

Imagens de amplo alcance: pensando recursos midiáticos que potencializam a cultura visual – considerações sobre a televisão

Cláudio de Sá Machado Júnior²

Resumo

Esta comunicação tem como objetivo incitar algumas reflexões acerca do ofício do historiador com base no trabalho calcado em fontes visuais, dando especificidade às mídias televisivas. Propõe uma reflexão sobre o estatuto da imagem na televisão, assim como as possibilidades de ampliação do seu alcance, potencializado pelo recurso tecnológico. Desenvolve algumas sugestões de campos de atuação para o historiador que se interessa em trabalhar com essa fonte diferenciada. Propõe de forma sucinta uma relação entre pesquisa histórica, ensino e o recurso televisivo. Por fim, faz uma reflexão do objeto televisivo em comparação com novas mídias, essencialmente aquelas aplicadas à rede mundial de computadores.

Palavras-chaves: História, Televisão, Cultura visual, Fontes visuais, Mídia

Abstract

This communication to incite some reflections on the historical profession based on the work's historian on visual sources, giving specificity to the television media. It proposes a reflection on the status of the image on television, so as the possibilities for expanding your reach, made potential by technological resource. It develops some suggested areas of action for the historian who is interested in working with this source differently. Succinctly, it proposes a relationship between historical research, teaching and television feature. Finally, is a reflection of the object in comparison with television new media, primarily those applied to the world wide web.

Keywords: History, Television, Visual culture, Visual sources, Media

As mídias, no seu sentido amplo e genérico, podem ser caracterizadas como suportes potenciais para a difusão de informações das mais diversas. As mídias são responsáveis pela transmissão de múltiplos signos de comunicação, sejam eles verbais ou visuais. Pensá-los, do ponto de vista da História, requer compreendê-los sob uma perspectiva que está além da tríade emissor-mensagem-receptor. Uma vez inseridas em diferentes temporalidades e em diferentes capacidades humanas da percepção, elas podem ter atribuições de significação distintas, assim como variados usos sociais. Estou falando, reafirmo, das mídias em seu sentido genérico, pensando no produto da ação humana voltado para potencializar e difundir a informação. Verifica-se o fenômeno da comunicação de massas, especificamente, onde se englobam mídias impressas, radiofônicas, cinematográficas, televisivas e, mais recentemente, mídias aplicadas a ciberespaços. Há muitas possibilidades para se pensar os estudos das mídias pela História, em um mesmo tempo em

que se pode problematizar a produção da própria disciplina via recursos midiáticos dos quais os historiadores – considero professores e pesquisadores – ainda se encontram distantes. O que quero dizer é que nós, profissionais da História, ainda estamos longe de sermos os produtores dos conteúdos midiáticos voltados para as massas. É para a reflexão sobre algumas questões como estas que dedico a minha comunicação.

Há aproximadamente dois anos tive contato com a obra, já traduzida para a língua portuguesa, do historiador canadense Robert Rosenstone, intitulada *A história nos filmes, os filmes na história*, originalmente publicada em língua inglesa no ano de 2006. Especificamente no último capítulo do livro, denominado *Os filmes na história*, Rosenstone provoca os historiadores a pensarem as mídias cinematográficas, dentre várias possíveis, como uma forma para que também se narre acontecimentos de um determinado passado. Considera que o produto cinematográfico possui um apelo estético muito forte e que a produção historiográfica está comumente fadada ao conteúdo escrito. Isso, claro, considerando a competência discursiva de cada produtor, sendo alguns mais qualificados, enquanto outros apresentam muitas dificuldades na expressão. Não falo exatamente sobre competência retórica, mas sim em capacidade de se adequar a diferentes públicos sem os vícios linguísticos que adquirimos na academia. Neste sentido, gostaria de mencionar aqui uma pequena citação do autor, no qual ele se permite fazer uma autorreflexão sobre o seu ofício, antes de desenvolver outras questões sobre as mídias. Diz Rosenstone (2010, p. 230):

Demorei alguns anos para perceber como é fácil criticar os erros dos filmes históricos. E como é muito mais difícil imaginar qual é a posição dos produtos dessa mídia visual em relação à história escrita. Ou tentar entender exatamente como, e o que, eles transmitem sobre o passado. [...] Os filmes não são história no nosso sentido tradicional, mas, de qualquer maneira, são um tipo de história.

