

A TELEVISÃO E O COTIDIANO

LISE CHIARA¹

RESUMO

Este ensaio objetiva discutir o modo como a televisão interage com o cotidiano, levando em conta sua capacidade de produzir sentidos e trocar significados. Tratamos dos conceitos de mediação, mídiatização e representação a partir da sistematização de teorias em uma revisão bibliográfica. Constatamos que a TV se insere em três esferas apontadas por Pereira (2007): a vida cotidiana, o mundo da vida, e a cotidianidade. Contudo, não apreende a complexidade dos movimentos sociais presentes no cotidiano, pois desconsidera os microsaberes. Apesar disso, como produtora de conhecimento sobre o cotidiano, a TV pode contribuir para a transformação social desde que tenhamos consciência de como opera.

Palavras-chave: Televisão. Cotidiano. Mediação. Representação. Mídiatização.

Introdução

Assistir aos programas de televisão tornou-se um hábito nas sociedades contemporâneas. Pela televisão, presenciamos acontecimentos de lugares distantes, vivenciamos situações diversas, nos emocionamos e nos sentimos conectados com o mundo. Essa mídia imprimiu um modo de experienciar nosso cotidiano. Nos canais abertos, por assinatura ou em serviços de *streaming*, o que vemos na tela nos remete ao mundo em que estamos inseridos. Assim, a força da TV se concentra na sua capacidade de construir a realidade do indivíduo e da sociedade.

Com o crescimento das redes sociais e do uso da internet, a televisão trilhou o caminho da convergência, expandiu-se para o computador e para os dispositivos móveis. Atualmente, além de um programa, podemos escolher o horário, o local e o dispositivo onde assisti-lo, não dependendo mais do fluxo televisivo de programação. Com isso, a TV passou a ocupar outros espaços além da sala de estar, ampliando sua presença no nosso dia a dia. Desse modo, seu uso permanece como uma prática diária para significativa parcela dos indivíduos, principalmente no Brasil (BECKER, 2016).

Contudo, Pereira (2007) alerta que as mídias em geral não interagem com a complexidade dos movimentos sociais do cotidiano. Surge então, a questão norteadora do nosso estudo: como a televisão interage com o cotidiano? Impomo-nos o desafio de repensar o papel da TV a partir do próprio conceito de cotidiano. Assim, discorreremos sobre diferentes vertentes teóricas de investigação do cotidiano que apresentam pontos de aproximação entre si: a historicidade de HELLER (2000), as táticas nas práticas diárias percebidas por CERTEAU (1998) e a partilha do sensível em MAFFESOLI (1988, 2014). Tais fundamentos teóricos servem de arcabouço para compreendermos a complexidade que envolve o conceito.

1 Doutoranda em Mídia e Cotidiano na Universidade Federal Fluminense (UFF), pesquisadora bolsista Capes, Mestre em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), professora substituta na Faculdade de Comunicação da UERJ. Jornalista com 27 anos de experiência em redações de rádio e televisão.

Pensar a definição de cotidiano não consiste em tarefa simples. Trata-se de uma noção que abrange o espaço e o tempo em que o indivíduo está socialmente inserido. Embora esteja constantemente associado à ideia de rotina, ao nosso dia a dia, Matheus (2013) alerta que o conceito em questão é muito mais complexo, pois abrange também o modo como vivemos e pensamos a própria realidade. Para Lefebvre (1991), o modo como vivemos hoje é resultado de um processo histórico, retratando a maneira com que a sociedade se desenvolveu.

Sendo assim, o objetivo do nosso estudo é discutir o modo como a televisão interage com o cotidiano, levando em consideração sua capacidade de produzir sentidos, atuar na troca de significados e criar representações simbólicas, interferindo na maneira como nos relacionamos com o outro e com o mundo. Para desenvolver tal reflexão, recorreremos a uma revisão bibliográfica como metodologia para sistematização de teorias e conceitos em um estado da arte. Repensamos as representações simbólicas a partir de HALL (2006) e a mediação com base em MARTIN-BARBERO (2015), THOMPSON (2002, 2018) e SILVERSTONE (2002) e SODRÉ (2014) foi o alicerce para trabalharmos a ideia de midiatização.

