

CONFERÊNCIA

O professor François Jost, da Universidade de Paris III - Sorbonne Nouvelle, esteve na UFRGS no dia 12 de novembro de 2010, para a conferência *Peut-on parler de télévision culturelle?* proferida a alunos e professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPCOM) da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (Fabico).

Nascido em Paris em 1949, François Jost dirige na Sorbonne Nouvelle o Centre d'Etudes sur l'Image et le Son Médiatiques (CEISME). Autor de livros como *Introduction à l'analyse de la télévision* (Ellipses, 1999), *La télévision du quotidien: entre réalité et fiction* (Boeck, 2001), *L'Empire du loft* (La Dispute, 2002), *Realità/funzione: l'Impero del falso* (2003), *Les médias et nous* (2010), também publicou no Brasil *Seis lições sobre a televisão* (2004), *Compreender a televisão* (2010) e, com André Gaudreault, *A narrativa cinematográfica* (2010). Mantém, ainda, um blog – o *Comprendrelatele* (<http://comprendrelatele.blog.lemonde.fr>) - onde publica pequenos textos que analisam os acontecimentos televisivos.

Seu trabalho sobre o audiovisual tem sido fortemente difundido tanto na Europa quanto na América Latina, especialmente no Brasil, no Chile, na Argentina e na Venezuela. Titular da disciplina *Sciences de l'information et de la communication (sémiologie)*, Jost estuda do cinema à televisão, mas é a esta última que tem dedicado especial atenção. Ao reconhecer que os Mundos Televisivos se articulam em diferentes registros – o real, a ficção e o jogo – e têm no ao vivo uma de suas principais formas de expressão, Jost se aproxima de autores brasileiros - como Arlindo Machado, Elizabeth Bastos Duarte, Maria Lília Dias de Castro e Suzana Kilpp - que nas últimas décadas têm contribuído para retirar a televisão dos ajuizamentos ideológicos para ser compreendida - e por que não problematizada? - em sua própria constituição semiótica.

A seguir, a íntegra da sua conferênciaⁱ, traduzida pela Profa. Elizabeth Bastos Duarte.

(Alexandre Rocha da Silva)

PODE-SE FALAR DE TELEVISÃO CULTURAL?

François Jost

No momento de organizar esta conferência sobre a televisão cultural, não pude deixar de pensar na reação de Sócrates no livro I da **República**: depois de haver discutido com Tharmasque sobre o estatuto da justiça, se ciência ou virtude, e sobre a sua utilidade, ele tem a sensação de ter agido como esses “*gulosos que se atiram avidamente ao prato que se lhes apresenta, antes de ter degustado convenientemente o precedente*” e de ter perdido de vista, de digressão em digressão, a essência da justiça. Há decênios, em muitos países, são numerosos os gulosos que se entregam com deleite a calorosos debates sobre o numeroso volume de emissões culturais, sobre o seu lugar na

programação, esquecendo-se de precisar a definição de cultura que lhes permite atribuir a etiqueta *cultural* a um programa. A esse respeito, a redação do recente caderno de encargos das televisões de serviço público francesas é emblemática dessa atitude: sem apresentar qualquer reflexão sobre esta definição, uma das suas principais inovações foi determinar como novo encargo a difusão cotidiana de uma *emissão cultural*. Essa falta de rigor conceitual é ainda mais lamentável do que aquela de que se queixava Sócrates: porque, se Platão podia pesquisar uma definição estável e imutável, uma ideia da justiça, nós sabemos hoje que a cultura não é uma essência inatingível, mas que ela sofre alterações de sentido, segundo as épocas. Um dos grandes mal-entendidos dos discursos sobre a televisão pública advém seguramente da quase-permanência de suas missões: porque a trilogia **informar**, **cultivar**, **entreter** perdura (com algumas alterações), acaba-se por acreditar que ela designou as mesmas realidades, sendo os diferentes períodos da televisão apenas uma questão de dosagem (com mais cultura e educação para a paleotelevisão e mais divertimento para a neotelevisão). Ora, não é nada disso, como veremos. A cultura segundo a televisão está, à imagem de Proteu, pronta para assumir múltiplas formas.

1 TELEVISÃO CULTURAL: um oxímoro?

Para se definir a natureza da emissão cultural, pode-se primeiramente perguntar se ela é um gênero ou se ela se constitui no que chamei de um *mundo da televisão*, um mundo à parte, que se juntaria àqueles já identificados - o mundo real, o mundo da ficção, o mundo lúdico. A questão justifica-se pelas vezes em que se confundiu essa tripartição com as três missões do serviço público. Mas, por legítima que seja, esta interrogação não levanta grandes questionamentos. Basta examinar as classificações genéricas para se perceber que a etiqueta *cultural* não está no mesmo nível dos gêneros televisuais (seriado, jogos ou telerrealidade). Ela não pertence, se assim se pode dizer, ao mesmo terreno, na medida em que ela jamais substitui a caracterização formal da emissão. Fala-se de *magazine cultural*, menciona-se o aporte cultural de um documentário, mas não existe nenhuma denominação para designar um gênero especificamente cultural. Em outras palavras, a cultura é sempre adjetiva, ela qualifica com esse epíteto um dispositivo identificável e descritível. Ela é resultado, portanto, de um julgamento de valor que é sempre uma espécie de metacategoria.

