
*Na hegemonia cultural de Antônio
Gramsci, uma leitura da mídia televisiva,
da História e da educação*

*Cássia Rita Louro Palha**

Resumo: O presente artigo aborda o papel central da mídia para a construção/reprodução da hegemonia cultural nessa atual fase do capital monopolista. Valendo-se do referencial teórico do pensador italiano Antônio Gramsci, o texto tem como premissa, neste contexto, as múltiplas relações entre mídia televisiva, História e educação.

Abstract: The present article boards the central role of media in the construction/reproduction of cultural hegemony in this actual phase of monopolist capital. Using the theoretical references of the italian philosopher A. Gramsci, this text has as premise the multiple relations between media televisive, History and education.

Palavras-chave: hegemonia televisiva, História e educação.

Key words: televisive hegemony, History, education.

Na atual fase do capital monopolista e paralelo a ela, na emergência do imediato, do fragmentário, da versatilidade de uma dita *pós-modernidade*, a mídia assumiu um espaço único dentro das estruturas do poder, legitimando e fomentando a reprodução do *status quo* por meio de um significativo poder de reconstrução do real, capaz de, no plano das mentalidades, escamotear as diferenças e a própria exploração. Na verdade, falar de mídia é, antes de tudo, considerar seu constante e complexo exercício em busca de *hegemonia*¹ em nossas sociedades. Segundo Ianni (1998, p. 9-10), ela pode ser considerada um verdadeiro *Príncipe Eletrônico*, um intelectual coletivo e orgânico² das frações dominantes:

O príncipe eletrônico é entidade nebulosa e ativa, presente e invisível, predominante e ubíqua, permeando continuamente todos os níveis da sociedade, em âmbito local, nacional, regional e mundial. *É o intelectual coletivo e orgânico das estruturas e blocos de poder presentes,*

* Mestre em Educação pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e professora nas Universidades Presidente Antonio Carlos e Estácio de Sá.

predominantes e atuantes em escala nacional, regional e mundial, sempre em conformidade com os diferentes contextos socioculturais e político-econômicos desenhados no novo mapa do mundo.

Dentro do universo mediático, a televisão é, sem dúvida, a instância mais abrangente e de maior impacto nas bases sociais não só em nosso país, mas em todo o mundo. Sua capacidade de reprodução do vivido por meio do uso ideológico das tecnologias avançadas de comunicação eletrônica que, vencendo limites espaço-temporais, globaliza informações, conhecimentos, valores, é capaz de mobilizar simultaneamente milhões de pessoas em todo o mundo. Um poder sem precedentes no espaço pela busca e pela consolidação de projetos hegemônicos, pois atinge o cotidiano dos indivíduos em uma época onde a democracia se consolida cada vez menos pela participação possível dos cidadãos no Estado *stricto sensu* e cada vez mais pelas múltiplas relações que estabelece diariamente na tessitura social.

A par daqueles que preconizam junto com a *pós-modernidade*, o fim da História, não se está com essas questões sustentando o fim de uma História real e espontânea em detrimento da pretensa *História-mercadoria* da TV. É importante, entretanto, deixar claro que, ao reproduzir o vivido, ela cria uma História *artificial*. O sentido mais exato dessa artificialidade é assim colocada por Trivinho:

A história, no sistema mediático, é produzida segundo o modelo do *software*. Isso justifica a noção de artificial a ela aplicada, embora não explique tudo. O artificial aqui contém em si, a mesma lógica inerente a um conjunto de alternativas programadas; assemelha-se, inclusive, a esse conjunto. Ele se insinua na história devido à existência, no sistema mediático, de estratégias tecnocráticas que produzem eventos de tipo internacional, tendo por base, a tecnologia mais avançada [...]. *O artificial é um logro, confunde a percepção: mascara-se como espontâneo para camuflar o esvaziamento do político e do simbólico, bem como a teatralidade que se impõe ao universo da vida cultural e à dimensão da história* [...]. A entrada da história na etapa artificial representa, obviamente, um rechaço à espontaneidade. Em outras palavras, a emergência da história artificial, relativiza e sufoca a história espontânea, embora não a elimine (1997, p. 204-205).