É incômodo, certamente, saber que muitas produções midiáticas destoam daquilo que mostram os resultados de pesquisas históricas. Nas palavras do autor, entendem-se pesquisas históricas no sentido tradicional que a concebemos. Os efeitos de difusão de mensagem nestas mídias seriam muito mais eficientes do que aquelas que historiadores difundem em seus discursos escritos. A geração videoclipe, diria o professor José Alberto Baldissera, docente da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), rejeita a monotonia dos nossos discursos. Infelizmente, para o bem ou para o mal, o discurso do historiador também é desprovido de sonoplastia, e muitas vezes é amplamente condenado por seus pares quando deseja despertar estesia naqueles que o escutam. Deixemos as frases de efeito aos literatos, bradarão alguns de nossos colegas. Mas voltando a Robert Rosenstone, percebemos sim que é muito fácil criticar as produções midiáticas e é muito doloroso ver que, independente da qualidade, são elas que possuem uma

repercussão maior na sociedade. Um produtor de mídia não necessariamente pode ser um historiador de formação, mas é reconhecidamente capaz de elaborar uma narrativa sobre o passado com tamanha maestria e competência que talvez um historiador profissional fosse incapaz de fazê-lo, ao menos despertando os mesmos níveis de sensibilidade.

Mas não gostaria de me alongar sobre uma reflexão entre a história e as produções cinematográficas, pois outros provavelmente já o fizeram nesta Jornada com maior competência. Gostaria sim de inseri-los em uma discussão sobre o estatuto de um determinado tipo de imagem midiática e sua circulação e alcance diante de uma ampla parcela da sociedade. Deter-me-ei, portanto, a respeito de algumas características sobre a televisão, onde o produto fílmico seria apenas mais um gênero entre tantos outros possíveis. Depois retornarei ao pensamento de Rosenstone para relacioná-lo com o restante de minha reflexão. Vale lembrar que o surgimento da televisão remete às experiências da primeira metade do século XX, fruto das invenções do campo de registros de imagens estáticas, aperfeiçoamento de imagens em movimento e desenvolvimento da indústria de sinais de radiodifusão. Lembra a historiadora Marialva Carlos Barbosa (2010), em capítulo do livro *História da televisão no Brasil*, que antes mesmo da televisão ser lançada, mesmo antes que fosse conhecida, muito dela já se falava. Indagava-se, por exemplo, sobre a sua capacidade e praticidade de levar informação a todos os segmentos sociais, assim como na nitidez de suas imagens. No Brasil das décadas de 1920 e 1930, as revistas ilustradas já davam conta de publicar reportagens sobre os experimentos de uso de aparelhos televisivos na Europa e nos Estados Unidos, minando mais a imaginação do que saciando o olhar.

A primeira emissora de televisão do Brasil foi fundada somente no ano de 1950, a TV Tupi, em São Paulo, em uma fase que pode ser caracterizada como elitista, pois havia poucos receptores e a emissão de sinais tinha um alcance muito limitado. Pode-se dizer que a Tupi caracterizou-se como um dos mais significativos empreendimentos de Assis Chateaubriand no ramo das comunicações, tendo no ramo impresso o expressivo sucesso da revista *O Cruzeiro*. A importância da presença da televisão no Brasil foi atestada pela presença do ilustre político Getúlio Vargas, que teria se utilizado do meio para proferir um pronunciamento sobre o seu retorno ao cenário político do governo federal. A fundação da TV Tupi no Rio de Janeiro ocorreu no ano seguinte, em 1951, contando com a simbólica presença do então presidente Gaspar Dutra, ligando os aparelhos para a primeira transmissão. A campanha para a compra de aparelhos televisores, que, segundo Marialva Barbosa, custavam aproximadamente três vezes mais que o preço de uma radiola, fez com que existissem aproximadamente 11 mil aparelhos em todo o país em apenas dois anos de lançamento. Em uma década, o Brasil já contava