A partir desta reflexão preliminar, pode-se formular a hipótese de que a cultura não é um *polo* em si, não é um ângulo suplementar que transformaria o triângulo dos mundos em quadrado, ela é antes uma espécie de círculo ou esfera envolvendo os programas fictivos, factuais, ou lúdicos com uma aura legitimadora. E, na medida em que as concepções da cultura são historicamente

variáveis, pode-se prever que este círculo ou esta esfera tenha se deslocado ao longo dos anos e dos atores da comunicação envolvidos.

Começemos, para tornar mais clara a questão, recorrendo ao teórico que introduz a ideia de esfera, precisamente ao falar a propósito da cultura, Pierre Bourdieu. Refletindo sobre a noção de *campo cultural* nos anos 1960, ele diferencia três esferas: a **esfera da legitimidade**, compreendendo as artes que pertencem à cultura erudita e ao patrimônio coletivo (música clássica, artes plásticas, literatura, teatro); a **esfera do legítimo**, espaço intermediário que engloba componentes históricos mais recentes (cinema, foto, jazz); e a **esfera do arbitrário**, referente ao gosto e às escolhas pessoais (BOURDIEU, 1965). A televisão não figura em nenhuma dessas esferas. Ela, no entanto, deveria poder encontrar o seu lugar entre o legítimo e o arbitrário. Poderia haver aqui apenas um esquecimento, compreensível devido ao tamanho ainda restrito do número de televisores na França naquela época (havia, apesar de tudo, 1,3 milhões em 1963). Mas essa hipótese não leva em conta a leitura da pequena obra, *Sobre a televisão*, que o sociólogo escreveu uns trinta anos mais tarde, na época em que essa mídia passou a ocupar um espaço maior: “*Penso com efeito que a televisão [...] faz correr um grande perigo nas diferentes esferas da produção cultural*” (BOURDIEU, 1996, p. 5). Atualmente, a televisão situa-se explicitamente fora de qualquer esfera cultural e é considerada como o inimigo a abater do ponto de vista da cultura. *Pode-se falar de televisão cultural?* A questão merece verdadeiramente ser colocada nos mesmos termos que eu formulei, de tal modo ela pareceria incongruente ao sociólogo da cultura. *Pode-se*, no caso, significa *tem-se o direito, é legítimo falar de televisão cultural?* Questão inútil para Bourdieu, para quem a resposta é evidentemente negativa.

Tem-se mais chance do lado da semiologia? Não é certo. Porque, para a semiologia da comunicação audiovisual nascida nos anos 1960, a problemática axiológica não existe. E eu diria que, até os dois tomos de Deleuze sobre o cinema, ela sequer foi abordada pelos pesquisadores. Mas, na medida em que não existem maus objetos, como nos ensinou Barthes, parte-se em busca de exemplos tanto em cineastas notórios (Fellini e Resnais), como em um *corpus* de filmes bregas dos anos 1930. E se procurará em vão, até aos anos 1990, as expressões **obras** e **autores** sob a pena dos semiólogos, a não ser para dizer que eles estão fora de seu campo de pesquisa, bastante contaminados por uma conotação antropomórfica. Não obstante, frente à informação de que a semiologia é “*um estudo dos mecanismos através dos quais os homens transmitem significações humanas em sociedades humanas*” (Metz), e que, portanto, ela trata globalmente do estudo da cultura no sentido etnológico do termo, como ir mais longe? Desta vez, o que se oporia a falar de *televisão cultural* não seria um julgamento de valor *a priori*, mas uma ampliação muito grande dos

sentidos da expressão, que englobaria o conjunto do televisual e do difundido, uma vez que este pertenceria de qualquer forma ao campo das produções humanas.

Quando a gente se volta para aqueles que fazem televisão e para o legislador que a enquadra pelas leis, a questão desaparece como que por encanto. Colocá-la como eu o fiz parece mesmo completamente absurdo, pois é evidente que a televisão cultural existe. É em nome desta televisão que o presidente da república francesa decidiu, em 2009, suprimir a publicidade noturna da televisão pública para liberar programas com restrições da audiência, o caderno de encargos impondo que *“a sociedade difunda ao menos um programa cultural todo o dia na primeira parte da noite dentre os seguintes gêneros: retransmissão de espetáculos ao vivo, programas musicais, magazines e documentários de cultura e de conhecimento, acontecimentos culturais excepcionais, ficções audiovisuais e cinematográficas (adaptações literárias, reconstituições históricas...)”*. Mas o que é um programa cultural? É isso que a lei não diz, restringindo-se a julgamentos de valor da esfera do arbitrário. Essa categorização genérica traça, não obstante, ainda que de forma implícita, os contornos de uma certa ideia de cultura.

2 O ESTATUTO CULTURAL PRECÁRIO DOS MUNDOS DA TELEVISÃO

Antes de trazer à luz, e para evidenciar toda essa arbitrariedade, uma recuperação histórica apreço bastante útil. Debruçando-me recentemente sobre os discursos produzidos pelos diretores de emissoras francesas nos últimos 40 anos, demonstrei como o termo cultura não cessou de evoluir no curso dos decênios, largamente submetido às influências das políticas culturais e dos avanços das ciências humanas, embora desse a ilusão de designar sempre a mesma coisa. Esses resultados me servirão agora como experiência para observar como a esfera cultural se pode deslocar sobre o *mapping* dos mundos da televisão. Eu me deterei sobre quatro estágios que marcam rupturas na história da televisão.

