outra vez. Ela, a TV televisiva, ao mesmo tempo que desmancha os sólidos, enuncia-se como a sólida imagem da autoridade de referência, sem a qual talvez nos perdêssemos nessa viagem siderada. O âncora do telejornal - personagem televisivo dele mesmo -, e a convicção que adquirimos de sua onipresença, liberta nossos sentidos para o entretenimento televisivo, seguros de que a realidade está nas boas imagens de vigilantes *personas*.

Os programas e os quadros de entrevistas

Bauman também diz que os programas de entrevistas legitimam o discurso público sobre questões privadas. Para ele, vivemos hoje numa sociedade em que o público é colonizado pelo privado, e em que o interesse público é reduzido à curiosidade sobre a vida privada das figuras públicas. Assim, tendo o espaço público passado a ser um território no qual se faz a confissão dos segredos e intimidades privadas, o pior (ou o melhor) seria que os espectadores já não esperaríamos, dos políticos e de todos os outros na ribalta, mais que um bom espetáculo. Ao final, um lugar sob os refletores seria um modo de ser por si mesmo. A vida desejada tenderia a ser a vida vista na tevê, e com isso a vida vivida pareceria irreal.

Se incluirmos os programas de entrevistas no que Arlindo Machado chama de as formas (televisivas) fundadas no diálogo, e estendermos a análise aos quadros de entrevista (ou até a outros, que têm essa forma do diálogo) dos programas de auditório, e, mais ainda, aos *reality shows*, devemos considerar, para além do que diz Bauman, que se trata da publicização também da vida privada das pessoas comuns, e da curiosidade sobre a vida privada de qualquer pessoa - uma nova forma de voyeurismo cada vez mais expressamente praticado pela TV.

Nessa perspectiva, não é de causar estranheza que os programas e quadros de programas de entrevistas multiplicam-se a cada dia, levando a pensá-los como resposta a uma demanda social de visibilidades mais abrangentes. De fato, vem crescendo a quantidade de espectadores televisíveis, para os quais não se trata mais apenas da fama com a qual se sonhava noutros tempos: hoje, trata-se de adquirir visibilidade televisiva, uma *existência real*, seja o que for que isso significa.

De um lado, a brasilidade (identidade nacional) enunciada pela televisão em suas cenas “brasileiras” torna-se a ethicidade dos brasileiros enunciada pela televisão. De outro lado, ocorre uma enunciação televisiva de cada vez mais *personas* brasileiras, através das quais reconhecemos ou não, como espectadores, a nossa pró-

pria e singular brasilidade. São elas que entram em nossas casas em nome da TV, tão “iguais” a nós, tão aparentemente descoladas das molduras que lhes atribuem tal sentido e tão individuais como cada um de nós, entregues à sua/nossa própria sorte ou azar pessoal.

Ora, nesses termos (e noutros, que não cabe aqui analisar), a TV aberta no Brasil pode ser pensada como um poder, não oficial mas oficioso: o poder do compadrio, que, freqüentemente ainda e há muito tempo, rege as relações que distribuem favores e privilégios no Brasil. Efetivamente, os apresentadores dos programas de auditório lembram muito a figura do grande padrinho, e até a do pai-patrão. Não só porque distribuem prêmios, fazem donativos, divulgam obras e mercadorias culturais (ou outras), mas especialmente porque parece serem eles os que dão existência real a tantos brasileiros tornados televisíveis.

Canevacci (2001), ao sugerir que essa proliferação de TV-*closets* poderia ser a unidade de medida na época da comunicação - que não substituiria a moeda, mas estaria relacionada a ela -, pensa que estariam surgindo novos intermediários culturais, aqueles que têm no *visus* seu meio específico, sendo que essas novas figuras, recorrentes, como as dos apresentadores - vistas pelo autor como ensurdecedoras, prepotentes e egoístas - procurariam destruir a mídia-elite tradicional...