com 21 emissoras. Sucintamente, o Rio Grande do Sul foi conhecer a sua primeira emissora em 1959, através da TV Piratini (que em 1981 foi comprada pelo Sistema Brasileiro de Televisão, o SBT). Em 1962, fundou-se a emissora sul-rio-grandense TV Gaúcha, que se filiou à Rede Globo de Televisão em 1967, e tornou a Rede Brasil Sul de Televisão, a RBS TV, em 1979. A Rede Globo, principal emissora brasileira de televisão aberta na contemporaneidade, foi fundada em 1965.

O surgimento da televisão enquanto recurso midiático proporcionou a fusão entre o sucesso do rádio e a febre do cinema. Desta vez o objetivo não era fazer com que o indivíduo se deslocasse de sua residência para um estabelecimento externo, como acontecia com as práticas sociais do cinema, mas que recebesse a informação no interior de seu lar. De certo modo, reproduzindo aquilo que já acontecia com o rádio. O deleite da audição seria ampliado pela contemplação de imagens em movimento. Vale ressaltar a importância para a História sobre as várias experiências dos sentidos humanos, conforme lembra o historiador Ulpiano Toledo Bezerra de Menezes (2005), no texto Rumo a uma "história visual". Deve-se considerar não somente os aspectos da visão, peculiares às imagens, mas também as experiências sonoras, assim como os demais sentidos humanos. Há inter-relações também, como o exemplo da imagem que desperta o olfato, ou da audição que aguça o paladar. A capacidade de mexer com a sensibilidade humana, em diversos aspectos, fez com que a televisão se tornasse um dos mais importantes recursos midiáticos dos últimos tempos. E certamente seus produtores, desde a época de sua elaboração, já tinham uma noção desse seu potencial. Não foi por acaso que mesmo com sucessivas e frustradas tentativas ainda se investissem tanto em estudos e experiências para a construção do recurso midiático, até que ele alcançasse sua consolidação.

A televisão, afirmo, ainda é um objeto a ser descoberto pelos historiadores. O que se vê a respeito, pelo menos no que tange o desenvolvimento de pesquisas, tende a despertar o interesse de produção especialmente dos profissionais da área de comunicação. Estes, por sua vez, muitas vezes agregam a experiência da trajetória pessoal de trabalho ao relato histórico criado sobre seu objeto de estudo. E isso ocorre muitas vezes sem os respaldados critérios teóricos e metodológicos a que se propõem os historiadores. Em um exercício de percepção lacunar de campo, arriscar-me-ei a apontar três possibilidades de estudo do campo televisivo a partir da história, especialmente sob o viés da história cultural. Podemos considerar como áreas de estudo sobre a televisão: 1.º) a história dos empreendimentos – que remete às memórias reconstituídas pelas experiências das pessoas nos espaços de trabalho, tanto na produção de aparelhos quanto em ofícios em empresas transmissoras; 2.º) a interpretação dos signos comunicativos – que concerne às potencialidades dos discursos televisivos dos programas, com base nas múltiplas linguagens de seus conteúdos marcadas, cada uma e em diferentes épocas, por

seus respectivos estatutos; 3.º) o registro e a análise das memórias sociais – que tocam nas experiências individuais e coletivas, especialmente no que diz respeito ao âmbito da vida privada, relatadas a partir da presença de televisores na esfera doméstica, por sua vez influenciando e refletindo comportamentos e convenções sociais.