2.1 Primeiro estágio, os anos 1960: facilitar o acesso à cultura legítima

Há nesse período apenas uma única emissora e 1 a 2 milhões de aparelhos de televisão na França. Nesse contexto em que a cultura é forçadamente reduzida à *cultura* cultivada, a única legítima, o que se descobre é que um objeto cultural muda de sentido tão somente pelo fato de ser difundido pela televisão. Um pouco como o Quichote de Ménard, imaginado por Borges, que, mesmo literalmente reescrito hoje, não é mais o mesmo do séc XVI, pela simples razão de que as mutações históricas e culturais modificaram o seu sentido; o fato de a televisão difundir uma peça de teatro na televisão é suficiente para alterar o seu estatuto, porque ela transforma o seu auditório, *“que não é mais o auditório restrito dos teatros parisienses que fazia o sucesso ou o fracasso de uma*

peça seguindo, frequentemente, critérios próprios de seu modo de vida, enquanto se trata desta vez de um país inteiro, tanto de suas classes dirigentes como de suas classes trabalhadoras” - como diz em 1958 o diretor de programas da televisão francesa Jean d'Arcy. A um só tempo, a televisão passou a desempenhar o mesmo papel que o teatro nacional popular de Jean Vilar, que o livro de bolso recém-lançado e que as casas de cultura inventadas por André Malraux.

Para o escritor, a tela deve transformar-se em um santuário que avalia as obras e imagina as emissões a serem projetadas nas casas de cultura, de tal forma que *“a cultura seja para todos e para cada um”*. Nessa perspectiva, a televisão deve representar um maior auditório às obras consideradas como geniais, sem exclusão. Dentre aquelas que o diretor de televisão, entre os anos 1958 e 1962, reivindica, encontram-se tanto *Os persas* de Ésquilo, os textos de Jean Giono, as composições de Pierre Boulez ou de Messiaen: o papel da televisão é menos o de educar para a cultura, e mais o de a tornar acessível a um numeroso público, de multiplicar o público das salas de espetáculo, o único critério para julgar a audiência. Nessa perspectiva, a televisão não é senão uma mídia que permite transmitir uma cultura legitimada em outros lugares.

2.2 Segundo estágio: a chegada de uma segunda emissora e a agregação cultivar-educar

O fato de, na França, as três primeiras cadeias de televisão haverem sido lançadas com vários anos de intervalo, dá-nos a oportunidade de verificar a incidência de uma mudança econômica sobre a cultura. No caso em pauta, a chegada de uma segunda cadeia em 1964, quase vinte anos depois da criação da primeira, permite observar como, de fato, a concorrência agiu sobre a concepção de cultura. Como, por razões técnicas, esta cadeia, em um primeiro momento, só podia atingir um público restrito, segundo seus dirigentes, era preciso fazer tudo para evitar que o público testemunhasse esse descaso. Daí a necessidade de que sua cor fosse sedutora e simples. Nessa perspectiva, enquadra-se a discussão sobre as obras a difundir, centrada no critério da facilidade de acesso de um público popular.

Enquanto só havia uma cadeia e se pensava sobre a televisão em geral, sobre a sua formidável capacidade de ampliação dos auditórios, a mídia não era senão um instrumento que facilitava o acesso à cultura, e o público e a cultura eram encarados como duas realidades únicas e homogêneas (HOLTZER, 1996). Depois que surgiu a ameaça de concorrência, o destinatário passou a ser construído com um ser bifacial, Janus, cujas faces seriam, de um lado, o público culto, ávido de cultura e de intelecto, e, de outro, o público popular, que só pensava em entretenimento. Ao otimismo que acompanhou a chegada da nova mídia, sucedeu o pessimismo *realista* da concorrência entre emissoras. Assim agindo, a direção da televisão francesa, que era na ocasião uma sociedade única, passou a endossar a noção de oposição massiva, proposta por Hanna Arendt (2005, p. 263),

entre cultura e diversão: “A sociedade de massa pelo contrário, não quer a cultura, mas o divertimento (entretimento) e os artigos oferecidos pela indústria de lazer (espetáculos) são muito bem consumidos pela sociedade como todos os outros objetos de consumo”.

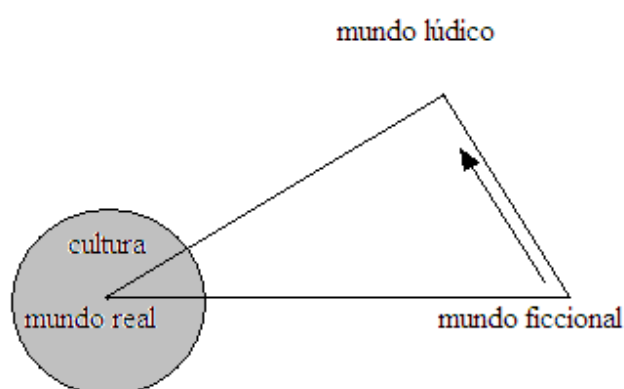
Assim passa a recorrer, simultaneamente, a uma condensação e a um deslocamento que dotam a palavra cultura de um novo conteúdo.

