

Reflexões sobre o texto televisivo

Elizabeth Bastos Duarte
Unisinos

Resumo

O texto analisa as características do texto televisivo no contexto dos processos midiáticos contemporâneos que o enformam e questiona a capacidade explicativa dos modelos advindos das ciências da linguagem, propondo que a análise dos produtos televisivos preocupe-se mais em registrar as transformações em ato, assinalando a necessidade de alargamento da noção de texto, de consideração ao papel interativo do telespectador, de exame da função dos meios como linguagens, de verificação dos processos de apropriação e contaminação intersemióticos, de priorização da análise das estratégias discursivas/mecanismos expressivos empregados, em detrimento da codificação das regras que enformam o sistema televisivo.

Palavras-chave

textualidade / televisão / estratégia

1. Preâmbulo

É indiscutível a importância da televisão na comunicação contemporânea e inevitável o contato permanente com os produtos televisivos. Por isso, tanto a apocalípticos como a integrados só resta analisá-los e interpretá-los, isto é, enfrentar as inúmeras dificuldades que essa tarefa implica, pois o aparato teórico e metodológico de que se dispõe se mostra muitas vezes insuficiente e inadequado à complexidade e hibridação que caracterizam o texto televisivo. E enfrentar esse desafio, penso eu, é em primeiro lugar – diferentemente de estudos que se centram na investigação dos meios como veiculadores de fluxos de conteúdos de diferentes ordens, ou que vêem os meios como meras linguagens, cuja gramática intentam compreender – *ter presente* que não se pode analisar qualquer produto midiático independentemente de sua relação com o processo que os engen-

dra e constitui, cujas características particulares têm repercussões em seus conteúdos e linguagens.

Por processos midiáticos, entendo a comunicação humana mediada pelos meios de comunicação de massa, os mídias, constituindo-se esse processo de instâncias produtoras e receptoras, com os respectivos sujeitos envolvidos e os contextos amplos e restritos que os enformam; dos próprios meios empregados na produção e circulação das mensagens; dos produtos midiáticos frutos desse processo; e da complexa relação entre as diferentes linguagens empregadas na manifestação de tais produtos. No caso da televisão, esse processo foi ganhando, ao longo dos anos, contornos bem definidos, que, de certa forma, apontam para a multiplicidade de aspectos e áreas de conhecimento envolvidas, o que dificulta muitas vezes o estabelecimento dos limites necessários à ordenação de qualquer pensamento sistemático. É mister, pois, reportar-se a uma questão fundadora: os processos midiáticos, tal como são aqui concebidos, não têm autonomia: estão sob o abrigo de uma área mais ampla – a Comunicação Social, que, aliás, só passou a se propor como área de conhecimento pela relevância que tais processos foram assumindo no mundo contemporâneo. Dessa forma, os aspectos históricos, sociológicos, psicológicos, políticos e econômicos atualizados *pelos e nesses* processos, bem como aqueles ligados às teorias e metodologias que permitem analisá-los, só podem ocupar um espaço de caráter complementar e/ou instrumental, uma vez que se encontram sob a chancela da Comunicação.

Não obstante, se não se podem compreender os processos midiáticos apenas a partir do estudo dos meios, ou mesmo de sua produção e recepção, é porque seu conhecimento exige movimentos em diferentes direções: (1) aos modelos teóricos de compreensão dos processos comunicativos nos quais se inserem; (2) ao contexto de grandes transformações ocorridas neste século, do qual eles próprios fazem parte, igualmente responsáveis pelos sentidos que produzem; (3) à busca de metodologias que possam servir de instrumento seguro para sua análise. Mas, como articular esses movimentos em diferentes direções?