Somada a essa artificialidade que conta com tecnologias cada vez mais avançadas, tem-se a fragmentação seletiva das mensagens onde o indivíduo, dentro de uma concepção mosaica de mundo, é informado de tudo um pouco para não ser efetivamente informado de nada. Além disso, somos submetidos a uma avalanche de *notícias-ônibus*,³ aquelas que interessam a todos sem evidenciar conflitos ou disputas de forma a gerar, no telespectador, uma

satisfação quase que sensorial de um mundo cor de rosa. Essas questões são apenas algumas das muitas que acabam por interferir na própria noção do fato histórico, que segundo Nora, se faz assinalar por sua importância no que diz respeito” à novidade da mensagem, tanto menos indiscreto quanto menos banal”. Em outras palavras, “sobre qualquer acontecimento, no sentido moderno do termo, o imaginário de massas quer enxertar alguma coisa de seu cotidiano” (1979, p. 184-185). Assim, história-espetáculo é o apelo a uma teatralidade que seleciona e que, de certa forma, cria o próprio acontecimento. Uma teatralidade que, em última instância, pasteuriza as diferenças e disputas da materialidade histórica da opinião pública.

O italiano Antônio Gramsci (1978, p. 199), um nome ímpar dentre os marxistas, considerado por muitos como o grande teórico das superestruturas, em 1930, analisava da seguinte forma as relações entre os órgãos de comunicação e a opinião pública: a opinião pública é o conteúdo político da vontade política pública que poderia ser discordante; por isso existe a luta pelo monopólio dos órgãos de opinião pública, de modo que uma só força modele a opinião, e portanto, *a vontade política nacional, dispersando os discordantes numa poeira individual e desorgânica*. (O grifo é nosso.)

Essa *poeira individual e desorgânica*, ou seja, esse potencial de desmobilização diz respeito à influência do poder mediático no processo da criação cultural que deve ser “aproximada das atividades políticas; e de fato, nesse sentido, pode-se falar de uma política cultural” (Gramsci, 1978, p. 27) por parte da mídia. Assim, enquanto propagadora e criadora de cultura, a mídia é dotada de um poder de direção político norteador dessa *desmobilização*, isto é, da formação do que Gramsci denomina de homem-massa, ou em outras palavras, na formação de telespectadores com uma visão fragmentada e heterogênea de mundo, que faz deles protagonistas de uma cultura subalterna. Gramsci argumenta que a cultura subalterna, apesar de não representar uma produção autônoma, não se estrutura de forma passiva, simplesmente incorporando como seus, elementos extrínsecos à sua realidade, ou seja, elementos das frações dominantes. Na verdade, a cultura subalterna resulta de um constante processo de *reelaboração* de seus elementos constitutivos, sejam eles intrínsecos ou extrínsecos, chegando a lhes mudar a forma e até mesmo o conteúdo. Porém, *por ela não ser autônoma, não possui uma unidade crítica e por não ser organizada*, acaba sempre por seguir uma determinada direção ideológica, que é a da classe hegemônica.

Esse *poder* de refletir e ao mesmo tempo de produzir um direcionamento ideológico na cultura subalterna recebe, em Bourdieu, a contribuição do que o autor chama de *poder simbólico*, um poder de construção da realidade que tende a estabelecer um sentido imediato do mundo, isto é, “uma concepção

homogênea do tempo, do espaço, do número, da causa, que torna possível a concordância entre as inteligências” (Bourdieu, 1989, p. 9).

Isto é, o que, em síntese, dá às produções simbólicas o caráter de verdadeiros instrumentos de dominação. Nas palavras do autor, “a cultura dominante contribui para a integração real da classe dominante; para a integração fictícia da sociedade em seu conjunto, portanto, à *desmobilização das classes dominadas*” (Bourdieu, 1989, p. 12).

Uma desmobilização, que contudo, não pode ser entendida simplesmente como expressão dos interesses das frações dominantes nacionais, mas sobretudo, à uma rede internacional voltada para os interesses do capital, que, na atual fase monopolista, já não prima mais por um imperialismo por meio da intervenção armada ou da exploração territorial, mas principalmente pela construção da hegemonia por intermédio do poder mediático global.