A condensação é representada pela apropriação que o entretenimento faz da ficção (“Para agradar ao público, é necessário apresentar-lhe espetáculos tão recreativos quanto possível. É a razão pela qual a segunda cadeia deve apresentar essencialmente dramas populares e ficções”). A ficção estaria de algum modo ontologicamente ligada ao mundo lúdico, enquanto o cultural estaria essencialmente ligado ao mundo real (“... acabam por conferir forma progressiva a certos documentários...”).

O deslocamento configura-se pelo deslizamento do cultural para o educativo. Difundir a cultura não é apenas possibilitar o acesso às obras, mas também ensinar aos que não sabem (“... e certas emissões entram no quadro da missão educativa da RTF”).

Estas duas operações são bastante representativas do serviço público: do *cultivar* passou-se ao *educar*.

Utilizando a minha configuração dos mundos da televisão, poder-se-ia representar esta nova maneira de ver a cultura da seguinte forma. O mundo real afasta-se dos mundos lúdico e ficcional, enquanto esses se aproximam um do outro.



Uma tal repartição assenta-se sobre dois princípios que ficam pressupostos, implícitos: o primeiro é o de que as ficções não ensinam nada, de que elas não são educativas; o segundo, perfeitamente simétrico, é o de que os documentários trazem conhecimentos, mas em detrimento do entretenimento.

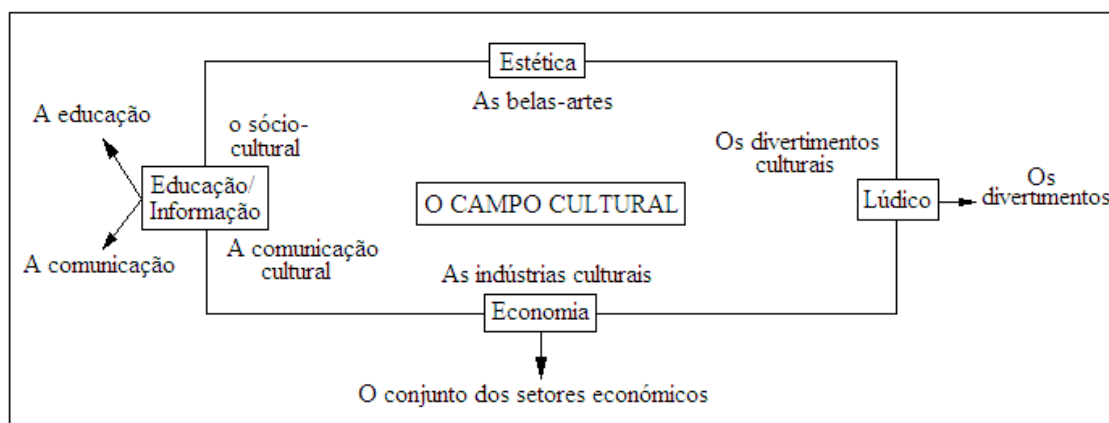
2.3 Terceiro estágio, os anos 1970: da cultura à promoção cultural

Desde então, basta um pequeno nada para que a mídia seja diabolizada. Esta nova etapa passa a intervir ao mesmo tempo em que o número de receptores explode. O diretor da televisão [Claude Contamine] confessa que *“sente uma ligeira ansiedade diante deste desenvolvimento da imagem, ele pensa que seria muito perigoso que esta viesse a suplantiar o livro, que continua sendo o principal veículo do pensamento”*. E o acadêmico André Chamson crava o prego: *“Se o veículo tem sido geralmente a escrita para as camadas superiores de nossa sociedade, a imagem tem sido o das massas populares tanto na Antiguidade como na Idade Média [...] e [que] o fundamento da cultura continua sendo a linguagem, ao lado da qual imagem e escrita só desempenham um papel auxiliar”*. O pensamento de Adorno e Horkheimer torna-se voz corrente, reinando absoluto sobre os discursos dos intelectuais que falam sobre a televisão: a imagem enquanto tal não seria fonte de pensamento. Desde então, a questão da educação não se prende à da cultura, e a esquematização do destinatário se consolida: haveria, de um lado, um público restrito e refinado, a quem se destinam as emissões culturais, e, de outro, o grande público. De um lado, um público que se interessa pela pesquisa; de outro, um público que pesquisa a facilidade. Três anos mais tarde, Bernard Pivot, que parece hoje o mestre da cultura televisual, vai ainda mais longe:

a televisão não foi feita para os intelectuais. Eles têm suas revistas, seus jornais... A televisão foi feita para o grande público, para o povo, e eu não quero saber do desprezo dos intelectuais. Eu trabalho para as pessoas de boa vontade. Quando a televisão for rica, se farão matinés lacanianas, todos os meses, para alguns...

Esse corte ideológico se traduz nos programas por uma ruptura ao mesmo tempo temática e enunciativa: até então, a televisão francesa oferecia um leque de emissões documentais sobre o patrimônio cultural (sobre a biblioteca de Flaubert ou sua correspondência, sobre as obras dos grandes escritores). A partir daí, aparecem novos programas com as seguintes características: eles não falam mais de literatura, mas da atualidade dos livros; eles não são mais filmados nos locais, mas são retransmitidos de um estúdio no qual pessoas sentadas discutem em volta de uma grande mesa. Em outras palavras, passa-se da cultura compreendida como um patrimônio comum da humanidade ou de uma nação à promoção cultural. Em decorrência, a definição de cultura desliza do domínio estético (*“quais são as balizas do nosso século?”*) para o campo econômico (para retomar o conceito de campo cultural de Olivier Donnat). Se a indústria cultural representava o entretenimento e, portanto, o contrário da própria cultura para Adorno e Horkheimer, as indústrias

culturais tomaram o poder, e a cultura não é mais um valor etéreo e desinteressado, mas “*uma mercadoria dominada pelas leis do mercado*” (DONNAT, 1988). Para dizer isso no vocabulário de o **Sistema dos objetos**, a cultura desliza do valor simbólico (o passado artístico de uma nação) para o valor de troca.



