

Análise comparativa entre o modelo britânico e o modelo brasileiro de televisão¹

Lívia Priscilla da Frota Araújo²

Suelene de Paula Filgueiras³

Kamila Bossato Fernandes⁴

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

RESUMO

Este artigo tem como objetivo realizar uma análise comparativa entre o modelo televisivo britânico e o brasileiro, a fim de apontar o que a televisão brasileira pode aprender com a britânica para buscar novas formas de comunicação e interação entre os telespectadores e os veículos. O trabalho também se propõe a pensar a tevê inserida como um produto cultural. Esta análise se alicerça nos estudos culturais, pertencentes ao campo de conhecimento da Comunicação, tendo como principal destaque as contribuições dos teóricos Stuart Hall e Jesús Martín-Barbero.

PALAVRAS-CHAVE: TV; estudos culturais; teorias; comunicação.

ABSTRACT

This article has as objective to carry out a comparative analysis between British and Brazilian television and to point what Brazilian television can learn with the British one to search new ways of communication and interaction between people who watch TV and the broadcasts. This text also has as purpose to think about the TV as a cultural product. This analysis has cultural studies as foundation, inside the communication field of knowledge and has in focus the contributions of the researches Stuart Hall and Jesús Martín-Barbero.

KEY-WORDS: TV; cultural studies; theories; communication.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Rádio, TV e Internet, da Intercom Júnior – IX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UFC e bolsista do Programa de Educação Tutorial do curso de Comunicação Social da UFC - PETCom, email: liviaprisilladfa@yahoo.com.br

³ Graduada do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFOR, email: suelenefilgueiras@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo do ICA-UFC e tutora do Programa de Educação Tutorial do curso de Comunicação Social da UFC - PETCom, email: kamila.fernandes@gmail.com

Introdução

São muitos os preconceitos por parte dos intelectuais em relação à televisão. Considerada um aparato midiático “menor” em comparação ao cinema e à literatura, por exemplo, ela é vista como a culpada pela mercantilização da cultura. Alguns teóricos da comunicação que já trataram da tevê foram Adorno e Horkheimer (1985), assim como McLuhan (2002), os primeiros pertencentes à Escola de Frankfurt e o segundo à Escola Canadiana. Arlindo Machado resume esta abordagem:

Em resumo, para o grupo adorniano, a televisão é por natureza “má”, mesmo que todos os trabalhos mostrados em suas telas fossem da melhor qualidade, enquanto para o grupo mcluhiano a televisão é por natureza “boa”, mesmo se só existisse porcaria em suas telas. (MACHADO, 2005, p. 19).

Ambos analisam a televisão do ponto de vista da estrutura tecnológica do aparelho, mas sem se preocupar com a qualidade de sua programação. Como este artigo pretende estabelecer uma comparação com foco na programação televisiva, a proposta teórico-metodológica se alicerça no campo dos Estudos Culturais, com destaque para as contribuições dos teóricos Stuart Hall (2009) e Jesús Martín-Barbero (2009).

A escolha dos Estudos Culturais como fundamentação teórica deste artigo se deu a partir da compreensão desta área como interdisciplinar e que visa o estudo dos aspectos culturais da sociedade.

Não se constituindo em uma disciplina, mas em um campo de cruzamentos de diversas disciplinas, os estudos culturais permitem a combinação da pesquisa textual com a social, na medida em que recuperam a acepção estruturalista sobre a relativa autonomia das formas culturais, situando-as num contexto de forças diversas, bem como do culturalismo, o valor da experiência dos sujeitos para a mudança social. (ESCOTEGUY, JACKS, 2005, p. 38).

É preciso uma nova maneira de pensar a televisão a fim de promover formas de aperfeiçoar cada vez mais o seu conteúdo e a mensagem a ser recebida pelo telespectador. Arlindo Machado enfatiza:

[...] já é tempo de pensar a televisão fora desse maniqueísmo do modelo ou da estrutura “boa” ou “má” em si. [...] é preciso (também) pensar a televisão como o conjunto dos trabalhos audiovisuais [...] que a constituem [...] O contexto, a estrutura externa, a base tecnológica também contam, é claro, mas elas não explicam nada se não estiverem referidos

àquilo que mobiliza tanto produtores quanto telespectadores: as imagens e os sons que constituem a “mensagem” televisual. (MACHADO, 2005, p. 19).