Gramsci (1978, p. 93), ao tratar da hegemonia no Estado Moderno, coloca que:

[...] *o povo em questão pode ser subordinado à hegemonia intelectual e moral de outros povos. É este com freqüência, o mais gritante paradoxo de muitas tendências monopolistas de caráter monopolista e repressivo: a saber que quando se constróem grandiosos planos de hegemonia, não se percebe que se é objeto de hegemonias estrangeiras, do mesmo modo como, enquanto se fazem planos imperialistas, na realidade, se é objeto de outros imperialismos etc. (O grifo é nosso.)*

Um exemplo claro desse imperialismo, na América Latina, foi a inversão direta de capital norte-americano a partir da década de 30, com a implantação das redes nacionais de rádio e, depois, em 60, com as redes de televisão.

Rummert (1986, p. 147-149) citando Katchaturov, coloca o homem a par dessa influência, destacando a declaração do Congresso dos Estados Unidos, datada de 1966 (*Congressional Record*, 1966, n. 71, p. 8.946), a qual considera que a Agência de Informações dos Estados Unidos (USIA) e outras agências norte-americanas deviam intensificar a informação e diferentes programas, “que sirvam para convencer os povos da América Latina da *superioridade da liberdade e da ameaça ao seu bem-estar pessoal representada pelo comunismo*”.

A *liberdade*, esse pilar imprescindível à cidadania, é colocada na declaração como a *superioridade* defendida e só obtida dentro do modelo capitalista, ainda que para assegurá-la, os países da América Latina tivessem que implementar seus regimes autoritários sob a tutela de *Tio Sam*. Ou seja, aos latinos a *liberdade* deveria equivaler a um enquadramento submisso às regras impostas pelos países capitalistas desenvolvidos, uma *liberdade* que pudesse garantir a acumulação do capital ainda que para isso fossem cassados

os direitos civis dos cidadãos. É, em suma, a *liberdade* de estar inserido nas possibilidades do darwinismo social, em detrimento da distribuição do *bolo* da acumulação.

No Brasil, essa simbiose mídia/Estado/capital internacional tornou-se mais explícita durante os governos militares, com a implantação de tecnologias avançadas na área da comunicação. Afinal havia, por um lado, os interesses do capital internacional no sentido de firmar bases econômicas e ideológicas nos países subalternos para a implementação do capitalismo monopolista de caráter dependente e, por outro, as frações dominantes que conquistaram o poder estatizado em 1964, necessitavam de condições internas favoráveis para a imposição de seu projeto político-econômico.

Apesar de ter surgido no Brasil, na década de 50,⁴ sob um ainda incipiente mercado urbano-industrial, a TV, a partir dos anos 60, ganha um impulso único dentro da conjuntura político-econômica colocada acima, constituindo-se em um pilar fundamental no processo de acumulação do capital sabendo-se que, por meio de seu discurso ideológico, garantia a reprodução das condições produtivas dominantes. Junto com a expansão da demanda de bens e serviços de luxo, proporcionada pela ampliação do crédito ao consumidor durante o *milagre econômico*, a TV brasileira assistiu ao seu *boom* histórico de vendas, assim como firmou as bases de sua interferência *teleguiada* na vida política brasileira.

Nesse cenário, o Estado ao mesmo tempo que descaracterizava e reprimia as organizações populares, valia-se do poder mediático para se relacionar diretamente com indivíduos atomizados, apresentando-se como o *integrador* de um país que necessitava de *ordem e progresso*.

Rummert (1986, p. 187-188) destaca um trecho extremamente ilustrativo do lugar ocupado pelo poder da mídia durante o regime militar, ao trabalhar com o Manual Básico da Escola Superior de Guerra (ESG), editado em 1977. Em primeiro lugar, para as Forças Armadas, a comunicação representava um instrumento poderoso para a obtenção de uma “padronizada difusão de idéias, criação de estados emocionais, alterações de hábitos e atitudes. Bem-utilizados pelas elites, constituir-se-ão em fator muito importante para o aprimoramento dos componentes da expressão política”. Além disso, e em segundo lugar, o Estado deveria:

[...] agir buscando a compreensão e a *participação de todos no esforço de evolução nacional* [...]. Os órgãos governamentais deverão, assim, dar maior importância às atividades de relações públicas, em todos os níveis, visando aprimorar a ação governamental e criar e manter uma corrente ponderável de opinião pública voltada para o interesse nacional e imune à ação subversiva [...]. A Comunicação Social

deverá promover a participação de todas as categorias sociais não apenas com vistas ao desenvolvimento, mas também relativamente às tarefas da Segurança Nacional. (O grifo é nosso.)