Grade de leitura do campo cultural. (DONNAT, 1988, p. 93).

Esse deslocamento da **cultura** para as indústrias culturais age de duas maneiras sobre os programas.

A primeira é, acabo de o dizer, o fato de as pessoas se interessarem menos pelo patrimônio do que pelos produtos da atualidade e de se considerarem como culturais não somente os conteúdos, mas também os suportes: assim, o disco torna-se um objeto cultural da mesma forma que o livro, qualquer que seja o tipo de música que reproduza.

A segunda afeta as próprias obras: não se trata mais de somente fazer a comunicação dos autores contemporâneos, é preciso que as obras do passado sejam comunicáveis, senão elas são afastadas da telinha. Como Balzac é considerado muito antigo, fora de moda, vai-se, por exemplo, transpô-lo para o universo do século XX. Este processo de rejuvenescimento, ou antes de *atualização* da *diégèse* ou da *mise en scène*, diz respeito tanto à televisão, como ao teatro ou à ópera e, por vezes, mesmo, aos documentos de arquivos. Viu-se recentemente um filme de montagem sobre a segunda guerra mundial (**Apocalypse**) colorizado com a finalidade, diriam os autores, de que este período da história seja mais acessível aos jovens. Em preto e branco, a guerra teria parecido sem dúvida muito pesada. Em vez de ser uma matéria intocável, um dado para exploração pelos historiadores, os próprios arquivos devem ser sedutores, mesmo se, com isso, haja um deslocamento de seu status de **índice para o de ícone**, no sentido peirciano: as imagens não são mais somente um

traço do passado, elas são uma representação... apresentável, desligada de seu valor propriamente existencial. Este deslizamento não tem nada a ver com a única difusão de massa, porque, como ressalta Hannah Arendt,

quando livros ou reproduções são lançados no mercado a preços baixos e são vendidos em número considerável, isso não atinge a natureza dos objetos em questão. Mas sua natureza é atingida quando esses objetos são modificados -

reescritos, condensados, digeridos, reduzidos ao estado de pacote para a reprodução ou colocação em imagens. Isso não quer dizer que a cultura se difunda nas massas, mas que a cultura se encontre construída para engendrar o prazer [entretenimento] (2005, p. 266).

2.4 Quarto estágio: o todo cultural

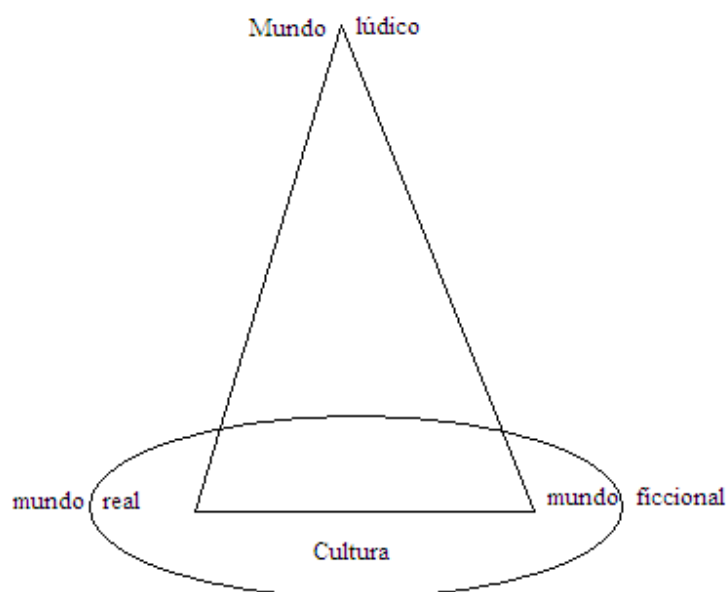
Ao mesmo tempo em que a cultura cultivada e o conhecimento do patrimônio recuavam sob a pressão do entretenimento e davam lugar à comunicação, ver o caso da promoção da cultura, para se adaptar às leis do divertimento, a ideia de cultura cultivada explodia sob a pressão das ciências humanas e da definição etnológica de cultura. Diante da concepção de que tudo o que é humano é cultural, as artes ou as mídias passam a pertencer às esferas do *legitimável* ou do arbitrário, sendo repentinamente legitimadas. Esse movimento foi muito forte na França com a chegada da esquerda ao poder; viu-se o ministro da cultura, Jack Lang, reconhecer, dentro do seu campo de soberania, objetos tão populares como o rock, a banda desenhada ou a moda. Combinada com a aceitação econômica do cultural, essa passagem ao **tudo cultural** acabou por perturbar a ideia do que podia significar *televisão cultural*, já que qualquer emissão, fazendo a promoção ou a comunicação de um bem cultural, se tornou ao mesmo tempo uma emissão cultural. O modo como o instituto responsável pela medida da audiência televisual na França (Médiamétrie) categoriza as emissões é, a esse respeito, eloquente: qualquer talk show que fale da atualidade é classificado na categoria de *cultura, conhecimento, magazine* (ex. **Não estamos deitados**).