Na medida em que a TV pratica, nesses programas, molduras e moldurações quase sempre homológicas, nas quais as relações entre apresentador/entrevistador e convidado/entrevistado são assimétricas e êmicas⁹, ela naturaliza as duas estruturas paralelas de poder (a das hierarquias e autoridades oficiais e a das hierarquias e das autoridades oficiosas) como se fossem a mesma, e como se as *personas* televisivas fossem todas e em seu conjunto uma mesma *persona* televisiva.

Ou seja, as homologias reduzem as pluralidades (todas, não só essas duas) virtuais a uma fórmula que se repete, tendencialmente, em moldurações personalistas e personalizadoras, que descolam as *personas* de suas molduras de origem (seus ambientes sociais e culturais) e as molduram, com muitos *closets*, numa cena de um espetáculo sobre o qual uns têm e outros não têm ingerência.

Por isso, a meu ver, o que de fato é o conteúdo desses programas - e que se encontra em suas molduras e moldurações - é o grande compadrio brasileiro, sendo que o mais poderoso de todos os padrinhos é a *persona* televisão brasileira. É disso que eles falam: da televisão como ethicidade televisiva, aquela que, na perspectiva da TV, é a solução - essa solução:

personalista e paternalista - para os problemas existenciais (existir na TV) dos brasileiros.

Consideração final

Penso ter indicado suficientes razões para que se repense os programas da TV como programas propriamente televisivos, que são do gênero televisivo e que fazem parte do televisivo ou dos mundos televisivos engendrados pela tevê. É como ethicidade televisiva - uma subjetividade virtual que se atualiza de certos modos em certos programas - que eles podem ser comparados uns aos outros como parte da mesma esfera enunciativa, ou quadro de experiência, e distinguidos em sua natureza peculiar dos “programas” de outras mídias. E é em sua forma (resultante das técnicas e estéticas praticadas em sua molduração) que estão sitiados importantes sentidos, os quais em geral escapam à análise habituada dos ditos conteúdos dos programas.

Notas

* Professora do Programa de Pós-graduação da Unisinos.

¹ Nos termos de Bergson (1999).

² Moldurar - procedimento de ordem técnica e estética que realiza certas montagens no interior de molduras, que são molduras, quase-molduras e molduras virtuais, em geral sobrepostas, que instauram, no interior de suas bordas ou manchas (incluindo aí as molduras-filtro), territórios de significação.

³ Ética, nesse artigo, remete às ethicidades televisivas, sendo assim chamadas as subjetividades virtuais (durações, *personas*, objetos, fatos e acontecimentos que a televisão dá a ver como tais, mas que são, na verdade, construções televisivas).

⁴ Ver, por exemplo, Martín-Barbero (1998).

⁵ No momento, porém, em que é captada pelo cérebro, não seria mais apenas metáfora, porque estaria no interior de uma “sistemática (anti)ecológica da mente”. Assim, uma imagem visual ou uma voz radiofônica, por exemplo, seriam tão reais quanto uma cadeira.

⁶ Os que levam em conta a macromontagem televisiva - feitos para a TV, portanto.

⁷ No caso das séries televisivas cujos títulos são preservados pelas emissoras, seria possível e necessário tecer outras considerações

e indicar os modos como as séries enlatadas são tornadas programas das emissoras que os veiculam.

⁸ As moldurações televisivas estão constantemente enunciando sentidos identitários às alteridades e sugerindo formas de lidar com o próprio e o outro. Os telejornais são, em seu formato, importantes enunciadores de sentidos para essas ethicidades: o local, o regional, o nacional, o internacional.

⁹ Fagia - absorção da alteridade (do outro, da diferença) como forma de neutralizar sua “força temível” e de se beneficiar dela; emia - expulsão (apartamento, segregação) desses “seres temíveis”. Conforme Lévi-Strauss.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BERGSON, Henri. **Matéria e memória**. 2. ed., São Paulo: Martins Fontes, 1999.

CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da comunicação visual**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

KILPP, Suzana. **Ethicidades televisivas**. Sentidos identitários na TV: moldurações homológicas e tensionamentos. São Leopoldo, 2002. Tese de Doutorado, Unisinos.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía**. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello, 1998.