No que se refere ao primeiro ponto, a história dos empreendimentos, gostaria de lembrar a contribuição do sociólogo Pierre Bourdieu (1997) na obra *Sobre a televisão*, apontando para esta mesma lacuna. Segundo o intelectual francês, uma análise sobre as redes de cooperação entre as emissoras, no caso específico dos empreendimentos televisivos franceses, ainda era algo a ser feito. No Brasil, mesmo considerando o passar de algumas décadas, pode-se afirmar o mesmo, ao menos no que se tange como um trabalho que carece da iniciativa dos historiadores. Mas, afinal de contas, quais seriam estes motivos por um suposto afastamento do historiador da temática? Desinteresse? Insegurança? Características de uma fonte de temporalidade recente (lembrando que no Brasil as primeiras empresas emissoras surgiram na década de 1950)? Recentemente, vimos no cenário dos paradigmas dos estudos culturais aquilo que se convencionou chamar como virada visual, ou no termo de origem, *pictorial turn*. A virada visual equipara-se aquilo que ocorreu na mesma década de 1950, caracterizando a virada linguística, ou *linguist turn*, nos termos empregados pelo filósofo Richard Rorty (1994). Já o termo *pictorial turn* foi cunhado na década de 1990, em especial pelo pesquisador W. J. T. Mitchell (1994). Esse paradigma de pensamento resultou na valorização dos estudos visuais e, conseqüentemente, em pesquisas voltadas para a valorização da cultura visual em diferentes temporalidades. No campo historiográfico percebemos que estamos aos poucos nos enveredando para os estudos das imagens estáticas, mesmo que com certa insegurança. Muitos ainda se julgam inaptos a realizar análises históricas sobre imagens, e quando não as utilizam como mera ilustração, preferem omiti-la de seus estudos, considerando apenas os artefatos escritos, tradicionalmente vinculados ao discurso histórico.

Desde a década de 1950 até os dias de hoje, a televisão vem passando por seguidas transformações no que concerne a sua organização e, especialmente, no âmbito de utilização de recursos tecnológicos. No campo da fotografia, a semióloga Lúcia Santaella (2005) definiu três paradigmas para uma interpretação sobre as imagens estáticas: o pré-fotográfico (processos artesanais de criação de imagens), o fotográfico (processos automáticos de captação de imagens) e o pós-fotográfico (processo matemático de geração de imagens). Poderíamos dizer que a televisão já se enquadra, dada as suas peculiaridades, nos dois últimos paradigmas, tendo uma lógica diferenciada e mais complexa que a da própria fotografia, uma vez que envolve não somente o processo de criação de imagens em movimento, mas também de

transmissão e de sincronização sonora. Assim como a materialidade da fotografia possui uma historicidade própria, que passa pela história das máquinas fotográficas e dos aparatos de revelação, o mesmo acontece com a televisão. Da perspectiva de apreensão e geração de imagens, verificou-se uma mudança tecnológica que influenciou perceptivelmente a constituição do produto final. Da perspectiva da recepção de imagens, que atinge o grande corpo social, também se observou significativas transformações na composição dos aparelhos de recepção, cujo tamanho dos objetos e a qualidade do som vêm se modificando consideravelmente com o passar dos anos.

Pode-se dizer obviamente sobre a televisão que um ponto forte para a análise dos conteúdos televisivos centra-se especialmente na análise das imagens, além, claro, dos recursos verbais nelas imbricados. Desde a perspectiva das Ciências Humanas, há uma efetiva aplicação dos termos “cultura” e “visualidade”, pois ambos são identificados nas mídias televisivas como signos potenciais para o estudo sobre sociedade. E justamente na televisão temos um amplo leque de gêneros visuais, caracterizados por gêneros de linguagem diferenciados, mas que devem ser considerados dentro do conjunto de conteúdos transmitidos. Também não deve ser ignorado o momento de sua enunciação, algo de especial interesse ao historiador. A ideia dos conteúdos televisivos equiparados a enunciados, apropriando-se daquilo que bem desenvolve os estudos da linguagem, aproxima-se da ideia de que não importa quantas vezes um conteúdo seja transmitido: cada transmissão gerará um novo enunciado e, por sua vez, uma nova relação de significação para com o público-alvo que se caracteriza como o receptor da mensagem. Não estou falando exatamente sobre a importância de determinadas teorias da recepção, mas sobre a importância de estarmos atentos à produção de enunciados naquilo que poderíamos denominar como contextos históricos. Lembrando que muitas vezes a experiência pessoal, testificada pela micro-história, pode estar desvinculada do acontecimento político ou econômico mais amplo, de interesse da macro-história. São as experiências pessoais, em algumas ocasiões, que revelam histórias específicas.