3 O PESO DA CULTURA CULTIVADA E DO PATRIMÔNIO

À luz deste rápido histórico dos sentidos atribuídos ao termo cultura pelos responsáveis da televisão, como compreender a injunção da lei francesa sobre o serviço público de difusão?

pelo menos um programa cultural todos os dias na primeira parte da noite respeitando os gêneros seguintes: retransmissão de espetáculos ao vivo, emissões musicais, magazines e documentários de cultura e conhecimento, acontecimentos culturais excepcionais, ficções audiovisuais e cinematográficas (adaptações literárias, reconstituições históricas...)?

O primeiro critério proposto por essa formulação é o de gênero. Uma nova topografia se desenha, incluindo a ficção, contrariamente aos anos 1960, que a classificavam como entretenimento. No entanto, o jogo televisivo, que é abertamente lúdico, é retirado da esfera do cultural. Isso significa, bem entendido, se seguirmos Caillois - e como não o seguir quando ele afirma que o jogo é o que existe de mais humano -, que a cultura é implicitamente pensada em função de uma hierarquia dos mundos da televisão e da cultura cultivada. No entanto, a ficção não é ontologicamente cultural, a não ser quando possui um coeficiente *educativo*, e não visa apenas ao entretenimento: ela deve ensinar história para a *reconstituição* ou cultura legítima, assim como a história literária, por adaptação. Ela realça, portanto, uma vez ainda, a oposição fundamental entre cultura e entretenimento, o que levaria a representar o polo lúdico como mais afastado da ficção que o mundo real e o mundo ficcional:



Assim, se continuarmos a análise, veremos que, hoje, uma mídia não pode levar ao extremo essa lógica de que a única representação de cultura existente é a erudita: deve dar lugar aos bens culturais e ao que eu chamei de comunicação e promoção desses bens. Daí a ideia de que os magazines culturais, que são de fato vitrinas para os filmes, para os CDs ou os livros de atualidade a consumir, participam da definição de programa cultural. Em contrapartida, qualquer que seja o

modo de discurso utilizado, todas as atividades que advêm do que se chamou o *todo cultural* não são ordenadas automaticamente sob a bandeira da cultura para a televisão.

A este respeito, **Big Brother**, **El Gran Hermano**, representam um caso exemplar de escola. Eis uma emissão que obteve um sucesso louco na maior parte dos países que dela difundiram uma versão, que jornalistas e intelectuais qualificam frequentemente como *telelixo* ou de *tele-trash*. Em setembro de 2009, o recém-ministro da cultura francesa, Frédéric Mitterrand, declarava: *“Ontem à noite no meu quarto do hotel, eu olhei pela primeira vez “Secret Story” na 1 [que é um formato derivado de BB]. Depois mudei para France 2 onde caí... em mim! ... E vocês querem que eu condene uma televisão onde existe ao mesmo tempo o horror da vulgaridade e a quinta essência da cultura!”*. Não se pode formular de forma mais concisa a oposição entre uma televisão cultural e uma televisão de divertimento, entre o gosto e o desgosto. Será que esse mesmo ministro condenaria de igual modo um livro de 450 páginas, que não era senão a transcrição das conversas dos ocupantes de um atelier nova-iorquino durante três dias sendo a maior preocupação a droga, se esse livro tivesse um subtítulo *Novel* e fosse assinado por Andy Warhol? Sem dúvida que não. E, no entanto, este romance intitulado *A* (como anfetamina) não é outra coisa senão uma versão escrita do que será, um pouco mais de trinta anos depois, o BB. Será que ele condenaria um filme que mostra durante oito horas uma pessoa dormindo se fosse realizado pelo Papa do Pop? Há poucas chances. Mas esse filme existe e chama-se **Sleep**.

Ora, **Big Brother** e os seus derivados descendem diretamente desta estética. Basta ler as entrevistas de Warhol e assistir a esses programas para se convencer de que eles têm numerosas afinidades. *“Eu creio que os média são arte”*, diz ele a um jovem que quer ser artista, a quem aconselha a fazer televisão (WARHOL, 2005, p. 241). É que, para ele, o oposto da arte e do divertimento não tem razão de ser. Ao contrário, ele clama alto e forte que o artista deve procurar se divertir, o que lhe desperta o desejo fugaz, nos anos 1970, de fazer sitcoms. Warhol projetava também fazer uma emissão de televisão intitulada **Nothing special**, que *“poria simplesmente uma câmera no canto da rua”* (WARHOL, 2005, p. 299). E, se ela não viu a luz do dia, sua obra cinematográfica realizou parcialmente este programa, mostrando pessoas que satisfaziam suas necessidades mais elementares: comer, dormir ou falar. *“Ondine podia ficar de pé 24 horas, confia ele, e isso deu-me a idéia de registrar alguém que falasse 24 horas”* (WARHOL, 2005, p. 252). Nessa *estética*, a duração circadiana é uma unidade de tempo que pode ser vista como um filme, daí por que Warhol afirma: *“Penso que se deveria ser espiado todo o tempo... espiado e fotografado”* (WARHOL, 2005, p. 194).