A televisão deve ser pensada principalmente do ponto de vista de sua programação, que é o que a constitui. Este artigo pretende realizar uma análise comparativa entre o modelo britânico e o brasileiro de televisão, considerando a qualidade atribuída ao modelo britânico, este último já foi, inclusive, tema de trabalho científico do autor Laurindo Lalo Leal Filho (1997). Com isso, objetiva-se perceber quais são as deficiências da tevê brasileira e o que ela pode aprender com a tevê britânica.

1. Estudos Culturais

Os Estudos Culturais se constituíram no final dos anos 1950 na Inglaterra através das pesquisas de Richard Hoggart, Edward Palmer Thompson e Raymond Williams. Posteriormente, foram incorporados ao campo os aportes teóricos de Stuart Hall. A história dos Estudos Culturais começa no *Centre for Contemporary Cultural Studies*, em 1964, na Universidade de Birmingham, na Inglaterra.

Se originalmente os estudos culturais foram uma invenção britânica, hoje, na sua forma contemporânea, transformaram-se num fenômeno internacional. Os estudos culturais não se confinaram na Inglaterra nem nos Estados Unidos, espalhando-se para a Austrália, Canadá, África, América Latina, entre outros territórios. (ESCOTEGUY, 1998, p. 87).

Neste contexto de difusão internacional dos Estudos Culturais e com base no tema deste trabalho, foram escolhidas as contribuições dos teóricos Stuart Hall e Jesús Martín-Barbero. Stuart Hall substituiu Hoggart na direção do *Centre for Contemporary Cultural Studies* de 1968 a 1979 e analisou os meios massivos.

Jesús Martín-Barbero é um dos representantes da visão latino-americana, com foco nos estudos de recepção, além de ter realizado investigações sobre a vida cotidiana, o consumo, a história social e cultural dos gêneros e a estética e semiótica da leitura. De acordo com Escoteguy e Jacks (2005), este teórico impulsionou o desenvolvimento e o reconhecimento da pesquisa na América Latina.

Sobre os Estudos Culturais, Stuart Hall afirma que:

[...] a “teoria da cultura” é definida como “o estudo das relações entre elementos em um modo de vida global”. A cultura não é uma prática; nem apenas a soma descritiva dos costumes e “culturas populares [folkways]”

das sociedades, como ela tende a se tornar em certos tipos de antropologia. Está perpassada por todas as práticas sociais e constitui a soma do inter-relacionamento das mesmas. [...] A análise da cultura é, portanto, a “tentativa de descobrir a natureza da organização que forma o completo desses relacionamentos.” Começa com a “descoberta de padrões característicos” Iremos descobri-los na arte, produção, comércio, política, criação de filhos, tratados como atividades isoladas, mas através do “estudo da organização geral em um caso particular”. Analiticamente, é necessário estudar “as relações entre esses padrões.” O propósito da análise é entender como as inter-relações de todas essas práticas e padrões são vividas e experimentadas como um todo, em um dado período: essa é sua “estrutura de experiência” (HALL, 2009, p. 128).

Diante disto, pode-se perceber que a televisão é um produto cultural, e, portanto, está inserida neste contexto. Ela se relaciona com outros aspectos culturais e pode ser analisada a partir da experiência por ela proporcionada. Em *Codificação/Decodificação*, Stuart Hall explica que:

[...] circulação e recepção são, de fato, “momentos” do processo de produção na televisão e são reincorporados via um certo número de feedbacks indiretos e estruturados no próprio processo de produção. O consumo ou a recepção da mensagem da televisão é, assim, também ela mesma um “momento” do processo de produção no seu sentido mais amplo, embora este último seja “predominante” porque é “o ponto de partida para a concretização” da mensagem. Produção e recepção da mensagem televisiva não são, portanto, idênticas, mas estão relacionadas: são momentos diferenciados dentro da totalidade formada pelas relações sociais do processo comunicativo como um todo. (HALL, 1980, p. 390).

Apesar de produção e recepção se constituírem como etapas distintas, em alguns momentos elas podem acontecer quase instantaneamente. Como exemplo, se tem a programação ao vivo em que, apesar de haver uma pré-produção, seu momento de produção é quase o mesmo de recepção. A forma como experimentamos e recebemos a programação que nos é oferecida é uma maneira de se analisar a televisão, neste caso, levando em consideração o conteúdo da mensagem transmitida e não apenas a eficácia da mensagem ser transmitida.