Quanto aos primeiro e terceiro pontos – modelos teóricos de compreensão dos processos comunicativos midiáticos e metodologias de análise –, é visível hoje a intensa

busca de novos paradigmas científicos, capazes de enfrentar os enormes desafios a que estão submetidas as diferentes áreas das ciências humanas diante da influência das mídias, diante das transformações sociais e culturais em seu nome ocorridas e diante da rapidez com que a ciência vem-se traduzindo no contexto tecnológico. Mas, se é verdade que o campo de atuação da Comunicação vem exigindo constantes redimensionamentos, também é fato que as pesquisas e estudos que sustentariam a estruturação dos conhecimentos sobre os processos midiáticos não têm acompanhado a velocidade das transformações, a diversidade de interesses e o desenvolvimento tecnológico que atinge a área.

A história contemporânea desenvolve-se em ritmo acelerado e as renovações tecnológicas apresentam contrapartida no mundo econômico, político e sócio-cultural, acarretando transformações profundas no modo de viver e pensar, produzir e reproduzir conhecimentos. A comunicação é uma área em constituição; não possui textos “fundantes”. Pelo caráter interdisciplinar de seu objeto de estudo, vem estruturando-se na apropriação de conceitos e metodologias de outras ciências, os quais, muitas vezes, descontextualiza, para a construção de seus próprios modelos. Nesse percurso de apropriação, talvez fosse mais produtivo, ao invés da utilização de textos e modelos revisados, retornar às fontes e fazer suas próprias revisões, adequadas às intenções da pesquisa e às imposições do objeto de estudo. Por isso, acredita-se na necessidade de reexame e rearticulação dos modelos teóricos existentes e de construção de contramodelos. Mas, a simples transgressão, que sempre teve força estratégica, hoje, diante da consideração de que todas as estruturas tradicionais “caducaram”, perdeu muito de sua eficácia. Eis por que parece mais lógico, ao invés de celebrar a superação de paradigmas, buscar novas conexões entre eles e empreender novos mapas culturais; ao invés de fazer fetiche das teorias, abordar objetos diferentes com instrumentos diferentes, adequados à sua diversidade.

Quanto ao segundo ponto, o contexto de grandes transformações advindas do desenvolvimento e efervescência dos processos midiáticos, cabem sobre ele algumas reflexões. Inúmeros cientistas do social vêm-se debruçando sobre a questão. Há os que enxergam luzes no fundo do túnel – Lyotard, Maffesoli – e outros que são mais severos em sua prospecção – Baudrillard, Jameson.

É inegável que o mundo contemporâneo vive uma forte tendência à globalização econômica, sustentada em grande parte pelo poder de penetração das mídias. A operacionalização da ciência, a distância cada vez menor entre ciência e tecnologia, a rapidez com que a ciência se traduz no contexto tecnológico incentivam e justificam que grandes decisões sobre o desenvolvimento científico fiquem restritas a uns poucos especialistas e corporações, pois a descentralização advinda das novas tecnologias nada está fazendo contra a concentração de poder e capital. A globalização econômica proposta da visão de um sistema capitalista mundial, hoje se distancia da mera rivalidade entre potências coloniais, tendo como características empresas transnacionais, nova divisão internacional do trabalho, nova dinâmica vertiginosa das transações bancárias e das bolsas de valores, novas formas de inter-relacionamento das mídias, computadores e automação, etc., visando, naturalmente, à maximização dos lucros e à exclusão das diversidades em favor de uma essência totalitária: sua lógica é mercantilista.

A televisão e os fenômenos que se representam em seu meio, bem como a ordem lógica, formal, emocional ou moral que encerram estão articulados num universo próprio fechado em si mesmo e internamente consistente. Trata-se de um mundo industrialmente construído, mundo-mercadoria, que, como qualquer outro produto acabado, é oferecido ao mercado global. Para muitos, a dimensão fundamental dessa construção midiática da realidade não reside no seu caráter instrumental, extensivo dos sentidos e da experiência; tampouco, na sua capacidade manipulatória condicionante da consciência, mas no seu valor ontológico, de princípio gerador do real. De qualquer forma, é quase impossível imaginar, na sociedade contemporânea, sistemas de representação da realidade que não se elaborem ou construam, se não na dependência, ao menos, na interação com os sistemas de representação dos mídias.