No que se refere à interpretação dos signos comunicativos, a mensagem intrínseca ao conteúdo televisivo pode ser considerada na manifestação polissêmica de seus diversos gêneros. Apenas para mencionar alguns, como exemplos tangíveis, temos a grade de programações mais recentes compostas por filmes, como eu disse anteriormente, as telenovelas, noticiários, animações infantis, programas de humor, atividades desportivas – tão repudiadas por Pierre Bourdieu – e as transmissões ao vivo de acontecimentos de naturezas das mais diversas possíveis. Ainda pode-se verificar a existência de muitos outros gêneros além dos quais estou citando. Minha menção provavelmente se restrinja àqueles que sejam os mais comuns e conhecidos entre nós.

Mas talvez vocês não tenham se dado conta da ausência em minha relação de exemplos de um gênero televisivo que considero muito importante e que tem realizado um papel significativo de influência no consumo social: a publicidade. O universo das propagandas sempre ganhou um papel de destaque na programação das mídias televisivas e caracteriza-se como uma das principais fontes financeiras das empresas emissoras desde o seu surgimento. A importância da publicidade no meio televisivo mede-se pelos altos valores que são cobrados por cada segundo utilizado, especialmente nos horários considerados como nobres, ou seja, de maior audiência do público. Não por acaso a TV no Brasil já surgiu forte apelo publicitário (tal como do *Guaraná Antarctica*, da *Sul América Seguros* e da *Santista Têxtil*). Um estudo sobre a publicidade televisiva reivindica uma compreensão sobre a própria historicidade do campo publicitário, onde os produtos anunciados não se caracterizam mais pela materialidade em si, mas pela simbologia caracterizada em estilos de vida, naturalmente incorporados à sociedade. Desde o sabão em pó, o refrigerante, a roupa de marca, a loja de departamentos, a distribuidora de gasolina, o fabricante de carros, enfim, um elenco grande de possibilidades que associam o comportamento social à cultura material, seduzindo sem piedade, conforme o objetivo principal da peça publicitária. E se um gênero televisivo mexe com os costumes, interessa-o muito para os estudos culturais. Afinal, como lembra o professor Ulpiano Toledo Bezerra de Meneses (2003), em artigo publicado na *Revista Brasileira de História*, nós, das ciências humanas, e em especial historiadores, não devemos estudar os objetos simplesmente para melhor conhecê-los, mas, sim, para a busca de um conhecimento maior sobre a própria sociedade.

A relação da mídia televisiva com a memória social também é algo muito interessante para ser pensado. Por se caracterizar como um objeto bem difundido entre a maioria da população, pensando especificamente no caso brasileiro, é praticamente impossível que algum de nós não tenha alguma experiência pessoal que se relacione aos conteúdos televisivos. Uma pesquisa que realizei no campo da memória e do audiovisual – e que merece um maior desenvolvimento – demonstrou como as pessoas, de maneira geral, têm certa facilidade para associar as experiências midiáticas, na condição de expectador, com relações privadas de sociabilidade. Algumas vezes a experiência midiática está relacionada às memórias da infância, considerando a geração que já cresceu assistindo televisão. Caracteriza, neste sentido, a importância que os aparelhos de transmissão podem ter para um estudo sobre a vida social, e em especial a vida privada. O processo de rememoração dos indivíduos que relacionam o seu passado pessoal com os conteúdos televisivos pode ser considerado um tópico de estudo muito interessante para a perspectiva dos estudos sociais. Não me aprofundarei de forma adequada nesta reflexão – talvez em outra oportunidade –, mas cabe uma reflexão sobre como a televisão, dentro do espaço doméstico e privado, na intimidade da sociedade, pode propiciar