Para organização de nossa análise, tomamos como parâmetro os três elementos constitutivos do cotidiano apontados por PEREIRA (2007): a vida cotidiana entendida como formas de socialização no mundo civilizado; o mundo da vida, composto pelas heranças socioculturais contidas no nosso imaginário; e a cotidianidade como a qualidade das práticas e procedimentos sociais, aquilo que faz com que a vida cotidiana apresente diferenças de acordo com cada grupo social.

Cotidiano: um conceito complexo

Adotamos aqui uma perspectiva histórica para compreender a noção de cotidiano. A filósofa Agnes Heller (2000) desenvolve investigação sobre a vida cotidiana vislumbrando a socialização e a humanização do indivíduo no decurso histórico. A autora defende que o homem já se depara desde o nascimento com as estruturas elementares de organização social de sua época. Desse modo, Heller (2000 – grifo nosso) afirma que “a vida cotidiana é a vida de *todos* os homens”²

Independentemente da posição social, todos os indivíduos sempre tiveram uma vida cotidiana, cada qual na sua época, pois apesar de a ideia de cotidiano remeter ao tempo presente, ou seja, à realidade do aqui e do agora, não devemos percebê-lo em somente um período. Seja no passado, no presente ou no futuro, sempre existiram e existirão determinadas formas de socialização, o que significa uma certa maneira de viver em sociedade, incluindo os valores, as normas e as práticas sociais, entre elas, o uso das mídias. As transformações de tais formas de socialização ocorrem e se consolidam no decorrer do tempo.

O indivíduo precisa conhecer as estruturas de organização social de sua época para, segundo Heller (idem), adquirir habilidades de interagir com seus pares e de realizar as atividades necessárias à sobrevivência na coletividade, como por exemplo, o trabalho. Segundo a filósofa, ao aprender sobre sua cotidianidade por meio da participação desde a infância em grupos

2 Agnes Heller (1970) utiliza a expressão “vida cotidiana” não somente no contexto contemporâneo como também para as sociedades anteriores ao modo capitalista de produção.

sociais menores, como a família e a escola, o homem assimila as competências e formula os juízos de valor que, mais tarde, já na fase adulta, vai levar para suas interações em contextos sociais mais amplos.

Simultaneamente, são as individualidades, as reflexões e aptidões criativas do indivíduo que o tornam capaz de ultrapassar as amarras das estruturas socioeconômicas que lhe são dadas ao nascer. Tomando consciência de como o sistema social opera, o homem assume a condução de sua atuação dentro desse sistema e só assim pode interferir nos rumos da sociedade. A necessidade de conhecer a estrutura social em que está inserido não está relacionada apenas à interação, mas também às formas de o homem ir além, pensar, criar, mudar. O conhecimento do cotidiano consiste, portanto, em um fator transformador. Para Heller (*ibidem*), somente dessa maneira, o homem terá condições de expressar as capacidades inerentes à própria existência do ser. A autora acredita que é justamente dentro da cotidianidade que o indivíduo exerce todo o seu potencial humano.

A vida cotidiana é a vida do homem *inteiro*; ou seja, o homem participa da vida cotidiana com todos os aspectos de sua individualidade, de sua personalidade. Nela, colocam-se “em funcionamento” todos os seus sentidos, todas as suas capacidades intelectuais, suas habilidades manipulativas, seus sentimentos, paixões, ideias e ideologias (HELLER, 2000, p.17 – grifo da autora).

Portanto, esse homem constitui-se na vida cotidiana como ser particular e ser genérico. A linguagem consiste em uma peculiaridade do humano genérico, pois é um domínio de todos os indivíduos. A autora considera também o trabalho uma atividade do humano genérico, essencial para sua sobrevivência. Entretanto, as motivações em relação ao trabalho já compõem a esfera do ser particular, distintas para cada indivíduo. Do mesmo modo, Heller (2000) assume uma abordagem dialética ao vincular a materialidade ou objetividade da vida às atividades cotidianas desenvolvidas pelo humano genérico, ou seja, são as “partes orgânicas da vida cotidiana: a organização do trabalho e da vida privada, os lazeres e o descanso, a atividade social sistematizada, o intercâmbio, a purificação” (HELLER, 2000). De outro lado, ela perfila as atividades não-cotidianas, correspondentes à subjetividade da existência do ser particular, como as manifestações artísticas e o pensamento científico, principalmente o filosófico. As atividades não-cotidianas funcionam como maneiras do indivíduo adquirir consciência, elevando-se sobre as estruturas e amarras sociais. Dessa forma, a vida cotidiana apresenta uma característica heterogênea, pois é constituída de uma parte objetivada e outra subjetivada.