E aqui reaparece a força da mídia: o *novo* espaço público define-se hoje como um marco midiático, graças ao qual os dispositivos institucionais e tecnológicos próprios das sociedades pós-industriais são capazes de apresentar a um público os múltiplos aspectos da vida social. Tal comunicação é *intra* e *inter* sociedades: o espaço público aparece então como meio pelo qual a humanidade entrega-se a si mesma como espetáculo. É a publicização do privado.

Por outro lado, se o que se mundializa, em primeiro lugar, é o mercado, a promiscuidade das trocas e dos produtos, o fluxo perpétuo do dinheiro; culturalmente, essa difusão mundial de tudo, acaba com a diferença entre *global* e *universal*. Entre globalização e universalidade deveria, em princípio, haver autonomia, já que globalização diz respeito ao mercado, à informação, e a universalidade aos valores, aos direitos humanos, à cultura. Mas, se a mundialização parece irreversível, o universal estaria em vias de extinção. *“Toda cultura que se universaliza perde sua singularidade e agoniza.”* (BAUDRILLARD, 1997, p.127)

Evidentemente, como se fala de devir, é possível que, nesses fragmentos de universalidade, as singularidades reapareçam, que, nessas montagens de globalização, o local passe a ter lugar. As resistências sociais e políticas mais fortes à globalização talvez sejam não uma rejeição arcaica à modernidade, mas um movimento original de desafio à dominação do universal. As singularidades – língua, cultura, indivíduos, caracteres, aliados ao acaso, ao acidente, diante de uma mundialização triunfante que faz tábula rasa de todas as diferenças e valores, inaugurando “uma (in)cultura perfeitamente diferente” (BAUDRILLARD, 1997, p.137) –, podem tornar-se outra vez selvagens e entregues a si mesmas. Seria novamente um tempo de sujeitos e objetos, talvez promovido suicidamente por processos padronizados de diversificação dos mercados.

2. Considerações sobre o texto televisivo

Considera-se texto o produto material do processo de produção de significação, o discurso. O texto é, pois, o produto da semiose, isto é, da função contraída entre expressão e conteúdo, podendo utilizar-se das mais diversas substâncias para sua expressão.

Mas o processo de produção de significação não se desencadeia por si só. Não são as coisas que dizem o que significam. Fora da relação com o espírito, com os sujeitos, elas permanecem inteiramente mudas. Enunciação e texto são pólos de uma relação transitiva que coloca em cena o sujeito produtor, coisa produzida, e o receptor, que, sem perderem sua identidade, conformam-se; e o texto, como o lugar onde o discurso se manifesta, é a única realidade palpável.

Ocorre, como já se enunciou anteriormente, que não se pode analisar a produção televisiva, os textos-programas, independentemente do processo midiático que a constitui. O processo midiático televisivo é o contexto da produção do texto televisivo: não é parte do texto, mas o acompanha, constituindo-se na sua textualidade. E é essa textualidade que produz conhecimento sobre os sentidos do texto, permitindo sua leitura. As textualidades são, pois, estruturas de significado que acompanham o texto, determinando-o e especificando-o, inscrevendo-o numa textura de significado. Para cada texto, há muitas textualidades, uma vez que elas não estão pré-definidas. Por isso, dependendo do que se pretende analisar em um texto, é possível convocar o que faz parte de sua textualidade que interessa à descrição daqueles elementos a serem analisados.

A instância enunciativa, contexto de produção dos textos televisivos, tem características bem marcadas, supondo enunciadores-produtores e enunciatários-espectadores; um contexto amplo de ordem social e cultural; um contexto restrito que dá conta daquele ato específico de produção e um co-texto que relaciona o texto em pauta com o tipo de TV, de canal, de programação em geral, de gênero de programa, etc.