efeitos significativos de condicionamentos culturais. Arrisco-me a dizer que há tempos a televisão faz parte do cotidiano de muitas pessoas, com maior ou menor grau de influências. Alguém se arriscaria a dizer o contrário? Pergunto se algum de vocês discordaria desta minha afirmação? Seria o intelectualismo acadêmico um impedimento para assisti-la? Esta sempre me pareceu uma boa provocação, pois quase nunca assistimos a TV, mas sim estávamos “de passagem” e, ocasionalmente, assistimos a algo.

Retomando, gostaria agora de lançar algumas provocações sobre uma possível relação entre o ensino de história e a televisão. Em outra oportunidade de ofício profissional, pude fazer algumas breves reflexões sobre essa relação que, de maneira geral, é vista como uma relação ingrata e improdutiva. É interessante observar o quanto alguns ainda cultivam a ideia de que a instituição escolar é aquela que se caracteriza como a única fonte de saber da sociedade. Diria que muitas acreditam – e vejo isso de forma positiva – que a escola se caracteriza como uma instituição de saber diferenciado e adequado para a formação do indivíduo. Mas em contraposição, uma parcela grande da sociedade, e podemos pensar especificamente nas muitas peculiaridades sobre as experiências escolares no Brasil, abandona a instituição de ensino desde cedo e, com raras exceções, nunca mais retornam. Indago se uma pessoa que abandona a escola cai no ostracismo. Suponho que ela tenha a oferta de uma rede de outras instituições que a alimentam de informações cotidianamente, acolhendo-a como membra consumidora de conteúdos. Mas questiono: quando as pessoas recorrem a busca de saber, por que não recorrem à escola? É interessante perceber que muitas pessoas buscam a programação televisiva para se instruir em um momento em que a escola está ausente. Então podemos pensar que as questões que se referem às experiências pessoais na relação indivíduo-televisão também podem ser provenientes de um papel pedagógico assumido pela programação dos empreendimentos televisivos. Alguém se arriscaria a dizer que a TV não educa? Lembro-me do exemplo das instituições religiosas, que sempre exerceram grande influência sobre o comportamento social, e recentemente vêm descobrindo a televisão como um recurso potencial para a propagação de suas doutrinas. É nesta lógica que observamos na contemporaneidade o fenômeno da multiplicação de emissoras de sinais de transmissão, como que se surgissem da noite para o dia.

Arriscaria a dizer, especificamente sobre o caso brasileiro que me é mais familiar, que vivemos uma realidade em que as pessoas buscam mais conteúdos da televisão do que páginas de livros. Cabe aos historiadores, portanto, conhecer e refletir mais sobre essa fonte que estabelece uma íntima relação com a sociedade. Da perspectiva docente, Paulo Freire (2008), em *Pedagogia da autonomia*, diz que é impossível educar sem conhecer o que o outro tem a dizer. Como podemos estudar/conhecer a sociedade, se a rejeitamos nos seus costumes? Ao que me

parece não haveria uma relação dialógica se a relação do pesquisador com o seu objeto se estabelecesse desta forma. A televisão raramente é associada a um recurso midiático difusor de uma cultura situada em uma hierarquia superior. Talvez daí decorra a facilidade que os produtores de seu conteúdo encontram para se fazerem entender e serem aceitos perante a sociedade, que constitui a sua parcela consumidora, seu público-alvo. Os conteúdos televisivos estão vinculados à realidade de seu meio cultural, mesmo considerando que parcela do que nela se produz tem motivação financeira, como empreendimento que toda empresa de transmissão se constitui. No entanto, arrisco-me a dizer que também há uma motivação cultural. Se a vida imita a arte e vice-versa, a arte de fazer televisão, para o bem ou para o mal, também segue essa lógica: os parâmetros culturais influenciam a produção de seus conteúdos, e estes, por sua vez, influenciam a sociedade, com graus variáveis de passividade. O homem cria seus produtos e os produtos, por sua vez, reinventam-no.