Como fica claro em razão dessas transcrições, o objetivo do Estado, no uso dos meios de comunicação, era o de buscar o consenso passivo dos cidadãos, o que fica explícito na expressão de que a mídia tem o poder de *padronizar idéias, criar estados emocionais e alterações de hábitos e atitudes*, que acabam, em última instância, por direcionar o *aprimoramento dos componentes da expressão política*. Dito de outra forma, era preciso que os indivíduos se sentissem atuantes dentro da esfera política, desde que *aprimorando* suas percepções de mundo a partir dos interesses do regime.

Além disso, por meio da mídia, o Estado convocava todas as categorias sociais à uma *participação*, termo que por si só resgata um certo ar democrático, *com vistas ao desenvolvimento*. Essa *participação* que deveria envolver todas as categorias sociais, diz respeito, na verdade, ao deslocamento do espaço público para a cena doméstica proporcionada pela TV, esta sim, com a outorga de reproduzir a realidade sob o prisma do *desenvolvimento* e da *Segurança Nacional*. No lugar de encontros políticos ou manifestações populares (formalmente proibidos a partir de 1964), os telespectadores poderiam usufruir da *experiência do vivido* por meio de sons e imagens vindos da telinha, na comodidade *segura* da sala de estar.

Já, no Brasil pós-ditatorial, a mídia televisiva teve uma função única para a própria estruturação/transição para a democracia liberal.

Um exemplo claro foi o direcionamento da Rede Globo de Televisão durante a Abertura Política. Simon Hartog, que durante vários anos pesquisou a instituição, produziu no documentário “Brasil, muito além do cidadão Kane”,⁵ algumas pistas que vale a pena aqui destacar. Por exemplo: nas greves do ABC, a emissora transmitiu cenas sem áudio e com depoimentos apenas dos setores patronais; nas eleições de 1982, no Rio de Janeiro, que culminaram com a vitória oposicionista de Leonel Brizola, houve uma franca manipulação das pesquisas a favor do candidato do regime; na campanha pelas eleições diretas, a Globo noticiou um comício com 500 mil pessoas como se fosse uma festa pelo aniversário de São Paulo.

Posto isso, evidencia-se uma certa resistência, ou ainda, prudência da organização, em apoiar, de antemão, uma transição que nascera de um *racha* significativo entre as frações dominantes, embora, mais adiante, o próprio documentário revele o apoio decisivo da emissora a Tancredo Neves, candidato oriundo das articulações do próprio regime ou, mais acertadamente, das frações do moderno capital que o sustentavam.

Um apoio que no desenrolar do processo da transição configurou-se na construção midiática de um verdadeiro mito político, um salvador da pátria. Quem não se lembra da identificação/projeção feita pela emissora entre os dois ilustres mártires mineiros: Tiradentes e Tancredo?

A montagem sobre o herói Tiradentes, levada ao ar pelo Globo Repórter em 24/4/85, intitulado “Tancredo Especial” cumpriu, nesse momento, um papel imprescindível no plano das idéias para o encaminhamento da democracia em si. Afinal, o que denota Tiradentes? Segundo Carvalho (1990, p. 68), o herói Tiradentes foi escolhido pela História como tótem cívico da nação, em função de uma identificação capaz de projetar uma unidade mística nos cidadãos, um sentimento de *participação*, de união em torno de um ideal. Afinal, “não antagonizava ninguém, não dividia as pessoas e as classes sociais, não dividia o País, não separava o presente do passado nem do futuro”. Exatamente o que desde o início fez parte do perfil do *Tancredo conciliador*, estigma projetado em torno de um salvador e de uma democracia acima das diferenças de classe, acima dos conflitos e das divisões. Em nome desse ideário, assim como Tiradentes foi o único a ser sacrificado, naquele momento, Tancredo também dava sua vida pelo sonho da nação.⁶

Ora, a partir de então, participar da democracia passou a ser rezar, chorar e venerar a morte de Tancredo e sua memória como forma de manter vivo um ideário democrático cada vez mais débil do ponto de vista de uma pluralidade política em prol do coletivo e, cada vez mais próxima, do plano metafísico.