A televisão incorporou uma série de gêneros narrativos de caráter dramático, cômico, com vistas à informação e/ou entretenimento. São mesas-redondas, magazines, informativos, concursos, etc., que mantêm sob sua coordenação. Esses distintos programas-texto podem ser considerados como estruturas autônomas unificadas por uma estrutura maior que as sobredetermina: a programação. A grade de programação opera por neutralização, unificando diferenças de forma a submeter os programas a um denominador comum que permite sua inclusão na programação. É precisamente essa conversão, via neutralização, que permite a integração coerente da multiplicidade fragmentária do discurso televisivo. A questão dos gêneros e formatos desses textos-programas merece um estudo aprofundado, uma vez que os paradigmas textuais fazem parte dos sentidos de um texto, definindo aspectos de sua produção e recepção.

O conteúdo dos textos televisivos expressa-se simultaneamente através de diferentes linguagens. De um lado, tem-se a plástica da imagem – estilos de cenário, vestuário, maquiagem, iluminação, enquadramento e, mesmo, modos de interpretação. De outro, cortes em cenas, planos, montagens e edição: justaposição de cenas em movimento,

a segunda anulando a primeira ao sucedê-la. Montagem e edição dão-se, segundo pontos de vista propostos, justificados pela geografia da ação e pelo deslocamento de interesse dramático. Há ainda elementos sonoros – o verbal, o musical. Todos esses elementos estruturam-se dependendo do modo de contar a narrativa, adequando-se às estratégias discursivas e mecanismos expressivos, selecionados e apropriados à mídia empregada. Há todo um arsenal de procedimentos para impor ao espectador sua interpretação do acontecimento representado. É nessa perspectiva que analisar um texto televisivo é, pois, situá-lo num contexto: a história das formas midiáticas televisivas.

Por outro lado, hoje se discute também o modo como as mensagens, veiculadas diretamente pela televisão, são recebidas. A comunicação televisiva é contratada entre dois sujeitos que participam do evento. E o receptor não é mais compreendido como um ser amorfo e passivo, cujos olhares podem ser preenchidos com qualquer visão; as mensagens não produzem homologações incolores. A capacidade de decodificação do espectador globalizado acentua um jogo semiótico de interpretações: um mesmo texto midiático pode ser lido e interpretado de modos diversos nos diferentes contextos socio-culturais. Dessa forma, a comunicação não é mais concebida como um percurso de mão única – do emissor para o receptor –, ela é cada vez mais compreendida como bidirecional, interativa e interfaciável.

Pautada pela *velocidade*, a produção televisiva está integrada aos princípios que regem a produção de mercadorias em geral: oferecer novas séries de produtos que se apresentem como *novidades*. A premência do tempo, o desaparecimento do sujeito individual nas duas pontas do processo comunicativo dotam esse tipo de produção de uma espécie de achatamento, de uma falta de profundidade. Contaminada pela assimilação do falso brilho das imagens publicitárias, ela estrutura-se numa nova espécie de superficialidade cujo traço mais característico, talvez, seja o esmaecimento do afeto. Euforia, profusão, mobilidade tentam compensar o vazio e a efemeridade; aos movimentos do pensamento co-respondem a imprecisão das gramáticas, os “léxicos” aleatórios, as sintaxes fragmentadas.

Parece incontestado que os modos de compreender e dizer televisivos buscam formas que substituam a integridade, a globalidade, a sistematicidade ordenada pela instabi-

lidade, pela polidimensionalidade, pela mutabilidade. Assim, desfaz-se a idéia, durante muito tempo evidente, da unidade e da cultura e se reforça um pluralismo que justificaria a célebre declaração de Lyotard sobre o fim das grandes narrativas: para além do conteúdo das ideologias, é a própria concepção narrativa da experiência humana que está em causa.