Outra importante característica é a hierarquia existente dentro das formas de socialização de cada tempo histórico como, por exemplo, as chamadas classes sociais definidas pelos modos de produção após a Revolução Industrial. Por já nascer inscrito na cotidianidade, o homem considera tal organização hierárquica como dada, assumindo as funções que lhe são exigidas e adotando um determinado padrão de comportamento, muitas vezes sem se dar conta do processo de constituição dessas formas de socialização, o que segundo a filósofa, configura a alienação. Contudo, a hierarquia possui uma dimensão mutável, pois a “vida cotidiana está carregada de alternativas, de escolhas” (HELLER, 2000).

Embora reconheçamos a existência de certa liberdade do indivíduo, destacamos tratar-se de uma questão relativa, envolvendo tensionamentos. Nesse sentido, o filósofo e historiador Michel de Certeau (1998) estabelece uma constante negociação entre o homem e a sociedade quando entende que o cotidiano se mantém em permanente movimento, pois o construímos

a cada dia, quando contornamos a submissão. O interesse do autor consiste em observar as ações sutis do homem comum, atitudes que driblam a hierarquia e as instituições organizadas em torno do consumo. Nesse aspecto, ele pressupõe que o homem é capaz de apropriar-se dos lugares, objetos e relatos, modificando-os, imprimindo a eles novos sentidos e novos usos. O que o autor classifica como a “arte do fraco” constitui a vida cotidiana, é o constante movimento de resistência. Para Certeau (1998) a vida cotidiana é aquilo que se “inventa com mil maneiras de caça não autorizada”, tornando-se o “estatuto de dominados (o que não quer dizer passivos ou dóceis)”. São as práticas diárias, os modos de agir do homem comum “que introduzem jeitos de artistas e competições de cúmplices no sistema de reprodução e da divisão em compartimentos pelo trabalho e pelo lazer” (CERTEAU, 1998 – grifos do autor). Dessa maneira, o historiador e filósofo traça uma dicotomia empregando os termos estratégia e tática, sendo a primeira constituinte da esfera das instituições em que se encontram as mídias. Em contraponto, a tática faz parte da “arte do fraco”, pois é da ordem das apropriações individuais, que se infiltram nas brechas do sistema institucional.

Sob tal enfoque, podemos estabelecer uma aproximação com a partilha do sensível vislumbrada pelo sociólogo Michel Maffesoli (1988, 2014). Segundo tal concepção, a elevação do homem acima da hierarquia, das estruturas econômicas, políticas e sociais ocorre pelo afeto, pelos sentidos. Dentro dessa ótica, apesar da influência da tecnologia, da política e da economia, a vida cotidiana é regida pelo sensível, pois na busca de sua essência, o homem relaciona-se socialmente por afinidade, estabelecendo formas de socialização no âmbito das emoções, dos instintos, o que Maffesoli (idem) chama de vitalismo. No convívio de grupos menores formados por afinidade, o sujeito constitui-se, compreendendo a própria existência e definindo sua identidade a partir da relação com o outro, a partir da alteridade. Como estes grupos sociais apresentam caráter provisório, o indivíduo interage com vários e vai, assim, costurando uma identidade fragmentada, multifacetada. Então, o sujeito é forjado pelas diversas ligações sociais que estabelece ao longo da vida e no cotidiano.

Consideramos também a abordagem fenomenológica do conceito aqui discutido, quando entendemos que a vida cotidiana é entendida como a esfera que prevalece sobre as demais na existência humana porque é nela que o homem vivencia suas experiências. Por isso, “a realidade da vida cotidiana é admitida como sendo a realidade. Não requer maior verificação, que se estenda além de sua simples presença.” (BERGER e LUCKMANN, 2004). O homem a conhece, reproduz e reconstrói. O paradigma construtivista configura um ponto chave da noção de cotidiano para os estudos dos meios de comunicação: a realidade é construída socialmente.