Se a construção do herói foi providencial naquele momento, torna-se, contudo, desnecessário elencar os muitos direcionamentos dados pela mídia televisiva ao longo da curta e frágil experiência democrática, principalmente nos períodos de eleição presidencial, quando, de forma primorosa, as frações dominantes comprometidas com o capital conseguiram eleger seus candidatos e consolidar as bases da democracia liberal.

Nesse sentido, a mídia televisiva por meio de sua hegemonia cultural cada vez mais influencia as formas de participação política dos cidadãos, seja pela criação de uma “realidade social despolitizada, seja pela estimulação de técnicas plebiscitárias de sondagem da opinião pública ou então pela simples conversão das campanhas eleitorais em táticas mercadológicas” (Sodré, 1996, p. 72).

Além disso, nos últimos anos – aproximadamente a partir da década de 90 – foi concedida aos cidadãos a *autonomia* de *decidir* o destino de personagens, a programação da semana seguinte, dar seu depoimento, e agir na telinha. Se nos anos 70 o debate entre muitos teóricos da área de comunicação era sobre o caráter antidemocrático da TV, que detinha “o

monopólio da fala” (Sodré, 1977) em detrimento do telespectador, ou seja, a hegemonia tecnológica do falante sobre o ouvinte, hoje, a interatividade aparece como a panacéia democrática do médium. A interatividade no telespectador causa a ilusão de que realmente se opina, se interfere, se muda os caminhos de uma transmissão e por que não da própria realidade. Em uma palavra: é delegado ao telespectador o direito de *participação*. Contudo, é sabido que, na verdade, o que muda com a interatividade é o modo como o telespectador é ensinado a ser livre ou como é controlado dentro desse sistema.

Além disso, o plano de atuação dos sujeitos deixa de ser a materialidade histórica para, cada vez mais, se tornar o paraíso das experiências vicárias. Questiona-se, então, neste momento, a respeito de nosso papel enquanto educadores de História, onde necessariamente se busca a formação de um sujeito consciente e, antes de tudo, de um agente histórico.

Encontra-se em Gramsci (1995, p. 47), os principais eixos pedagógicos para o desenvolvimento de uma personalidade autônoma, organizada, que habilite o indivíduo a introjetar, ou seja, a transformar em hábitos, os parâmetros constitutivos de um homem-participante.

Em suas palavras, cria-se a própria personalidade:

- 1) dando uma direção determinada e concreta (racional) ao próprio impulso vital ou vontade; 2) identificando os meios que tornam essa vontade concreta e determinada e não arbitrária; 3) contribuindo para modificar o conjunto das condições concretas que realizam esta vontade, na medida de suas próprias forças e da maneira mais frutífera.

O papel de uma educação emancipadora passa, portanto, pela relação mediadora entre educando/educador, com o potencial de desenvolver, no indivíduo, suas vontades e inquietações colocadas a partir de sua realidade, dando um direcionamento racional, autônomo, inovador e pragmático às suas premissas, de tal forma que ele possa ao desenvolver a si mesmo, contribuir para a transformação do mundo exterior.

Ora, a pedagogia da TV é, exatamente, a *contramão* de qualquer tipo de autonomia, sendo, em suma, uma via propulsora da *reconstrução* cíclica do homem-massa.

No lugar do contato com o real, a TV oferece a simulação do vivido, com seu viés pronto e acabado, ao passo que a educação transformadora efetiva-se dando oportunidade de contato ao educando não só com a *verdadeira* realidade, ou com a realidade não-mediatizada, mas e sobretudo, com toda a complexa rede de relações sociais e individuais que permeia a sociedade civil como um todo. Ou seja, enquanto a TV *dá*, a educação transformadora constrói junto a partir da experiência do vivido. Não se está, com isso,