Vejam-se, por exemplo, programas como *Casseta e Planeta*, *Muvuca*, *Sai de baixo*, etc. São textos que se constroem como fluxos resistentes ao significado, superpondo planos e imagens em velocidades distintas, combinadas com a exclusão de temas centrais e com a incessante rotação dos elementos, de forma, pelo menos aparentemente, aleatória, o que dificulta muitas vezes sua percepção como qualquer coisa que não seja um amontoado de fragmentos cuja dimensão é cada vez mais exígua. A densidade das imagens, a sobrecarga de informações, a intertextualidade feita de referências, alusões, apropriações, o desdobramento do tempo em uma série de presentes perpétuos ou em seqüências de duração desigual, os diferentes níveis de efeitos de veridicção que jogam com categorias como “realidade” e ficção, comprometem a própria noção de texto como um todo estruturado de sentido. Tem-se a impressão de que a tensão que relaciona sistema e processo mudou seu ponto de equilíbrio, como se a morte do sistema, virtualidade prevista pela própria dinamicidade da função contraída entre sistema e processo, se viesse constituindo numa das seleções privilegiadas pelo sistema.

Mas, se essa tendência hoje é significativa, isso não quer dizer que ela esgote o campo de produção televisiva. Trata-se de uma tendência que não resume a produção geral (vide novela), virtualmente garantindo, devido às suas definições seletivas, a coexistência de formas residuais e/ou emergentes. Pode-se dizer, no entanto, que esse tipo de produção é o primeiro estilo literalmente global. E tal estilo aponta para uma ruptura no modo de dizer contemporâneo, instaurando novas estratégias de discursivização e textualização. Em que nível de profundidade tal ruptura se opera e até que ponto compromete a validade do modelo descritivo (de inspiração semiolinguística) dos processos de produção de sentidos e significação é o que seria instigante investigar.

Se se pensar no conceito de narratividade tão bem estruturado e generalizado pela teoria greimasiana, na esteira de Propp, Lévi-Strauss, Dumezil, vê-se que ele tem

um caráter lógico-sintático-semântico. Os percursos narrativos são uma grade cultural de leitura do mundo, mantendo entre si uma relação de pressuposição e implicatura: há coerência entre qualificação, ação e sanção; elas são pautadas por uma lógica que diz de causas e conseqüências, de meios e fins, etc. E é essa lógica que está em causa nos textos com que se trava contato diariamente, veiculados pela mídia, cuja conformação, bastante peculiar, persegue o vago, o indefinido, o ambíguo, o indistinto, deixando à recepção a tarefa de preencher a lacuna, de precisar os sentidos. Diante de tanta diversidade, que aparentemente tudo homogeneiza, pode-se pensar no estilhaçamento de qualquer estrutura lógica. Mas o declínio de uma certa forma de racionalidade, sem dúvida, não pode ter como conseqüência a morte da racionalidade; apenas significa a busca de outras formas de racionalidade diferentes, mais adequadas ao contemporâneo.

O processo discursivo, que, segundo Greimas, é a estrutura mais superficial do percurso de produção dos sentidos de conteúdo, implica uma série de escolhas – seleções e combinações – operadas pelo enunciador, concernentes ao modo como pretende organizar o que diz em qualquer linguagem (processos de figurativização, actorialização, temporalização, espacialização, objetivização/subjetivização, veridicção, etc.), levando em conta valores culturais, intenção comunicativa, mídia empregada para a veiculação da mensagem e linguagens privilegiadas para sua manifestação.

A instância de enunciação é o lugar de geração do discurso, desencadeadora de operações seletivas que elege, dentre as combinatórias de unidades discursivas virtuais, as que estão em condições de produzir os efeitos de sentido desejados. A esse conjunto de deliberações tomadas pelo enunciador dá-se o nome de *discursivização*, e à atualização das escolhas frente ao repertório de possibilidades virtuais, *estratégias discursivas*.