Moldando a vida cotidiana

A televisão colhe na vida cotidiana os relatos, acontecimentos e imagens para produção dos programas audiovisuais como telejornais, telenovelas, seriados e humorísticos. Desse modo, produz conhecimento sobre o cotidiano (VIZEU, 2009), possibilitando que o indivíduo compreenda o mundo e assimile certos comportamentos, pensamentos e modos de viver. Logo, a vida cotidiana configura simultaneamente fonte e produto da mídia televisiva. Sob esse prisma, a televisão como meio de comunicação contribui para a formação e socialização do homem quando se propõe a mostrar e explicar o mundo em que ele está inserido. A mídia fun-

ciona de modo semelhante a outras instituições que propiciam a integração do homem à sociedade, como vimos em Heller (2000). O meio de comunicação analisado oferece uma sensação de segurança e de confiança (VIZEU, 2009). Como elemento do dia a dia, a TV proporciona essa sensação ao transmitir a ideia de normalidade³ quando assistimos aos programas que já reconhecemos e quando identificamos na tela as estruturas sociais de nossa época.

O ato de ver as imagens dos acontecimentos do cotidiano na tela da TV reforça a sensação de conhecermos assim a realidade, ainda que seja um olhar mediado. As relações socioculturais da televisão se manifestam fundamentalmente na sua função de mediação. Tal conceito é essencial para compreendermos o papel da televisão na conformação da vida cotidiana a partir de sua participação na construção da realidade social. O sociólogo e antropólogo Jesús Martín-Barbero (2015) ressalta que os meios de comunicação atuam como mediadores dos aspectos da vida cultural e política da sociedade. Ele entende a comunicação como um processo que não se limita aos meios, mas abrange interpretação e produção de sentidos em todas as suas instâncias, incluindo a recepção. O indivíduo é capaz de se apropriar e ressignificar as mensagens transmitidas pela televisão. Desse modo, a mediação consiste em circulação e produção de sentidos no âmbito da cultura, “implica o movimento de significado de um texto para outro, de um discurso para outro, de um evento para o outro. Implica a constante transformação de significados” (SILVERSTONE, 2002).

Por isso, não devemos apreender a mediação como sinônimo de intermediação, transmissão ou tradução. O pesquisador de mídia e comunicação Roger Silverstone (2002) esclarece que nesse caso não se trata de um “trabalho de autoria”, mas envolve instituições, grupos e tecnologia. Segundo o autor, a mediação oferece descrições da realidade, ou seja, o mundo exibido na tela da televisão não é o real nem sequer sua reprodução fiel, mas uma descrição. A TV recorta, interpreta e enquadra a realidade, imprimindo-lhe significados. Portanto, a televisão constitui imagens e narrativas que podem servir de ferramentas para veicular valores e normas, equalizar as diferenças socioculturais e ordenar as relações sociais. Wolton (apud Sodr , 2014) lembra que a mídia “ilumina um n mero limitado de problemas e de interlocutores”. Enquanto institui o, a m dia contribui para a preserva o das estruturas sociais contempor neas e do mundo institucional.

Embora descarte que os meios de comunica o sejam meros transmissores de ideologia, Mart n-Barbero (2015) ampara-se no pensamento *gramsciano* ao reconhecer que estes operam como difusores de hegemonia cultural. Ele esclarece que n o se trata de uma domina o sociocultural por imposi o, mas por consenso, gerado pela media o e de representa es simb licas. Nas sociedades capitalistas, os anseios por liberdade e igualdade s o substituídos por necessidade de consumo (HOGGART, apud MART N-BARBERO, 2015). Sendo assim, ainda que o indiv duo n o seja um dep sit rio passivo do cont duo exibido, a televis o torna-se h bil em despertar desejos e estimular emo es, interferindo no modo como ele apreende e vivencia a experi ncia cotidiana, e conseq entemente, contribuindo para a “aliena o”, conforme sugere Heller (2000). Percebemos que na atualidade o indiv duo muitas vezes critica o modo tendencioso com que a TV transmite seus cont duos, mas n o se d  conta de que a pr pria fun o de media o cultural que o meio exerce j  implica em interpreta es, sele o, constru o de imagens e narrativas.

3 A ideia de normalidade   compreendida neste ensaio como conjunto de rotinas e costumes culturais reproduzidos na vida em coletividade, ou seja, um padr o social.

Como amostras dessa mediação realizada pela TV na vida cotidiana, Martin-Barbero (2015) indica ao menos três espaços em que, majoritariamente, ela ocorre: a cotidianidade familiar, quando a televisão forja a simulação do contato com apresentadores e personagens que “conversam” com o indivíduo, criando certa proximidade; a temporalidade social, pois a TV organiza um tempo repetitivo e fragmentado tal qual na cotidianidade; e a competência cultural, com a diversidade de gêneros televisivos que esconde as diferenças culturais existentes nas sociedades. Percebemos, então, que a televisão vai moldando a vida cotidiana.