Segundo Martín-Barbero (2009), o modelo latino-americano de televisão é importado do modelo norte-americano. Desta forma, além da importação de programas da televisão norte-americana, há também um processo de imitação do formato desses programas. Sobre esta tendência à importação de modelos, o autor afirma que:

[...] este que não consiste apenas na privatização das redes [...] mas também na tendência à constituição de um só público, no qual sejam

reabsorvidas as diferenças, a ponto de confundir o maior grau de comunicabilidade com o de maior rentabilidade econômica. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 253).

Assim, este modelo procura constituir um só discurso pensando em atender a um público abrangente e obtendo desta forma garantia de maiores lucros. Com isto, há a tendência de uniformização na programação televisiva.

O autor também mostra a relação existente entre a cultura e a televisão. Dialogando com Stuart Hall, percebe-se que a televisão é um produto cultural.

Poucos mal-entendidos são tão persistentes e intrincados quanto esse que sustenta e no qual desemboca a relação televisão/cultura. De um lado, os críticos que encaram a televisão a partir do paradigma da arte – que para eles seria a única coisa que valeria a pena chamar de cultura – e que denunciam dia após dia, com os mesmos fatigados argumentos, a decadência cultural que a televisão representa e acarreta intrinsecamente. Os poucos que, dentre estes, se arriscam a abandonar a denúncia e partir para a ação propõem uma elevação cultural da televisão, que se materializa quase sempre num insuportável didatismo. De outro lado, os folclóricos, que situam a verdadeira cultura no povo, mas no povo-povo, ou seja, naquele que conserva a verdade sem contaminações ou mestiçagens, quer dizer, sem história. E quanto à sua proposta cultural? Tornar televisivo o patrimônio de danças e canções, indumentárias e iconografias nacionais. Sobre outro eixo, aparece a oposição entre os comerciantes, defendendo à moda populista e as demandas manifestadas pela coletividade através das pesquisas de audiência, e o setor público falando à moda paternalista em nome das verdadeiras necessidades culturais das pessoas. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 299).

A televisão, considerada um produto cultural, pode ter uma proposta de programação cultural com foco em atender públicos diversos e segmentados. Conforme já explicitado por Arlindo Machado (2005), não se deve se precipitar ao maniqueísmo e à limitação de olhar a televisão apenas do ponto de vista tecnológico, generalizando-a como boa ou ruim.

Martín-Barbero (2005) propõe três lugares para a mediação televisiva: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. Destacando o trecho relacionado à competência cultural, o autor defende que:

Talvez em nenhum outro lugar o contraditório significado do massivo se faça tão explícito e desafiante quanto na televisão: a junção possivelmente inextrincável daquilo que nele é desativação de diferenças sociais e, portanto, integração ideológica, e daquilo que ele tem de presença de uma matriz cultural e de um sensorium que nas elites produz asco. Desconhecer essa tensão, vendo apenas a eficácia do mecanismo integrador e o jogo de interesses comerciais, é o que justificou e continua

a justificar que a televisão nunca seja considerada quando se trata de discutir políticas culturais, nem por parte dos governos, nem por parte das oposições. A televisão não seria assunto de cultura, só de comunicação. E, como prova, argumentam: onde estão as obras-primas produzidas pela televisão? Seriam por acaso as versões inglesas de clássicos da literatura, ou os melodramas pseudo-históricos norte-americanos? [...] os mandarins da Cultura continuarão a se perguntar se a televisão pode ser considerada como cultura enquanto – gostemos ou não, para o bem ou para o mal – é a própria noção de cultura, sua significação social, o que está sendo transformado pelo que a televisão produz e em seu modo de reprodução. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 299-300).

A reflexão para inserir a televisão nas políticas públicas culturais é realidade na Inglaterra, conforme será exposto mais adiante. No Brasil, ela não é ligada às políticas públicas de cultura, e sim, às de comunicação. Percebe-se que a televisão não se limita à comunicação, mas torna-se produto e reprodutor cultural de um povo.

Martín-Barbero propõe três lugares para a mediação televisiva: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. Destacando o trecho relacionado à competência cultural, o autor defende que:

[...] é possível traçar uma tipologia social dos tempos: desde a tela que fica ligada o dia inteiro até aquela que ligam só para ver o noticiário ou o seriado da BBC, pode-se observar uma gama de usos que não tem a ver unicamente com a quantidade de tempo dedicado, mas com o tipo de tempo, com o significado social deste tempo e com o tipo de demanda que as diferentes classes sociais fazem à televisão. Enquanto uma classe normalmente só pede informação à televisão, porque vai buscar em outra parte o entretenimento e a cultura – no esporte, no teatro, no livro e no concerto –, outras classes pedem tudo isso só à televisão. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 302-303).