ignorando que a TV, de certa forma, promove e contribui para a relação do indivíduo com a sociedade, mas inegavelmente ela acaba, em contrapartida, por afastar esses mesmos indivíduos da cena pública, ao reproduzir um espaço onde todos e ao mesmo tempo, ninguém faz parte. A teatralidade do real da qual já se falou no início deste trabalho, faz com que a participação dos indivíduos seja pasteurizada. Segundo Saboga (1994, p. 49) tudo é feito para que o “público espectador, convocado em casa através da televisão, vá, seja mais um elemento difuso e somente possa saber o que aconteceu no espetáculo em seu verdadeiro foco, a telinha”. Se por um lado Freire (1987, p. 69) chama a atenção de que os “homens se educam em comunhão, mediatizados pelo mundo”, por outro, a TV toma, cada vez mais, o espaço dessa comunhão, onde o mundo passa a ser mediatizado pelo espetáculo dos sons e imagens do *Príncipe Eletrônico*.

Além de recriar a realidade, a TV tenta, ainda, construir, a partir desta, um direcionamento das *vontades*, dos *desejos* – que, em Gramsci, seriam exatamente as molas propulsoras de um posicionamento ativo e crítico – e que, no âmbito da mídia acabam por se esvaziar politicamente, a partir da introjeção de valores e práticas alienantes voltadas para o interesse do mercado. Parte dessas *vontades* acaba se transfigurando, na prática, em necessidades de consumo, assumindo o papel de um verdadeiro *capital social* imprescindível para se ser *aceito* nas sociedades modernas. Segundo Canclini (1999, p. 39), vamos nos afastando da época em que as identidades se definiam por essências a-históricas: atualmente configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui ou daquilo que se pode chegar a possuir”. Assim, ao se argumentar que a TV pedagogicamente tenta atomizar o homem enquanto sujeito político, se está também considerando a produção de uma ciranda consumista onde o indivíduo que possui um tênis da marca X, usada pela estrela da mídia Y, acredita-se reconhecido como integrante daquela *aldeia*, ainda que o preço do produto seja equivalente ao seu salário de sobrevivência. Ou seja, tem-se a construção da *igualdade* visivelmente possível, sob o prisma daqueles que defendem a desigualdade natural dos indivíduos.

Diante dessas questões, pode parecer que se tem uma visão *apocalíptica* do meio televisivo, para usar a clássica divisão feita na década de 60 por Umberto Eco (1991) onde os *apocalípticos* viam, na mídia, uma ameaça intransponível para a cultura e a democracia, enquanto os *integrados* rejubilavam-se com a democratização do acesso de *milhões* a essa cultura do lazer. Contudo, a preocupação é com uma formação, uma alfabetização para a mídia televisiva.

Segundo Ferrés (1996, p. 80), a educação para a linguagem televisiva supõe o tomar consciência no que se refere aos próprios sentimentos, saber

identificar os *motivos da magia*, compreender os sentidos implícito e explícito das informações e das histórias e, principalmente, ter condições de estabelecer relações coerentes e críticas entre o que aparece na tela e a realidade do mundo fora da mesma, ou seja, o primeiro passo é, antes de tudo, saber respeitar as reações emotivas que surgem a partir da veiculação televisiva. Se a televisão age, em uma primeira instância, no inconsciente, no reduto das emoções, despertando em nossas estruturas mentais um pensamento primário-associativo, será em função desse retorno ao *sentir*, que o nosso trabalho, enquanto mediadores, deverá começar. Se após uma programação, seja ela qual for, o telespectador sentiu medo, compaixão, raiva, é contra algo ou contra alguém. O *sentir*, na verdade, é o produto de uma interação do indivíduo com um discurso, que revela a forma como o telespectador entende a própria realidade, e esta, por sua vez, é perpassada por outros discursos e linguagens que, da mesma forma, também influenciaram a concepção de mundo própria desse indivíduo. Assim, antes de se partir para a crítica dos conteúdos, é preciso estabelecer uma dialogicidade capaz de dar recursos para a inferência do homem *sentimento*. Gramsci (1995, p. 139) deixa claro, nesse sentido, que o elemento popular antes de tudo *sente* e que a passagem do sentir para a *compreensão* e ao *saber* depende de uma tomada de posição do intelectual, cujo erro consiste em “acreditar que se possa saber sem compreender e principalmente sem sentir e estar apaixonado”.