Em sua análise da relação da mídia com o mundo moderno, o sociólogo John B. Thompson (1998) afirma que “nossa compreensão do mundo foi modelada pelos produtos de mídia”. Ele sustenta que o desenvolvimento dos meios de comunicação mudou a relação do indivíduo com esferas basilares para a compreensão do cotidiano: o espaço, o tempo e a interação social. Assim como outros meios, a televisão provoca a distensão do espaço-tempo ao disponibilizar conteúdos deslocados do contexto em que foram produzidos. A TV tornou possível vivenciar situações que acontecem ao vivo em lugares distantes. A experiência do tempo é então dissociada do espaço, transformando o aqui e agora em apenas o agora (THOMPSON, 1998). O autor ressalta ainda que podemos conceber significados e alcançar os sentidos relacionados ao nosso passado não mais pela tradição oral de narração de histórias ou pela literatura, mas pela mídia. Logo, a TV funciona como um armazenamento de nossas memórias, mudando a maneira como compreendemos o passado e, conseqüentemente, como enxergamos o presente. Thompson (idem) considera que temos hoje uma historicidade mediada, pois os sentidos sobre o passado se tornaram dependentes das formas simbólicas mediadas pela mídia.

Além dessa nova relação com o tempo, o sentido de distância também se altera com o uso das mídias. Pela tela da TV, podemos ver lugares remotos, entrar em contato com outras culturas, sentir proximidade com povos e locais em que sequer estivemos. As distâncias parecem ter encurtado ou o mundo encolhido. Essa situação transforma a nossa sensação de pertencimento a determinada comunidade. Deixamos de sentir que estamos ligados apenas a uma região ou a um país para nos tornarmos cidadãos daquele mundo que conhecemos pela tela da televisão. Ocorre, portanto, uma mudança da nossa relação com o espaço em que vivemos.

Outra contribuição de Thompson (ibidem) para um abrangente entendimento de como a televisão molda os aspectos da vida cotidiana consiste em sua teoria interacional da mídia, em que classifica diferentes formas de interação do indivíduo com a sociedade. O autor percebe que as interações face a face, quando os indivíduos estabelecem um diálogo na presença um do outro, deram lugar na atualidade à interação mediada *online*, ou seja, a comunicação pelo computador. De acordo com tal teoria, os impactos dos meios de comunicação devem ser observados nos tipos de ação e interação que proporcionam.

Dentro dessa tese, a televisão encontra-se em uma espécie de classificação intermediária, nomeada pelo autor de “quase-interação” mediada. Embora questionemos o uso da palavra “quase” na tipificação, pois consideramos que a interação de fato se efetiva, compreendemos tratar-se de um fluxo comunicacional em apenas uma direção, do emissor para diversos receptores potenciais dispersos no espaço. Nesse caso, os receptores reagem à mensagem, mas não conseguem responder imediatamente ao emissor. Portanto, a televisão conforma uma maneira específica do indivíduo se relacionar com o mundo.

A TV no mundo da vida

A televisão proporciona uma experiência compartilhada e coletiva. Essa ideia é particularmente forte nos estudos da mídia no Brasil, onde as pessoas mantêm o hábito de se reunirem para assistir às partidas de futebol e a filmes. Os conteúdos de programas televisivos viram tema de conversas e comentários em família, entre amigos ou nas redes sociais, como ocorre por exemplo com assuntos tratados em telenovelas, seriados ou *realities shows*. A TV também é uma forma cultural que contribui para os indivíduos se sentirem pertencentes a uma determinada sociedade e a uma época, pois “cria um certo tipo de situação social pela qual os indivíduos são conectados por meio de um processo de comunicação e troca simbólica” (THOMPSON, 1998). Tal situação ocorre na medida em que o meio transmite memórias, desperta emoções e possibilita experiências incorporadas pelo indivíduo, ainda que não as tenha realmente vivido.