O termo *estratégia*, usado nos contextos da guerra e do jogo, aqui interessa se se considerar que todo ato comunicativo é um confronto de *quereres* e *poderes* que se submete ao princípio da eficácia. A linguagem televisiva é uma linguagem em construção. Embora seja possível estabelecer os contornos de sua gramática, interessa mais registrar suas transformações em ato, que muitas vezes arrombam o sistema, do que próprio sistema. A noção de estratégia contraria o ponto de vista objetivista e determinista do sistema, pois ela é da ordem prática do uso, não implicando a obediência mecânica à

regra explícita codificada. Nada simultaneamente mais livre e coagido do que a ação de um bom estrategista. Espaço da liberdade, do à vontade, a estratégia, diz Greimas, é simultaneamente (1) o conhecimento das regras para a elaboração de um programa de ação – seleções, combinações, rupturas – que conduza ao êxito; (2) uma competência interpretativa da performance do interlocutor, permitindo ao sujeito ir dos atos às intenções do outro de forma a construir uma representação global de seu ser, seu querer e seu possível fazer; (3) uma competência manipulatória com vistas a fazer o interlocutor agir no quadro e em proveito do programa de ação por ele estabelecido.

Reconhecer nos textos a existência de estratégias discursivas, elaborar conceitos pertinentes para sua análise, detectar a orientação persuasiva do discurso televisivo, compreender os espectadores como capazes de contextualizar a atividade dos meios – este é o percurso que aqui se tenta empreender.

Projetada essa noção de estratégia no âmbito da produção televisiva – comunicação e mercadoria a ser consumida por milhões de espectadores – pode-se imaginar o quanto ela deve ser elaborada, calculada, para responder às necessidades de economia de tempo (*time is money*), da produção, e às aspirações de novidade dos espectadores. Nesse caso, em princípio, o que está em jogo é “com-vencer” em todos os sentidos que esse termo possa ter, isto é, vencer o desafio e obrigar o espectador a partilhar da vitória, pois qualquer derrota nesse campo significaria um prejuízo de milhões. Há um trabalho criativo de estrategista em cada programa televisivo. Trata-se de um projeto concreto que responde a determinados critérios de seleção e relevância correspondendo a decisões tomadas no contexto de produção. Esse projeto, naturalmente, é responsável também pela escolha dos mecanismos de expressão adequados à manifestação dos conteúdos desejados.

Os mecanismos expressivos são os arranjos de formas de expressão, cuja disposição se submete a regras (sintáticas) de combinação de elementos, selecionados pelo(s) enunciador(es)/produtor(es) dentre um repertório de possibilidades virtuais, para manifestar uma determinada estratégia discursiva.

Acredita-se que, apesar de tantas transformações, num nível profundo, fundamental, a organização dos conteúdos dos textos obedece a regularidades. Mas não são

tais regularidades que caracterizam o texto televisivo. Se qualquer descontinuidade se funda em dois amplos e rudes princípios – a identidade e a diferença – não será buscando o que identifica qualquer texto, que se conseguirá caracterizar o texto televisivo. A originalidade, a criatividade, as novas formas de racionalidade instalam-se precisamente na sua estruturação discursiva, fugindo ao lugar comum pela proposição de novas estratégias discursivas ou pelo engendramento de formas expressivas inaugurais, inesperadas.

Mas a televisão, ao mesmo tempo em que busca desesperadamente o novo, apropria-se sofregamente dele, disciplinando-o, domando-o pela repetição e banalização. Por isso, são hoje estratégias bastante comuns empregadas na construção do texto televisivo a repetição, a descentralização, o excesso, a metamorfose, a fragmentação, etc. (Calabrese, 1987)

Como produtos do desenvolvimento tecnológico aliados à velocidade com que hoje ocorrem as transformações, os textos televisivos se constroem fundados na estratégia da repetição, réplicas como estandardizações ou continuidades. Essa repetição pode ser dos temas, das estruturas discursivas, dos mecanismos expressivos (cenários, ambientes, formas de tratamento do espaço e do tempo).

Uma outra estratégia empregada nesse tipo de textualidade é a ausência de limites precisos, a mistura de gêneros, de diferentes níveis de “efeitos de realidade”, de diferentes formados, condensando tudo num grande pastiche, paródia vazia, sem ímpeto satírico. Quando essa ausência de limites se traduz em excesso, é desestabilizadora. Mas, de modo geral, a excentricidade e a descentralização são movimentos de pulsão que deslocam o centro organizador do sistema para as suas margens, para a periferia, sem lhe ameaçar a regularidade.