O segundo eixo a ser pensado na prática docente recai sobre a questão de desnudar com os educandos o *processo* técnico-ideológico da reconstrução do real, ou seja, conhecer como são realizados os programas, os truques utilizados, a criação imagética de contextos, enfim, elementos que quando explicitados, ajudam a desmistificar e a conhecer o meio. O que equivale a não simplesmente criticar o conteúdo televisivo, mas apreender e dominar os processos por meio dos quais aquele conteúdo é produzido.

É por meio do domínio, mínimo que seja, dessa linguagem, que o educando poderá se preparar para a crítica de uma mensagem, capaz de banalizar as diferenças sociais por intermédio da confusão entre o real e sua reconstrução mediática.

Em outras palavras, é prepará-lo dentro do que Gramsci (1995, p. 34) aponta como uma diferença *quantitativa*, entendida como o grau de logicidade, de coerência entre teoria e ação. A capacidade *qualitativa* que denota a possibilidade de crítica diante do mundo é, segundo Gramsci, comum a todos os homens. O que diferencia, na verdade, o homem-participante do homem-massa é o seu maior ou menor grau de autoconhecimento, de organicidade. Assim, enquanto educadores, o trabalho é mediar, a partir desse autoconhecimento do educando – o que equivale a respeitar e incentivar o

sentir despertado pelo meio televisivo – um segundo momento onde ele possa descortinar o processo da linguagem do meio, para que, então, possa reconstruir, por si mesmo, a dialética entre teoria e ação, saber e fazer, retirando de sínteses qualitativamente superiores, o cerne de um pensamento lógico e crítico, voltado para a sua própria realidade, estabelecendo um vínculo orgânico entre o sentir, o compreender e o saber.

Assim, o conhecer-se/reconhecer-se é fundamental para a desconstrução do poder simbólico opressor. Como tomar consciência do arbitrário, radicado no desconhecimento, se não entendo a mim mesmo, se não me reconheço como sujeito de uma determinada cultura, locado nas necessidades de uma determinada classe e em um determinado contexto histórico?

O papel da TV, nesse sentido, é exatamente o de inibir essa consciência do *eu* valendo-se de uma violência simbólica que tende a desviar para a fantasia, para o sonho, as reais necessidades de mobilização e de luta.

Gramsci (1978, p. 109-110) ao se referir aos romances de folhetim, cuja tática pedagógica permeia os conteúdos mediáticos de uma forma geral, esclarece que

[...] o romance de folhetim substitui (e ao mesmo tempo favorece) a tendência à fantasia do homem do povo; é um verdadeiro sonhar de olhos abertos [...]. Neste caso, pode-se dizer que, no povo, a tendência à fantasia depende do complexo de inferioridade (social) que determina longas fantasias sobre a idéia de vingança, de punição dos culpados pelos males suportados, etc. No Conde de Monte Cristo, existem todos os elementos para gerar tais fantasias e, portanto, para propiciar um narcótico que diminua a sensação de dor etc. [...]. (O grifo é nosso.)

Essa fantasia/narcótico, ou ainda, essa violência simbólica radcada no desconhecimento de sua opressão, para que seja suplantada, exige uma tomada de consciência do *eu* e do arbitrário que conduz esse *eu* a uma condição amorfa, o que só é possível segundo Bourdieu “pela revelação da verdade objetiva e o aniquilamento da crença” (1989, p. 15).

Despertar os educandos para um ultrapassar da *crença*, é conduzi-los a um patamar de renovação intelectual e moral onde a libertação do sujeito se faz a partir de sua intervenção crítica na própria História, de forma orgânica e transformadora.

Notas

¹ Hegemonia aqui utilizada na concepção gramsciana que a entende como capacidade de direção de determinadas frações sociais sobre outras, ou ainda, aquela fração social que se apresenta às demais como aquela que representa e atende aos interesses e valores de toda uma sociedade, obtendo o consenso voluntário e a anuência espontânea, garantindo, assim, a unidade do bloco social, que embora não seja homogêneo, se mantém articulado e coeso, cf. GRAMSCI, A. *Concepção dialética da História*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

² Em Gramsci, os intelectuais podem ser vistos como funcionários da superestrutura, mantenedores da hegemonia social e do governo político, porque buscam subordinadamente determinadas frações dominantes, garantir o consenso das grandes massas no conjunto da vida social.