Dessa maneira, a TV inscreve-se no mundo da vida, um conceito fenomenológico entendido como as relações subjetivas que estabelecemos pelo imaginário e apontado por Pereira (2007) como um dos elementos constitutivos do cotidiano. É no âmbito do mundo da vida que estão as crenças e os significados. Ambos se manifestam nas formações simbólicas - rituais, imagens, emoções e sentidos. O conjunto de imagens mentais começa a se constituir por aprendizado em processos miméticos durante as interações sociais, ou seja, tendemos a memorizar, aprender e reproduzir o que vivenciamos em grupos sociais ou experienciamos pela mídia. Os indivíduos precisam das trocas simbólicas para se definirem como sujeitos, para se compreenderem e para se relacionarem. Por isso, Maffesoli (1988, 2014) acredita que a formação das sociedades atuais é regida por essas formas simbólicas que conformam nosso imaginário.

A comunicação abrange tal aspecto intersubjetivo essencial à associação de indivíduos em comunidades. A televisão opera nesse mundo da vida porque possui a capacidade de associar ideias e conceitos a signos e objetos, criando representações. Essa mídia em particular usa palavras, sons e imagens para compor narrativas atribuindo sentidos a respeito de acontecimentos, comportamentos, lugares ou pessoas. A TV evoca, então, um repertório de imagens mentais e emoções que levam o indivíduo a formular opiniões e crenças sobre si mesmo e sobre o outro.

Para o sociólogo Stuart Hall (2006), a representação simbólica é parte essencial do processo em que os significados são produzidos e compartilhados em uma mesma cultura. As representações criam laços em torno das mesmas ideias e valores, influenciando a forma como interpretamos o mundo. Segundo o autor, a mídia, a literatura e a cultura contribuem para a sustentação desse imaginário. Entretanto, as representações nem sempre correspondem ao real e podem reproduzir ou perpetuar preconceitos. Hall (idem) problematiza a forma estereotipada e reducionista com que a mídia representou as minorias sociais ao longo de sua história. Nas telenovelas brasileiras, por exemplo, personagens pretos reforçaram estereótipos como o sambista, o criminoso ou o empregado doméstico. Lippmann (apud HJARVARD, 2014) destaca que, muitas vezes, as representações na mídia são baseadas em informações deficientes, preconceitos e manipulação. Apesar disso, as divergências entre a representação na TV e o real raramente são percebidas.

Thompson (1998) joga luz sobre a maneira como as representações criadas pela televisão perduram em nosso imaginário. Os meios de comunicação podem armazenar informações e conteúdo simbólico, disponibilizando-os para uso em diferentes momentos. Ele frisa que essa habilidade varia de acordo com os meios, cada qual com certo grau de fixação das formas simbólicas. Como mídia tecnológica, a televisão possui o atributo de armazenar com maior durabilidade, podendo acessar as formas simbólicas inúmeras vezes posteriormente. Destacamos ainda o potencial da linguagem audiovisual em operar como instrumento de persuasão e convencimento. A TV conta com a amplitude de trabalhar com a memória sensorial visual e auditiva simultaneamente. Fica difícil não acreditarmos ou memorizarmos um acontecimento gravado em áudio e vídeo que foi exibido mais de uma vez.

Muitos trabalhos, geralmente notáveis, dedicam-se a estudar seja as representações seja os comportamentos de uma sociedade. Graças ao conhecimento desses objetos sociais, parece possível e necessário balizar o uso que deles fazem os grupos ou os indivíduos. Por exemplo, a análise das imagens difundidas pela televisão (representações) e dos tempos passados diante do aparelho (comportamento) deve ser completada pelo estudo daquilo que o consumidor cultural “fabrica” durante essas horas e com essas imagens (CERTEAU, 1998, p. 39).

Certeau (1998) preconiza assim que o indivíduo não assimila passivamente o imaginário transmitido pela mídia, mas incorpora a esse todo o seu repertório criativo, pensamentos, suas próprias memórias e vivências, reformulando esse imaginário. O historiador e filósofo lança um olhar para o uso das mídias a partir do princípio de que as estruturas de controle e dominação cultural não paralisam a criatividade e as maneiras de resistência do homem comum.

A cotidianidade e a TV expandida

O terceiro elemento constitutivo do cotidiano diz respeito à qualidade da vida cotidiana, pois é concebido a partir do entendimento de que cada grupo social experimenta de maneira distinta as estruturas de socialização de sua época. A ideia de qualidade aqui não exprime qualquer apreciação sobre valor ou virtude. Pereira (2007) chama esse componente de cotidianidade. Ele engloba ritmo, estéticas, gostos e prazeres compartilhados socialmente. Pereira (idem) alerta para o risco de confusão entre a qualidade da vida cotidiana e o bem-estar material das diferentes classes sociais nas sociedades capitalistas. A primeira está, segundo ele, no âmbito do imaginário.