Esta inquisição visual única está apta a alimentar a insaciável pulsão escópica, Warhol sonhou, e **Big Brother** fez. Como não ver neste programa que realiza ao pé da letra o desenho de Warhol um prolongamento da arte pop? Certamente, dirão, os candidatos não têm como Warhol a

ambição de fazer arte... Apesar de que... Quando da segunda edição de *la Ferme célébrités* (2005), programa que consistia em confrontar as pessoas com as atividades campestres, a TF1 contratou uma estrela esquecida pelos produtores, e que se tinha reconvertido às performances artísticas: ela fez uma breve participação, mas marcou sua estadia no programa: vimo-la caçar os espíritos com o incenso animando sua *atitude zen* ou se disfarçar com uma placa à volta do pescoço: *o trabalho da semana*. Alguns meses mais tarde, ela explicou nas mídias que todas as suas aparições televisuais eram performances, inspiradas por Dada, transformando por suas próprias palavras a telerrealidade em obra de arte.

Não tenho tempo para entrar nos meandros de uma discussão teórica sobre o estatuto artístico destas emissões (fiz isso, aliás, no **Culto do banal**), mas o que me parece indiscutível é que este tipo de programa é obnubilado não somente pelas artes da esfera da legitimidade, mas também pela grande arte que rejeita todos os empreendimentos contemporâneos, afastando-os de seus limites. É forçoso constatar que, quando se fala de televisão cultural, visa-se, equivocadamente, a cultura cultivada e não as manifestações recentes (século passado) das artes.

4 QUE PODE A SEMIOLOGIA?

Face a uma situação tão confusa, parece-me que uma semiologia de inspiração pragmática pode ajudar a deslindar alguns fios. Nas perspectivas por nós desenvolvidas, um objeto é considerado cultural seja em razão do seu conteúdo, seja em função de seu gênero, seja mesmo em função do mundo que lhe serve de interpretante, o que leva a um esvaziamento massivo da cultura, tanto de tudo o que advém do lúdico, como do que é fruto do divertimento, restringindo ao mesmo tempo o campo da ficção cultural. Ora, parece-me que o olhar seria completamente diferente se, em vez de se fixar em um único programa, em seu tema ou conteúdo, estivesse mais atento à enunciação e ao contexto.

O que é significativo, com efeito, neste modo de ligar a cultura ao mesmo tempo ao seu conteúdo e à sua capacidade educativa, é a ausência de uma reflexão sobre o estatuto da obra e, conseqüentemente, sobre a figura antropomórfica responsável por sua enunciação. Tudo o que pede o legislador à televisão pública é “*adaptar as emissões culturais a uma escrita atrativa para o maior número de pessoas*”. Essa recomendação, inscrita nas missões do atual serviço público, quer dizer que ele deve estar mais atento à comunicabilidade do texto que à sua pertinência artística. Se uma diretiva europeia considera que há criação de obra audiovisual a partir do momento em que um programa não é rodado em palco, isso não quer dizer no entanto que se atribua importância à obra como dado não somente estético, mas pragmático. É como se não fosse considerado cultural a não ser o que fala do mundo, e não o que fala dos seres humanos que estão na origem das produções. A

relação do signo com o seu objeto foi durante muito tempo pensada como uma relação do signo com o mundo, sobretudo no que diz respeito ao audiovisual. É tempo de se considerar que o objeto do signo é antes de mais nada o seu enunciador. Assim, poder-se-ia declinar o estatuto cultural de um documento em função da construção de múltiplos enunciadores: nacionais (o que é um filme em espanhol?), profissionais (o que é um filme do cenarista Azscona) ou históricos (o que é um filme dos anos 1930?). Nesta ótica, o conteúdo seria secundário, e a cultura, uma construção enunciativa, uma construção que depende grandemente do contexto.

O filme de um cômico popular, como Louis de Funès na França, é cultural ou não? Ao se tentar responder frontalmente a esta questão que eu coloco no meu último livro (JOST, 2010), pode-se opor ao desejo argumentos, que não passam de julgamentos de valor, sem chegar a um consenso. Também se pode acabar logo com a discussão, recorrendo à definição extensiva de cultural, e considerar que um tal filme é forçosamente cultural porque o cinema é em si uma atividade cultural. Cai-se, então, no equívoco que eu denunciei há pouco, que consiste em decidir o estatuto cultural de um objeto em função de uma hierarquia de gêneros ou de mídias, à maneira da Academia que valorizava os tipos de pintura em função do objeto representado (notemos de passagem que, além disso, é o mesmo sujeito - a história - que distingue a pintura mais nobre do século XIX da ficção cultural do século XXI). Em outras palavras, recorrer a um julgamento de valor fundado na imanência não resolve a questão. Em contrapartida, desde que se considere o contexto de enunciação deste mesmo objeto, as coisas mudam de figura, como no caso deste famoso Don Quichote de Ménard, de quem eu falava na introdução. Imaginemos que esse filme de Louis de Funès seja projetado numa emissora francesa na coleção **Cômicos do século XX**, ele se tornará então uma amostra, no sentido de Goodman, deste objeto construído que se chama *o cômico* de um ponto de vista universal. Se o título da coleção for **Cômicos franceses do século XX**, ao mesmo tempo que ele nos fará rir, marcará mais profundamente a sua pertença cultural. Nos dois casos, ele se tornará um objeto cultural, que eu aprecio ou não como espectador, na medida em que exemplifica uma forma se suscitar o riso e um certo francesismo.