³ Segundo Bourdieu, uma parte da ação simbólica da televisão, no plano das informações, consiste em atrair a atenção para fatos que são de natureza a interessar a todos, dos quais se pode dizer que são *fatos-ônibus*, isto é, para todo mundo. Em suas palavras, “os fatos-ônibus [...] não devem chocar ninguém, não envolvem disputa, não dividem, formam consenso, interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada de importante”. (Cf. BOURDIEU, Pierre. *Sobre televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997, p. 23).

⁴ As primeiras emissoras de TV foram inauguradas no início dos anos 50 (em setembro de 1950, a TV Tupi de São Paulo, canal 3; em janeiro de 1951, a TV Tupi do Rio de Janeiro, canal 6). As verbas publicitárias dividiram-se majoritariamente entre jornais, revistas e emissoras de rádio. Nesse momento, a TV implantou-se como

uma mera e curiosa inovação tecnológica destinada às elites. Segundo Sodré, já na segunda metade da década, o ufanismo desenvolvimentista da era JK fomentou a iniciativa dos empresários e a proliferação das emissoras (TV Paulista, TV Record, TV Continental, TV Rio). Nada mais expressivo nesse momento que a figura de Assis Chateaubriand, o primeiro capitão da indústria do jornalismo brasileiro que, indiferente ao incipiente mercado, comprou de uma única vez nove estações nos Estados Unidos para uma realidade que não chegava a 250 mil receptores em todo o País. Um panorama que começou a transformar-se a partir da década de 60 com a ampliação do consumo industrial, apesar dos índices inflacionários da economia (havia 15 estações de TV nas capitais). A televisão começou, então, a assumir seu caráter comercial, disputando verbas publicitárias na busca de maior audiência. A TV pioneira nesse sentido foi a Excelsior que acabou por abrir espaço para a afirmação da Rede Globo, o que marcou, de certa forma, o início de um sistema televisivo brasileiro ou ainda, o início de uma indústria da comunicação televisiva. A esse respeito ver SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1984.

⁵ Essa obra, seja em sua versão de vídeo (que após ter sido censurada no Museu da Imagem e do Som de São Paulo, pelo secretário de Cultura do Estado, Ricardo Othake, desencadeou imediatamente uma espécie de cadeia pirata em todo o País, com destaque para os principais sindicatos que começaram a programar sua exibição), seja por meio da transcrição de seu roteiro (cf. MELLO, Geraldo Anhaia. *Muito além do cidadão Kane*. São Paulo: Scritta Editorial, 1994). Além do estudo da função da

emissora nesse momento histórico, revela uma contribuição ímpar a respeito dos emaranhados determinantes da política de telecomunicações no Brasil.

⁶ A respeito do posicionamento da mídia televisiva, em especial da Rede Globo de Televisão durante a Abertura Política, no

que diz respeito ao perfil do cidadão da Nova República, à construção de um projeto de sociedade e aos parâmetros de participação política veiculados, ver PALHA, Cássia Louro. *Mídia e participação política: a pedagogia da desmobilização popular*. 2000. Dissertação (Mestrado) – UFF, Niterói.

Referências bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Difel, 1989.

_____. *Sobre televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CARVALHO, José Murilo. *A formação das almas: o imaginário da República no Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1990.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Difel, 1991.

FERRÉS, Joan. *Televisão e educação*. Porto Alegre: Artmed, 1996.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GRAMSCI, Antônio. *Concepção dialética da História*. 10. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

_____. *Literatura e vida nacional*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

IANNI, Octávio. O príncipe eletrônico. *Revista Primeira Versão*, Campinas, IFCH/Unicamp, n. 78, 1998.

NORA, Pierre. *O retorno do fato*. In: *História: novos problemas*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

RUMMERT, Sônia Maria. *Os meios de comunicação como aparelhos de hegemonia*. 1986. Dissertação (Mestrado) – FGV, Rio de Janeiro.

SABOGA, Hério; FONTES, Virgínia. Escola, televisão e cidadania. *À Margem: Revista de Ciências Humanas*, Rio de Janeiro, ano II, n. 4, 1994.

SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1977.

_____. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Vozes, 1986.

Artigos

MÉTIS: história & cultura

Dossês

MÉTIS: história & cultura

Resenha

MÉTIS: história & cultura