Transpondo tal concepção para o papel da televisão, compreendemos que a cultura e a comunicação fazem parte do modo como cada comunidade vive, estando, portanto, incluídas na esfera da cotidianidade. As telenovelas, por exemplo, ganham maior importância na vida cotidiana da América Latina que no restante do mundo ocidental. Logo, este tipo de produção televisiva demonstra que as populações latino-americanas vivenciam diferentes gostos, apesar de integrarem as mesmas estruturas de socialização e modos de produção contemporâneos em um mundo globalizado.

Nesse contexto, Martin-Barbero (2015) valoriza a diversidade cultural ao resgatar o popular como importante contribuição para o entendimento de diferentes estéticas e saberes presentes nas sociedades atuais. A ideia do popular defendida pelo sociólogo e antropólogo está associada aos aspectos relacionais da vida cotidiana.

[...] o valor do popular não reside em sua autenticidade ou em sua beleza, mas sim em sua representatividade sociocultural, em sua capacidade de materializar e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais filtram, reorganizam o que vem da cultura hegemônica, e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica (MARTIN-BARBERO, 2015, p. 113).

De maneira semelhante, Maffesoli (1988) enfatiza o popular como o conhecimento comum, os micros saberes que preparam o indivíduo para a vida em determinadas sociedades. Os fragmentos, as banalidades, o ritmo da vida em grupos menores constituem um micro cotidiano que se insurge contra o macro cotidiano. Por esse motivo, o autor propõe um olhar atento e por baixo da hierarquia social, visando a perceber as diferenças, os movimentos sociais existentes. O sociólogo aconselha a visualização das micro relações conduzidas pelo vitalismo, que conferem modos distintos de experimentar a vida cotidiana. Torna-se importante ressaltar que ele não se ocupa de tentar encontrar explicações para os fenômenos, mas detém-se em compreendê-los, o que classifica de sociologia compreensiva.

Sob tal perspectiva, a televisão procura demonstrar que apreende a cultura popular para atender aos gostos e interesses da audiência. Porém, a intenção não se concretiza, pois não reconhece a complexidade do cotidiano. Por configurar uma atividade voltada para interesses econômicos, acaba deixando escapar a criatividade e espontaneidade inerentes aos micros saberes. Seguindo essa linha de pensamento, Pereira (2007) alega que a quantidade e a comercialização de conteúdos na mídia não a permitem respeitar a alteridade e as diferenças culturais, recriando contextos artificiais.

Contudo, alguns questionamentos se fazem necessários. O principal deles refere-se ao nível de interferência que o acelerado processo de midiaticização exerce sobre a cotidianidade. Entendemos que a mídia faz parte da experiência contemporânea, o que configura o 'bios midiático' (SODRÉ, 2014), ou seja, a midiaticização da vida cotidiana. Principalmente nos centros urbanos, as pessoas não vivem nem se relacionam mais sem mídia, que está presente nas relações sociais e afetivas. O jornalista e sociólogo Muniz Sodré (2014) afirma que a acessibilidade imediata às novas tecnologias as transformou em "morada permanente da consciência". A internet e as redes sociais deram origem a uma nova esfera da existência humana e social. Ele explica esse processo como uma sobreposição à mediação, pois o indivíduo não interage mais para efetivar a comunicação, mas pelo simples prazer da própria conexão. Essa midiaticização caracteriza-se pela velocidade de circulação e disponibilidade de conteúdo. Significa a presença ubíqua da mídia em praticamente todos os âmbitos da vida cotidiana. Portanto, incide também sobre a cotidianidade.

Nesse sentido, ao desenvolver estudo sobre tal processo, o pesquisador de mídia, cultura e sociedade, Stig Hjarvard (2014), elabora que a mídia se transformou em coprodutora não somente de nossas representações mentais, mas também de nossas ações e relacionamentos até em contextos privados. A midiaticização passou a gerir sentimentos, emoções, afetos, gostos e ritmos. O autor conclui que a mídia se tornou uma instituição semi-independente nas sociedades atuais. Embora o conceito em questão seja tratado sob novos pontos de vista a partir

do avanço da comunicação digital e hoje esteja mais atrelado à internet e às redes sociais, a televisão também se incorpora a esse novo estilo de vida. A noção de TV expandida para além do aparelho doméstico a inclui nesse processo. Ela se infiltrou em todas as esferas da vida, pois podemos assistir à televisão a qualquer hora e em qualquer lugar pelos dispositivos móveis como se carregássemos o lar conosco (SILVERSTONE, 2002).