Ainda uma outra estratégia é o privilégio da parte sobre o todo, do elemento sobre o conjunto, do fragmento sobre a seqüência, sobre o inteiro, do detalhe e do pormenor sobre o que já foi “talhado”, configurando esses “recortes” como partes de um sistema que então pode ser recuperado ou como um novo sistema de menores dimensões. O texto televisivo sempre foi fragmentado em blocos, devido aos anúncios publicitários. Essa fragmentação é hoje inerente ao próprio formato de muitos produtos televisivos, introduzindo o efeito de *zapping* no interior do próprio texto televisivo. Forma de captu-

ra do interesse do telespectador, ao mesmo tempo, a ele delega a função de ordenação desses fragmentos, de montagem de um verdadeiro quebra-cabeças.

As citações e apropriações são outras estratégias empregadas pela textualidade midiática que confirmam o processo de dissolução do sujeito e enterram definitivamente o princípio da autoria. Essas intertextualidades são identificáveis e especificáveis. Localizam-se ao mesmo tempo no interior e fora dos textos da mesma ou de outras mídias que fazem metatelevisão, constituindo-se num espaço de (auto) promoção.

Há hoje ainda uma estratégia discursiva que vem sendo muito utilizada na produção televisiva. É a pretensa exibição de seu processo de produção. Trata-se de constituir no interior do texto-programa sua enunciação-enunciada, como se o texto oferecesse diretamente ao leitor sua textualidade e com isso pudesse controlar sua leitura. Na verdade, como todo processo sógnico, o que essa estratégia constrói são apenas efeitos de “aqui e agora”, de “ao vivo”, uma vez que todos esses programas são pré-gravados e cuidadosamente editados.

Esse cenário que alia estratégias discursivas ao emprego de novos mecanismos expressivos, combinando a rotação incessante dos elementos, as técnicas de desdobramento do tempo em séries de presentes perpétuos, a utilização de seqüências de tempo desigual, a superposição de planos e imagens em velocidades distintas, aponta para um tipo de ruptura no modo de “dizer” contemporâneo, que, sem dúvida, é sustentado pela proposição de novas estratégias discursivas e mecanismos expressivos, o mais das vezes, produtos dos recursos e restrições próprios da mídia veiculadora de um determinado tipo de mensagem. É nessa perspectiva que as mídias passam a ser consideradas linguagens que sobredeterminam, nos limites do texto, outras linguagens – visuais, sonoras. Esses procedimentos expressivos acabam, no entanto, por serem transpostos de um tipo de linguagem e mídia para outros, contaminando todos os tipos de texto. Têm-se, então, textos fílmicos ou fotográficos empregando mecanismos expressivos do vídeo, ou ainda textos verbais ou quadrinhos que passam a se utilizar de técnicas cinematográficas, e assim por diante.

3. Considerações finais

A utilização e consumo exagerados de estratégias discursivas e mecanismos expressivos que “emplacam” acabam por transformar aquilo que inicialmente era uma proposição criativa e inaugural em protótipo, estereótipo, cristalização, isto é, em regra do sistema. Não obstante, a produção televisiva e videográfica alternativa e experimental encarrega-se de suprir esporadicamente as necessidades de novidade das tevês comerciais.

Pode-se, a partir de tais considerações, compreender por que a análise dos textos televisivos não é tarefa simples. Eles são não só complexos, isto é, constroem-se de forma intersemiótica, utilizando-se de diferentes linguagens em interação, como, além disso, híbridos, pois há, sem dúvida, interferência e sobredeterminação das mídias na própria estruturação dessas linguagens, que, se de um lado ganham especificidade, dependendo do dispositivo midiático veiculador da mensagem, de outro contaminam-se pelas transposições de mecanismos empregados em textos veiculados por diferentes mídias. Dessa forma, cada uma dessas linguagens está em permanente construção, devido não só à contribuição das novas tecnologias e à criatividade de artistas e especialistas do meio, mas à importação de mecanismos expressivos de um tipo de linguagem midiática para outro, a processos de apropriação que transformam esses mecanismos em recurso retórico. Tal configuração justificaria a posição defendida por aqueles que julgam todos os textos midiáticos, independente da mídia que os veicula, como pertencentes a um mesmo e único conjunto.