Pode-se perceber com este trecho os diferentes usos que a televisão proporciona a depender do público. Enquanto para alguns, a televisão é meio para informação, para outros ela é fonte de entretenimento, informação e cultura. Logo, não é adequado que a televisão vise um público abrangente com homogeneização da programação. São vários os usos feitos pela sociedade da televisão, daí a importância de se pensar em uma programação diversificada.

Portanto, é importante que haja essa reflexão para o papel cultural que a televisão pode desempenhar na sociedade. A análise comparativa com outros modelos internacionais auxilia na percepção de diferentes propostas de uso da televisão e de como, pode-se aprender com outros modelos a fim de promover o aperfeiçoamento do modelo brasileiro de televisão em consonância com os diferentes usos que a sociedade brasileira faz da

programação oferecida pela tevê. Para este artigo, foi escolhido o modelo britânico de televisão, tendo como base o trabalho de Laurindo Lalo Leal Filho (1997).

2. Análise comparativa

Para efeito de análise, será apresentado o modelo britânico de televisão a fim de posteriormente comparar este ao modelo brasileiro.

Primeiramente, a tevê britânica é vista como algo pertencente à mesma categoria das artes, das bibliotecas e dos museus. Pode-se inferir que a televisão no Reino Unido não é vista como algo “alienante” da população, mas algo engrandecedor da nação, da mesma forma como o cinema e a literatura, por exemplo.

Laurindo Lalo Leal Filho é um jornalista e intelectual brasileiro cujo um de seus trabalhos foi expor o modelo britânico de televisão. Em seu livro, ele explica que:

Na prática, o rádio e depois a televisão vinham somar-se aos empreendimentos culturais responsáveis por gerar e disseminar a riqueza linguística, espiritual, estética e ética dos povos e nações. Eles se colocavam no mesmo setor da sociedade em que estavam localizadas as universidades, as bibliotecas, os museus, e a população os reconhecia dessa forma, distante da esfera dos negócios ou da política de partidos ou grupos. (LEAL FILHO, 1997, p. 18).

No Brasil, apesar de a televisão ser uma concessão pública, ela sobrevive com recursos provenientes de anúncios, o que dificulta a sua independência da esfera dos negócios. No Reino Unido, a BBC (*British Broadcasting Corporation*), por exemplo, é mantida através de uma licença anual paga pelos ingleses, já que o canal é um serviço público.

Outro fator que difere a televisão britânica da brasileira é o controle. O autor expõe o funcionamento do modelo britânico:

Desde a forma de concessões de canais até o controle da qualidade dos programas, há mecanismos do Estado atuando. [...] Essa vinculação revela que o broadcasting britânico continua sendo considerado um patrimônio da nação, apesar das várias transformações por que passou nos seus setenta anos de história. O ministério responsável pelo seu funcionamento é o mesmo que cuida das artes, dos museus e das bibliotecas. [...] A fiscalização é exercida por órgãos independentes das emissoras e do governo, responsáveis pelo acompanhamento das programações e do encaminhamento das reclamações do público. (LEAL FILHO, 1997, p. 35-36).

Percebe-se a inserção da televisão britânica na mesma esfera pública responsável pela arte, museus e bibliotecas, diferindo do Brasil. Além disso, aqui, quase não há

fiscalização do que é veiculado na programação. O discurso vigente é de que controlar se iguala à censurar e a televisão precisa ser livre. Não se pensa que isto poderia ser uma maneira de avaliar a qualidade da programação veiculada. Até porque o controle não deve ser visto a partir do ponto de vista do impedimento da veiculação de uma programação específica, porque isto se constitui em censura, mas em haver um diálogo entre o telespectador e o veículo em relação à programação televisiva.

No Brasil, não é feita nenhuma avaliação da programação das emissoras. O máximo que é visto é uma premiação dos destaques do ano em programas de auditório. E se o telespectador notar alguma ofensa em uma telenovela, por exemplo, ele não tem a quem recorrer. Nem ao Ministério das Comunicações, nem à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), já que nenhum destes órgãos tem como foco o conteúdo do que é veiculado. No Brasil, apenas a propaganda televisiva possui um órgão fiscalizador, neste caso o Conselho Nacional da Autorregulamentação Publicitária (Conar).