Conclusão

Estabelecemos neste trabalho o desafio de repensar o lugar da TV na contemporaneidade a partir do conceito de cotidiano. Por isso, adotamos os componentes da vida cotidiana elencados por Pereira (2007) como pontos de partida para nossa reflexão em cada etapa do estudo. Assim, discutimos o papel da televisão na vida cotidiana, no mundo da vida e na cotidianidade.

As ponderações foram realizadas levando em consideração conceitos caros ao campo da comunicação, como a mediação cultural, a representação simbólica e a midiaticização. Com sua capacidade de produzir sentidos e criar representações simbólicas, a TV influencia a maneira como nos relacionamos, ou seja, a mídia insere-se no mundo da vida, do imaginário. Ao exercer a função de mediação, contribui para a nossa socialização, proporciona conhecimento e é capaz de moldar o modo como experienciamos o mundo. Expandindo-se para múltiplas telas, a televisão mantém sua presença em diversas esferas do cotidiano, acompanhando o processo de midiaticização da vida.

No entanto, a TV é uma instituição integrante das estruturas socioeconômicas contemporâneas e, por isso, opera como mecanismo de manutenção social e dominação cultural. Assim, não considera as diferenças culturais e ignora os micros saberes. Constatamos, portanto, que a televisão não interage com a multiplicidade dos movimentos sociais do cotidiano. Contudo, levando em conta as possíveis brechas no sistema de dominação social, econômica e cultural, compreendemos que precisamos decifrar o mundo que nos cerca para transcender e transformar a realidade. A televisão como produtora de conhecimento deve ser usada de forma crítica, para servir de ferramenta de mudança social.

TELEVISION AND EVERYDAY LIFE

ABSTRACT

This essay aims to discuss how television interacts with everyday life, taking into account its ability to produce meanings and exchange meanings. We deal with the concepts of mediation, mediatization and representation from the systematization of theories in a literature review. We found that TV is part of three spheres pointed out by Pereira (2007): everyday life, the world of life, and everyday life. However, it does not apprehend the complexity of social movements present in everyday life, as it disregards micro knowledge. Despite this, as a producer of knowledge about everyday life, TV can contribute to social transformation as long as we are aware of how it operates.

Keywords: Television. Daily Life. Mediation. Representation. Mediatization.

Referências

- BECKER, B. **Televisão e telejornalismo**: transições. São Paulo: Ed. Estação das Letras e Cores, 1 ed., 2016.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de Sociologia do Conhecimento. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2002.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1998.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro, RJ: DP&A, 2006.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. São Paulo, SP: Ed. Paz e Terra, 2000.
- HJARVAD, Stig. **Midiatização: conceituando a mudança social e cultural**. Revista Matrizes. Vol. 8. Nº 1. São Paulo, SP, 2014.
- LEFEBVRE, Henri. **A vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo, SP: Ed. Ática, 1991.
- MAFFESOLI, Michel. **Homus Eroticus**: comunhões emocionais. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Forense Universitária, 2014.
- _____. **O conhecimento comum**: compêndio de sociologia compreensiva. São Paulo, SP: Ed. Brasiliense, 1988.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro, RJ: Ed. UFRJ, 2015.
- MATHEUS, Letícia C. **O leitor e o cotidiano na história do jornalismo**. Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano. Nº 1, 2013.
- PEREIRA, Wellington. **A comunicação e a cultura no cotidiano**. Revista Famecos. Nº 32. Porto Alegre, RS, 2007.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo, SP: Edições Loyola, 2002.
- SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2014.
- THOMPSON, John B. **A interação mediada na era digital**. Revista Matrizes. Vol. 12. Nº 3. São Paulo, SP, 2018.
- _____. **Mídia e modernidade**. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1998.
- VIZEU, Alfredo. **O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica**. Revista Famecos, número 40. Porto Alegre, 2009.
- Submissão: 29/03/2022
- Aceite: 21/05/2022