Certamente esse fluxo veloz que caracteriza a produção televisiva, impõe consequências metodológicas significativas na análise desses produtos. A noção de texto alarga-se, compreendendo o processo que o engendra como um todo; além disso, há a consideração necessária a imensos conjuntos ou sistemas de textos de vários tipos, superpostos uns aos outros por meio de vários tipos de intertextualidades, de sucessões de fragmentos são relacionados em pura processualidade, impedindo a determinação dos limites precisos do que é interior ou exterior ao texto, visto que desse processo fazem parte instâncias de produção e recepção, entornos de caráter social, cultural e ideológico.

Dáí o interesse de investigar as condições de seu uso, de seu trajeto nos circuitos de sentido, de seu reinvestimento nas redes de sociabilidade. Vejam-se, por exemplo, as inovações tecnológicas na área da imagem que permeiam a trama de agenciamentos articuladores – num dado estado e momento sociais – de sujeitos, figuras e mundos possíveis. Nessa trama, podem-se reconhecer tendências de permanência, de suspensão, de reversão e de transformação das relações sociais, dos pressupostos institucionais, das expectativas sociais.

À guisa de conclusão, propõe-se que a análise dos textos televisivos

- (1) parta de um alargamento da noção de texto que contemple nessa textualidade o processo de produção que o enforma;
- (2) considere o papel interativo do telespectador nesse tipo de produção, uma vez que o texto televisivo reserva ostensivamente espaços e tarefas para o interlocutor no seu percurso de produção de sentidos;
- (3) reserve papel preponderante aos estudos dos meios como linguagens que sobredeterminam outras linguagens visuais, verbais, musicais;
- (4) relacione o produto analisado com outros do mesmo gênero produzidos pela mesma ou por outras mídias, verificando os processos de apropriação e contaminação intermediários responsáveis pela hibridação dos textos;
- (5) centre-se no exame das estratégias discursivas/mecanismos expressivos empregados na construção de produtos midiáticos, pois eles podem dar conta da comunicação em ato, viva e eficaz.

Bibliografia:

- 1 - AUMONT, Jacques. *À quoi pensent les films*. Paris: Séguier, 1996.
- 2 - BAUDRILLARD, Jean. *Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- 3 - BOURDIEU, Pierre. Das regras às estratégias. In: _____. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- 4 - CALABRESE, Omar. *A idade neobarroca*. Lisboa: Edições 70, 1987.
- 5 - CANEVACCI, Massimo. *Sincretismos: uma exploração das hibridações culturais*. São Paulo: Studio Nobel, 1996.
- 6 - FABBRI, Paolo. Modelos para un análisis pragmático. In: _____. *Tácticas de los signos*. Madrid: Gedisa, 1996.
- 7 - GREIMAS, A. J. A propos du jeu. *Actes Sémiotiques*, 11, 13, Paris: 1980.

- 8 - JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo. A lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1996.
- 9 - LANDOWSKI, Eric. Explorações estratégicas. In: _____. *A sociedade refletida*. São Paulo: PUCSP, 1992.
- 10 - LINGUAGENS. Porto Alegre: ABS-RS, 2: out., 1997.
- 11 - OLALQUIAGA, Celeste. *Megalópolis: sensibilidades culturais contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel, 1998
- 12 - SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- 13 - SILVERMAN, Hugh J. *Textualities: between hermeneutics and deconstruction*. New York: Routledge, 1994.
- 14 - SUBIRATS, Eduardo. *A cultura como espetáculo*. São Paulo: Nobel, 1989.
- 15 - ZUNZUNEGUI, Santos. *Pensar la imagen*. Madrid: Universidad del País Vasco, 1998.