Quando de uma viagem recente a Nova Iorque, eu tive a surpresa de descobrir, ligando a televisão, uma emissão literária de Bernard Pivot, **Bouillon de culture**, já com uma dezena de anos, na qual alguns escritores discutiam os seus livros que acabavam de ser lançados em francês, sem que nenhum subtítulo viesse a facilitar o acesso do telespectador anglófono: eu estava na cadeia CUNY. Considerada enquanto tal, essa emissão levava em conta com muita precisão os deslocamentos que eu assinaliei antes: ela substituíra a definição da cultura pura pela promoção cultural; a de obra, que era o livro simplesmente, pela ideia de patrimônio. E, acima de tudo, finalmente, ela afastava o conceito de cultura como valor estético, em proveito do valor único de mercado. Mas, se tudo isso é verdade quando se fica no interior de uma análise imanente, é evidente que, no quadro de difusão

descrita, ela perdia todos os traços que acabo de descrever: ela já não desempenhava seu papel de promoção, já que os livros de que tratava tinham mais de dez anos e talvez já não estivessem mais nas livrarias. E, se ainda estivessem, é porque teriam sido transfigurados pelo tempo e entrado no panteão do patrimônio literário. Quanto ao valor de mercado sobre o qual repousava o programa, ele cairia pelas mesmas razões. Ao contrário, a difusão desta emissão no canal americano em pleno meio-dia, em Nova Iorque, apresentava um inegável valor cultural: não somente a língua o ancorava diretamente na cultura francesa (desta vez no sentido etnológico), mas a forma de discutir, em uma sala, em torno de um livro, no contexto da televisão americana, parecia como tipicamente francesa.

Esses dois exemplos atestam que a cultura não é um traço intrínseco ao objeto e que bastaria investigá-lo para julgar o seu estatuto, mas que o julgamento que acrescenta esse epíteto a um objeto depende muito mais do contexto e do olhar de quem vê. Em suma, a cultura faz parte do atencional, quer dizer, de uma construção pelo usuário. Nesta perspectiva, não se vê por que os jogos não fariam parte do campo cultural, se o olhar com que se os enxerga os transfigura também (sem contar que certos *quiz* por si só supõem o domínio de uma certa cultura cultivada). Voltando ao tema desta exposição, tenho a convicção de ter levantado mais questões do que ter fornecido respostas. Mas tenho pelo menos uma certeza, é que a questão da cultura na televisão, da *televisão cultural*, geralmente é mal colocada por diversas razões. A pior, certamente, é que aqueles que deveriam resolvê-la (legislador, profissionais da televisão) têm, ao contrário de mim, certezas sobre o que quer dizer cultura; para eles não vale a pena se debruçar sobre a história deste conceito. Assim, é mesmo no centro dessa evolução histórica que aparece uma confusão lamentável entre cultura e educação, confusão que se prende grandemente à ideia de que a televisão é útil para os incultos, ou para o *grande público*, e nunca bastante cultural para os que frequentam a leitura. Alguns países, como o Brasil, fazem nitidamente a diferença entre a televisão educativa, muito próxima da escola a distância, e a televisão cultural. Essa me parece a única via possível, porque uma e outra não constroem o mesmo destinatário.

Eu tiro pessoalmente uma outra conclusão desta pesquisa sobre a cultura na televisão: é que não pode haver cultura sem comunicação da cultura. Em outras palavras, é em vão, e mesmo perigoso, determinar o que é cultural e o que não é por oposições massivas (do tipo cultura *versus* diversão), fundadas ao mesmo tempo na imanência do programa e no referente mundano a que se refere. Todos os programas, pertençam eles à esfera do mundo real, do mundo ficcional ou do mundo lúdico, podem entrar no campo da cultura com a condição de que o seu paratexto (no sentido muito lato: digamos a coleção a que pertence) construa claramente o seu estatuto cultural. Apesar de tudo, a cultura está mais no olhar do telespectador do que na decisão autoritária dos difusores ou dos produtores.

(Tradução: DUARTE, Elizabeth Bastos).

Bibliografia

ARENDT, Hannah. **La condition humaine**. Paris: Nathan, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **Un art moven: essai sur les usages sociaux de la photographie**. Minuit, 1965.

BOURDIEU, Pierre. **Sur la télévision**. Liber edition, 1996.

HOLTZER. **La page et le petit écran: culture et television**. Peter Lang, 1996.

JOST, François. Culture et dépendances: les avatars d'une mission de service publiuc. **Le temps des médias**, n. 14, Nouveau monde, Primtemps, 2010a.

JOST, François. **Les médias et nous**. Paris: Breal, 2010b.

WAHROL. **Entretiens 1962-1987**. Paris: Grasset, 2005.

ⁱ No texto, faltam algumas referências a nomes de autores, ano de edição ou páginas de obras citadas. Optamos por publicá-lo mesmo sem essas informações por se tratar de tradução de uma conferência, e não um artigo científico. N.E.

Copyright (c) 2010 Autor(es) / Copyright (c) 2010 The author(s)
The copyright of works published in this journal belong to the
authors, and the right of first publication is conceded to the journal.
Due to the journal being of open access, the articles are of free use in
research, educational and non-commercial activities.