Com esta explanação pode-se entender o quão diferentes são os dois modelos aqui apresentados. No Brasil, seria importante um índice para avaliar a maneira como os telespectadores recebem a programação televisiva, considerando que esta é um reflexo do cotidiano brasileiro ao mesmo tempo em que dita valores e comportamentos. Isso retoma o pensamento de Jesus Martín-Barbero (2009) em relação ao fato de a televisão ser a única fonte de onde parcela da população extrai sua cultura.

À televisão precisa ser dado o grau de importância educativa atribuído a bibliotecas e museus, como acontece no Reino Unido. Ela pode ser um espaço plural e participativo a ser pensado juntamente com o suporte tecnológico.

Portanto, a forma de se pensar os novos programas devem necessariamente passar pela reflexão das novas tecnologias, sob pena de acesso aos recursos interativos, mas sem evolução nos formatos dos programas. Ou do uso de uma interatividade parcial, limitante, que considera o usuário como um mero selecionador de temas, de itens de consumo, e não como um efetivo participante do processo, que opina, que apresenta suas sugestões, que seleciona seu conteúdo. É preciso enxergar a mídia e propor alternativas dentro de um processo evolutivo de tecnologia e de linguagem. A interatividade, como recurso tecnológico, não pode ser considerada, de maneira generalizada, como o fim em si. As aplicações e o uso a ser dado é que podem dar valor a esse recurso. (CROCOMO, 2007, p. 39-40).

O autor reflete sobre a necessidade de se pensar a programação televisiva em diálogo com o telespectador, que não é um receptor passivo, mas um comunicador.

O advento da internet contribui para esta mudança na postura do telespectador. De acordo com Crocomo (2007, p. 143): “A TV, tal como a conhecemos hoje, é de natureza unidirecional. Isso significa que os programas sempre foram criados de um para muitos”. Retoma-se aqui a discussão a respeito da importância de se perceber os vários públicos e de pensar a diversidade e interação da programação televisiva. Como exemplo desta interatividade, tem-se a tevê digital.

De acordo com GAWLINSKI apud CROCOMO (2007, p. 71): “A televisão interativa pode ser definida como algo que leve a um diálogo entre o telespectador ou o público e as pessoas de um canal que fazem programas ou serviços de televisão”.

Assim, a tevê digital é contemporânea à internet e à mudança na postura do telespectador que se comunica a partir do uso de vários suportes tecnológicos e seria interessante que a televisão se inserisse nesse processo.

3. Considerações Finais

A fiscalização e a avaliação da programação televisiva podem ser realizados pela população e mediados por técnicos e representantes escolhidos democraticamente, através de uma gestão pública e participativa da televisão. Desta forma, a televisão se torna uma extensão do cotidiano das pessoas e espaço de representação delas.

Com a avaliação da programação televisiva, sem a censura do que é veiculado, e sim o aperfeiçoamento, se pode ter uma noção da forma como os telespectadores estão recebendo as mensagens veiculadas nos programas televisivos. Esta mensagem é codificada de certa forma e pode ser decodificada de outra forma, a qual, os produtores da informação não têm acesso neste modelo unidirecional de tevê.

No entanto, na televisão não se tem um processo comunicativo completo, já que o emissor não sabe qual a maneira de recepção da mensagem. Conforme Stuart Hall (2009), produção e recepção estão relacionadas e são duas faces do mesmo processo comunicativo. Portanto, a programação televisiva não deve ser pensada apenas por quem a produz, mas também por quem a recebe. E é com a união destes dois aspectos que se pode aperfeiçoar constantemente o conteúdo do que é veiculado na televisão.

Não se pretende com este artigo esgotar o assunto. Ele apenas abre a discussão para um tema que pode ser aprofundado posteriormente em outros artigos científicos. Sugere-se que outros trabalhos sejam realizados a partir da utilização de outras abordagens.

Referências

_____. ESCOTEGUY, Ana Carolina D. **Uma introdução aos estudos culturais**. Revista Famecos, Porto Alegre, n. 9, p. 87-97, dez. 1998.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

CROCOMO, Fernando. **TV digital e produção interativa: a comunidade manda notícias**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2007.

ESCOTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

FILHO, Laurindo Lalo Leal. **A melhor TV do mundo: O modelo britânico de televisão**. São Paulo: Summus, 1997.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Tradução de Adelaine La Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2009.

HALL, Stuart. **Encoding/Decoding**. Culture, media, language: working papers in cultural studies. Tradução de Ana Carolina Escosteguy e Francisco Rüdiger. 1972-1979. London: Hytchinson, 1980.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 4. ed. São Paulo: Editora Senac, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 12. ed. São Paulo: Cultrix, 2002.