A revolução informática pela qual passamos atualmente tem se refletido também nos aspectos de elaboração, transmissão e recepção de conteúdos televisivos. Já tínhamos verificado essas transformações quando do lançamento de aparelhos periféricos à televisão, tais como os videocassetes, que surgiram no Brasil na década de 1980, e os reprodutores de mídias DVD, difundido na década de 1990. O videocassete e o reprodutor de DVD, para além dos fins voltados ao entretenimento, apresentaram-se como recursos auxiliares de uso didático em instituições de ensino, servindo especialmente para a reprodução de gêneros fílmicos no ambiente de sala de aula. Uma prática que permanece até os dias atuais, considerando uma maioria de educadores que optam por este tipo de mídia. Mas a difusão do uso de computadores e especialmente da internet fez com que os empreendedores da televisão repensassem o papel tradicional ocupado por ela desde as últimas décadas. Na contemporaneidade, conteúdos televisivos podem ser encontrados livremente na rede mundial de computadores, assim como o estatuto do audiovisual na internet influenciou os formatos dos conteúdos televisivos. Isso sem contar com a expressiva expansão da indústria de jogos, presentes tanto em consoles para a televisão como para computadores, portáteis ou não. Alguns meses atrás tive acesso a uma informação que dava conta da preocupação do governo russo em criar um *game*, baseado em alta tecnologia, que desse conta de desempenhar um papel pedagógico para narrar a história daquele país. A migração digital, para cunhar o termo empregado pelo espanhol Lorenzo Vilches (2003), pesquisador da comunicação, ocorre em mais de uma via de influências, ou seja, desenvolve-se de forma multilateral.

Concluindo, gostaria de retomar a ideia desenvolvida pelo historiador canadense Robert Rosenstone (2010) no início deste artigo. Dizia o autor que era

muito difícil imaginar a posição dos produtos dessa mídia visual em relação à história escrita, cuja especificidade do gênero televisivo explanei sumariamente nesta fala. Ou mesmo é uma difícil tarefa tentar entender como, e o quê, estas mídias transmitem sobre o passado. Lembra o historiador britânico Peter Burke, no livro *Testemunha ocular* (2004), que talvez não seja mais interessante a busca pelas “verdades históricas” do que a busca pelas “performances sociais”, independentemente de quais representações ensejem. Assim como os filmes contam histórias, a televisão, que abriga múltiplos gêneros audiovisuais, também cria as suas versões, absorvendo elementos da cultura e transformando-os subjetivamente em conteúdos televisivos que retornam ao consumo de segmentos sociais. Quero lembrar também sobre as possíveis ações de uma memória de trabalho diante da enxurrada de conteúdos propiciados pelas mídias televisivas, podendo-se realizar a seleção e valorização de determinado signos de informação em detrimento de outros. Os conteúdos da mídia televisiva transmitem valores, mesmo que de forma híbrida, que são mais do que consideráveis para a preocupação de estudos por parte dos historiadores.

No Brasil, já temos excelentes trabalhos de reflexão sobre a mídia televisão, tais como o de Arlindo Machado (2003), *A televisão levada a sério*, e o recente trabalho de Márcia Tiburi (2011), *O olho de vidro*. Mônica Kornis, no Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, o CPDOC, também tem se dedicado a produzir conteúdos sobre a televisão no Brasil. Talvez a maior dificuldade que os historiadores tenham para lidar com a mídia televisiva enquanto objeto de estudo seja a forma como se caracteriza o acesso ao seu conteúdo. Diferentemente de fontes impressas, o audiovisual possui um estatuto diferenciado e requer um aparato específico para o seu acesso. Interessante observar que hoje a internet tem servido como uma espécie de arquivo virtual para a alocação de diversos conteúdos televisivos, mesmo que sem os cuidados adequados para tal, visto que se tratam, na maioria das vezes, de iniciativas pessoais e amadoras. A presença da televisão na internet já se caracteriza como um objeto de estudo à parte, significativo em informações, para se pensar a relação de indivíduos com estas mídias. Voltando à prática do ofício da história, caberia ao historiador recorrer às imagens em movimento para criar, tradicionalmente, narrativas escritas? Estou problematizando de forma profunda o nosso fazer: haveria outra forma de fazê-lo, de expressá-lo?

Enquanto os historiadores decidem se têm ou não condições de manusear determinadas fontes, a sociedade alimenta-se dela. As mídias televisivas estão presentes em nosso cotidiano, nas salas de aula e na cultura difundida nas ruas. Muitas vezes elas engendram conteúdos e seus respectivos signos de comunicação em tempo real, caracterizada pela possibilidade de transmissão ao vivo que sua tecnologia permitiu desde a sua criação. Mas também usam e abusam de produtos gravados e editados, de acordo com a subjetividade de seus técnicos e com os

interesses de seus mentores. A televisão acondiciona o gênero fílmico, e também uma série de outros gêneros que caracterizam a multiplicidade e a polissemia de seu conteúdo. Desta forma, merece tanto quanto o conteúdo escrito, a atenção dos historiadores.

Afinal de contas, enquanto vocês tem acesso a este texto, quantas pessoas vocês acham que estão assistindo a programação de emissoras de televisão neste exato momento? Quais as possíveis pautas de conversas que você acha que poderão aparecer amanhã nos ambientes de trabalho de todo o Brasil? Será que o conteúdo desta comunicação será um deles? Talvez tudo se reduza a uma disputa de domínio pelos campos da comunicação, como diria Pierre Bourdieu em *Sobre a televisão*. Provavelmente, historiadores levassem empresas televisivas à falência. Por fim, em uma atitude às avessas, será que para estudar sobre a sociedade devemos necessariamente desligar um aparelho de televisão? Espero que eu não seja mal entendido e, por favor, não abram mão dos livros, ainda que estes sejam *e-books*.

Referências bibliográficas

- BARBOSA, Marialva Carlos. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marcos (org.). História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010, p. 15-35.
- BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- BURKE, Peter. Testemunha ocular: história e imagem. Bauru: EDUSC, 2004.
- FREIRE, Paulo. Pedagogia da autonomia. 37. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008.
- MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. São Paulo: SENAC, 2003.
- MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, história visual. Balanço provisório, propostas cautelares. Revista Brasileira de História, São Paulo, vol. 23, n. 45, p. 11-36, 2003.
- MENESES, Ulpiano Toledo Bezerra de. Rumo a uma "história visual". In: MARTINS, José de Souza; ECKERT, Cornélia; NOVAES, Sylvia Caiuby (org.). O imaginário e o poético nas Ciências Sociais. Bauru: EDUSC, 2005, p. 33-56.
- MITCHELL, W. J. T. Picture theory: essays on verbal and visual representation. Chicago/London: University of Chicago, 1994.
- RORTY, Richard. The linguistic turn: essays in philosophical methods. Chicago: University of Chicago, 1992.
- ROSENSTONE, Robert A. A história nos filmes, os filmes na história. São Paulo: Paz e Terra, 2010.
- SANTAELLA, Lúcia. Os três paradigmas da imagem. In: SAMAIN, Etienne (org.). O fotográfico. 2.^a ed. São Paulo: SENAC, 2005, p. 295-307.
- VILCHES, Lorenzo. A migração digital. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2003.
- TIBURI, Marcia. Olho de vidro: a televisão e o estado de exceção da imagem. Rio de Janeiro: Record, 2011.

Notas

1 Comunicação proferida em 05 de junho de 2012 na mesa redonda "Mídias e ensino de História", integrante da programação da XVIII Jornada de Ensino de História e Educação – Ensino de História, imagens e mídias, ocorrida nas dependências da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS.

2 Doutor em História pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS. Bolsista do Programa de Pós-Doutorado Institucional da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, PNPDI/CAPES, junto ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural na Universidade Federal de Pelotas, UFPel.